

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
INSTITUTO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ANTROPOLOGIA SOCIAL

ÉRIKA BEZERRA DE MENESES PINHO

**"UM SONHO NÃO TEM PREÇO": UMA ETNOGRAFIA DO MERCADO DE  
CASAMENTOS NO BRASIL**

**PORTO ALEGRE  
2017**

**ÉRIKA BEZERRA DE MENESES PINHO**

**"UM SONHO NÃO TEM PREÇO": UMA ETNOGRAFIA DO MERCADO DE  
CASAMENTOS NO BRASIL**

**Tese apresentada no Programa de Pós-Graduação em  
Antropologia Social da Universidade Federal do Rio Grande do  
Sul como parte dos requisitos para obtenção do título de Doutora  
em Antropologia Social.**

**Orientador: Ruben George Oliven**

**Porto Alegre, RS  
2017**

### CIP - Catalogação na Publicação

Pinho, Érika Bezerra de Meneses

"Um sonho não tem preço": Uma etnografia do mercado de casamentos no Brasil / Érika Bezerra de Meneses Pinho. -- 2017.

403 f.

Orientador: Ruben George Oliven.

Tese (Doutorado) -- Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social, Porto Alegre, BR-RS, 2017.

1. Antropologia Econômica. 2. Antropologia Urbana. 3. Antropologia Digital. 4. Casamentos (preparativos). 5. Ritos de passagem. I. Oliven, Ruben George, orient. II. Título.

**Érika Bezerra de Meneses Pinho**

**"UM SONHO NÃO TEM PREÇO":  
Uma etnografia do mercado de casamentos no Brasil**

**Tese apresentada no Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como parte dos requisitos para obtenção do título de Doutora em Antropologia Social.**

**Aprovada em: \_\_/\_\_/\_\_\_\_**

---

**Prof. Dr. Ruben George Oliven (UFRGS) – Orientador**

---

**Profa. Dra. Maria Eunice Maciel (UFRGS)**

---

**Profa. Dra. Neusa Rolita Cavedon (UFRGS)**

---

**Profa. Dra. Débora Krischke Leitão (UFSM)**

**Dedico esta tese a meus pais, Hermano e Graça.**

## AGRADECIMENTOS

Agradeço à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), por me possibilitar a dedicação ao doutorado em tempo integral, por meio da bolsa de estudos concedida para esse fim. Dedico um agradecimento especial a Rose, secretária do Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da UFRGS, por facilitar nosso cotidiano no doutorado com sua competência e por ter sempre um sorriso acolhedor para nos receber, mesmo em meio à pressa do cotidiano. Agradeço aos professores do departamento por, a cada disciplina, nos fazerem enxergar nosso objeto sob um novo ângulo. Aprendi muito com cada um dos professores e professoras, nos 44 créditos cursados neste doutorado. Dentre os docentes do departamento, agradeço em especial à professora Maria Eunice Maciel, por ter aceitado participar de minha banca de qualificação e ter enriquecido o trabalho com suas sugestões. Agradeço também à professora Neusa Cavedon (UFRGS), por suas valiosas contribuições no mesmo exame.

Agradeço ao professor Ruben George Oliven por ter me dado a honra de ser sua orientanda. Um agradecimento especial por unir a competência profissional à empatia e firmeza que me possibilitaram que a jornada valesse à pena. Posso afirmar que tive o privilégio de em nenhum momento do trabalho me sentir sem acompanhamento. Por um período de 2014, quando passei por alguns problemas de saúde, me permitiu que priorizasse meu restabelecimento. Quando chegou o momento de recuperar o tempo perdido no trabalho, soube oferecer encorajamento e exercer de forma sutil a cobrança de que eu precisava. A cada reunião, me oferecia *insights* preciosos sobre os dados de campo que eu apresentava.

Aos colegas do Grupo de Antropologia da Economia e da Política, sob a coordenação do professor Arlei Sander Damo. As críticas, sugestões e leituras do grupo foram para mim de fundamental importância. Obrigada Alexia Barbieri, Felipe Comunello, Herbert Herman, Júlia Cardoni, Louise Scoz, Lívia Pinent, Aline Rochedo, Carolina Della Chiesa, Marcos Andrade Neves, Moisés Kopper, Patrícia Kunrath, Ricardo Gadelha, Talita Eger, Victoria Irisarri.

Agradecimentos também aos colegas que junto comigo ingressaram no Programa de Pós-Graduação em Antropologia da UFRGS, com os quais dividi a tensão das cobranças e do ritmo intenso de aprendizado, mas também o privilégio que é ser estudante em um programa de pós-graduação de excelência. Um agradecimento especial para a amiga Louise Scoz, interlocutora importante na elaboração dos meus textos, e até mesmo companheira de idas a campo em algumas ocasiões. Para a amiga Aline Rochedo, por todo o aprendizado e suporte, e pela acolhida em Porto Alegre, nesses quatro anos. Obrigada também à amiga Andressa Nunes, pelas leituras e comentários sempre oportunos. Valéria Aydos, Mariana Picolotto e Livia Pinent merecem agradecimentos pela ajuda para encontrar pesquisadas, logo no começo da pesquisa, e pelas trocas de ideias preciosas em diversos momentos. Além de tudo, Livia ainda me transmitiu um pouco do seu conhecimento do universo dos casamentos e me ajudou a conseguir uma cópia de um livro raro trazendo-o consigo de Portugal. À Mariana, agradeço também pela disponibilidade em me acompanhar em algumas das idas a campo. À amiga antropóloga Paula Luna Sales, agradeço a ajuda por facilitar meu acesso a pesquisadas em Fortaleza.

No cotidiano do fazer antropológico, dependemos de nossa inserção nas realidades de outros indivíduos, que de boa vontade decidem compartilhar conosco o seu tempo e suas experiências. Nesse sentido, devo agradecimentos especiais a todas as cerimonialistas interlocutoras dessa pesquisa. No cotidiano de um trabalho árduo e que nem sempre é suficientemente valorizado, elas dão exemplo de compromisso e dedicação profissional, mas sobretudo de exercício da empatia, ao levarem a sério, sem julgar, o que suas *noivas* lhes confiam como seus *sonhos*. Agradeço a cada uma das entrevistadas, mas sobretudo a Clara, de Porto Alegre e a Regina, de Fortaleza, que me permitiram uma inserção prolongada em seus respectivos cotidianos profissionais. A cada uma das funcionárias da empresa de Regina, a Delicadeza Cerimonial, devo um grande agradecimento pela acolhida carinhosa e atenta à colega inexperiente e meio atrapalhada que foi entrando na equipe aos poucos. À blogueira Joanna Pivotto, pela atenção e simplicidade com que recebeu uma pesquisadora cheia de perguntas, e pela informação compartilhada em seu blog e suas palestras. À jornalista e blogueira Gaby Channas, por ajudar a tornar o universo dos casamentos inteligível com suas

palestras e com o conteúdo compartilhado em seu site voltado às noivas. A ambas, pela gentileza em facilitar o acesso a alguns importantes eventos do mercado local.

Agradeço também a todas as noivas que aceitaram abrir em entrevistas as questões íntimas ligadas aos preparativos de seus casamentos, fornecendo-me material para refletir sobre as implicações desses grandes eventos para as relações de casal, familiares e com fornecedores. Às noivas e noivos do Delicadeza Cerimonial, por me abrirem acesso às suas casas, às suas reuniões com a cerimonialista, às suas provas de vestido e maquiagem, aos seus ensaios de cerimônia, às suas celebrações de casamento, e por tirarem pacientemente minhas dúvidas posteriores a esses momentos. Às noivas que me deram acesso aos grupos de *Whatsapp*, nos quais experimentei o cotidiano das *amizades de noiva*. Às noivas, nesses grupos, que me concederam breves entrevistas por áudio para a pesquisa e que aceitaram me encontrar para conversar sobre questões do universo dos casamentos que me ajudavam a descobrir.

Devo agradecimentos também às pessoas corajosas que mantêm os sites de acesso gratuito a artigos e livros: Library Genesys e Sci-Hub. Sejam quem forem, sou-lhes grata pela manutenção dessas páginas que me garantiram acesso a grande parte dos textos antropológicos, literários, históricos e sociológicos lidos ao longo da produção desta tese.

Na minha mudança a Porto Alegre, por uma série de felizes coincidências, tive a sorte de verem se mudar para a cidade, na mesma época, vários amigos muito queridos de Fortaleza. Juntos, fundamos o Centro de Tradições Cearenses (CTC) – sem sede, sem brasão, mas com uma existência muito real em almoços e cafés que sempre afastaram a saudade da cidade natal. Márlio, Rafaella e Amélie; Luísa, Geciola e Uirá; Adriano; Hilde; Francisco e Valdiran; Carmen e Ana Javes, Anna; e os membros honorários, Thaís, Guigô e Flávia: obrigada por ser nossa família cearense em Porto Alegre. À Valdicélia, pelas visitas sempre agradáveis à nossa casa, por espalhar a alegria com sua presença, pelas viagens à praia da Peroba nos finais de ano, pelas palavras sempre encorajadoras.

Ao longo da pesquisa, por meio de congressos e indicações de colegas, fui descobrindo outros antropólogos e antropólogas que estavam iniciando ou que haviam concluído etnografias



sobre ritos contemporâneos de casamentos no Brasil. Juntos, formamos uma rede, que se mobiliza principalmente por meio do grupo de *Whatsapp* “Etnografias de Casório”. Nesse espaço, trocamos ideias sobre nossas respectivas experiências de campo, assim como indicações bibliográficas, e também compartilhamos nossas produções. Por toda a ajuda, agradeço a Breno Alencar (UFPA), Marina Blank (UFPB), Cristina Marins (UFF), Michele Escoura (Unicamp).

Aos meus leais amigos-irmãos, Lucas e Marília, Aline e Lúcio, Karol e Daniel e Ana Flávia, agradeço pelos desabafos e encorajamentos. À Mayrá, por ser amiga, por ajudar a procurar interlocutoras, por se ocupar em conseguir cópias de livros difíceis na Biblioteca Nacional e enviá-los a Porto Alegre. Ao Guilherme Sobrinho e à Mariana Pessoa, da Fundação de Economia e Estatística do Rio Grande do Sul (FEE), pelo exemplo de relevante trabalho de pesquisa e pela amizade.

A Deus e a Santa Teresinha, presenças reais em cada insegurança, problema e em cada descoberta e conquista desses quatro anos. À Lilia Medeiros e tantos amigos que me sustentaram com suas orações. Aos meus pais, Hermano e Maria das Graças, pelo encorajamento constante e por todo o suporte dado à filha que decidiu mudar de cidade para cursar o doutorado. Ter pais bibliotecários, com grande amor à educação e à pesquisa e compreensivos com as exigências desse tipo de trabalho é um privilégio que não posso deixar de reconhecer e agradecer. Ao meu irmão Germano, pelo exemplo diário de garra.

Por fim, agradeço ao meu amado Ricardo César, que esteve junto do começo ao fim deste desafio, enquanto também fazia seu próprio doutorado. Obrigada pelas leituras, pelos comentários críticos, pela companhia nos estudos, mas principalmente pela vida compartilhada e pelo amor que permanece.

## RESUMO

Desde a década de 1970, o número de casamentos no Brasil vem diminuindo significativamente. Novos arranjos familiares e formas de viver a conjugalidade ganharam espaço. A importância de ritualizações foi colocada em xeque por muitos casais que rejeitavam a ideia de formalizar suas uniões. O início do século XXI, no entanto, marca um renovado interesse dos casais em marcar a transição para o casamento com eventos cada vez mais elaborados, em uma tendência que já foi chamada de a "revanche do ritual" (SEGALLEN, 2003). Em 2016, o investimento dos casais brasileiros em festas de casamentos rendeu cerca de 16 bilhões de reais (o equivalente a aproximadamente 5 bilhões de dólares) em ganhos para o setor de eventos, segundo o Instituto de pesquisas Data Popular. Acompanhando o crescimento desse mercado desde 2011, o Instituto vem registrando uma tendência de crescimento, mesmo em meio à crise econômica pela qual passa o país. O quadro é de um crescente interesse por complexos eventos de casamento, performados por homens e mulheres pertencentes a camadas médias urbanas. A partir de dados demográficos do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), sabe-se que, nas últimas décadas, as pessoas casam-se menos. Por outro lado, a etnografia aqui apresentada permite afirmar que, quando decidem casar-se, sujeitos de camadas médias da população brasileira optam por marcar essa passagem com eventos cuja preparação exige um grande investimento de tempo e recursos financeiros. Nesta tese, apresento análises sobre este fenômeno, com base na etnografia que realizei entre os anos de 2013 e 2016, junto a sujeitos que protagonizam a organização de tais eventos. Trata-se de mulheres pertencentes a camadas médias urbanas, com formação superior e financeiramente independentes. Em vários dos casos observados, tais mulheres assumem a totalidade ou a maior parte dos gastos com o evento. A etnografia aqui apresentada se desdobrou em entrevistas em profundidade realizadas com noivas, acompanhamento de organizadoras de casamentos, observação participante em feiras do setor nas cidades de Fortaleza, Porto Alegre e São Paulo, participação em grupos virtuais de noivas e entrevistas com agentes deste mercado. Como resultado, destaco a compreensão de que os ritos contemporâneos aqui descritos nada tem de tradicionais no modo como são performatizados, mas representam novas formas de demarcar uma passagem cujos significados estão em transformação. Com os grandes eventos, os sujeitos procuram produzir lastro simbólico para suas uniões, em um momento no qual as relações são percebidas como cada vez mais voláteis. Além disso, esta tese apresenta reflexões sobre a invisibilidade dos ofícios que envolvem o cuidado, aqui representados na figura das cerimonialistas. Essas e outras questões são discutidas ao longo dos capítulos que compõem esta pesquisa sobre os ritos contemporâneos de casamento no Brasil e o mercado a eles dedicados.

Palavras-chave: Mercado de casamentos no Brasil, Antropologia econômica, Etnografia de mercados, Conjugalidades.

## **ABSTRACT**

Since the 1970s, marriage rates in Brazil have been decreasing significantly. New family arrangements and ways of conjugality have gained space. The importance of marriage as an institution was put in check by many young couples who rejected the idea of formalizing their relationships through a traditional wedding ceremony. However, the beginning of the 21st century was marked by a renewed interest in marriage in a trend that has been called the "revenge of ritual" (SEGALEN, 2003) specially among the urban middle class.

This scenario poses an important question. Based on demographic data from the Brazilian Institute of Geography and Statistics (IBGE), it is possible to affirm that in the past 40 years people tend to marry less and later in life. Still, despite Brazil's economic crisis, in 2016 the amount invested in wedding parties was circa 16 billion Brazilian Reais - the equivalent to 5 billion Dollars - according to the Data Popular Research Institute following the total growth of the country's wedding industry since 2011.

The data gathered throughout my fieldwork add to the perception that when Brazilian middle-class subjects decide to engage in marriage, they tend to mark this passage with grand scale events that demand great emotional, financial and time investment.

This thesis presents an ethnographic study carried out from 2013 to 2016 among people involved in the planning, production and consumption of such events. They are wedding planners and middle class, educated and financially independent women that, in several of the observed cases, choose to finance most or even the integrality of the event. I conducted in-depth interviews with brides and relatives, collected data from Whastapp and Facebook groups, worked along side with wedding planners and visited wedding Fairs, bridal shows and exhibitions in Fortaleza, São Paulo and Porto Alegre.

This ethnographic experience leads me to stress that contemporary wedding ceremonies are not necessarily traditional in the ways they are performed by wedding planners and brides to be, but represent new meanings and practices attached to modern wedding rituals. With this kind of event, subjects strive to produce symbolic ballast to anchor their formal unions in a time in which personal relationships are perceived as being increasingly volatile and not made to last.

This thesis also presents a reflection on feminized labour, notably emotional labor and care work conducted by wedding planners, ceremonialists and other female professionals involved in wedding ceremonies.

**Keywords:** Brazilian wedding industry; Economic Anthropology; Market Ethnographies; Wedding Planners; Conjugalities.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Taxa de nupcialidade legal - Brasil - 1974-2010 (IBGE, 2010). .....	46
Figura 2 Transição da fecundidade no Brasil: 1940-2020 (ALVES e CAVENAGHI, 2012)..	47
Figura 3 Distribuição percentual das pessoas segundo tipo de união (ALVES e CAVENAGHI, 2012). .....	48
Figura 4 Taxa de nupcialidade legal - Brasil - 1999-2008 (IBGE, 2010) .....	48
Figura 5 Robes bordados usados pelas noivas e parentes enquanto fazem penteado e maquiagem. Pensados como produtos menos importantes, que pouco aparecerão em fotografias, são itens nos quais as noivas se dispõem a investir valores menores. ....	75
Figura 6 "Lágrimas de alegria": lenços de papel que são distribuídos às convidadas antes da cerimônia, comumente em embalagens com o monograma dos noivos e a data da festa. Registro cedido por uma das noivas pesquisadas. ....	80
Figura 7 "Vale-conforto": senhas em papel, para controle da entrega das sandálias. Algumas noivas enfeitam as senhas com pequenos chinelos ou sapatinhos em acrílico.....	84
Figura 8 Caixetas para doces. Fonte: registro de campo. ....	89
Figura 9 Mesa com bem-casados. Fonte: registro de campo.....	90
Figura 10 Pista de dança no momento da montagem .....	92
Figura 11 Pista de dança, já montada .....	92
Figura 12 Pista, durante a festa.....	93
Figura 13 Montagem do cenário do bolo. Registro de campo.....	95
Figura 14 Noiva no cenário do bolo. Registro de campo. ....	96
Figura 15 Figura 10 Bolo "fake" pronto para entrega, na casa da fornecedora. Registro de campo. ....	97
Figura 16 Gráfico 1. Linda, cliente de Regina. ....	101
Figura 17 Gráfico 2. Janaína, cliente de Regina.....	102
Figura 18 Gráfico 3. Vera.....	103
Figura 19 Gráfico 4. Isabel, cliente de Regina. ....	104
Figura 20 Glamour Noivas Fest: aspecto geral da feira. Registro de campo. ....	122
Figura 21 Profissional atende em <i>stand</i> na feira Glamour Noivas Fest. Coleção de vestidos para aluguel é exibida com auxílio de um <i>tablet</i> . Registro de campo. ....	122
Figura 22 Expo Noivas: vitrine com vestido e passarela no tom de rosa que identifica a feira. Registro de campo. ....	139
Figura 23 Expo Noivas: Casais de noivos se aproximam do balcão e folheiam catálogos com opções de convites, enquanto funcionária da empresa os auxilia. Registro de campo.....	141
Figura 24 Modelo desfila vestida de noiva.....	143
Figura 25 Público fotografa vestidos durante desfile. ....	143
Figura 26 Profissionais vestem noiva durante a feira. Registro de campo.....	145

Figura 27 Vestida de noiva, cliente senta-se à mesa para ler orçamentos. À direita, vê-se outra cliente, em trajes de noiva, refletida no espelho do <i>stand</i> . Registro de campo. ....	146
Figura 28 À esquerda, modelo se dirige à passarela, usando um vestido de noiva. No centro, usando roupas e calçados pretos, profissionais conversam no <i>stand</i> . À direita, noivos fazem orçamento de serviços com profissionais. Registro de campo. ....	147
Figura 29 Público assiste à apresentação musical de uma banda de baile. ....	147
Figura 30 Público circula nos corredores da feira. ....	147
Figura 31 Os bem-casados, doce de origem portuguesa e típico dos casamentos brasileiros, preparados com recheio de <i>blueberry</i> (mirtilo), fruta pouco conhecida no Brasil. Registro de campo. ....	152
Figura 32 Drone sobrevoa público que assiste a desfiles na passarela central da feira. O instrumento aparece iluminado em cores chamativas. Registro de campo. ....	153
Figura 33 "Toalhas refrescantes": embalagem contendo o produto. Registro de campo. ....	155
Figura 34 Anúncio das toalhas no site do fornecedor. ....	155
Figura 35 Lembrancinha: entre as opções, estava o sabonete artesanal em formato de maçã do amor. ....	158
Figura 36 Sabonete artesanal e caixa de madeira. ....	158
Figura 37 Buquês feitos com sapos de feltro foram apresentados, na feira, como opção para a "hora de jogar o buquê". A noiva finge que vai jogar o buquê real e, em vez disso, arremessa os sapinhos, como forma de brincar com as amigas em busca de um príncipe. ....	158
Figura 38 "Kit ressaca": opção de lembrancinha, inclui caixas em papelão, semelhantes àquelas utilizadas para medicamentos, que podem ser personalizadas com o nome do casal. Para ser preenchidas com itens como antiácidos e analgésicos, não incluídos. ....	158
Figura 39 Últimos acertos na preparação do <i>buffet</i> . Dezembro de 2015. ....	181
Figura 40 À tarde, no <i>buffet</i> , a gerente do cerimonial confere se cada item da decoração está de acordo com as especificações da noiva, a partir de uma lista preparada por Regina. ....	181
Figura 41 Marina, em Fortaleza. Montagem do cenário da cerimônia. Setembro de 2015. .	185
Figura 42 Durante a cerimônia. No fundo, à esquerda, de preto: assistente da equipe de Regina. ....	185
Figura 43 No <i>buffet</i> , no cenário do bolo. Duas assistentes auxiliam a equipe de fotografia, segurando o véu da noiva no alto, conforme pedido do fotógrafo. Setembro de 2015. ....	186
Figura 44 Placa em material plástico, utilizada para conduzir as alianças, amarradas com fita de cetim, até o altar. Foto feita por Regina. ....	189
Figura 45 Outro modelo de porta-alianças utilizado pela equipe de Regina. ....	189
Figura 46 Placa "Lá vem a noiva", do acervo da empresa de Regina. ....	190
Figura 47 Assistente do cerimonia montando a mesa que deverá funcionar como "receptivo dos padrinhos", no pátio de uma igreja, horas antes da cerimônia. Nessa mesa, a equipe de cerimonial disponibiliza água, lenços de papel e balas. ....	191

Figura 48 Assistente de cerimonial prende flor na lapela de um dos padrinhos do casamento com um broche de segurança, logo que ele chega ao local da cerimônia religiosa.....	191
Figura 49 Assistentes da equipe de cerimonial recebem a noiva, ainda no carro, logo que ela chega ao <i>buffet</i> . Oferecem-lhe opções de comida e bebida da festa e a ajudam a retocar a maquiagem. ....	192
Figura 50 Minutos antes da entrada da noiva no templo. Regina está junto à porta, enquanto duas assistentes, do lado de dentro, esperam o comando para a abertura. Do lado de fora, arrumamos o véu para os registros da equipe de fotografia. ....	192
Figura 51 Padrinhos e madrinhas de casamento seguram <i>sparkles</i> acesos na saída dos noivos. Fonte: acervo de fotografias da cerimonialista.....	193
Figura 52 Mensagem de agradecimento enviada a Regina por cliente (1).....	198
Figura 53 Mensagem de agradecimento enviada a Regina por cliente (2).....	198
Figura 54 Mensagem de agradecimento enviada a Regina por cliente (3). A captura de tela de cada uma dessas mensagens foi compartilhada por Regina no grupo de Whatsapp das funcionárias da Delicadeza, do qual eu fazia parte. ....	198
Figura 55 Mensagem de agradecimento enviada por cliente (4).....	199
Figura 56 Regina utiliza serviços <i>online</i> de georreferenciamento para divulgar seus compromissos profissionais em seu perfil no Facebook. ....	222
Figura 57 Regina publica sua ida a um café para reunião com cliente. As faixas em cinza correspondem aos nomes de clientes e colegas de Regina. ....	222
Figura 58 Imagem publicada pela pesquisada em suas redes sociais para divulgar a realização dos casamentos de clientes. ....	223
Figura 59 Em Fortaleza, uma associação de cerimonialistas divulga conteúdos alertando às clientes sobre os <i>perigos</i> associados a profissionais inexperientes. Material divulgado nas redes sociais de Regina. ....	238
Figura 60 Profissionais auxiliam a noiva na sessão de fotos após a cerimônia, alinhando o véu e a cauda do vestido conforme ela se desloca. Registro de campo. ....	269
Figura 61 Equipe ajuda noiva a descer alguns degraus, no local da recepção. Registro de campo. ....	269
Figura 62 Charge: "A difícil participação do homem no casamento". Fonte: Pinterest.....	271
Figura 63 "Cabeça de noiva e cabeça de noivo". Fonte: site "Casamentos.com". ....	271
Figura 64 Tirinha "preparativos para o casamento". Fonte: site "Mulher de 30".....	272
Figura 65 Evento "Dia do Noivo", promovido em dezembro de 2015, em Fortaleza. Um dos ambientes do estabelecimento. ....	274
Figura 66 Barbearia com serviços para noivos. Segundo uma cerimonialista presente: "A decoração foi pensada para refletir o universo masculino". ....	276
Figura 67 Um dos noivos presentes ao evento participa de demonstração dos serviços da barbearia. ....	276

Figura 68 - Meme "Profissão do momento: noiva". Fonte: site "casamentos.com" .....	279
Figura 69 Meme "Quem disse que ser noiva é fácil?". Fonte: Site "Criar meme".....	279
Figura 70 Meme: "Ser noiva é...". Fonte: blog "Noivas surtadas" .....	280
Figura 71 Meme "feriado de noiva". Fonte: blog "Uma linda promessa".....	280
Figura 72 Meme "ser noiva é...". Fonte: Pinterest.....	281
Figura 73 Meme "pensando no meu casamento". Fonte: Pinterest.....	282
Figura 74 Convite de padrinhos preparado por Laura.....	300
Figura 75 "Inspire-se": Imagens que Laura imprimiu e distribuiu junto com os convites dos padrinhos e madrinhas.....	302
Figura 76 Meme faz humor com a comunicação virtual constante entre noivas.....	335
Figura 77 Sobre o mesmo tema, outro meme muito compartilhado. Fonte: grupos de noivas de Whatsapp.....	336
Figura 78 Cartões de crédito com lembretes: "antes de usar, lembre-se de que você vai casar!". Fonte: imagem compartilhada em grupos de Whatsapp.....	339
Figura 79 Na experiência das noivas, a ideia de um temporário "desleixo" figura como uma das simbologias que representam o período liminar e a transição ritual. Fonte: imagem compartilhada em grupos de Whatsapp.....	342
Figura 80 Cenas do "Save The Date" do casamento de Linda.....	376
Figura 81 Imagem compartilhada em grupos de noivas sobre os papéis de noivas e noivos nos preparativos.....	379

## SUMÁRIO

<b>Introdução</b> .....	<b>19</b>
I. A volta dos grandes casamentos? .....	19
II. Em campo: mergulhando no universo dos casamentos.....	25
II.I. No meio da etnografia, a antropóloga fica noiva .....	39
III. Contextualização - Nova ordem matrimonial .....	44
III.I. Coabitação: do amasiamento ao test drive .....	50
<b>PRIMEIRA PARTE: CONHECENDO O "CASAMENTO ESPETÁCULO" .....</b>	<b>56</b>
<b>1. "DO QUE É FEITO UM SONHO?" .....</b>	<b>56</b>
1.1. Quanto custa?.....	57
1.1.1. “Classes de noivas”, “classes de casamentos” .....	60
1.1.2. Orçamentos superados .....	64
1.2. Do que precisa?.....	68
1.2. 1. “Investir no <i>essencial</i> , economizar nos <i>detalhes</i> ”: classificações em torno das ideias de perenidade e efemeridade.....	68
1.2.2. Quando o acessório é essencial .....	77
1.2.3. Segurando o convidado: Havaianas e energéticos .....	80
1.2.4. Quando a comida é atração .....	85
1.3. “Vai tudo pra planilha, se não eu enlouqueço”.....	99
1.4. O lugar do vestido no casamento espetáculo .....	105
1.5. Cortando custos, mantendo “o sonho”.....	108
<b>2. FEIRAS DE NOIVAS: ENTRE “MODERNIDADE” E “TRADIÇÃO”, O MERCADO PERFORMA OS CASAMENTOS .....</b>	<b>117</b>
2.1. Aprendendo a sonhar: ir às feiras para “ver o que um casamento precisa” .....	117
2.2. Aprendendo a negociar: indo às feiras com metas estabelecidas .....	123
2.3. Grupos de rodadas: no <i>Whatsapp</i> , a feira de noivas é permanente.....	130
2.4. Uma fábrica de noivas .....	139
2.5. Da indústria de petróleo ao mercado de casamentos .....	149
2.6. Novidades “diretamente dos Estados Unidos” .....	151



2.7. Um rito tradicional? .....	158
<b>SEGUNDA PARTE: DENTRO DO MERCADO .....</b>	<b>171</b>
<b>CAPÍTULO III – CERIMONIALISTA: A “MÃE DA NOIVA” DE ALUGUEL</b>	<b>171</b>
3.1. Inserindo-me na empresa .....	173
3.2. Regina e a Delicadeza .....	175
3.3. O time da Delicadeza .....	178
3.4. A assistente ideal .....	183
3.5. Por amor ou por dinheiro? .....	197
3.6. Um mercado à prova de crise? .....	210
3.7. Trabalho relacional, intimidade .....	213
3.7.1. Um momento crítico e as contrapartidas não-obrigatórias.....	216
<b>4. ORGANIZANDO CASAMENTOS, ARTICULANDO REDES SOCIAIS .....</b>	<b>220</b>
4.1. Movimentando-se entre redes e projetos .....	220
4.1.1. “Glamour” e outros capitais .....	230
4.2. Teoria e prática .....	232
4.3. Redes de cerimonialistas .....	234
4.4. Redes abertas, redes fechadas .....	239
4.5. Cerimonial, controle do evento e persuasão .....	246
<b>TERCEIRA PARTE – VIDA DE NOIVA .....</b>	<b>265</b>
<b>5. ENTRANDO EM UMA TRAMA DE PARENTESCO .....</b>	<b>265</b>
5.1. O casamento é o dia da noiva?.....	265
5.1.2. Dia do noivo .....	273
5.1.3. Noivas profissionais .....	276
5.2. O cortejo e a trama familiar .....	287
5.2.1. Cortejo, padrinhos, madrinhas: possíveis origens da tradição. ....	289
5.2.2. <i>Bridesmaids</i> à brasileira .....	292
5.2.3. Quem escolhe os padrinhos? .....	298
5.2.4. Constituindo laços de parentesco performativo .....	307
5.3. A lista de convidados e os <i>palpites</i> .....	315

<b>6. CONSUMINDO UM RITO DE PASSAGEM .....</b>	<b>322</b>
6.1. Um rito de passagem contemporâneo .....	322
6.2. "Amizades de noiva": consumo, liminaridade e communitas em um rito de passagem contemporâneo .....	324
6.2.1. Liminaridade e despojamento da aparência pessoal. ....	337
6.2.2. “Noivinhas perigosas”: liminaridade e perigo .....	343
6.3. "Jogando na rede": lógicas afetivas de punição a maus fornecedores .....	344
6.4. Celebrando as amizades de noiva: os chás de panela. ....	355
6.5. A “amiga falsiane”: competição e inveja entre noivas. ....	365
6.6. Engajando o noivo. ....	370
<b>CONCLUSÃO.....</b>	<b>381</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>387</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>397</b>
<b>Anexo 1 – Planilha de <i>checklist</i> de Regina.....</b>	<b>397</b>
<b>Anexo 2 – Entrevistas em profundidade com noivas .....</b>	<b>402</b>

## INTRODUÇÃO

### I. A volta dos grandes casamentos?

*Não é todos os dias que o etnólogo encontra uma ocasião tão propícia para observar, em sua própria sociedade, o crescimento súbito de um rito (LÉVI-STRAUSS, 2008, p. 12)<sup>1</sup>.*

*Façamos a retrospectiva: até a metade do século XX, casar era quase obrigatório. Com o feminismo, o matrimônio perdeu força. Nos anos 1990, teve sua fase "cafona". Ninguém estava muito afim de usar vestido virginal em festas cheias de parentes. Quase 15 anos após a virada do milênio, véu e grinalda voltam a povoar os desejos femininos. **Toda mulher quer casar**<sup>2</sup>.*

Nas mais diversas sociedades e épocas, a formação de casais e de unidades familiares tem sido uma constante universal. As alianças são estabelecidas mediante diferentes tipos de cerimônias, usualmente eventos públicos, como forma de inscrever os pares nas redes existentes de parentesco e assimilá-los à ordem social mais abrangente. A formação de arranjos familiares aparece relacionada com atividades fundamentais, como a produção, o consumo e a reprodução social. Em muitas sociedades, em torno da instituição do casamento, são definidos papéis sexuais e na divisão do trabalho, assim como os *status* sociais.

No mundo ocidental, a Igreja Católica foi a instituição responsável pelo estabelecimento de uma rígida conexão entre religião e a união conjugal. É quando o casamento deixa de ser contraído livremente, e a criação de um vínculo jurídico deixa de ser premissa da vontade de particulares para se submeter a um poder público. Com a formação dos estados modernos, o casamento se torna também matéria de amplo interesse e regulação

---

<sup>1</sup> O comentário de Lévi-Strauss foi motivado pela polêmica gerada nos jornais franceses em dezembro de 1951, a respeito da suposta paganização do natal, em virtude da popularização da figura do Papai Noel, mas pode ser facilmente trazido para o contexto em análise, em que os ritos de casamentos assumem uma dimensão antes desconhecida.

<sup>2</sup> Revista Gente, Julho/2013.

da autoridade civil (DURKHEIM, 2008, p. 194). As tendências laicizantes, contudo, não alteram o fato de que a concepção cristã segue a nortear de forma importante o imaginário ocidental sobre os casamentos. Tendo representado uma ruptura radical na história desse tipo de união, o modelo sacramental marcou o casamento com os traços distintivos da monogamia, da indissolubilidade, do consenso mútuo e do acesso ao exercício da sexualidade voltado à procriação (SEGALEN, 2003, p. 28-29). Se acomodando aos fluxos históricos e resistindo às tendências secularizantes em curso nos últimos séculos, tais características seguem fazendo parte da concepção do casamento nas sociedades complexas contemporâneas.

Monogâmico, indissolúvel, consentido, voltado à geração de uma descendência. A essas características próprias do sacramento cristão, se somaria ainda o ideal romântico, consolidando, no século XIX, as bases do modelo de vínculo conjugal que se justifica pela paixão amorosa. O casamento nas sociedades complexas contemporâneas se firma, então, como um tipo peculiar de união que deve, idealmente, brotar de "uma atração pessoal - física, social e mental - de aparência e temperamento", e visar primordialmente à satisfação pessoal (MACFARLANE, 1990, p. 326). Por fim, em consequência da centralidade adquirida pelo sentimento amoroso, o casamento ganha nova importância na vida dos indivíduos, que agora podem, de maneira justificada, "colocar sua relação conjugal à frente e acima dos vínculos com os pais e os irmãos" (MACFARLANE, 1990, p. 134).

O modelo que o senso comum identifica como o "padrão tradicional de casamento" alcançou o auge de sua força nas décadas de 1950 e 1960. O casamento por amor apresenta-se então como um ideal de conquista da liberdade e felicidade individuais, mas também como a única forma legítima de constituir uma família (PINKSKY, 2014). Nesse período, se registram altas taxas de nupcialidade na França (SEGALEN, 2003, p. 79), nos Estados Unidos, Europa e Escandinávia (COONTZ, 2005)<sup>3</sup>, assim como no Brasil. Após esse período,

---

<sup>3</sup> A historiadora Stephanie Coontz assim descreve a chamada "*era de ouro dos casamentos*": "com o fim da guerra, a maioria dos homens e mulheres se apressaram em casar e formar famílias. Na maior parte da Europa e por toda a América do Norte, as idades de casamento despencaram e as taxas de nupcialidade subiram. Em 1950, as mulheres norteamericanas estavam casando em uma idade mais precoce que em qualquer período da metade de século anterior. No final da mesma década, a idade do casamento alcançou o ponto mais baixo já registrado. Em 1959, aproximadamente metade de todas as mulheres já estavam casadas aos dezenove anos, e 70 por cento

contudo, teria fim a era de ouro do chamado "casamento tradicional". Transformações nos tipos de arranjos familiares e de uniões socialmente aceitas, assim como redefinições nos papéis conjugais, seriam acompanhadas de uma queda brusca no número de casamentos e nas taxas de natalidade, em vários países<sup>4</sup>. Na esteira dessas mudanças, alterações legislativas asseguraram à mulher um maior grau de autonomia. Junto à queda no número de casamentos, os arranjos conjugais não-formalizados<sup>5</sup> vão deixando de ser vistos como transgressão e passam a gozar de aceitabilidade cada vez maior. A partir da década de 1970 cresce, junto aos jovens dos países industrializados, a rejeição à instituição do casamento e ao ritual de passagem a ela relacionado. O casamento foi então declarado "instituição falida" e até mesmo manuais de etiqueta registravam a desaprovação dos jovens à "formalidade excessiva". As décadas de 1970 e de 1980 registraram avanços rumo a uma maior autonomia das mulheres, que conquistaram mais espaços no mercado de trabalho formal e puderam usufruir da sexualidade com um novo grau de liberdade, graças à popularização das pílulas contraceptivas. Traçava-se, então, o que parecia uma trajetória emancipatória linear, de rupturas com formas tradicionais de ser mulher - o que se mostra errado quando, nas décadas seguintes, "muitas delas voltaram rápido ao tradicional casamento, ainda uma das melhores opções em termos afetivos, econômicos e sexuais" (DEL PRIORE, 2013, p. 6).

Nos últimos anos, no Brasil, uma mudança tem acompanhado os rituais de casamentos. Entre homens e mulheres pertencentes às camadas médias urbanas, observa-se o interesse crescente na realização do rito com grandes festejos, transformando-se a boda em

---

estavam casadas aos 24 anos. Os homens também estavam casando-se mais jovens e em maior quantidade. [...]. O entusiasmo pós-guerra com o casamento não foi um fenômeno unicamente norteamericano. Na Europa, Escandinávia, assim como na Austrália e na Nova Zelândia, a idade no casamento diminuía, as taxas de nupcialidade se elevavam e as taxas de divórcio despencavam (COONTZ, 2005, p. 225).

<sup>4</sup> As mudanças nos números de casamentos e divórcios são tratadas com mais detalhamento na próxima seção desta tese, a contextualização sobre "A nova ordem matrimonial", que diz respeito às transformações demográficas ocorridas nas últimas décadas, no Brasil.

<sup>5</sup> A historiadora Silvia Arend chama a atenção para o fato de que os modelos conjugais referentes à chamada "moral dominante" não necessariamente refletem as condições de vida dos grupos populares. "Os estudos históricos das décadas de 1950 e 1960, influenciados pela chamada teoria da modernização, propunham um padrão de evolução para a família brasileira - da 'família patriarcal' para a 'família nuclear burguesa'. Nessa perspectiva teórica, no século XX, a família extensa teria atingido a forma nuclear a partir das pressões da industrialização. As famílias dos grupos sociais que se encontravam fora desse processo eram consideradas, por estes intelectuais, como desviantes ou desestruturadas" (ARENDE, 2001, p. 50). Entre os grupos populares predominavam arranjos conjugais de coabitação.

um espetáculo aparentemente anacrônico. Os elementos de um casamento "tradicional" são facilmente reconhecíveis: a cerimônia religiosa, o vestido branco da noiva, uma recepção com convidados. Contudo os casais deste início de século apresentam cada vez mais o interesse de fazer de seus casamentos grandes festas. Não apenas a boda se alonga em duração, mas novas etapas se impõem como ritualizações necessárias, de que são exemplos as festas de noivado, os chás de panelas, as despedidas de solteiras. É a perplexidade diante desse paradoxo que move a realização dessa pesquisa: estaríamos retrocedendo, então, com a moda de um rito que parece tão tradicional? As grandes festas de casamento promovidas hoje por casais de classes médias nos centros urbanos brasileiros seriam mesmo "tradicionais"? Afinal, quais valores estão sendo expressados pelos sujeitos que optam pela elaboração de longos, custosos e complexos ritos de casamento contemporâneos?

Essa tese pretende apontar aspectos sobre a consolidação, no Brasil, da tradição dos casamentos-espetáculo (SEGALEN, 2003), e discutir sobre como se expande um mercado voltado para a realização desses eventos. Ao lado do crescimento da chamada *indústria dos casamentos*, está em curso uma reinvenção das tradições relacionadas a esse rito, refletindo o renovado interesse dos agentes em uma instituição cuja falência fora tão propalada nas décadas anteriores. Refletindo a reinvenção da tradição dos casamentos, alcança grande crescimento nos últimos anos, no Brasil, o chamado "mercado dos casamentos": o campo econômico voltado para a realização de festas nupciais, que também é objeto de interesse nesta pesquisa. Aparentemente desacreditado por algumas décadas, o "sonho do casamento" volta a mobilizar o imaginário das brasileiras. Diferentemente da década de 1950, entretanto, já não aparece como uma fantasia de *moçoilas casadoiras*, futuras *rainhas do lar*, mas se consolida como *projeto* de mulheres emancipadas, profissionais com formação superior. À frente dos preparativos de grandes eventos de casamento, as *noivas* apresentadas nesta tese são mulheres pertencentes a camadas médias, com formação superior e carreiras profissionais estabelecidas, que não raro coabitam com seus namorados previamente à boda. São mulheres "modernas", "emancipadas", que em um determinado momento de suas vidas decidem não apenas formalizar a união com seus parceiros, como também marcar esse momento com cerimônias e festas de casamentos que algumas delas descrevem como "tradicionais". O que

motiva essas mulheres a casar? Afinal, por que a cerimônia e festa se colocam, para elas, como um projeto subjetivo importante, a ponto de justificar um grande investimento de tempo, energia e recursos financeiros? - eis a questão a que desejo responder.

Essa pesquisa trata, portanto, de um fenômeno atual, que é a franca ascensão dos ritos de casamentos na sociedade brasileira, assim como em todas as sociedades capitalistas ocidentais. Como registra a antropóloga francesa Martine Segalen:

Nos países industrializados, a linguagem das núpcias se torna, cada vez mais, contaminada por aquela do espetáculo: toda uma indústria de festas se desenvolve e não é raro que se contratem "animadores" para a ocasião. O casamento é um "evento" cujo planejamento deve ser bem sucedido, um dia de felicidade no qual os noivos serão as estrelas principais. Atualmente, fala-se em festas de casamentos como "fascos" ou "sucessos", adjetivos que não fariam nenhum sentido há apenas trinta anos (SEGALEN, 2003, p. 94, tradução minha).

Para elucidar as questões acima propostas, optei por investigar as bodas não em sua performatização final, mas na atividade cotidiana que implica preparar as cerimônias e recepções. Assim, mais que nas cerimônias que representam o ponto alto do rito, a pesquisa aqui apresentada volta-se às etapas anteriores do ápice ritual. Os objetivos desse estudo se limitam, assim, a considerar apenas "o casamento como ato e não como estado", como na fórmula sugerida pelo historiador Jean-Claude Bologne (BOLOGNE, 1999, p. 14). A partir da preparação desses eventos, observada por meio das experiências de noivas, fornecedores de diversos segmentos e cerimonialistas, penso ter elementos para discutir, de forma abrangente, os múltiplos agenciamentos que informam o mercado de casamentos e que influenciam os modos de casar nos dias de hoje. Como escreve o historiador Georges Duby, é pela instituição matrimonial e por meio das regras que presidem essas alianças, "que as sociedades humanas, inclusive aquelas que se pretendem mais livres e que têm a ilusão de sê-lo, governam seu futuro" e "tratam de perpetuar a manutenção de suas estruturas" (DUBY, 2013, p. 13). Aceitando a premissa desse autor, é possível compreender como, por seu caráter determinante da reprodução social, a instituição do casamento oferece, também nas sociedades complexas, uma via importante para a investigação dos valores em torno dos quais se estruturam as vidas

de homens e mulheres em um dado momento da história. Nesta tese, por meio de uma pesquisa etnográfica sobre o emergente mercado das noivas, pretende-se também, de modo mais abrangente, observar permanências e mudanças com relação aos significados atribuídos à instituição do casamento.

Ouvindo as narrativas e acompanhando as trajetórias da construção de ritos de casamentos contemporâneos, observei a realização de eventos que, embora categorizados pelos meus interlocutores como "clássicos", tomavam formas e dimensões muito distintas dos casamentos de gerações anteriores. Os mesmos sujeitos que classificavam seus casamentos como "tradicionais", também faziam questão de registrar a característica distintiva dos eventos de hoje. Eu ouvia, tanto das organizadoras de festas como das noivas, comparações entre os casamentos atuais e os de um tempo em que "casar era mais simples". De mães de noivas, eu escutava queixas sobre como suas experiências na preparação dos próprios casamentos, décadas antes, não as habilitava a ajudar quando chegava a hora de casar as filhas. Tudo havia mudado, casamento agora demandava novos investimentos, novas etapas e serviços desconhecidos para elas. Casamento havia se tornado "assunto para profissionais". Ficava claro para mim que "clássicos" e "tradicionais" eram agora noções ressignificadas, agenciadas por um mercado consolidado e em constante expansão. Gradativamente, ofertas do mercado se apresentavam como tendências, podendo se consolidar como novas tradições incorporadas à performatização do rito. Produtos que há menos de dez anos não estavam presentes no cenário dos casamentos se tornavam necessidades: "as convidadas hoje já chegam às festa perguntando que horas vão distribuir as sandálias *Havaianas*", dizia a cerimonialista Regina. Da mesma forma, eram objeto de disputas e consensos, nos fluxos discursivos desse mercado, aspectos como o investimento necessário, os objetos e serviços imprescindíveis e os dispensáveis, o que poderia ser feito a mão pela noiva e seus familiares e o que deveria ser deixado a cargo de profissionais. O "sonho do casamento" ganhava novas dimensões justificáveis, consideradas acessíveis também às camadas médias.

Esta é uma tese dedicada a documentar como se desenvolve, ao lado do crescimento da chamada indústria dos casamentos, a reinvenção das tradições relacionadas a esse rito,



consolidadas no fenômeno dos casamentos espetáculo. Por trás de ambas as questões também surge, no foco das atenções desse estudo, o renovado interesse dos agentes em uma instituição cuja falência fora tão declamada nas décadas anteriores.

## **II. Em campo: mergulhando no universo dos casamentos**

No contexto do mercado relacionado às noivas, as feiras especializadas cumprem o importante papel de atualizar referências a respeito do que se espera de um evento do tipo. Além dos produtos que podem efetivamente ser consumidos e dos serviços disponíveis para contratação, esses espaços oferecem às noivas a possibilidade de consumir, mediante o pagamento do ingresso, uma visão ampla do chamado *universo dos casamentos*. Assim, ouvi de algumas pesquisadas sobre a necessidade de visitar feiras para “saber o que é preciso em um casamento”. Mais que oferecer produtos, esses eventos contribuem para performar um mercado, estabelecendo padrões mínimos aceitáveis de investimento de tempo, energia e recursos financeiros para a realização de uma boda.

Por serem espaços abertos ao público e por reunirem, em um mesmo local, clientes e fornecedores do mercado que me interessava pesquisar, as visitas às feiras foram escolhidas como primeiras idas a campo dessa etnografia. Assim, nos primeiros meses do meu trabalho de campo, ao longo do ano de 2013, visitei feiras do mercado e entrevistei noivas para ouvi-las falar sobre os preparativos de seus casamentos. Para a minha primeira incursão nesse universo até então para mim desconhecido, eu escolhi a companhia de duas antigas colegas de trabalho, de Fortaleza, que estavam preparando seus próprios casamentos. Para uma delas, Katarina, era também a primeira visita a uma feira. Eu a acompanhei enquanto visitava *stands* de fornecedores e obtinha orientações de profissionais de organização de eventos. Eles distribuíaam cartões, apresentavam as vantagens de seus serviços e a orientavam a respeito do investimento necessário para realizar a festa, marcada para pouco mais de um ano e meio após aquele dia. Tendo estado presente no primeiro passo de Katarina para a organização de seu casamento, decidi-me a acompanhar sua jornada como noiva. Em conversas pela Internet ou presencialmente, a cada vez que eu ia a Fortaleza, ela me falava, em breves comunicações, ou nas entrevistas em profundidade feitas em diferentes fases dos preparativos, sobre as alegrias

e angústias envolvidas no processo. Durante os preparativos, Katarina sofrera não apenas com as preocupações típicas da organização de um evento para quase trezentas pessoas, mas também com um problema inesperado. Sua cerimonialista, a profissional que contratara para ajudá-la na organização, havia passado por problemas pessoais, e Katarina decidira que iria poupá-la de incumbências excessivas, mesmo que se sobrecarregasse dividindo-se entre as atividades profissionais e muitas tarefas dos preparativos. Eu não a entendia, e naquele momento me perguntava: “por que ela simplesmente não dispensa essa profissional e contrata outra?”. Minha interlocutora não me deixou imaginando essa possibilidade, e logo foi me explicando que não considerava essa hipótese. Para ela, Regina era mais que sua cerimonialista: logo ao se conhecerem, sentiram uma identificação mútua imediata. Em poucos meses, ela sentia que Regina havia se tornado uma verdadeira amiga, e trocar de organizadora naquele momento de dificuldade seria o equivalente a uma traição. Além disso, Katarina dizia, confiava totalmente na capacidade de Regina de ter tudo organizado até o dia do evento. A noiva também havia me indicado a profissional, que descrevia como uma pessoa muito acessível e sempre envolvida em um grande número de eventos, como uma possível pesquisada. A ideia foi descartada logo depois, quando a cerimonialista recebeu a notícia de que seu marido tinha um câncer incurável e decidi não importuná-la com as questões relativas ao meu trabalho.

Desde então, eu seguia a pesquisa frequentando feiras de casamentos não apenas em Fortaleza, mas também em Porto Alegre e em São Paulo. Entre 2013 e 2015, eu participei de diversos eventos, de diferentes portes, voltados para noivas. Como resido em Porto Alegre e vou a Fortaleza ao menos duas vezes por ano, para rever meus familiares, decidi estar presente a eventos de ambas as cidades, conforme fosse possível. Penso que a decisão trouxe mais dados e um marco comparativo que se tornou interessante para a pesquisa. Em Fortaleza, acompanhada de Katarina e Marta, amigas entre si e entrevistadas dessa pesquisa, participei do "VI Glamour Noivas Fest", feira realizada nos dias 21 e 22 de julho, no Centro de Negócios SEBRAE. No mesmo ano, em Porto Alegre, participei do "Encontrinho de Noivas no Espaço Três Figueiras", promovido pela blogueira local Gabrielli Chanas, em 27 de

novembro<sup>6</sup>. Em 2014, fui a São Paulo para participar da "Expo Noivas & Festas, considerada a maior feira de noivas do país. A edição visitada foi realizada entre os dias 6 e 9 de fevereiro, no centro de convenções Imigrantes Exhibition & Convention Center. No mesmo ano, frequentei os eventos realizados em Porto Alegre: a Mostra Noivas, realizada entre os dias 03 e 06 de abril, no Centro de Eventos do Barra Shopping Sul, e a I Mostra Casamento & Cia, realizada no shopping Bourbon Country, de 2 a 4 de setembro. Ainda em 2014, também participei de um bazar beneficente de vestidos da estilista gaúcha Solaine Piccoli, em 25 de maio e de uma das edições do bazar Studio Isoppo, feira mensal de vestidos, em Novo Hamburgo. Dois meses depois, em Fortaleza, visitei o Salão Ambientes Noivas, nos dias 22 e 23 de julho. Já em 2015, estive presente na segunda edição da Mostra Noivas, entre os dias de 23 a 26 de abril, novamente realizada no Centro de Eventos do Barra Shopping Sul. A essa altura, eu já havia percebido que as redes sociais eram um instrumento fundamental para a observação de meu objeto de pesquisa. Minha presença em redes como o *Facebook* e o *Instagram* havia sido instrumentalizada em grande parte para essa finalidade, e eu seguia todas as páginas de fornecedores às quais tinha acesso, categorizando aqueles que já havia entrevistado ou conversado informalmente como prioritários. Assim eu cheguei a saber que começavam a se tornar bastante populares os seminários virtuais para noivas, a exemplo do "Econoivas: Webnar para noivas econômicas", realizado entre os dias 27 de julho e 02 de agosto de 2015, e das palestras *online* proferidas pela psicóloga Bruna Pereira, autointitulada como "psicóloga das noivas". Esse tipo de transmissão simultânea *online* foi mais um recurso útil para que eu permanecesse em contato com as questões pertinentes ao chamado universo das noivas. Conversas informais com interlocutores e dados interessantes para essa pesquisa também foram obtidos em eventos como a Feira Casar, realizada nos dias 18 e 19 de agosto de 2015, em Porto Alegre, seguida de um *workshop* com cerimonialistas. Ainda em 2015, participei de bazares de vestido de noivas em Porto Alegre e em Novo Hamburgo, acompanhando uma das interlocutoras dessa pesquisa. Em momentos posteriores, com a pesquisa mais avançada, pude participar de feiras "do outro lado do balcão", acompanhando

---

<sup>6</sup> O acesso a esse evento foi gentilmente cedido pela blogueira citada, e me possibilitou uma oportunidade de interessantes conversas informais com noivas de Porto Alegre, algumas das quais constam como dados nessa tese.

em seus *stands* fornecedores aos quais eu havia me apresentado em outras ocasiões. Foi o caso dos dois dias da Mostra Casamento & Cia, entre os dias 1 a 3 de setembro de 2015, durante os quais ocupei o *stand* de uma equipe de cerimonial, e do evento Expo Entre Iguais, voltado a casais homoafetivos, realizado em novembro de 2015, ao qual também compareci acompanhando as atividades de uma cerimonialista. Em 15 setembro de 2015, participei, em Fortaleza, da Feira Click Noivas, voltada para um público de classe C. No mesmo ano, acompanhei dois eventos voltados *aos noivos*: uma das edições de um “encontro de noivos” anualmente promovido em Porto Alegre por uma loja de trajes masculinos, e um evento de divulgação de um serviço de “dia do noivo”, realizado por uma barbearia de Fortaleza, em dezembro de 2015. Em novembro de 2015, participei ainda da Bride Week, mostra para noivas realizada em Porto Alegre, acompanhando uma de minhas interlocutoras. Na ocasião, pude entrevistar o idealizador do evento, um empresário interessado em estabelecer sua mostra, voltada a noivas de classes A e B, como mais um dos eventos no calendário anual de feiras de casamentos da cidade.

Em todos esses encontros e mostras, tive a oportunidade de conversar informalmente com noivas e profissionais de todo o país e mesmo de realizar entrevistas em horários de menor movimentação. Nessas ocasiões, registrei entrevistas com cerimonialistas, decoradores de eventos e também um editor de revistas desse segmento. Em alguns casos, ainda, as conversas nas feiras me possibilitaram agendar encontros com interlocutores. Além disso, na maioria dos eventos, eram ministradas palestras às quais pude assistir, voltadas para noivas ou profissionais. Aos poucos, eu me familiarizava com as questões de um universo que até então era para mim desconhecido.

A escolha do trabalho de campo inicialmente desenvolvido nas feiras apresentou, no entanto, algumas dificuldades. As feiras são espaços em que a presença de fornecedores é paga e nos quais, literalmente, “tempo é dinheiro”. Isso fica claro nas abordagens diretas dos fornecedores desses lugares: junto às saudações, acompanhadas de um sorriso e contato visual, estavam sempre as perguntas: “É noivinha? Já tem data?”. Com as indagações, os fornecedores de diferentes segmentos eram capazes de calcular se a pessoa que abordavam

nos corredores era uma cliente potencial, se de fato se tratava de uma noiva com um orçamento e verba para a contratação do serviço ou se era apenas uma curiosa. Para eliminar essa dificuldade, interessada em *perambular* nesses espaços públicos e conseguir de fato interagir com os fornecedores, cheguei a me identificar em algumas ocasiões como noiva, ainda sem data marcada, interessada em começar a conhecer os serviços. Esse foi um dos expedientes utilizados por mim no primeiro dia da feira Expo Noivas. Naquela ocasião, decidi entrar em contato por e-mail, previamente, com as jornalistas responsáveis pela assessoria de imprensa no evento, para conseguir uma entrevista com a fundadora daquele empreendimento. Me interessava, na oportunidade, conhecer as ideias daquela empresária do setor, a respeito do crescimento, nos últimos anos, de um mercado que ela definia como imune à crise econômica e às transformações demográficas. Quais crenças eram subjacentes à descrição do mercado de casamentos, por parte de seus agentes, como “inabalável” diante de circunstâncias críticas? Já no evento, e com a entrevista realizada com a fundadora e com alguns fornecedores que se dispuseram a prestar informações para a pesquisa, voltei a entrar em contato com as assessoras, para agradecer-lhes a ajuda. Muito atenciosas, elas me repassaram materiais úteis, como o *press kit* com dados das feiras, e também ofereceram credenciais de imprensa, que foram úteis em momentos nos quais, após circular como uma cliente regular, desejei apenas observar o público e as interações nos pavilhões sem ser abordada pelos fornecedores.

Penso que, nesse ponto, pode ser proveitoso para os pesquisadores que, como eu, aprendem a se tornar antropólogos, fazer uma breve memória dos obstáculos enfrentados no processo da pesquisa de campo. Por muitos meses, enquanto desenvolvia a minha etnografia, me acompanhava uma sensação de frustração de expectativas. Eu havia idealizado que, em minha pesquisa de campo, veria os dois lados do universo dos casamentos, e que isso seria feito ao acompanhar de perto a organização desses eventos – inicialmente, da perspectiva das noivas e, após, no trabalho cotidiano de uma ou mais cerimonialistas. A possibilidade de participar de cada passo da organização junto a várias noivas, contudo, logo se revelou pouco viável. Eu percebia que as atividades de planejamento do casamento aconteciam misturadas às demais demandas e incumbências cotidianas das potenciais pesquisadas, de modo que, nas

tentativas de acompanhamento desenvolvidas, eu sempre perdia etapas que considerava importantes. A atividade cotidiana de organização dos casamentos era, apesar de toda a mercantilização envolvida, algo inerente ao âmbito doméstico e familiar. Assim, ao passo que me familiarizava com as questões operacionais da organização de casamentos, e enquanto ia adquirindo o vocabulário próprio a essa atividade, eu sentia uma certa frustração com o grau de inserção que até então obtivera, "como se estivesse sempre do lado de fora olhando para dentro" (TURNER, 2013, p. 23). A experiência próxima obtida com a noiva Katarina, e viabilizada pelos laços de amizade e confiança que nos uniam, era difícil de ser reproduzida.

O acompanhamento *pari passu* dos processos de organização de casamentos era acessível, no entanto, às profissionais especializadas nessa atividade, as cerimonialistas. Passei, então, a entrar em contato com várias delas. Por intermédio de amigas, tive acesso a profissionais. Algumas delas me negaram entrevistas alegando “dificuldades de agenda”, ou adiavam e postergavam o compromisso indefinidamente com a mesma justificativa. De uma delas, ouvi: “o meu tempo é dinheiro”. Outras me cederam entrevistas com facilidade, mas negaram de antemão a possibilidade de serem observadas em seu cotidiano profissional. Algumas concordaram em me deixar participar de suas equipes de trabalho durante os eventos, mas classificavam as reuniões com as noivas clientes como "muito íntimas" para que me permitissem a observação. Assim, pude trabalhar em dois casamentos com uma cerimonialista de Porto Alegre, em uma situação inusitada: os eventos da vez seriam casamentos realizados em um *shopping center*, tendo como noivas as vencedoras de uma promoção que divulgava uma feira local. Suponho que, com clientes que não estavam pagando pelo serviço, a cerimonialista certamente se sentiu mais confiante para acrescentar à equipe uma “funcionária” desconhecida e ainda não treinada.

Vale destacar que a dificuldade de inserção da pesquisadora no espaço privado de trabalho dos cerimonialistas não foi uma experiência vivida unicamente por mim, mas também foi registrada recentemente pela antropóloga Cristina Teixeira Marins, em sua dissertação sobre a profissão dos cerimonialistas, defendida na Universidade Federal

Fluminense. A esse respeito, Marins pontua possíveis motivações para a negativa dos pesquisados:

Quando sentia, através da conversa, que um determinado cerimonialista poderia contribuir mais com a minha pesquisa, então eu o interrogava sobre a possibilidade de acompanhar o seu trabalho em uma festa de casamento. Embora nenhum cerimonialista tenha claramente negado esta possibilidade, alguns discretamente se esquivavam, alegando por exemplo, dificuldades de ordem prática [...]. Outros afirmavam que os noivos tinham um perfil discreto e que, autorizando minha participação, eles poderiam comprometer a privacidade dos anfitriões e de seus convidados (MARINS, 2016, p. 31)<sup>7</sup>.

Meu passo seguinte foi conseguir uma série de entrevistas com Clara, uma cerimonialista de Porto Alegre. Sua interlocução foi importante não apenas por ser alguém inserido no mercado de casamentos, mas principalmente por se tratar de uma pessoa excepcionalmente articulada e com teorias próprias bem formuladas sobre a atividade profissional que desempenhava. Tivemos, então, cinco encontros, separados por intervalos de uma semana, em que conversávamos por aproximadamente três horas. Nesses encontros, ela respondia pacientemente às minhas inúmeras perguntas, demonstrava como atendia seus clientes e me mostrava fotos de todos os eventos já realizados. Eu sentia que ela gostava das nossas reuniões por um motivo especial: ela estava em fase de reformulação dos negócios, e é possível que ter uma ouvinte atenta a ajudasse a repensar o que era para ela importante em seu trabalho como cerimonialista. Em duas ocasiões, nesse período, a acompanhei em feiras de noivas das quais ela participou como expositora. Embora demonstrasse muita abertura em me receber em sua equipe de eventos para organização de casamentos, ela estava em uma entressafra de trabalhos, e lamentava estar sem atender noivas naquele período. Ela responsabilizava a crise e, em encontros dela com as colegas, nas feiras em que a acompanhei, eu as observava comentando quão difícil o ano de 2015 estava – não para o mercado de casamentos como um todo, mas especificamente para as cerimonialistas, que

---

<sup>7</sup> Agradeço à antropóloga Cristina Marins, com quem tive o prazer de compartilhar experiências sobre a investigação antropológica do mercado de casamentos, durante uma sessão do GT "Economía, proximidad y afectos: abordajes antropológicos", da XI Reunión de Antropología do Mercosul (RAM), realizada em Montevideo, em novembro de 2015. Sua contribuição me estimulou a me aprofundar na análise dos conteúdos expressos e negociações travadas nas reuniões às quais pude assistir.

estavam perdendo muitos contratos. Assim, a minha ideia inicial de acompanhar a organização de casamentos por meio das interações entre noivas e cerimonialistas, participando do encontro inicial e seguindo até a realização do evento, foi temporariamente deixada de lado, até o momento em que a oportunidade surgiu. Além dessa interlocutora com a qual conversei em mais de uma oportunidade, entrevistas em profundidade com outras seis cerimonialistas também ajudam a compor o escopo desse estudo. De modo a compreender melhor essa categoria, entrevistei também como contraponto uma celebrante de casamentos, atuante em São Paulo. Nessas ocasiões, procurei conhecer melhor o cotidiano de um profissional da área e as representações desses sujeitos sobre as mudanças e o crescimento do mercado nos últimos anos.

No segundo semestre de 2015, o casamento de Katarina, a minha primeira interlocutora, foi realizado. Não apenas como pesquisadora interessada, mas também como amiga, me alegrei por poder ir ao evento e vê-la realizar com sucesso aquilo que idealizara. Na festa, fui apresentada a Regina, a cerimonialista. Katarina havia me contado que, meses após o falecimento do seu marido, Regina demonstrava força e estava decidida a refazer sua vida. O forte vínculo de amizade entre noiva e cerimonialista era aparente nos abraços e sorrisos trocados entre as duas na ocasião, mas também nas emoções demonstradas por Regina durante o evento. Ela observava Katarina embevecida, e conduzia o evento com uma alegria perceptível. Quando me apresentei a ela, bastou que eu mencionasse que era amiga de Katarina, e que pesquisava casamentos, para que ela dissesse que colaboraria com a pesquisa. A partir de então, passei a acompanhá-la em todas as etapas por ela desenvolvidas na organização de casamentos, desde a prospecção de clientes até a devolução dos objetos utilizados nas festas. Como contrapartida, ofereci-me para conduzir o carro quando ela fosse às suas reuniões e atividades profissionais, e também trabalhei em sua equipe sem cobrar remuneração. De imediato, assim como Katarina, senti que com Regina uma forte empatia. Nos meses em que a acompanhei, enquanto participava de suas reuniões iniciais com clientes, eu ouvia as noivas repetirem o mesmo tipo de impressão sobre a afinidade que Regina costumava despertar. Eu passava a entender, como discuto em um dos capítulos dessa tese, que performar essa identificação pessoal imediata era parte do desempenho profissional de



Regina. A habilidade de minha pesquisada para o relacionamento interpessoal era lapidada pelo exercício constante estimulado pela sua atividade como cerimonialista. Se tratava de um trabalho em que o profissionalismo não se confundia com impessoalidade, mas se expressava na construção de laços. A experiência de campo demonstraria, para mim, como as instâncias do público e do privado tendem a se misturar nessa profissão. Ao final do trabalho de campo, contabilizei uma dúzia de casamentos realizados junto à sua equipe, entre cerimônias católicas ou evangélicas, de pequeno ou grande porte, assim como a observação de algumas dezenas de reuniões com noivas e noivos.

Cada uma das reuniões realizadas costumava durar um mínimo de duas e um máximo de quatro horas, abordando as decisões a serem tomadas para a estruturação do evento. A minha participação se dava como ouvinte e eventual participante, apenas quando chamada por Regina ou pelos próprios noivos. No início de cada reunião, logo que cumprimentava os noivos, Regina me apresentava como uma amiga recente, que ela adiantava que seria *futura noiva e futura cliente*, e informava que eu era uma antropóloga pesquisando o universo dos casamentos e observando o seu trabalho. Juntas, esclarecíamos eventuais dúvidas e perguntávamos à noiva e ao noivo, quando esse também comparecia, se aceitavam a participação da pesquisadora na reunião. Eu pedia autorização, também, para que o encontro fosse registrado em gravação com o celular, de modo a facilitar o meu trabalho posterior de análise dos dados. Regina tinha um grande número de clientes. Em um momento de crise e baixa na procura de serviços de cerimonial por parte das noivas, como ouvi de cerimonialistas em Fortaleza, São Paulo e em Porto Alegre, Regina havia tomado a decisão de divulgar uma redução nos valores cobrados por seus serviços. Assim, ela se manteve com a média de cinquenta noivas em atendimento, que pode ser considerada alta em comparação aos números de seus concorrentes. Ela trabalhava mais que antes, se desdobrava em um grande número de reuniões, mas essa era uma estratégia temporária, ela dizia, para continuar se mantendo, em uma conjuntura difícil. Foi assim, nesse momento intenso de trabalho, que acompanhei, ao seu lado, reuniões de diferentes fases de organização dos casamentos de suas clientes.

É importante destacar que não houve negativa por parte de nenhuma das dezenas de noivas consultadas a respeito da viabilidade de acompanhar suas reuniões. Para minha surpresa, eu constatava que minha presença tampouco parecia intimidar as noivas nas confidências e consultas feitas a Regina a respeito de questões íntimas e de assuntos familiares. A atmosfera de intimidade criada na relação entre elas e Regina parecia, assim, ser transferida naquele momento à minha pessoa. Em algumas ocasiões elas, inclusive, me pediram opiniões, e me perguntavam se outras noivas que eu conhecia por meio da pesquisa passavam pelos mesmos problemas. Ao final das reuniões, a maior parte das noivas gentilmente me oferecia seus contatos de *whatsapp* caso surgissem dúvidas e algumas delas se disponibilizavam para entrevistas<sup>8</sup>. Apesar da abertura das noivas, a minha participação seguia um código de comportamento específico. Eu compreendia que as noivas separavam tempo para essas reuniões, interessadas em usufruir da expertise de Regina. Elas não chegavam às reuniões despreparadas, mas munidas de pastas colecionadoras, nas quais catalogavam dezenas de contratos já feitos, planilhas de orçamentos e listas de fornecedores previamente disponibilizadas por Regina assim como cronogramas de atividades a desempenhar. Em seus *smartphones*, levavam pastas de referências visuais de vestidos e elementos decorativos, sobre os quais desejavam ouvir a opinião da profissional. Por mais que se divagasse sobre questões íntimas das noivas, as reuniões tinham algumas pautas pragmáticas a seguir e precisavam ser produtivas sob esse aspecto. Seria um comportamento desrespeitoso de minha parte, durante essas horas de consultoria, tomar tempo das noivas com perguntas de meu interesse. Minha presença era, nas reuniões, a de uma *observadora*. Minha *participação* era mínima, se restringindo a auxílios pontuais em que ajudava Regina a *ganhar tempo* buscando alguma pasta ou consultando na Internet algum contato ou referência visual útil.

Além das reuniões e festas, eu também acompanhava Regina em seu engajamento em uma recém-formada rede de colegas da mesma profissão. Ela havia se engajado em um grupo composto por oito cerimonialistas, interessadas em fundar uma associação representativa da

---

<sup>8</sup> Ainda nessa seção, teço minhas hipóteses sobre os prováveis motivos da disponibilidade das noivas nesse momento da pesquisa.

classe no estado. A experiência durou pouco mais de um semestre, período durante o qual ela acumulou as atividades do cerimonial com reuniões desse grupo – das quais eu não podia participar, pois o projeto deveria ser mantido em segredo até o lançamento oficial. Cheguei a participar, ainda assim, de um evento promovido por essa rede, para divulgação de um novo serviço de *dia de noivos*, oferecido por uma barbearia da cidade. A partir desse encontro, articulei entrevistas com profissionais que me ajudaram a entender melhor o mercado local. Ocasões como essa, assim como as visitas a fornecedores para atendimento de clientes, me possibilitaram entabular conversas informais com profissionais do setor que se revelaram recursos importantes na construção do material etnográfico aqui apresentado. Em suma, trata-se de um trabalho de campo que pode ser descrito, como nas palavras da antropóloga Karina Biondi, como um processo que não é contínuo ou linear, mas no qual experiências diversas, vivenciadas ao longo da pesquisa, foram se unindo paulatinamente de modo a conferir inteligibilidade aos acontecimentos presenciados (BIONDI, 2009, p. 11).

A cada um dos casamentos realizados, correspondiam entre nove e doze horas de trabalho, em que eu vivenciava o cotidiano da equipe e tentava ser tão útil quanto conseguia. As outras funcionárias tiveram, a princípio, uma certa dificuldade em entender exatamente o que eu fazia ali. A necessidade de comunicar bem a minha empreitada foi suprida satisfatoriamente ao final do terceiro casamento, quando a funcionária mais antiga, líder da equipe, resumiu para as colegas o meu trabalho melhor do que eu fora capaz até então, ao comparar minha pesquisa com um quadro de um programa televisivo dominical da década passada: “é igual ao *Sentindo na Pele*<sup>9</sup>. Ela vai viver a realidade da gente”. Assim, ficou mais fácil pedir que não me poupassem nas tarefas, não deixassem de me chamar atenção quando eu cometesse erros e, em suma, não me tratassem de modo diferente. A minha integração se deu aos poucos e, mais que no trabalho, nos intervalos em que conversávamos, desabafávamos sobre a nossa vida pessoal, ríamos e compartilhávamos impressões sobre os

---

<sup>9</sup> “Sentindo na pele” foi um quadro do programa “Domingo Legal”, do apresentador Gugu Liberato. Na atração, que ia ao ar aos domingos, no SBT, no início dos anos 2000, o apresentador se disfarçava e vivia por alguns dias o cotidiano de pessoas em condições difíceis, como a de morador de rua ou de catador de materiais recicláveis. A comparação da minha empreitada de pesquisa com esse quadro de TV, feita por uma das assistentes de cerimonial, me ofereceu uma forma acessível de explicar à equipe a minha inserção, mas também me permitiu vislumbrar o quanto diferenças de capital econômico e social, entre as *meninas* e eu, eram perceptíveis para elas.

eventos e os noivos, familiares, convidados. Nos meses em que estive em Fortaleza, com o objetivo de dar continuidade a essa fase da pesquisa de campo, adotei a estratégia de me engajar também em momentos de lazer com Regina e as *meninas*<sup>10</sup> da equipe, convidando-as para caminhadas na orla da cidade, refeições juntas no restaurante de uma amiga de Regina, eventuais idas ao cinema ou a cafés, nas quais nos refazíamos do trabalho duro do cerimonial, ao mesmo tempo em que aprofundávamos nossa convivência. Com Regina, as atividades conjuntas de lazer eram mais frequentes que com as demais, pelo fato de que tais programações aconteciam espontaneamente, em intervalos entre reuniões ou ao final de dias cansativos de trabalho<sup>11</sup>. Além disso, Regina demonstrava uma grande demanda por companhia e momentos de descontração, pois ainda estava em processo de saída da fase de luto, no ano posterior ao falecimento de seu marido.

Antes mesmo de ter surgido a oportunidade de acompanhar o mercado de casamentos "de dentro" e em uma experiência de mais de um ano - o que aconteceu quando me integrei à equipe de cerimonial - eu havia iniciado a condução de entrevistas em profundidade como noivas de Porto Alegre, onde resido. Os encontros duravam entre 45 minutos e duas horas, com a média ficando em torno de uma hora de conversa, registrada em gravador. As entrevistas me ajudaram a me informar sobre questões importantes para as mulheres que passam por ritos de casamento na atualidade, e também a refletir sobre as motivações para a performatização desse rito por mulheres de camadas médias, com alto nível de escolarização e economicamente independentes. A seleção de entrevistadas acontecia conforme se apresentavam oportunidades. As interlocutoras me eram apresentadas por colegas de doutorado – cuja contribuição foi valiosa principalmente no início do processo, sendo eu recém-chegada de outra região do país e sem uma rede de contatos local. Ao mesmo tempo, eu também buscava me apresentar a possíveis entrevistadas nas feiras e eventos que frequentava. Algumas das entrevistas foram desmarcadas mais de uma vez ou eventualmente

---

<sup>10</sup> Entre as mulheres da equipe, adotávamos esse vocativo, ainda que apenas uma tivesse 22 anos e as demais, inclusive eu, já tivéssemos mais de 30. A forma de tratamento tinha um tom afetivo, de proximidade.

<sup>11</sup> A divisão pouco precisa das esferas privada e pública, assim como das atividades de trabalho e lazer, como uma característica peculiar do trabalho das organizadoras de casamentos, é melhor discutida no terceiro capítulo da presente tese.

não chegaram a acontecer, o que atribuo às agendas cheias típicas das noivas que acumulam os preparativos do casamento com os estudos e as atividades profissionais. A esse mesmo motivo, relaciono o fato de ter se revelado inviável o meu plano inicial, de acompanhar todo o processo de organização a partir da perspectiva de uma ou mais noivas.

A realização da etnografia junto à empresa de cerimonial me permitiu a realização de entrevistas com interlocutoras com as quais eu já havia interagido em campo, o que contribuiu para uma maior receptividade por parte das pesquisadas e por uma abertura maior nas respostas desenvolvidas. Além disso, estando ao lado da profissional, e muitas vezes na residência da própria noiva, eu podia realizar longas entrevistas minimizando a inconveniência do compromisso para a agenda das minhas interlocutoras<sup>12</sup>. Nessa fase, mais próxima à conclusão de minha pesquisa de campo, fiz entrevistas em menor número, mas mais extensas em duração.

Uma restrita minoria das entrevistadas poderia ser descrita como sintéticas ou objetivas em suas respostas. Pelo contrário, a maioria logo iniciava a tecer considerações sobre o processo de organização do casamento em tom de *desabafo*. Elas se queixavam de uma certa *solidão* induzida pela inserção no *universo do casamento*. Diziam que haviam se tornado monotemáticas, interessadas em conversar todo o tempo sobre o projeto do casamento, e falavam sobre o *alívio* de encontrar uma pessoa que não estava *de saco cheio* de ouvi-las falar sobre os preparativos, mas que, pelo contrário, estava interessada em saber a respeito. De minha parte, assim como minhas interlocutoras, eu também havia me tornado monotemática. Desde o início da pesquisa, eu provocava em minhas conversas o tema do casamento, e o recurso me valeu informações importantes.

Conduzi entrevistas em profundidade com 20 noivas, abordando um amplo espectro de assuntos referentes ao casamento. Para tanto, embora as entrevistas fossem conduzidas como uma conversa informal, procurei estruturar o fluxo dos assuntos em torno da história do relacionamento, as motivações para realização do evento, a escolha dos serviços e produtos

---

<sup>12</sup> Um quadro com as entrevistas realizadas é disponibilizado nos anexos desta tese.

empregados, a relação dos noivos com o mercado, a administração dos custos envolvidos, o engajamento do noivo e dos familiares nos preparativos e as representações da noiva em torno da instituição do casamento e da boda em si. A seleção das entrevistadas obedeceu a critérios previamente estabelecidos de acordo com meu interesse de pesquisa, voltado para mulheres em torno dos trinta anos, com formação superior, inseridas no mercado de trabalho e pertencentes ao que se poderia chamar de camadas médias (VELHO, 1997). Dentre as pesquisadas, devo adiantar, existe uma ampla variação quanto às posses materiais e padrão de consumo. Isso era perceptível, nas entrevistas, sobretudo pelos imóveis nos quais residiam os casais de noivos – alguns em locais alugados, outros em apartamentos doados pelos pais, outros em propriedades compradas pelos próprios noivos. Algumas noivas me explicavam que só puderam priorizar o investimento na festa por terem financiado a compra da residência e postergado a aquisição de um veículo ou de novos móveis, por exemplo.

Os nomes das interlocutoras citadas nessa pesquisa passaram por uma modificação. Se poderia apontar que casamentos são eventos públicos e que, por essa razão, a substituição dos nomes não seria imperativa. Mesmo assim, decidi pelas trocas para preservar a privacidade das mulheres que contribuíram com a pesquisa, por entender que, nos assuntos tratados, o processo ritual e as decisões de consumo estavam sempre intrincadas com questões que diziam respeito à vida familiar e afetiva das pesquisadas. Além disso, considero que, no caso das entrevistadas, a garantia do anonimato certamente contribuiu para a abertura obtida nas respostas.

A opção por centrar as entrevistas realizadas nas noivas foi feita a partir da constatação de que são as mulheres as principais agentes consumidoras quando o assunto é casamento. Os discursos publicitários que divulgam produtos e serviços especializados são voltados para elas, assim como é em torno das mulheres que se constrói o imaginário mais abrangente que acompanha as bodas suntuosas. Penso que as características peculiares das pesquisadas favorecem a tentativa, aqui apresentada, de responder à questão sobre o renovado interesse nas bodas, por parte de "mulheres modernas, independentes".

## II.I. No meio da etnografia, a antropóloga fica noiva

No final de 2015, quando eu já estava inserida havia pouco mais de um ano na equipe de cerimonial de Regina, algumas decisões importantes estavam sendo tomadas na minha vida pessoal. Eu e meu namorado, morando juntos havia três anos, em Porto Alegre, havíamos decidido permanecer na cidade após o doutorado, que ele também concluiria em breve. Decidimos que, então, iríamos oficializar nossa união e celebrar nosso casamento com uma cerimônia religiosa seguida de uma festa, em Fortaleza, onde moravam nossos familiares e muitos de nossos amigos. Assim, no *Réveillon* de 2016, diante de nossos pais, trocamos alianças. Havíamos decidido previamente que não haveria “um pedido”, já que não desejávamos performatizar o ato em que o noivo pede a noiva a seu pai. Naquele momento meu pai cobrou, entre risos, que meu namorado fizesse as coisas “como se deve”. Os pais do noivo também brincaram: então os dois deviam pedir. Assim fizemos, satisfeitos em poder atender aos pais e ao mesmo tempo parodiar um aspecto específico da tradição com o qual discordávamos.

O meu novo estatuto de noiva logo passou a repercutir sobre minhas relações em campo. Em primeiro lugar, Regina me parabenizou pelo noivado e por ser, a partir de então, “a mais nova *pérola* da Delicadeza”, como ela chamava suas clientes. O *pedido* foi aceito sem contestações. Seria impensável, afinal, que após conviver com ela por mais de um ano, eu não aceitasse casar sob os cuidados de sua equipe. De minha parte, adiantei que idealizara um evento mais simples, para um número pequeno de convidados, e que gostaria que arranjássemos para que as *meninas* trabalhassem apenas na cerimônia, e ficassem livres para aproveitar a festa. As colegas da equipe de cerimonial passavam a me perguntar, durante os casamentos, se eu me vestiria como a noiva daquela noite, ou se iria querer outro tipo de vestido, se eu gostava dessa igreja ou daquele *buffet*. Nas reuniões, as clientes de Regina, mesmo sabendo que eu pesquisava o tema, cada vez mais se dirigiam a mim como noiva, e se interessavam em *me ensinar* sobre o mercado local, já que estavam diante de uma novata na chamada *vida de noiva*. Formava-se, entre elas e a noiva *iniciante*, uma identificação

imediate, algo próximo aos laços de *communitas* (TURNER, 2013) formados entre indivíduos que passam juntos por um processo de iniciação<sup>13</sup>.

Meu próprio imaginário sobre os casamentos, então, passava a me aproximar mais profundamente de minhas interlocutoras. Enquanto eu começava a imaginar meu cortejo de casamento, as colocações das minhas interlocutoras formavam para mim um repertório que influenciava as questões que me colocava e as respostas às quais chegava. Assim como Liana, jornalista, e Cássia, psicóloga, ambas de trinta anos, eu sabia que o motivo da realeza, tão presente nos casamentos, não ressoava para mim como algo com que eu me identificasse. Eu me lembrava de Liana, que idealizara um vestido todo feito em renda renascença, cujo modelo simples e a trama artesanal remetiam a uma noção de riqueza diferente daquela dos vestidos em moda, influenciados por aquele usado por Kate Middleton em 2011<sup>14</sup>. Não estavam ausentes as ideias de opulência, de luxo, mas essas estavam relacionadas à unicidade da produção artesanal, feita a mão. Para Katarina, outra entrevistada, uma peça desse tipo era uma ideia fora de questão: vestidos em renascença “pareciam camisolas”. Como me dissera Cássia, uma entrada triunfal na igreja anunciada por uma clarinada era algo que “não me representava”. Ao mesmo tempo, após os meses em que eu havia me inserido em uma empresa de casamentos, eu já havia confirmado que performar algo muito distinto do casamento nos moldes oferecidos pelo mercado local normalmente requeria ainda mais tempo e recursos que se ater às opções mais comuns. Desse modo, assim como minhas interlocutoras, eu também começava a idealizar um evento, traçando minhas próprias estratégias de subjetivação perpassadas pelo consumo no mercado de casamentos. Mais tarde, quando a escrita da tese já se aproximava ao seu final, eu estava apenas com *os alicerces*<sup>15</sup> do meu casamento lançados, mas sem dúvidas tinha minhas decisões pessoais influenciadas pela

---

<sup>13</sup> Tema desenvolvido com mais aprofundamento no capítulo VI dessa tese.

<sup>14</sup> O casamento do príncipe William, segundo na linha de sucessão do trono britânico, com a plebeia Catherine (Kate) Middleton, aconteceu em 29 de abril de 2011, após oito anos de relacionamento do casal. Middleton usou um vestido idealizado por Sarah Burton, da grife Alexander McQueen. Como costuma acontecer com os trajes de noiva da família real britânica, desde então o modelo passou a exercer forte influência sobre a moda nos casamentos ocidentais. Entre as minhas pesquisadas, o traje da princesa Kate era com frequência identificado como referência de *vestido clássico*.

<sup>15</sup> A comparação da preparação da festa com a construção de uma edificação foi uma metáfora muitas vezes ouvida por mim em campo, usada principalmente pelas cerimonialistas.



experiência de campo, na qual eu pude vislumbrar as complexas possibilidades de ajustes e negociações envolvidas na preparação de um evento do tipo. Além disso, algumas das interlocutoras dessa tese acabaram se tornando as minhas próprias *amizades de noiva* – uma categoria própria do meu campo de pesquisa<sup>16</sup>.

A experiência de, em algum momento na pesquisa, *se tornar nativo*, é compartilhada por muitos pesquisadores desenvolvendo seus trabalhos de campo em contextos urbanos. A esse respeito, pode ser citado o relato do sociólogo francês Loic Wacquant, em sua pesquisa realizada no final da década de 1980, em um clube de boxe localizado em um gueto de Chicago. Ele narra que, mesmo sendo o único branco no clube, e não tendo até então praticado esse esporte, chegou a "passar para o lado de dentro das cordas" e participar de uma luta oficial. Nesse processo, Wacquant relata ter chegado a pensar em abandonar a carreira universitária para permanecer ao lado dos colegas do esporte (WACQUANT, 2002, p. 20). Uma narrativa semelhante é encontrada na condição de ser uma antropóloga pesquisando ritos de casamento contemporâneos, e se tornar uma noiva *no meio do caminho*. É interessante apontar que, ao longo de minha pesquisa bibliográfica, descobri que eu não era a primeira antropóloga a passar por essa experiência. A esse respeito, a antropóloga Marina Blank, que pesquisa ritos de casamento em contextos urbanos desde 2012, refletiu em um artigo sobre as implicações de ter se tornado noiva após dois anos de trabalho de campo: “nossa história de noivado poderia ser a de outros casais com quem dialogo na pesquisa, meu noivo poderia ser meu interlocutor, eu poderia ser minha interlocutora” (BLANK, 2016). Blank produz uma reflexão sobre as possibilidades e limites de um exercício autoetnográfico (STRATHERN, 2014). No caminho contrário, a antropóloga Cristina Marins relata ter se aproximado desse objeto de pesquisa após sua experiência com os preparativos do próprio casamento (MARINS, 2016). “Talvez tenha sido pela minha parca familiaridade com o universo dos casamentos que o passo seguinte tenha se convertido na descoberta de um mundo que, além de me parecer estranho, se revelaria bastante promissor ao exercício intelectual” (MARINS, 2014, p. 12). Pesquisando o consumo doméstico em Cuba, a antropóloga Anna Cristina

---

<sup>16</sup> Categoria analisada no capítulo VI desta tese.

Pertierra, por sua vez, transformou a experiência pessoal de organizar seu casamento, realizado na mesma cidade de sua pesquisa de campo, em tema de discussão sobre as imbricações entre sua identidade pessoal e profissional. “Além de produzir *insights* para meus dados etnográficos, o processo de me casar, e os preparativos do casamento, transformaram minha compreensão das minhas relações como os informantes, exigindo que eu reexaminasse a minha distância até então inconsciente entre minha *vida real* e minha *vida em campo*” (PERTIERRA, 2007, p. 1).

Além das discussões produzidas por antropólogas, interessadas nas implicações de *tornar-se nativa*, a participação no rito do casamento já motivou, também, reflexões de autoras feministas. Assim, no breve ensaio “*Brideland*”, a escritora norteamericana Naomi Wolf produz uma memória de sua experiência como noiva, registrando seus sentimentos ambivalentes a respeito de alguns dos ritos envolvidos no processo e da própria instituição. Wolf narra sua iniciação na “*brideland*”, que se deu de forma abrupta. Logo após ficar noiva, e escolher uma data para seu casamento, ela, que se autodescrevia como crítica às tradições em torno do casamento, que caracteriza como anacrônicas, confessa que se viu seduzida pelo universo das noivas após adquirir uma revista temática. Para ela, as revistas de casamento seriam responsáveis envolver a leitora em “uma névoa de consumo e fantasia romântica, que acaba apagando do horizonte todas essas considerações políticas” (WOLF, 2008, p. 60). Inspirada por Wolf, a linguista e pesquisadora de gênero Lisa Walker reflete sobre suas próprias memórias como noiva, lésbica e feminista. Não tão apocalíptica quanto Wolf, ela aponta o exercício da agência das mulheres diante do mercado de casamentos, e chama a atenção para os processos de subjetivação mediados pelo consumo (WALKER, 2000).

Em minha experiência, pesquisar noivas e ficar noiva – ou, para utilizar a expressão citada anteriormente, tornar-me *nativa*, me colocou diante de questões antropológicas, relativas ao estranhamento do familiar (VELHO, 2003, p. 15), assim como me pôs frente a questionamentos íntimos sobre a performatização de alguns aspectos mais patriarcais do rito. Assim como duas de minhas interlocutoras, que espontaneamente se identificaram como *feministas*, eu vivi o exato oposto da experiência narrada por Naomi Wolf: a “*névoa* das

fantasias românticas” não havia apagado minhas *preocupações políticas*. Eu sabia que, da mesma forma que aquelas duas entrevistadas, eu teria um cuidado extra para evitar ter a cerimônia religiosa celebrada por um sacerdote mais ortodoxo e que também evitaria as coroas decorativas e clarins que remetiam à realeza, por exemplo. Além disso, eu não estive imune, durante a pesquisa, à “embriaguez do mergulho” descrita por Wacquant (WACQUANT, 2002, p. 20). Especialmente na última fase da pesquisa de campo, quando passei a acompanhar uma equipe de cerimonial, estive tão tomada de entusiasmo por aquela dinâmica vida de reuniões, eventos e compromissos que, assim como Wacquant, em alguns momentos, via com certo pesar meu iminente retorno à rotina mais contemplativa de leitura e escrita – ainda que a hipótese de mudar de profissão nunca tenha sido uma possibilidade para mim.

A “afetação” (FAVRET-SAADA, 2005) pelo universo dos casamentos se fez sentir de modo especialmente forte quando, após ficar noiva, passei a integrar o grupo *online* formado pelas noivas contratantes da casa de eventos que eu havia acabado de contratar. Após uma semana, aproximadamente, acompanhando as informações compartilhadas pelas amigas de grupo, me dei conta de que subitamente estava interessada na contratação de produtos e serviços que até então eu não via como necessidades para o tipo de evento que planejava – um casamento intimista, de pequenas proporções. Eu teria de separar tempo para fazer pesquisas de preços, procurar promoções, me engajar em *rodadas de contratação* de uma série de itens, e quem sabe poderia também experimentar alguns dos bonitos projetos de *DIY*<sup>17</sup> como aqueles compartilhados pelas outras noivas – talvez minha inabilidade para o artesanato não fosse empecilho. Com o arrefecimento da novidade, contudo, o súbito entusiasmo por todas as possibilidades de consumo que eu havia acabado de conhecer acabou por se dissipar. Ficava a experiência vivida, para além das interações observadas, e a constatação de que o *deixar-se afetar* se convertia, na etnografia que eu estava produzindo, em um importante recurso metodológico.

---

<sup>17</sup> Categoria nativa – *do it yourself* – projetos artesanais do tipo “faça você mesmo”.

### III. Contextualização - Nova ordem matrimonial

No caso dos ritos contemporâneos de casamentos, a construção individual dos rituais é perpassada pelas ofertas de uma indústria que produz novas tradições e necessidades a cada ano. Nesse sentido, Segalen propõe a expressão "inflação ritual" para descrever o processo pelo qual as cerimônias se complexificam e se desenrolam em uma sequência cada vez mais extensa, com novas etapas que se consolidam como novas tradições que formam os elementos de um longo espetáculo.

Os casamentos do início do século XXI são caracterizados por uma inflação ritual, como no *white wedding* britânico. Se nos anos 1970, certos jovens, casando por pressão dos pais, iam à cerimônia em jeans rasgados - sinal de provocação contra a instituição ou forma de ironizá-la - hoje os futuros cônjuges fazem de sua união uma grande festa acompanhada de comportamentos suntuários. A noiva se vestirá de branco, ao centro de um grupo de mais de uma centena de convidados, amigos e parentes; as festividades, cuidadosamente preparadas com meses de antecedência, se estenderão por um longo final de semana. A festa deverá ser "um sucesso", e sua lembrança será eternizada em foto, vídeo, divulgada na Internet (SEGALEN, 2006, p. 163, tradução minha).

Os fatores sociais e culturais que predisõem esse interesse nos grandes casamentos são objeto das especulações teóricas de muitos autores. Uma explicação insuficiente é encontrada em autores que identificam os grandes casamentos como um símbolos de status, buscados por serem eficazes meios de demonstração de prestígio (CHERLIN, 2004). A eficácia dos casamentos como símbolo de status, contudo, pode ser facilmente questionada, quando se observa que a recente democratização do consumo estendeu a possibilidade e o costume de celebrar uniões com grandes festas às camadas médias, de tal modo que, hoje, a comemoração do casamento com um evento luxuoso já não pode ser considerada sinal inequívoco de pertença a classes sociais mais privilegiadas. Hoje, as facilidades de parcelamentos tornam possível a jovens casais pagarem ao longo de vários meses os fornecedores contratados para essa ocasião. Em muitos casos, a duração dos preparativos, que pode se estender por anos, se deve não só à complexidade dos detalhes envolvidos, mas se explica também pelo recurso estratégico de distribuir os valores a serem pagos ao longo de várias prestações. "Comecei a procurar os itens mais caros da festa assim que fiquei noiva. Parcelei o pagamento do meu buffet em 17 vezes", me contou uma noiva.

As estatísticas disponíveis sobre gastos com casamentos no Brasil, produzidas pelo Instituto de Pesquisas Data Popular<sup>18</sup>, dão conta de que a média de investimento por festa de casamento cresceu mais de 50% entre os anos de 2003 e 2009. De acordo com a pesquisa, 14.400 reais seria o valor médio gasto para cada festa de casamento. A escalada da comercialização de produtos e serviços especializados movimentou um mercado que cresceu 400% nos últimos cinco anos, em um segmento comercial que movimentou mais de 14 bilhões de reais apenas em 2012. Para que se tenha uma ideia da dimensão do investimento dos brasileiros em festas de casamentos, é válido mencionar que a cifra de R\$ 14 bilhões corresponde ao total investido pelo Governo Federal, ao longo de dois anos, no Programa Nacional de acesso ao Ensino Técnico e Emprego (Pronatec), um projeto de formação profissional que atua em todo o país<sup>19</sup>. Ao mesmo valor equivalia o investimento de mais de um milhão de pessoas que se casavam nesse período, por ano, no Brasil. Já em 2016, vários veículos noticiosos propagavam as pesquisas do Instituto Data Popular, que registrava lucros anuais em torno de 16 bilhões de reais no país, para o mercado de casamentos<sup>20</sup>. Uma indústria que não parava de crescer e que incluía em seu rol uma imensa variedade de serviços e produtos.

Os mesmos dados também comprovam a renovação de um rito contemporâneo. A popularização desse ritual, contudo, não permite conclusões semelhantes sobre a instituição do casamento, à qual ele está ligado. Pelo contrário: paradoxalmente, o florescimento dos ritos das bodas ocorre em um contexto de enfraquecimento do casamento enquanto instituição. Há décadas, as estatísticas de nupcialidade<sup>21</sup> no Brasil revelam a tendência de

---

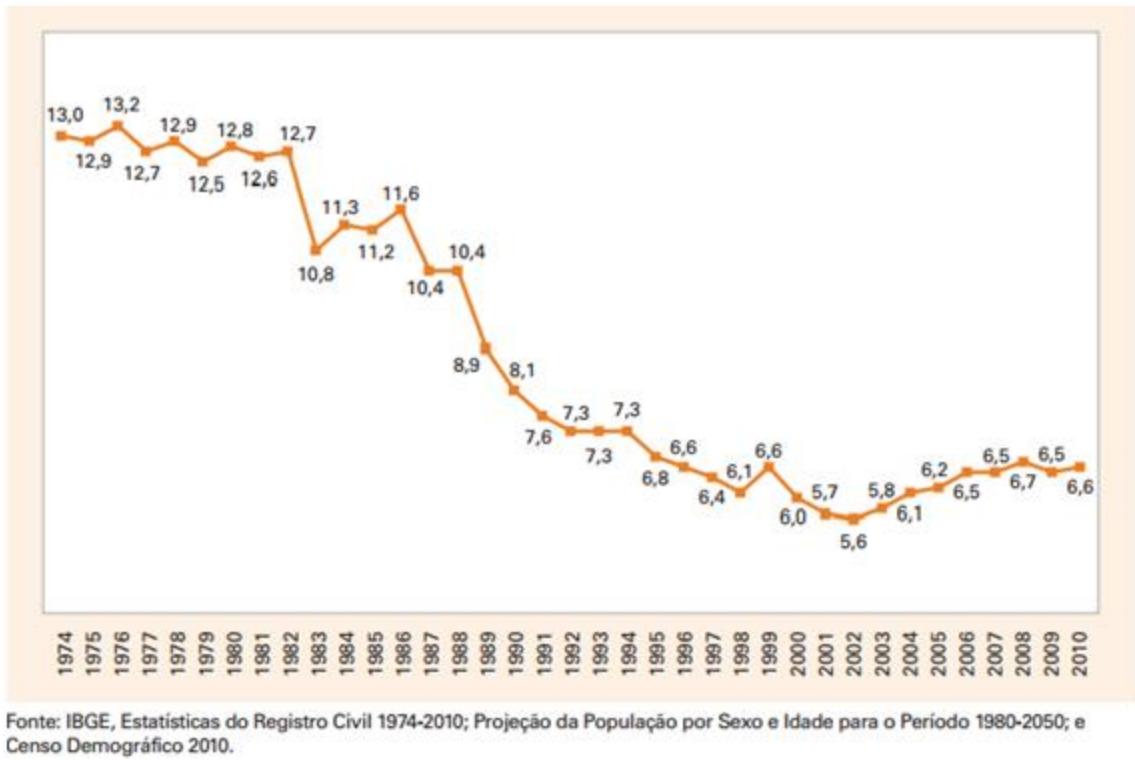
<sup>18</sup> Pesquisa "Casamento no Brasil: números e hábitos de um mercado em crescimento", encomendada pela Associação Brasileira de Eventos Sociais (Abrafesta), divulgada em 2012. Disponível em: [http://issuu.com/exame/docs/abrafesta\\_-\\_chamadas\\_-\\_points](http://issuu.com/exame/docs/abrafesta_-_chamadas_-_points).

<sup>19</sup> "Pronatec já atende mais 4,6 milhões de alunos". Portal Brasil, 07/10/2013. Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/educacao/2013/10/pronatec-ja-atende-mais-4-6-milhoes-de-alunos>

<sup>20</sup> "Mercado de casamentos se adapta à crise e permanece em alta", matéria do jornal Diário de Pernambuco, publicada em 17/03/2016. Disponível em: [http://www.diariodepernambuco.com.br/app/noticia/economia/2016/03/17/internas\\_economia,633215/mercado-de-casamentos-se-adapta-a-crise-e-permanece-em-alta.shtml](http://www.diariodepernambuco.com.br/app/noticia/economia/2016/03/17/internas_economia,633215/mercado-de-casamentos-se-adapta-a-crise-e-permanece-em-alta.shtml)

<sup>21</sup> As taxas de nupcialidade, calculadas pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, dizem respeito à proporção de casamentos por mil pessoas de 15 anos ou mais de idade.

redução no número casamentos e de aumento nas uniões informais, configurando uma ordem matrimonial muito diversa daquela existente há quarenta anos, no mesmo país. Dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) mostram que as taxas de nupcialidade vem sofrendo uma rápida queda desde a década de 1970.



**Figura 1** Taxa de nupcialidade legal - Brasil - 1974-2010 (IBGE, 2010).

A diminuição faz parte de um contexto mais amplo de transição demográfica, e coincide com a queda nas taxas de fecundidade:

As transformações no padrão demográfico brasileiro se intensificaram a partir da metade da década de 1970, marcadas pela significativa queda da fecundidade, processo que se acentuou nos últimos 20 anos, atingindo todas as regiões do País e estratos sociais. Concorrem também para as alterações neste quadro a redução da mortalidade infantil, as migrações e a urbanização, as transformações econômica e cultural, a reorganização na composição e tamanho da família, entre outros fatores (IBGE, 2010, p. 281).

Os estudos demográficos de Alves e Cavenaghi (2012) relacionam a queda na natalidade com a "reversão do fluxo intergeracional de riqueza". Por esse processo, nas últimas décadas, subiram os custos e diminuíram os benefícios econômicos de se ter e criar filhos.

Durante a maior parte da história brasileira as taxas [de natalidade] eram altas para se contrapor às elevadas taxas de mortalidade e porque as famílias desejavam muitos filhos, já que as crianças traziam mais benefícios do que custos para os pais. Porém, com a "reversão do fluxo intergeracional de riqueza" os custos dos filhos subiram e os benefícios diminuíram. Os filhos deixaram de ser um "seguro" para os pais que passaram a contar com o sistema público e privado de proteção social e previdência" (ALVES e CAVENAGHI, 2012, p. 9).

A transição na fecundidade no Brasil é visível no gráfico elaborado pelos autores a partir dos dados dos censos demográficos do IBGE (ALVES e CAVENAGHI, 2012, p. 9):

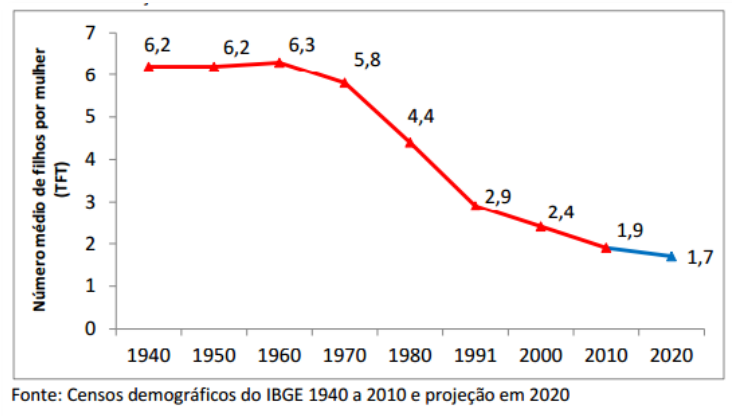


Figura 2 Transição da fecundidade no Brasil: 1940-2020 (ALVES e CAVENAGHI, 2012).

No que diz respeito à nupcialidade, a diminuição mais brusca é registrada na realização de casamentos religiosos, tanto na modalidade civil e religioso como nas celebrações apenas religiosas. Entre as décadas de 1960 e 2000, destaca-se o declínio dos casamentos religiosos. "No conjunto, os dois caíram de 81% [dos casamentos], em 1960, para 46,3%, em 2000" (ALVES e CAVENAGHI, 2012, p. 11). A tabela abaixo, construída pelos

autores citados a partir de dados censitários das décadas de 1960 a 2000, mostra a distribuição percentual dos arranjos matrimoniais no Brasil, segundo tipo de união (ALVES e CAVENAGHI, 2012, p. 11):

Tipo de união	1960	1970	1980	1991	2000	2010
Civil e religioso	60,5	64,6	63,8	57,8	50,1	42,9
Só civil	12,8	14,1	16,3	18,3	17,3	17,3
Só religioso	20,2	14,4	8,1	5,2	4,3	3,4
União consensual	6,5	6,9	11,8	18,3	28,3	36,4

Fonte: IBGE. Censos demográficos 1960 a 2010

Figura 3 Distribuição percentual das pessoas segundo tipo de união (ALVES e CAVENAGHI, 2012).

A tendência de redução no número bruto de casamentos só foi revertida há pouco mais de uma década: desde o ano de 1999, as estatísticas do Registro Civil marcam um novo aumento no número de casamentos, mas nada comparável às décadas anteriores (IBGE, 2010, p. 139):

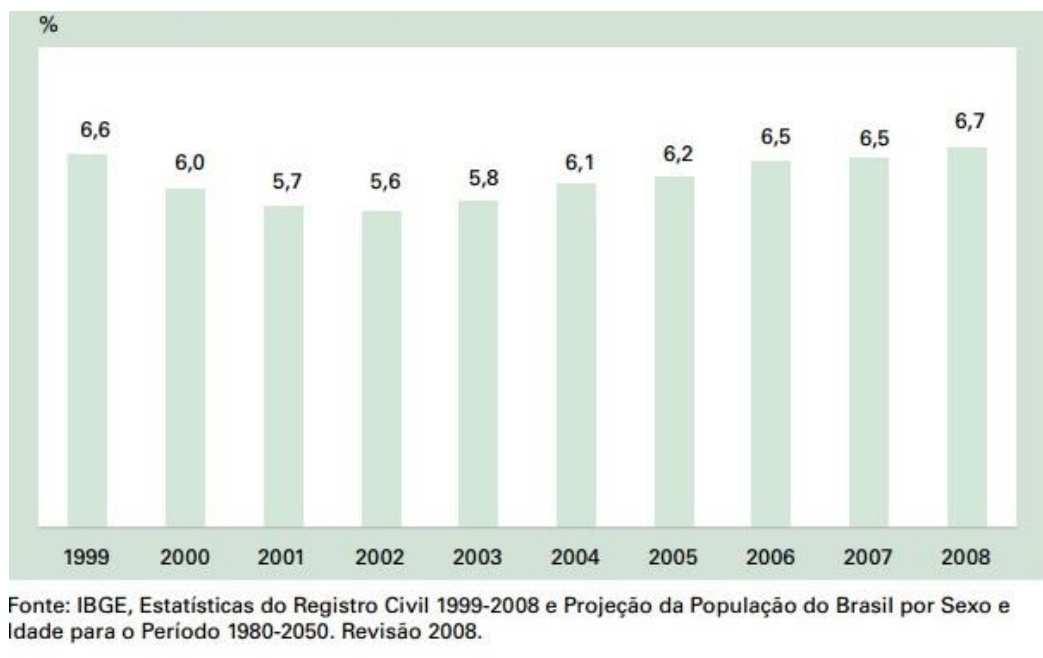


Figura 4 Taxa de nupcialidade legal - Brasil - 1999-2008 (IBGE, 2010)



Segundo o IBGE (2010), o aumento nas taxas de casamentos nos últimos anos se deve ao melhor acesso aos serviços de justiça, principalmente aos de registro civil de casamento. Incentivados pelas mudanças no Código Civil, renovado em 2002<sup>22</sup>, "e pelas ofertas de casamentos coletivos promovidos desde então, iniciativas que facilitaram o acesso da população nos aspectos burocrático e econômico" (IBGE, 2010), um maior número de casais teria procurado formalizar as uniões consensuais.

Em suma, é possível afirmar que, no Brasil, *a tendência é que as pessoas casem-se menos e mais tardiamente, mas que os festejos sejam realizados com maior pompa*. As motivações para essa popularização não serão explicadas pelo retrocesso a uma tradição, mas por processos bastante atuais, relacionados à cultura do consumo e a tendências próprias das sociedades complexas, como a individualização e o desejo pelo cultivo da personalidade.

Longe de ser um fenômeno isolado, o crescimento do mercado de casamentos no Brasil acompanha uma tendência global. Nos Estados Unidos, de acordo com o instituto de pesquisas "The Wedding Report", especializado nesse segmento industrial, o lucro estimado do setor chegou aos US\$ 50 bilhões no ano de 2012<sup>23</sup>. Para o mesmo ano, cifras ainda mais altas foram alcançadas pelos chineses: um relatório semelhante revelou que cerca de US\$ 57 bilhões foram gastos em aproximadamente 10 milhões de casamentos<sup>24</sup>. No país oriental, casamentos à moda norte-americana são uma tendência em crescimento desde a década de 1990 (GILLETTE, 2000).

Trata-se de um rito em franca ascensão nas sociedades capitalistas ocidentais e, como tal, uma oportunidade para pensar sobre mudanças societárias mais amplas. Como já declarou Lévi-Strauss, "não é todos os dias que o etnólogo encontra uma ocasião tão propícia para observar, em sua própria sociedade, o crescimento súbito de um rito" (LÉVI-STRAUSS,

---

<sup>22</sup> O novo código civil estabelece que todos os custos do casamento civil - "a habilitação para o casamento, o registro e a primeira certidão" - são gratuitos para pessoas que se declararem pobres. As pessoas podem se casar quantas vezes quiserem. Além disso, o casamento religioso passou a ter valor de civil se declarado até 90 dias após sua realização - e não mais apenas 30, como ocorria antes.

<sup>23</sup> Estatísticas disponíveis no site The Wedding Report. Disponível em: <http://www.theweddingreport.com/>

<sup>24</sup> "Chinese fall for over-the-top American Weddings". Disponível em: <http://www.forbes.com/sites/kenrapoza/2013/05/19/chinese-fall-for-over-the-top-american-weddings/>

2008, p. 12). O comentário de Lévi-Strauss foi motivado pela polêmica gerada nos jornais franceses em dezembro de 1951, a respeito da suposta paganização do natal, em virtude da popularização da figura do Papai Noel, mas pode ser facilmente trazido para o contexto em análise, em que os ritos de casamentos assumem uma dimensão antes desconhecida. Um quadro que é descrito com exatidão por uma revista feminina brasileira de 2013:

Façamos a retrospectiva: até a metade do século XX, casar era quase obrigatório. Com o feminismo, o matrimônio perdeu força. Nos anos 1990, teve sua fase "cafona". Ninguém estava muito afim de usar vestido virginal em festas cheias de parentes. Quase 15 anos após a virada do milênio, véu e grinalda voltam a povoar os desejos femininos. "Toda mulher quer casar. Dizer 'meu marido' tem um significado. É algo para a vida", diz Ana<sup>25</sup> (Revista Gente, Julho/2013).

No caso do rito em questão, cabe questionar as motivações do crescimento súbito. O que explica a suntuosidade das celebrações, sobretudo, quando na atualidade o rito de casamento já não marca necessariamente a saída da casa paterna e o ingresso na vida adulta? De modo mais específico, o que motiva mulheres que já coabitam com seus parceiros e cujas uniões já contam com direitos assegurados pelo Estado, sob a figura jurídica da união estável, a promover grandes eventos de publicização do laço afetivo?

### **III.I. Coabitação: do amasiamento ao test drive**

O aumento nas uniões formais na última década, contudo, não eleva a nupcialidade aos números dos anos 1970. "Gente casando menos? Não. 'Juntando mais'", afirma a historiadora Mary Del Priore (DEL PRIORE, 2013, p. 83). A autora explica que um passo decisivo foi dado em 1988, quando "união estável" substituiu o termo "concubinato" na Constituição da República.

Assistiu-se à volta da coabitação, tão conhecida até fins do século XIX - espécie de rito preliminar ao casamento, sem formalização legal, ela passou a

---

<sup>25</sup> A matéria de capa da Revista Gente, em sua edição de julho de 2013, teve como tema o noivado e a boda da modelo internacional Ana Beatriz Barros. O tom da matéria marcava o contraste entre "a imagem de que as *tops* são mulheres cosmopolitas" e as declarações da personagem, alinhadas a valores bastante tradicionais: "Quando me casar, vai ser para sempre".

ganhar mais visibilidade graças ao aumento de liberdade sexual entre jovens (DEL PRIORE, 2013, p. 83).

Mas "coabitar", o popular "morar junto", tem significados diferentes nesses dois contextos históricos. No século XIX, a coabitação aparecia como uma alternativa à impossibilidade econômica de casar formalmente, mas representava fundamentalmente uma incoerência entre o cotidiano das pessoas classes populares e aquilo que elas acreditavam ser correto: o casamento formal, oficializado pela Igreja, como preconizado pela moral das classes mais abastadas. Investigando o cotidiano das famílias populares de Porto Alegre na virada do século XIX para o século XX, a historiadora Sílvia Maria Fávero Arend (2001) oferece um quadro em que as uniões informais figuram como um forte elemento da cultura própria das classes populares. Tanto quanto o "morar junto" de hoje, os "amasiamentos" do século XIX nos falam de uma longa tradição de relacionamentos informais no Brasil. A coabitação de casais nesse período guarda suas peculiaridades, que não permitem assinalar o atual crescimento nas uniões informais como um simples retorno de costumes passados. Segundo Arend, três fatores levavam as pessoas a considerar uma relação como amasiamento: as visitas e encontros regulares; as responsabilidades mútuas de homem e mulher; o caráter público da relação, que deveria ser reconhecido por vizinhos, parentes e amigos. Processos judiciais, movidos por mulheres que se consideravam prejudicadas após o término de relações desse tipo, mostram que poderiam ser considerado um casal de "amásios" até mesmo indivíduos que não morassem sob o mesmo teto, mas que mantivessem visitas mútuas frequentes e a prática sexual. A fluidez da definição corresponde a um contexto em que o cotidiano se impunha sobre a fixidez das regras. Nas práticas das classes populares, as etapas de namoro e noivado também não eram bem delimitadas.

O estatuto legal dessas uniões informais também permite distingui-las da coabitação nos dias de hoje. De acordo com Arend, estar amasiado era algo reconhecido pelos populares como um estado civil, tanto quanto o casamento. Contudo, para a Justiça da época, os amásios eram considerados solteiros, pela inexistência de um contrato de casamento. Para a autora, o não reconhecimento oficial do amasiamento como um estado civil revela um embate entre a cultura popular e a cultura das elites do período, demonstrado na tentativa de imposição do

casamento como norma da cultura dominante (AREND, 2001, p. 61). A inclinação para o amasiamento convivía, na cultura popular do século XIX, com a expectativa e as dificuldades em realizar o casamento legal.

Outro dado importante é que, para os casais amasiados das classes populares, no século XIX, era frequente que o casal residisse junto com um ou mais parentes consanguíneos. A antropóloga Cláudia Fonseca, que investigou as relações familiares em uma vila de Porto Alegre na década de 1980, procurou entender as famílias populares no passado, na mesma cidade. Segundo Fonseca, nos grupos populares do final do século XIX, nesse quadro de residência conjunta de grupos consanguíneos, predominavam as lealdades anteriores, familiares, favorecendo a precariedade do laço conjugal (FONSECA, 1989, p. 105).

Em suma, no século XIX, "viver junto" era um status marital bastante comum entre as classes populares, mas não entre as camadas mais abastadas. Embora representasse um tipo de laço conjugal reconhecido socialmente, não o era legalmente. Opção de famílias que viviam com dificuldades econômicas, resultava em laços conjugais enfraquecidos diante da predominância da lealdade à família ampliada, reforçada pela moradia conjunta com os parentes. Trata-se de um quadro, em muitos aspectos, oposto à recente popularidade crescente da coabitação de casais na atualidade, cujo aumento é constatado nos últimos censos.

Desde a Constituição de 1988, a coabitação está relacionada à figura jurídica da união consensual. Com essa alteração, a Constituição Federal passou a proteger a união estável, que é desde então regida pelo direito de família, gozando dos mesmos direitos que um casamento civil. Trata-se de uma mudança importante, em que um tipo de família que existia de fato passa a ser reconhecida oficialmente. Nesse contexto, o número de casais vivendo uniões consensuais pode ser atribuído tanto a questões históricas quanto a importantes mudanças culturais, que se refletem nas mudanças legislativas. De acordo com a demógrafa Gláucia Marcondes, uma "tradição de ilegitimidade" seria responsável pela grande proporção de

peessoas vivendo em união consensual, sobretudo entre a população mais pobre (MARCONDES, 2008, p. 31). No caso dos sujeitos pertencentes às camadas médias, as uniões consensuais tem relação com mudanças na moralidade dominante:

Desde os anos de 1980, a união de fato parece ser uma opção de conjugalidade de crescente apelo entre os mais jovens e pessoas pertencentes a segmentos médios, intelectualizados, de grandes centros urbanos, representando um casamento experimental que pode vir a ser oficializado ou ainda, mantido como afirmação de um estilo de vida de ruptura com normas sociais convencionais (MARCONDES, 2008, p. 31).

Surge a figura do que a teórica anteriormente citada chamou de "casamento experimental" e do que, de forma bem humorada, alguns casais chamam de "*test drive*" - um compromisso não definitivo, vivido como um casamento prévio, mas que pode ou não se formalizar.

"Morar junto antes do casamento. Namorar, casar e ter filhos. Hoje, na busca pela felicidade, a ordem não precisa ser necessariamente essa". É o que afirmam a manchete e o subtítulo de uma matéria publicada no site da revista especializada em casamentos "Figurino Noivas". No texto, o "morar juntos" é descrito como uma alternativa para postergar o investimento nas cerimônias de casamento, mas também como um *test drive* destinado a verificar se o casal é realmente compatível:

O casal está apaixonado e o namoro pegando fogo. Todo dia, na hora de se despedir, dá aquele friozinho na barriga, a sensação de vazio no peito, uma tristeza imensa... A vontade de ficar junto é grande, mas, quando pensam em casamento – no custo elevado com as cerimônias civil e religiosa e em toda burocracia que envolve o enlace e a papelada –, o sonho é empurrado para um futuro distante. Sem dúvida, para muitos casais, a saída mais prática, rápida e econômica é morar junto.

[...]

A psicóloga Marina Vasconcellos, especializada em terapia de casais e famílias, considera viver junto como um casamento, porém enxerga prós e contras nesse tipo de relação. "Quando um casal decide morar junto, um conhece melhor o outro: percebe as manias, os defeitos, a desorganização, os

sapatos espalhados no meio da sala e por aí vai”, enumera. E continua: “Morar junto é um *test drive* para ver se o casal é passível de convivência”<sup>26</sup>.

No trecho transcrito abaixo, de uma revista especializada em casamentos, também é defendida a ideia da coabitação não como um arranjo definitivo, mas como uma etapa válida, experimental, em que o casal estabelece um compromisso menos definitivo, que pode ser desfeito em caso de resultados desfavoráveis:

Morar junto antes de casar: pode?

Depois da cerimônia, festa e lua de mel, acaba a euforia e começa a vida a dois. Vivendo sob o mesmo teto, você e o parceiro se descobrirão mais a cada dia, enfrentando as dificuldades e alegrias do cotidiano. Morar junto antes de casar, apesar de ainda ser considerado tabu para muitas mulheres, pode ser uma ótima experiência.

[...]

Dividir o banheiro, a cama, as contas, entre outras coisas, porém é algo que vai um pouco mais além. Você descobre muito mais sobre a personalidade da pessoa convivendo com ela diariamente. Alguns hábitos que passam despercebidos quando vivem em casas separadas vem à tona quando moram juntos.

Por isso, acho válido um tempo de prova, antes do fatídico sim. Você e o amado pode dividir um apartamento por um ano, por exemplo, e ver como tudo caminha. Se as coisas correrem bem, partam para o próximo passo. Se não correrem, o que infelizmente pode acontecer, a separação será mais fácil e menos dolorosa<sup>27</sup>.

Os textos citados, ambos de sites especializados na temática de casamentos e voltados para um público feminino, falam de um momento em que a união não-oficializada já não é percebida como uma condição ilícita ou socialmente desaprovada. Os discursos acima mostram representações em torno de um tipo de arranjo conjugal que, embora oficialmente acarrete os mesmos direitos de um casamento civil, é percebido como *test drive*,

<sup>26</sup>“Morar junto antes do casamento”. Matéria publicada no site da revista Figurino Noivas. Disponível em: <http://www.figurinonoivas.com.br/materia/822/morar+junto+antes+do+casamento#sthash.MGmsV0PH.dpuf>. Acesso em: 15/10/2014.

<sup>27</sup> Postagem “Morar juntos antes de casar: pode?”. Publicada em 22/07/2013. Disponível em: <http://www.casamentos.com.br/artigos/morar-junto-antes-de-casar-pode--c5063>. Acesso em: 15/10/2014.

experimentação, etapa pré-casamento. Persiste, portanto, no imaginário social brasileiro, a representação da união consensual como um vínculo transitório, menos sólido que um casamento e marcado por menor comprometimento.

Perceber o "viver juntos" como uma etapa preparatória ao matrimônio, nesse contexto, é uma visão que representa não tanto uma ruptura com valores tradicionais, quanto uma nova forma de valorização do casamento. Nesse sentido, se o costume da coabitação ganha novo fôlego nas últimas décadas no Brasil, isso ocorre não em contradição direta com o arranjo conjugal mais tradicional, mas como uma etapa que precede o rito do casamento - quiçá, como o equivalente alternativo, embora não excludente, da fase do noivado.

## PRIMEIRA PARTE: CONHECENDO O "CASAMENTO ESPETÁCULO"

### 1. "DO QUE É FEITO UM SONHO?"

Entre as organizadoras de casamentos com as quais conversei e entrevistei durante a realização desta pesquisa, uma constatação que se repetia era a de que esse tipo de evento havia mudado. Elas defendiam que a preparação de um casamento havia se tornado, ao longo das últimas décadas, “assunto para profissionais”, dada a quantidade de detalhes, antes inexistentes, que passaram a ser considerados *necessidades*. É evidente que há, nessas falas, um aspecto de defesa do trabalho que se exerce. É do interesse de quem organiza eventos profissionalmente que o seu serviço seja considerado indispensável. Ao mesmo tempo, tanto cerimonialistas como outros agentes do mercado, a exemplo dos organizadores de feiras para noivas, reiteravam sua representação do casamento como um tipo de evento *tradicional*. Algumas das noivas que eu entrevistava utilizavam esse adjetivo para se referir às suas bodas. No discurso de profissionais do mercado, o casamento era descrito como “um sonho” que de alguma forma sempre teria existido e que estaria presente desde a infância no imaginário de toda mulher. Questionadas sobre o “sonho do casamento”, as noivas apresentavam respostas que contradiziam os profissionais de uma forma interessante. A maioria das noivas que entrevistei dizia que o casamento não foi, para elas, um “sonho de infância”. Elas passavam a cultivar o evento como um sonho a partir do momento em que entravam em contato com o mercado e suas ofertas.

Neste capítulo, apresento uma descrição dos custos, serviços e objetos oferecidos no tipo de casamento organizado pelas interlocutoras dessa tese. O caráter tradicional dessa modalidade de evento é contraposto à percepção das pesquisadas de estarem diante de uma constante oferta de *novas necessidades*. Discutindo as compreensões nativas sobre os pares necessário/dispensável, caro/barato, investimento/desperdício, pretendo demonstrar como os sentidos do *sonho* e do *tradicional* se renovam rapidamente no universo dos casamentos-espetáculo.



### 1.1.Quanto custa?

Clara é cerimonialista há mais de dez anos, e há seis começou a organizar casamentos no Rio Grande do Sul e em Santa Catarina. Em seu trabalho, uma de suas principais tarefas é a de explicar a seus potenciais clientes o que *deve ser*, em sua opinião, uma festa de casamento. Em suas palavras, trata-se de "vender a ideia da festa de casamento" - e não uma festa qualquer, mas o que ela categoriza como "uma festa boa". Assim, quando um casal a procura, em geral interessado em uma resposta objetiva sobre o valor cobrado por seu trabalho de organização, ele é convidado a fazer uma visita sem compromisso ao seu escritório para conhecer o seu trabalho. Sem essa reunião prévia, ela não divulga valores, pois acredita que a maioria dos que a procuram não está ciente dos custos envolvidos na preparação do tipo de evento que eles tem em mente. O encontro é importante não só para que o casal conheça o trabalho de Clara, mas também para que a profissional avalie os clientes e para que possa saber se, de fato, está disposta a prestar serviço para eles. Ela afirma que está em um momento da carreira em que consegue atender a um público de poder aquisitivo mais elevado, e assim produzir festas com orçamentos maiores, que não apenas lhe rendem uma remuneração melhor, mas também a ajudam a cultivar uma rede de clientes com o mesmo perfil. Fazer um casamento de menor custo atrairia, ela explica, o interesse de clientes que não estariam dispostos a pagar os valores por ela fixados. Ela defende que é preciso evitar os clientes com festas de baixo orçamento ou, do contrário, o valor de seu serviço gradualmente se depreciaria.

No encontro inicial, ela apresenta aos noivos o tipo de festas por ela realizadas. São eventos que tem a sua marca, são "as festas da Clara", ela afirma. Essas festas envolvem orçamentos a partir de 40 mil, mas facilmente chegam a mais de 100 mil reais, e segundo ela privilegiam a qualidade dos serviços contratados em detrimento do número de convidados. Tem que ser festas que impactem os presentes, desde a entrada no local. Para produzir esse efeito, o conjunto representado pela iluminação e a decoração são pensados como uma cenografia desenvolvida a partir de uma *identidade* da festa, anteriormente definida. "É difícil

explicar, para quem está pagando, a necessidade disso tudo. Alguns só entendem de verdade quando veem tudo montado. É difícil de entender a necessidade porque *é um efeito, festa é sensação*".

Nessas reuniões iniciais, o trabalho de Clara é persuadir seus clientes de que uma festa de casamento nos dias de hoje é uma ocasião que demanda um investimento elevado e que requer um trabalho de organização *altamente especializado*. "Normalmente, a pessoa que senta não tem ideia do investimento, o quanto custa, o quanto envolve a festa, o quanto de trabalho, de fornecedores, o quão é o contexto todo".

Na primeira entrevista, de uma série de cinco, feitas com Clara, ela me recebeu em seu escritório e iniciou a conversa da mesma forma que iniciaria com uma noiva: didaticamente expondo o que é, em sua concepção e a partir do aspecto dos custos, uma *festa de casamento*. "Vou fazer pra ti igual o que eu faço pra elas". Para expor seu argumento, ela usa um caderno grande, pautado, no qual desenha, a lápis. Começa fazendo um círculo para representar uma mesa grande, para dez convidados de uma festa. Em seguida, vai puxando setas, a partir das quais indica o valor de uma série de itens apontados como *necessários* para a realização do evento, seguidos dos respectivos custos. Ao final da exposição, ela me explica que costuma guardar esse desenho, feito diante dos noivos com esses números, na pasta colecionadora em que organizará os contratos e listas do respectivo evento. "Isso para mim é um documento". Enquanto desenha o círculo que representa a mesa, ela me explica: "hoje, normalmente, a maioria [das festas], a gente tem uma mesa redonda para dez lugares. Essa mesa custa, se eu for locar, 10 reais. A toalha dela custa 40 reais". Ela desenha, então, um círculo menor, no local em que um dos convidados se serviria: "Cada *sousplat* custa quatro reais. Isso assim, em preços médios, tá?". E, desenhando outro círculo pequeno, no centro da mesa representada: "Um arranjo mais ou menos, que não é nem um supimpa que pode ser de 500, 800, pode ser de 200, pode ser de 80. Mas digamos que a gente use um arranjo de 200 reais. Então, eu tenho 200 do arranjo, 40 da toalha, 18 da mesa, e quatro do *sousplat*, 40 de *sousplats*. Só aqui". Ela passa, então, a somar, com ajuda de uma calculadora:

Somando 200, mais 40, mais 40, mais 18: 298, só para 'sentar', sem consumir nada. Porque aqui não estão os copos, não estão. Só pra tu sentar a mesa, 298. Dividido por 10 convidados. Só para cada convidado sentar, arredondando, eu ia gastar 30 reais. Então, se eu gasto 30 reais vezes 300 [convidados], eu tenho 9 mil só de lugares. [...] Isso só na questão de lugar para sentar. Pra tu ter ideia de quanto custa um convidado, que ele custa hoje em torno de, *para uma boa festa*, em torno de 500 reais por convidado. Isso é um parâmetro, assim, é sem falar no custo da locação do salão, do... Só o lugarzinho mesmo pra tu sentar.

Em sua exposição, para além de oferecer seus serviços, Clara vendia a própria ideia de um tipo específico de casamento. Assim como outras organizadoras de casamento, ela desenvolvia formas de transmitir aos clientes a informação de que casar envolvia um investimento que, por vezes, poderia ser mais alto que o esperado.

Normalmente a maioria, a grande maioria que senta aqui vira cliente. Nem todas, é lógico, mas a grande parcela que senta, sim, eu consigo *vender a ideia da festa do casamento*. Que é que já aconteceu? Clientes que sentaram aqui e na hora que eu pergunto: "quanto tens pra investir?". "Ah, tenho tipo uns 20 mil". E eu mostrar trabalhos que elas gastariam 40, 50. E o casal desistir de casar naquele ano.

A iniciativa de Clara em alertar os seus clientes para o tamanho da empreitada que representa a preparação de uma festa de casamento não é um comportamento isolado. Entre os organizadores de casamento com os quais tive contato em minha pesquisa de campo, pude constatar a mesma preocupação em explicitar às noivas os custos de um evento que atenda as expectativas apresentadas.

Domingo o jornal vem cheio de encartes, né? Daquela farmácia, vem encarte das construtoras... Todo mundo sabe quanto custa uma BMW, todo mundo sabe quanto custa uma cobertura, e tal, e ninguém sabe quanto custa uma festa, não é verdade? E provavelmente a amiga nunca diz quanto gastou, não é verdade?

### 1.1.1. “Classes de noivas”, “classes de casamentos”

Assim como Clara, Tatiana, cerimonialista de Fortaleza, defende que, quando se trata de planejar um casamento, pode ser difícil estabelecer limites para os valores que os clientes chegam a investir. Da mesma forma que a profissional citada anteriormente, Tatiana busca manter sua rede de clientes circunscrita a um perfil específico, para conseguir produzir festas que deem visibilidade ao seu nome no mercado. Tendo iniciado sua atuação há apenas um ano, ela hoje prioriza a “construção de uma marca” associada a um perfil específico de clientes e de festas.

Quando eu vejo que o evento, que aquela noiva, tem o perfil, que o casamento que ela vai realizar tem um perfil bom, tem o perfil que eu sei que vai me dar o retorno, às vezes eu faço até um valor mais em conta. Porque eu sei que aquilo ali vai me dar um retorno de outros clientes, né. Aí, como é mais ou menos esse perfil que eu analiso, né? Eu analiso pelas classes sociais.

Para ela, a organização, a preço de custo, de alguns eventos de grande porte, faz parte do “investimento” que necessita fazer para se estabelecer nesse mercado. Por outro lado, para evitar o “perfil errado”, ela diz que lança mão da estratégia de precificação oposta, elevando os preços praticados para clientes que ela identifique como inadequados. Quando a cliente é “perfil classe C”, ela diz, “eu não vou dar o desconto que eu daria pra uma noiva de um evento que pra mim vale a pena pegar”. Na fala de Tatiana, é interessante observar que a categoria “classes sociais”, da forma como ela a formula, não diz respeito apenas aos clientes, mas ao tipo de festa que estão dispostos a custear. Ela admite que clientes que ela identificaria como “classe C” por vezes estão dispostos a adiar outros planos e investir na realização de um casamento que ela classificaria como “classe B”. Dessa forma, assim como outros profissionais que vivem da organização de casamentos, Tatiana foca em um público específico lançando mão de complexas operações classificatórias que desenvolveu a partir de seu conhecimento prático. A esse respeito, transcrevo o seguinte trecho, que considero elucidativo das categorizações de classe – de pessoas e eventos - operadas por essa organizadora de casamentos:

Hoje, aqui no mercado de Fortaleza, e eu acredito que outras cidades, também, tem *as classes sociais dos eventos*, né, dos casamentos. Tem a classe A, que é com profissionais *tops*, com festas grandes, festas pra 500, 600 pessoas, em locais grandes, com *buffets* renomados, há anos no mercado, que cobram um valor superior. Não só o *buffet*, mas todos os outros profissionais cobram um valor bem acima porque tem uma marca agregada ao seu nome. Tem o perfil B, que são profissionais bons, que estão conquistando o mercado, mas que tem um preço mais acessível, mais justo, né. E tem o perfil C, que tem uma demanda gigantesca de mercado, porque tem muito público pra essa demanda, as pessoas, mesmo que não tenham muitas condições, elas tem o sonho de casar, tem a vontade de casar, de fazer uma festa, de comemorar, de celebrar, mas ela não tem 400, 500, 200 mil, pra gastar em uma festa de casamento. Ela tem 50, e olhe lá! Ela tem 30, e é com um *choro*<sup>28</sup> grande. Então existem profissionais no mercado que atendem a essa demanda de um público C. Que são *buffets* mais afastados, em bairros, menores, que comportam de 100 a 150 pessoas. Tem outros profissionais, coquetel, decoração e tudo, que já atendem a esse público, que usam flores menos nobres, e o profissional, ele vai adaptando o orçamento dele, o que ele oferece, de acordo com o valor que ele cobra, né.

Quando lhe pergunto se é possível estabelecer classificações a partir de valores determinados, associando verbas totais a classes específicas, Tatiana me responde que *classe de evento* não se confunde com verba. Para categorizar as “classes sociais de casamentos”, ela afirma, é necessário levar em conta outras variáveis, entre as quais a mais importante é o número de fornecedores contratados. Dentre esses serviços, características como custo, além da marca dos mesmos, são decisivos para que um evento ganhe ou perca prestígio, nessa estrutura de classificação peculiar. “E isso me faz um evento, às vezes de classe B, ser classe A, de tanta coisa que eu coloquei. Por exemplo: eu contratei um *buffet* classe B. Mas eu contratei tanto *extra*, tanto extra, tanto extra, que...”, defende Tatiana. Na escalada de contratações de *extras*, ou seja, de uma infinidade de serviços complementares àqueles considerados essenciais à realização da festa, se configura a dificuldade de estabelecer limites para o investimento nesse tipo de ocasião. De minhas interlocutoras que trabalhavam com a organização de eventos do tipo, ouvi algumas vezes a palavra *infinitas* usada para definir as possibilidades nesse aspecto. “Eu digo infinito. Porque você pode gastar 2 milhões, se ela quiser”, dizia Tatiana.

---

<sup>28</sup> A importância da categoria *choro*, muito utilizada pelas interlocutoras, é discutida com mais profundidade no capítulo II desta tese.

Entre as noivas interlocutoras desta tese, os custos envolvidos na realização de uma festa de casamento foi, muitas vezes, motivo de surpresa. A fala de Linda, cliente da cerimonialista Regina, de Fortaleza, oferece uma perspectiva interessante sobre o outro lado da mesma conversa entre noivas e cerimonialistas descrita por Clara. Assim como fazem muitas noivas, ela decidiu procurar uma cerimonialista logo no início dos preparativos. Após uma primeira reunião, contratou a organizadora, apesar de ter achado “muito estranha” a estimativa de investimento apresentada pela profissional. “Eu liguei pra ela, falei com ela, fui na casa dela. Me atendeu super bem, só achei estranho ela ter me dito que era 50 mil reais a festa”. Linda narra, no trecho que transcrevo abaixo, sua reação inicial de incredulidade:

Quando eu fechei com a Regina, minha mãe até perguntou, assim, quanto é que a pessoa gastava em média numa festa. A Regina disse que era 50 mil. E eu saí de lá, eu e a minha mãe: "ah, ela é doida. Não tem nem perigo de eu gastar 50 mil. Eu vou fazer muita coisa sozinha, vou baratear tudo o que puder". De fato, eu barateei muita coisa. Minha banda não é a mais cara. Muita coisa minha não é "o profissional bambambam". São profissionais muito bons. Porque eu quis escolher coisa boa. Mas não é, assim, "o fulano que casou a família Tal". Não. Mas são muito bons. Então, eu tentei baratear o que eu pude. E, mesmo assim, a minha festa saiu muito mais que 50 mil. Até agora, estava em 72 mil. Mas, acima disso, deve aumentar de 500 a mil reais. Eu acho que não aumenta... Só se eu fechar alguma coisa, assim. Mas que é um valor muito alto. Eu falo pra outras noivas, e elas dizem que eu gastei muito pouco. Que as noivas gastam 150 mil, 100 mil, né. Mas, pra mim, isso é uma fortuna. Nunca na minha vida eu imaginei gastar esse dinheiro com uma festa.

Linda assume, então, que a cerimonialista estava certa em sua previsão: “Eu pensei: ‘ah, ela pensa que eu vou pegar tudo do bom e do melhor’. Mas que nada! Se eu fosse pegar tudo do bom e do melhor minha festa ia sair 150 mil, no mínimo, que é o que a minha última amiga gastou”. Outra cliente de Regina narra ter tido a mesma reação de surpresa ao descobrir qual era o investimento médio necessário para a realização do tipo de festa que tinha em mente. Janaína conta que conhecia uma série de produtos comuns em festas de casamentos, mas não fazia ideia dos valores cobrados pelos mesmos antes de “conhecer o universo de ser noiva”:

Antigamente não, eu achava que, 'ah, é bem baratinho!'; 'Ah, é besteira! Cada chocolate deve ser 50 centavos!'. Eu imaginava que era assim! Não sabia

como era, entendeu? Nunca imaginei que um guardanapo fosse... Quanto foi o meu guardanapo? Na promoção, foi 2,50! Nunca imaginei que um guardanapo fosse uns 3,50, 4 reais, um guardanapo!

A cerimonialista Tatiana fala sobre esse tipo de reação de noivas e parentes como algo corriqueiro em seu cotidiano de atendimento a clientes. Ela exemplifica situações em que a surpresa surge em função da inadequação entre as expectativas dos clientes e o orçamento disponível:

Às vezes, eu pergunto, se a noiva está muito perdida, eu pergunto se ela tem uma ideia de quanto ela quer gastar. Às vezes, ela não tem. Ela diz: ‘eu queria gastar 30 mil’. Mas quer fazer um casamento classe A, e nem sabe, entendeu? Porque, realmente, o mercado ludibria muito. Você: ‘ah, eu quero fazer uma festa de casamento, com tudo o que eu tenho direito, coquetel, bebida, banda, nananam’, e você não tem nem ideia de quanto você vai gastar.

Muitas mães de noiva chegam: ‘ah, eu quero a festa da minha filha, com isso, com isso, com isso...’ Quando vão pegar os orçamentos, elas se desesperam. Os primeiros orçamentos, elas já se desesperam: ‘mas é tudo isso?!’. Assim: no primeiro *buffet* que ela vai, ela diz: ‘eu quero fazer um orçamento pra 300 pessoas’. Aí ela vai, pega aquele orçamento, dá 60 mil, só de *buffet*: ‘meu Deus, mas é tudo isso, eu pensei que eu fosse gastar isso aqui na festa toda’. Aí, quando ela vai no segundo *buffet*, ela pega um orçamento pra cem pessoas.

Com uma trajetória de organização do evento em que o orçamento inicial foi deixado para trás em prol da realização de um evento maior do que o anteriormente planejado, o evento de Linda se encaixaria facilmente no que Tatiana classifica como uma “festa classe B”. O pertencimento de classe de potenciais clientes não é um parâmetro seguro, ela defende, para que a cerimonialista suponha o tipo de festa que será realizada. A complexidade alcançada pela tarefa de classificar de noivas e eventos, descrita na fala de Tatiana, pode ter parte de sua explicação na inclusão de classes menos privilegiadas no consumo de uma série de bens e serviços. Para esse fenômeno, que marcou os últimos anos no Brasil, contribuíram desde políticas de redistribuição de renda, inauguradas em 1995 e posteriormente reformuladas e ampliadas, assim como os incentivos do governo federal ao desenvolvimento do mercado de consumo interno, no final da década passada (KOPPER, 2016, p. 39), resultando em processos de “mobilidade social” cuja estabilidade é ainda incerta.

Em um fenômeno que não é apenas brasileiro, as grandes festas de casamento passam a ser consideradas, por seus consumidores, como uma prerrogativa evidente. Como afirmam as sociólogas Cele Otnes e Elizabeth Pleck, a respeito do crescente interesse nos grandes casamentos nos Estados Unidos, “exceto nas últimas camadas socioeconômicas, a decisão de planejar e executar um casamento não só raramente é questionada, como hoje parece ser considerada não apenas um rito, mas também um direito” (OTNES e PLECK, 2003, p. 5). A afirmação das autoras, que tem seu contexto na cultura norteamericana, parece pertinente também para o caso do Brasil, onde casar com um evento de grande porte já não é privilégio dos ricos.

Em minha experiência de campo, isso ficou claro no uso constante, por parte das interlocutoras, de expressões que descreviam suas festas como ocasiões "com tudo a que se tem direito", ou eufemizações como "uma festa com tudo nos conformes", "com tudo direitinho". A expressão aparece, por exemplo, na fala da noiva Linda, quando ela descreve seu casamento, no qual investiu setenta e dois mil reais, custeados parcialmente por um empréstimo bancário, como uma festa “simples”, "muito menor que muitas por aí":

Eu não tinha esse grande sonho, assim. Eu nem imaginava que eu fosse fazer uma festa grande. Até porque *eu nunca imaginava que eu pudesse um dia fazer uma festa grande*. Apesar... Quando falo "festa grande", deixa eu te explicar... Minha festa vai ter *tudo direitinho* e não vai deixar nada a desejar. Mas não é o *buffet* mais caro, não é a banda mais cara, mas vai ser tudo bacana.

### 1.1.2. Orçamentos superados

A essa altura, creio que os exemplos de campo devem ter estabelecido o quão frequente é a experiência, vivida por noivas e familiares, de constatar o descompasso entre orçamento disponível e o tipo de evento imaginado. Nas trajetórias de organização de casamentos-espetáculo, contudo, existe um segundo tipo, tão comum quanto, de rompimento de expectativas. Nas falas de minhas interlocutoras, além das narrativas sobre o desconhecimento inicial dos valores necessários, eram frequentes também os relatos de como a festa efetivamente realizada havia se tornado algo muito diferente do que pretendiam no



início. Por um lado, noivas com projetos de cerimônias mais alternativas acabavam adaptando suas expectativas e realizando festejos mais tradicionais, pela dificuldade em obter do mercado a realização dos seus desejos. Outras, por sua vez, imaginavam inicialmente um casamento pequeno, e contam que a festa “saiu de controle” por conta própria.

A trajetória da organização do casamento de Katarina, de Fortaleza, representa um bom exemplo dessa dinâmica em que o projeto inicial da festa vai sendo modificado e o evento gradativamente vai se tornando algo maior. Esse processo pode ser quantificado na diferença entre os 40 mil reais que ela pensou inicialmente em investir e os pouco mais de 70 mil que terminou empregando para a realização do casamento. Como várias outras noivas, ela me falou sobre o *sonho do casamento* como algo que ela não trazia consigo desde a infância, mas que se tornou parte de seus desejos à medida que entrava em contato com o mercado especializado. Ela atribui sua decisão de dar uma festa de casamento à cobrança de familiares e à comparação que fazia entre si mesma e as amigas da mesma idade que haviam feito uma opção semelhante. O “sonho”, contudo, não surgiu de imediato, mas foi sendo cultivado pelo contato com o mercado, à medida que contratava fornecedores que lhe ofereciam possibilidades e estabeleciam como necessidades itens que para ela eram, até então, desconhecidos. Trajetórias semelhantes à de Katarina eram vividas pelas outras clientes da cerimonialista Regina, de Fortaleza, que pude conhecer nos meses durante os quais trabalhei em sua equipe de organização de eventos. Da mesma forma que Katarina, Linda pontua que uma festa de casamento não era antes um sonho, para ela:

Érika: Mas é um sonho, pra ti, desde sempre?

Linda: Olha, eu não tinha esse sonho, não, pra dizer a verdade. Na verdade, eu sempre até dizia que eu não queria festa. Mas aí minhas amigas começaram a casar, e começaram a ter festa...

Amiga de Katarina, Marta conta uma história parecida sobre o seu casamento: “Começou mesmo com uma ideia de fazer alguma coisa pequena, sendo que você vai se

envolvendo de um jeito, vai querendo mais e mais e mais. E aí vai crescendo mesmo os olhos, e a vontade”.

O fato de que as festas de casamento costumam resultar em eventos maiores que os inicialmente planejados pelas noivas não é desconhecido das cerimonialistas. É nesse sentido que, em uma palestra ministrada para colegas de profissão, durante uma feira de noivas realizada em Porto Alegre, em 2014, uma cerimonialista local afirmou:

Eu sempre digo que festa, ela é processo. Ela pode começar de um jeito e acabar de outro completamente diferente. Às vezes, a noiva diz: ah, eu quero uma festa com flor vermelha. Quando nós vamos ver, o casamento é com flor branca. Aí: quero uma coisa monocromática. Quando nós vamos ver, a festa não é monocromática. Prioridades, que eu já falei bastante, ligado ao orçamento. “O planejamento e a criação do projeto”: O projeto, como eu já falei para vocês, ele é básico, pro cliente poder se localizar no mapa. Objetivamente, ele pode olhar o projeto, e o projeto ele é altamente influenciado pelo orçamento e o gosto do cliente. Se apresenta um projeto com base no que se conhece do cliente, mas não é uma coisa fixa.

Em outro evento para cerimonialistas, um *workshop* realizado em Porto Alegre, em 2013, uma organizador contava que as noivas costumavam contratá-la com a ideia inicial de “fazer alguma coisa bem básica, bem simples. Todo mundo diz: ‘ah, eu gostaria de fazer um orçamento enxuto. Isso sim. E aí, tudo vai aumentando muito. Então, isso que tá acontecendo muito, pelo menos no meu perfil de atendimento”. As falas dessas profissionais evidenciam que, sendo a preparação de uma festa um longo processo, agenciado por um mercado com uma profusão de ofertas de serviços, é esperado que as expectativas cultivadas em torno dos eventos sejam transformadas ao longo dos preparativos. No caso das clientes de Regina, com as quais entrei em contato, era uma prática comum que o primeiro contrato feito para a realização da festa, antes mesmo da cerimonialista, fosse a do estabelecimento onde aconteceria o evento. Normalmente, essas empresas oferecem, no ato da contratação, uma série de serviços que podem ser adicionados ao contrato básico. Nesse ponto inicial das contratações, a maioria dos noivos costumava rejeitar essas ofertas, para ir acrescentando itens posteriormente. É o caso de Linda, que reescreveu três vezes o contrato com o *buffet* contratado, a cada vez adicionando novos elementos de decoração. Além disso, ela explica

que alguns dos itens acrescentados implicaram em outros gastos, em um processo no qual “uma coisa puxa a outra”:

Linda: Muitas vezes, assim, contratei coisas a mais... Você acaba contratando coisas a mais. Você acaba saindo do seu orçamento. Mesmo você sendo controlada, porque eu sou muito controlada.

Érika: Qual foi uma coisa a mais que tu contratou?

Linda: É... Por exemplo, o meu *buffet*. Quando eu peguei orçamento, era pra 150 pessoas. No dia que eu fui fechar, já fechei pra 180. Depois, eu fechei mais 20 senhas<sup>29</sup>. E agora, por fim, eu fechei mais 30 senhas. Então, um gasto, de certa forma, desnecessário - entre aspas, porque eu deveria ter contratado menos pessoas, e não consegui. A questão da minha decoração, eu tinha contratado uma decoração intermediária. E aí, mudei. [...].

Como toda noiva diz que passa muito rápido, e já que eu estava gastando... Então, "já que está gastando", eu coloquei uma batucada. Porque as bandas que você contrata, elas só tocam quatro horas na festa, então iria até às duas horas. A minha festa começa as dez, então iria até às 2 da manhã. Aí eu coloquei uma batucada tocando 40 minutos e ainda botei uma outra banda de forró, pra minha festa ir até às 5 da manhã. Já pensando: "ah, já que é uma vez, e já que eu estou gastando uma fortuna, eu vou gastar mais!" E esse acréscimo é muito alto. Porque a batucada foi setecentos reais. Mais mil reais de aluguel de som. E mais mil da outra banda.

As despesas extras, nesse sentido, se impunham como justificativa para os custos iniciais e para o total investido. Assim como muitas outras clientes de Regina, Linda procurava fazer “valer a pena” o investimento prolongando as horas de festa. Ela contratou junto ao *buffet*, então, três *horas extras*, para que a festa, que acabaria às 2 horas, pudesse se estender até às 5 da manhã. Além de mais duas atrações musicais – batucada e segunda banda, com seus respectivos equipamentos, a decisão implicou na necessidade de providenciar mais comida e bebida para os convidados que ficariam ali toda a noite. Assim, na penúltima reunião com a noiva antes da festa, a cerimonialista sugeria: “uma festa que termina às cinco horas da manhã tem que ter café”, e a noiva declinava: “se eu ainda tivesse dinheiro, eu colocava”. Presente à reunião, a dona do *buffet* temporizava: “nós fazemos café, nós temos essa opção, mas nunca insistimos porque, nessa altura da organização do evento, a noiva normalmente já está no limite dos gastos!”. Antes disso, Linda já havia contratado, junto ao *buffet*, o serviço chamado de “panelada da madrugada”, que consistia de uma centena de

---

<sup>29</sup> “Senha” é um termo muito utilizado para designar o pagamento feito ao *buffet* por convidado.

porções desse prato, a serem oferecidas aos convidados às 2 e meia da manhã. De maneira semelhante a Linda, a cerimonialista Clara, citada anteriormente neste capítulo, também aponta a necessidade de estender as horas de duração de festa como forma de fazer valer o investimento de tempo e dinheiro de seus clientes:

Eu quero sempre a festa sempre o melhor possível, e sempre que acabe às 5 da manhã, eu não quero festa que acabe às 3h! Porque é um ano de planejamento, é um monte de dinheiro, por mais que seja uma festa barata, é caro pra quem paga, entende? A pessoa tá pagando bastante!

Tanto Clara, Regina e Tatiana, as cerimonialistas citadas neste capítulo, quanto as noivas Linda e Janaína, estão falando sobre um mesmo tipo de festa de casamento, identificado por elas como o mais adequado, aquilo que, na compreensão nativa, não apenas se *deve* fazer, mas também se tem *direito* a realizar. Para Regina, a cerimonialista contratada por Linda, essa modalidade de evento, em adequação com as atuais expectativas de noivos e convidados, pode ser definida como “um casamento tradicional”. Um olhar atento aos objetos requeridos para a realização de um evento do tipo, contudo, deixa claro que os sentidos do *tradicional* se renovam rapidamente no contexto do mercado dos casamentos<sup>30</sup>.

## 1.2. Do que precisa?

### 1.2. 1. “Investir no *essencial*, economizar nos *detalhes*”: classificações em torno das ideias de perenidade e efemeridade.

Ao procurar uma organizadora de casamentos, logo nas reuniões iniciais, é provável que uma noiva receba orientações sobre o orçamento a disponibilizar para o evento. Nessas ocasiões, as cerimonialistas costumam trabalhar com uma categorização dos itens a contratar, distinguindo-os entre “necessários” e “extras”. De modo geral, a rubrica dos elementos essenciais corresponde àquilo que Regina chama de “alicerces” do evento: o aluguel de um salão para realização da festa, com decoração e iluminação; a gastronomia e as bebidas e a

---

<sup>30</sup> A importância da tradição como categoria nativa neste universo é uma questão tratada com mais profundidade no próximo capítulo desta tese.

música. Para ela, esses são os itens nos quais as noivas não devem economizar, pois compõem “a essência da festa” e correspondem àquilo de que os convidados *lembrarão* após o evento. Além desses, ela também recomenda que a noiva não economize na fotografia, uma vez que essa representa o que fica do evento para os noivos ou, nas palavras de Regina, “o saldo da festa”. Em situações em que o orçamento seja reduzido, ela recomenda que os noivos invistam menos naqueles itens que considera acessórios, como as caixas de itens de higiene que decoram banheiros, os cabides personalizados para o vestido de noiva, os *kits* com lenço e leque para a igreja. As roupas de pajens, daminhas, dos pais e até mesmo o vestido da noiva também entram na lista dos objetos com os quais, segundo as orientações da profissional, se pode dispensar a contratação de fornecedores com preços mais elevados.

A cerimonialista Clara opera um sistema classificatório semelhante, em que os elementos essenciais de um casamento serão aqueles que mais contribuirão para que os convidados não desejem sair cedo da festa. A permanência de público é crucial para que o investimento dos noivos não se perca em uma boda desanimada ou que termine antes das cinco da manhã:

Pode ser, som ruim, né, são sensações, tu tá num lugar, tu assim ó, tu te sente incomodada e quer ir embora, mas tu não sabe o que que é. De repente é o som que tá ruim, de repente é a luz que tá te incomodando, ou é o cheiro, ou barulho fora do normal, realmente são as sensações, e isso eu tenho que trabalhar na festa! Então, eu tenho que tá num lugar bonito, cheiroso, com um som adequado, com comida saborosa, com bebida gelada, com gente agradável! Pra que a festa realmente aconteça até, né, no seu pleno! Onde eu peço numa dessas coisas, os convidados vão embora antes! Então, eu tenho que acomodar pro tio ter onde sentar, eu tenho que acomodar pra ter as crianças pra dormir pros pais poder dançar; eu tenho que criar o ambiente pra que as pessoas (um ambiente em que as pessoas queiram ficar), queiram ficar e aproveitar! E estejam super felizes! Mais ou menos por aí!

Uma vez lançados os alicerces de um evento, já com todos os serviços que correspondem a um maior investimento contratados, a cerimonialista passa a orientar a escolha daquilo que ela designa como “miudezas”, “detalhes”, ou até “frescuras”. Ainda nas palavras de Clara:

É que é todo um conjunto, a festa funciona melhor por várias coisas, é o que eu sempre digo pro cliente, ó, não adianta eu ter um salão lindo, ou bem decorado, se eu não tiver um fotógrafo bom pra registrar aquilo! Não adiante

eu ter o melhor fotógrafo e o salão tá horroroso, que ele não vá ter do que fazer foto! Não adianta eu ter um salão lindo, um fotógrafo lindo, e a festa terminar cedo porque o DJ não é bom, ou porque o DJ é bom, mas o som, o equipamento não é bom e dá... Tu não quer ficar na festa porque o som tá ruim, e tu não sabe o porquê. Então, realmente é um conjunto! Eu vejo a coisa num todo, e assim, aí é nas *frescuras* que vai diminuir. Aí, eu preciso ter bolo com bem-casado, com bonequinho em cima, com mesa de doce? Não! Eu preciso ter uma sobremesa boa, e um doce na madrugada pra equilibrar a glicose!

De forma semelhante, a cerimonialista Tatiana reflete sobre os itens, dentro do orçamento da festa, que devem receber mais alto investimento. Ela também relaciona a duração e a animação do evento com seu sucesso. Como está iniciando em sua carreira de organizadora de eventos e entende que festas exitosas farão seu nome reconhecido, ela faz sugestões, às suas clientes, até mesmo do perfil de convidado necessário ao sucesso de uma festa.

O que fica do casamento, que todo mundo sai falando bem: quando a comida é boa, quando a banda é animada, e a bebida é boa. Se os convidados forem pessoas bem mais velhas, que não dançam, que não aproveitam, que vão embora cedo, a sua festa vai ser triste. Vai ser desanimada. Agora, se você convida jovens, amigos, primos, pessoas da família que são animadas, e tudo, e não aquele convite por sociedade, por ter que convidar, isso faz a festa ser animada, isso faz as pessoas estarem felizes por estarem ali no seu casamento. Então, assim, são coisas principais.

Para Tatiana, é aconselhável aos noivos investir em convidar mais amigos de sua mesma idade, aumentando a lista de convidados, se preciso, para garantir este público. Ela defende que o orçamento seja, então, ajustado para fazer sobrar o valor necessário ao investimento nos itens principais. Para isso, assim como outras cerimonialistas, ela ensina às suas clientes a tentar obter a máxima economia nos “detalhes” do evento.

Tatiana defende que embalagens de doces e lembrancinhas para convidados, por exemplo, devem ser feitos por parentes ou compradas pelo menor preço possível.

Eu procuro economizar com coisas que não vão agregar ao meu evento. Eu procuro economizar, por exemplo: numa embalagem de bem-casados<sup>31</sup>. ‘Ah,

---

<sup>31</sup> A partir de minha imersão no “universo dos casamentos”, pude perceber como os bem-casados recebem grande atenção das noivas, que lhes investem muitos significados. De algumas noivas, ouvi que não abririam mão de tê-los em seus casamentos, mesmo preferindo outras variedades ou até quando não apreciavam esse tipo de doce. Para muitas noivas, o bem-casado era considerado um item essencial, cuja contratação era insubstituível

mas deixa a decoração muito mais bonita'. Deixa. Mas a pessoa vai comer aquele bem-casado, e vai jogar a embalagem fora. Então, você não precisa gastar cinco reais na unidade de uma embalagem de bem-casado, pra ela ser a mais bonita. Você gastando um real, ela é suficiente, ela vai atender à sua necessidade. 'Ah, mas é porque eu quero chinela Havaianas, uma bem diferente, uma slim, um modelo novo que lançou'. Ela é 15 reais. Enquanto você tem sandálias no mercado, que é a partir de 2,99, e que vão fazer a função da chinela num evento, que é deixar os seus convidados confortáveis e curtindo a festa até o final. Então, eu digo: economize nas coisas que podem ser economizadas. E não no *buffet*. E não na comida que você vai servir. [...].

Então, eu acho que é isso, são coisas principais. E se, ah, se o mimo que tá no banheiro é bonito ou feio, ninguém vai notar, ninguém vai comentar sobre isso depois. 'Ah, porque faltou um mimo no banheiro', não. As pessoas vão dizer se faltou doce, se faltou comida, se faltou bebida. Se faltou animação. Isso é o que vai ficar.

O mesmo tipo de recomendação é feito por Clara. Ao orientar suas clientes sobre como distribuir o orçamento disponível para o evento, ela distingue entre o *grosso* da festa e os *detalhes*:

---

por doces similares. Elas tinham receio que, ao ver um casamento sem os tradicionais doces, os convidados "saíssem falando". De fato, enquanto trabalhava como assistente de cerimonial em casamentos, eu observava a expectativa que os convidados voltavam para o momento em que a mesa de bem-casados seria liberada para que todos se servissem. Impedir o acesso a essa mesa, assim como à de doces, era uma das estratégias a que as cerimonialistas recorriam para "segurar" os convidados por mais tempo no evento. Minhas interlocutoras compartilhavam entre si impressões sobre as marcas de bem-casados que tinham oportunidade de experimentar. O "cheiro de ovo", sinal de um bem-casado feito com pressa e sem o cuidado de retirar a membrana que envolve as gemas, era uma característica considerada particularmente desabonadora. Sinal da importância desse doce nas festas de casamentos é o fato de que era praxe, entre os decoradores de casamentos, reservar uma mesa apenas com eles, logo na entrada do evento. Pela elaboração que chegavam a ter, em alguns momentos ouvi esses espaços serem chamados de "cenário dos bem-casados". Enquanto eu realizava minha pesquisa de campo em Fortaleza, havia se espalhado a moda de colocar sobre as mesas, junto a esses doces, uma mensagem impressa em que se lia: "O bem-casado representa duas partes que se unem e são seladas pela cumplicidade e respeito mútuo. Para se ter muita sorte nesta união, deverá ser distribuído um bem-casado a cada convidado. Diz a lenda, que todo aquele que saborear um bem-casado estará sendo abençoado com a mesma sorte e felicidade". Os preços dos bem-casados de diferentes marcas eram acompanhados pelas noivas com atenção. Em geral, as empresas ofereciam a unidade do doce por valores entre 2 e pouco mais que 3 reais. O final de ano era uma época em que as noivas se apressavam para adiantar contratações desses doces, por receio da alta dos valores que costumeiramente é anunciada a cada início de ano. Muitas docerias da cidade adotavam a prática de cobrar um valor à parte pelas embalagens desses doces. Havia ainda empresas de artesanato que ofereciam como carro chefe "roupas especiais" para esse doce. Existiam no mercado desde embalagens simples, feitas com papel crepom e laços de cetim, vendidas por cerca de um terço do valor do doce, até embalagens mais elaboradas, com bordados e pedrarias, que podiam custar até 4 vezes o valor do seu conteúdo. Em sua obra "história da alimentação no Brasil", o folclorista Câmara Cascudo inclui os bem-casados entre os doces preparados nos conventos de Portugal, e trazidos ao Brasil a partir dos reinados de D. Pedro II, e de seu sucessor, D. João V. O autor chama a atenção para os nomes dos doces criados pelas freiras portuguesas da época, que "soam as denominações líricas de confidência amorosa. Os doces chamam-se suspiros, raivas, esquecidos, beijos, sonhos, ciúmes, rebuçados, arrufos, melindres, casadinhos, bem-casados, viuvinhas (CASCUDO, 1967, P. 264).

Então, o que eu faço é tentar assim ó, pegar esse dinheiro que o cliente tem e colocar no grosso, o melhor possível! E a gente trabalhar com detalhes se der! Tipo assim, lá, o cabide, lá o cabide da noiva, eu gosto da noiva com o cabide bonito pra fazer uma foto. Mas se tiver que economizar, vai economizar no cabide! Entendeu? E vai investir numa cadeira um pouco melhor! Né, que é o grosso! O grosso tem que ser bom, depois a gente põe o, ou vai fazer à mão o seu cabide, ou vai comprar um cabide mais baratinho.

Ideias semelhantes eram defendidas por Regina, e são bem sintetizadas em uma das mensagens coletivas que a cerimonialista tinha por hábito enviar às suas clientes após cada uma das festas nas quais trabalhava. Na mensagem, que transcrevo abaixo, Regina reflete sobre a festa da noite anterior, elogiando a decisão dos noivos de contratar uma variedade menor de produtos e serviços, e contratar apenas aqueles que ela apontava como prioritários:

Olá meninas, boa tarde. Ainda comentando do evento de ontem. Vcs puderam observar no *checklist* que no evento não tinha: brownie. Bolo de rolo. Suspiro. Embalagem cara de bem casado. [Estavam] todos no crepom com fitinha. Alfajor. Segunda banda. Foto lembrança. Porta retrato. Taças personalizadas. Espátula de bolo personalizada. Copos *long drink*.

E foi uma festa rica. Farta. Animada. Eh isso que eu quero passar para vcs. Não eh a quantidade de itens que terão no serão evento que tornara a sua festa de peso. E sim a qualidade com que vc contrata o que eh prioridade: *buffet*, foto, filmagem, bolo, decoração, dia de noiva, trajes, bem casados. Tivemos ontem só a banda X [se refere a uma das mais conhecidas e caras da cidade], com um intervalo com a batucada, já inclusa com ele. Depois a banda seguiu ate o final, com uma outra cantora. O *buffet* mto farto, com boteco, panelada, consomê. As fotos, perfeitas. Serão eternizadas. E muito bem casado. Pronto.

Os convidados saíram elogiando a três por quatro<sup>32</sup> o evento. E com certeza ficará para a história dos amigos, da família. Então, meus amores, não se descabelem em enlouquecerem em achar que tem q ter tudo que hoje se vende pra casamento. Pq n precisa. Foquem nas prioridades, porque muitas vezes os detalhes nem são observados. O menos eh mais. E se eterniza muito mais. Eles foram sábios. Economizaram e a lua de mel será em Fernando de Noronha. #ficaadica

O alto número de serviços contratados, cada um ao menor preço possível, é uma decisão comum entre os noivos, e que algumas cerimonialistas tendem a criticar. Durante uma palestra à qual assisti na cidade, em 2013, um cerimonialista afirmava, a partir de sua experiência, que a contratação de um elevado número de serviços seria uma característica

---

<sup>32</sup> Expressão que significa “abundantemente”, “largamente”.



própria do mercado de Fortaleza. Em suas colocações, ele procurava se contrapor aos argumentos da palestrante que o havia precedido no evento, uma cerimonialista de São Paulo, que questionava a necessidade de investir em uma série de serviços para casamentos. Lembrando que a colega havia perguntado à plateia se seria realmente necessário um DJ ou uma banda para animar esse tipo de evento, ele dizia, em tom irônico: “depois que você falou isso, teve até um burburinho do público! Sim, precisa. *Aqui* precisa de duas bandas, ou três, um DJ, uma batucada, e.... “. Entre as noivas presentes na plateia, uma elevou a voz: “é pra poder bombar!”. Outra noiva gritou, na direção da palestrante paulista, que ainda estava no palco: “vocês [de São Paulo] é que são pobres!”, gargalhando logo em seguida. Os gritos da plateia foram recebidos com bom humor pelos palestrantes, que também riram da situação. A comparação feita se confirma em minha experiência de campo, em que eu percebia que mesmo as noivas com orçamentos mais reduzidos não abriam mão de ter “tudo a que tinham direito”, como muitas vezes ouvi. Na dúvida entre cortar itens ou ter muitos tipos de produtos e serviços, recorrendo àqueles que apresentavam menor preço, eu observava que a maior parte das clientes de Regina, assim como de minhas entrevistadas, ficava com a segunda alternativa. Katarina, por exemplo, ofereceu em seu casamento uma mesa de bem-casados que tinha, além do doce tradicional, também *brownies* e palhas italianas, então considerados uma moda nos casamentos, em grandes quantidades. Para poder encaixar em seu orçamento a fatura pretendida, ela pesquisou exaustivamente produtos com valores mais acessíveis, negociou condições de pagamento e barganhou por descontos a cada item comprado.

Refletindo sobre as categorizações feitas, pelas noivas e pelas organizadoras profissionais, sobre quais itens são *essenciais* e quais são *acessórios* ao evento, é possível observar a presença de duas lógicas que regem o consumo dos casamentos. A primeira está relacionada à duração, no sentido de perpetuação do momento, por meio da produção de uma memória. A segunda, relacionada à efemeridade, diz respeito à necessidade de produzir um impacto sensorial imediato para as pessoas que vão ao casamento. Para obter essa impressão, é utilizada uma infinidade de pequenos artefatos descartáveis, destinados a preencher cenários, criando uma sensação de abundância, de opulência. Para esse fim, se escolhem grandes quantidades de objetos em materiais menos nobres, e se possível produzidos com

mão de obra barata. É essa lógica que norteia, por exemplo, a compra de caixetas, de lenços para convidados e demais elementos decorativos usados em quantidade. Em suma, a ideia de permanência justifica investimentos elevados, enquanto a noção de efemeridade evoca a necessidade de barateamento.

O investimento na perpetuação do momento é acionado como justificativa para os valores de fotografia e filmagem, assim como de serviços relacionados à imagem do evento e da noiva. Decoração do cenário de bolo, maquiagem e vestido da noiva entram nessa lógica, por serem aparatos cujas imagens se deseja perpetuar. Entre as noivas, é lugar comum a reclamação de os serviços para casamentos são superfaturados. "Tudo para casamento é mais caro", se diz. Na prática, no entanto, observei algo diferente. Em geral, no mercado de casamentos se cobram preços mais elevados que os normais quando o item em questão é associado a uma lógica de permanência. Desse modo, era corriqueiro que um mesmo profissional de fotografia e filmagem cobrasse mais caro para casamentos que para aniversários. Da mesma forma, maquiadores costumavam cobrar valores mais caros para maquiagem de noivas que para outras ocasiões.

Com o tempo percebi que, ao contrário do que se queixavam as noivas, nem todos os produtos e serviços tinham um incremento no preço cobrado ao consumidor ao serem oferecidos no mercado de casamentos. Os objetos que eram considerados acessórios, detalhes que muitas noivas se convenciam a acrescentar apenas depois que já haviam investido nos itens de custo mais elevado, eram normalmente oferecidos para as noivas a preços mais baratos dos que seriam encontrados em lojas regulares. Era o caso de adereços como os robes, vestimentas leves e compridas, abertas na frente, que algumas noivas optavam por utilizar sobre a roupa vestida durante a preparação de maquiagem e penteado para a festa. Nos grupos de noivas, eu observava, eram compartilhados contatos de costureiras que fabricavam esse tipo de peça em tecido branco acetinado, como costumava ser da preferência das noivas. O preço, de até 45 reais, podia ser considerado baixo se comparado àquele cobrado em lojas de *shoppings* locais, para o mesmo produto. Uma pesquisada me contou que decidiu comprar o robe mais barato que conseguiu encontrar, por 30 reais, de uma fabricante cujo contato obteve

em um grupo de noivas do *Whatsapp*. Depois de receber o produto, ela planejava “dar uns 5 reais” para “uma costureira de bairro” incrementá-lo com um pedaço de renda, que pretendia adquirir a um custo baixo em uma loja no Centro da cidade. Da mesma forma, as noivas costumavam pagar os preços mais baixos possíveis para as gravatas que podiam ser dadas como presentes aos padrinhos. Procurando em casas de produtos importados, uma das minhas interlocutoras conseguiu comprar esse produto pelo reduzido valor de 8 reais por unidade. Assim como os robes, havia uma infinidade de outros produtos artesanais feitos por fornecedores cujos contatos eram compartilhados em grupos virtuais, cujos custos seguiam essa mesma lógica de máximo barateamento. Esses fornecedores não atendiam em endereços comerciais, nem tampouco faziam entregas, e as noivas arcavam com o ônus do deslocamento até casas dos produtores, para buscar suas encomendas.



**Figura 5** Robes bordados usados pelas noivas e parentes enquanto fazem penteado e maquiagem. Pensados como produtos menos importantes, que pouco aparecerão em fotografias, são itens nos quais as noivas se dispõem a investir valores menores.

Os custos cortados com essas estratégias são revertidos para o investimento em itens considerados mais permanentes e essenciais. Nesse sentido, o casamento é pensado a partir de uma lógica de permanência, em que se vê o evento como algo que deverá produzir lembranças duradouras. Para essa segunda modalidade de itens, as cerimonialistas acionam uma série de justificativas sobre a importância de *não* economizar na qualidade e na tecnologia dos materiais utilizados, nem tampouco na contratação de mão de obra dotada de experiência em casamentos. Essa lógica é empregada, por exemplo, na contratação de serviços como a fotografia e a maquiagem da noiva. No caso da maquiagem, é comum que os profissionais cobrem preços distintos para noivas. Conversando com noivas de Fortaleza, e checando a informação com alguns profissionais, soube que os valores cobrados para casamentos eram muito diferentes. Um dos profissionais com os quais entrei em contato cobrava 145 reais para “maquiagens de festa”, 500 reais para noivas em casamentos civis durante o dia e sem festa na sequência, e 1500 reais para maquiar e pentear noivas que teriam casamento religioso à noite, seguido de festa. Uma maquiadora, com quem conversei informalmente em *happy hour*, após um evento do mercado de noivas no qual eu acompanhava Regina, me apresentou alguns argumentos, que transcrevo abaixo. No estabelecimento do qual essa profissional era proprietária, o valor cobrado para maquiar, arrumar e ajudar a vestir uma noiva era de mais de 2 mil reais, valor quase dez vezes mais alto que aquele cobrado pela mesma para as “maquiagens de festa”.

Érika: Explica pra mim, que não sou do ramo, por que *make* de noiva é o dobro, o triplo, até dez vezes...

Maquiadora: [Porque] É à prova d'água. É uma coisa que é feita no momento e até a hora de ela sair, até a hora da igreja... a gente "lambe" a noiva, da hora que ela chega, até a hora que sai. Lambe! É diferente de uma cliente que você só faz uma maquiagem e pronto!

É porque a gente usa os produtos "top"<sup>33</sup>, do top, do top" na noiva. A gente retoca... O pó que a gente usa custa 235 reais, nós compramos agora, da Givenchy<sup>34</sup>. Só se usa o melhor, o melhor pó. Um potinho desse tamanho. Por quê? Porque, na hora da foto, não estoura, não te deixa com aquela cara

<sup>33</sup> O adjetivo “top” era muito utilizado pelas noivas e profissionais com as quais eu conversei durante a pesquisa. O termo servia para classificar empresas, produtos e profissionais que não apenas apresentavam boas qualidades materiais, mas principalmente simbólicas, de distinção.

<sup>34</sup> Givenchy é uma marca francesa de cosméticos e roupas de alta costura.

branca. Isso é importante! Nós usamos o melhor pó, o melhor delineador. O super delineador, o da Mac<sup>35</sup>, que a gente ama. A gente usa um Givenchy, que custa 280 reais. A gente só usa o melhor, mas não é só isso. É a forma de fazer! De montar. Nós gastamos duas horas pra fazer a maquiagem de uma noiva.

A maquiagem de noiva exigia ainda, como explicavam os profissionais, que se gastasse o dobro da quantidade de produtos, já que o contrato com noivas costumava incluir uma prova. Nessa ocasião, marcada para uma semana antes do casamento, o profissional escolhia as cores e produtos a utilizar e os testava no rosto da cliente. Todo esse esforço extra com as noivas era justificado pela ideia de que a maquiagem da noiva deveria ser livre de falhas. Qualquer problema, como um cílio que descolasse, iria estragar as fotografias e seria por isso considerado um problema de grande gravidade, o que aumentava a carga de responsabilidade do profissional. Nesse tipo de serviços, orientado para o sentido do evento como a produção de uma memória, existe uma elevada expectativa de perfeição dos resultados obtidos, e os profissionais praticam preços mais elevados no casamento que em qualquer outro tipo de festa. Esse tipo de justificativa se explica pela ideia implícita, existente no mercado de eventos, de que o casamento ocuparia o topo em uma hierarquia dos eventos sociais.

### **1.2.2. Quando o acessório é essencial**

O fato de que alguns itens são classificados como acessórios não significa, como as falas de minhas interlocutoras evidenciam, que as noivas tratassem esses pequenos detalhes como coisas dispensáveis. De modo geral, a estratégia das noivas que observei durante esta pesquisa foi a de comprar esses itens pelos menores preços possíveis, ou manufaturar, elas mesmas, esses detalhes. Marta, que realizou seu casamento no primeiro semestre de 2014, se organizou para obter essa economia. Ao mesmo tempo em que investiu em um dos serviços de fotografia mais caros da cidade, ela se organizou para, em seu tempo livre, com a ajuda de

---

<sup>35</sup> Marca norte-americana de cosméticos.

sua mãe, preparar as embalagens de bem-casados e outras lembrancinhas. Assim, no início de 2013, quando visitei uma feira de casamentos com essa pesquisada, Marta já havia começado a preparar parte das coisas que usaria no dia da cerimônia:

Eu acho que eu fiz uns 500 lacinhos chanel<sup>36</sup>. Porque as embalagens de bem-casados, a minha mãe fez. E eu queria que o bem-casado tivesse esse laço chanel. Então, só aí, já foram 250 lacinhos. Fiz lacinhos também para todas as lágrimas de alegria, que são lencinhos<sup>37</sup> - empacotei e pus lacinhos em todos. Aí, já foram mais 150 lacinhos, só pra esse negócio. E todas as embalagens dos padrinhos tinham lacinhos chanel, e tudo tinha. Até a embalagem do convite dos padrinhos já tinha os lacinhos chanel.

Uma semana antes da festa, ela iniciou ainda um novo projeto, com lembranças para as madrinhas. Ela decidira preparar *corsages*, que são pequenos arranjos de flores que podem ser usados no pulso para distinguir as mulheres consideradas especiais em uma determinada ocasião social. Nesse sentido, essas peças tem a mesma função das lapelas, que são flores presas com um broche de segurança no paletó dos padrinhos de casamento. Assim como muitos elementos utilizados nas festas de casamento, os *corsages* são adaptados de outras festas e outras culturas. Nesse caso, as pequenas pulseiras de flores são reapropriadas a partir daquelas utilizadas pelas adolescentes norte-americanas como acessório nas formaturas.

E as pessoas se surpreendem, assim, com pequenas coisas, também. Eu falo que com algumas coisas eu gastei muito pouco, e as pessoas... Por exemplo,

---

<sup>36</sup> Laços Chanel são uma variação desse tipo de enfeite, composta por dois pares de voltas sobrepostas, uma de comprimento menor, colocada por cima, e outra de comprimento maior, que compõe a base do adorno.

<sup>37</sup> “Lágrimas de alegria” é o nome pelo qual se popularizou chamar os lencinhos de papel que são distribuídos às convidadas nas cerimônias de casamento, em embalagens individuais, identificados com o monograma do casal. Trata-se de um produto que o mercado de casamentos brasileiro incorporou a partir de uma tendência norte-americana. A expressão “para suas lágrimas de alegria”, inclusive, traduz a frase “for your tears of joy”, que costuma estar impressa nas “happy tears” que se tornaram moda inicialmente nos Estados Unidos. Nos últimos anos, as “lágrimas de alegria” se tornaram tão populares nos casamentos em Fortaleza que algumas de minhas interlocutoras manifestavam preocupação em não acrescentar esse item. Algumas verbalizavam receio de que os convidados fossem reclamar ou cobrá-las caso os lencinhos não estivessem presentes. Em campo, enquanto trabalhava em uma equipe de cerimonial em Fortaleza, constatei que os lencinhos eram usados por poucas convidadas comovidas que precisavam prevenir borrões na maquiagem. Os lencinhos, que as noivas encomendavam em número equivalente a metade do total de convidados, recomendando ao cerimonial que os distribuíssem somente para as mulheres, eram mais solicitados, na prática, pelos homens. Sufocados pelo calor que variava entre 28 e 30 graus, e incomodados com os ternos que a maioria não usava habitualmente, os convidados usavam os lenços para secar o suor do rosto. Dessa forma, com um uso diferente daquele recomendado, os lenços eram, de fato, muito requisitados.

eu inventei de fazer, pras madrinhas, uns *corsages*, que são aquelas flores. Eu mesma fiz, inventei uma semana antes, e todas adoraram as pulseirinhas que elas receberam, usaram até o final da festa. E, como eu tinha feito, eu ficava: 'será que esse negócio vai quebrar?' Sabe, a pessoa entrando na igreja e as pérolas caindo? Mas duraram, até o final da festa.

A relação dessa noiva com a preparação de pequenos objetos para o seu casamento ia além da economia, e passava por um interesse em imprimir algo de si na celebração. Desse modo, ela adaptava e *personalizava* mesmo os itens comprados prontos, em um processo que, para ela, era tão laborioso e demorado quanto compensador:

Eu, lá em casa, 11 horas [da noite], colando lacinhos nas bolhinhas de sabão, lá, nos potinhos. Porque eu comprei o negócio, arranquei o rótulo, preguei renda, lacinhos, pérolas. Em tudo, eu enfiei alguma coisa de renda e de pérola. [O noivo perguntava]: 'Por que é que tu tá fazendo isso, por que é que tu não entrega assim, mesmo?' Não, porque eu quero diferente, e tal. 'Não precisa disso, tu tá cansada. Vai dormir!' Lá estava eu, colando as coisas. E, no dia, quando ele viu tudo pronto, ele achou o máximo. Tipo, a história das pulseirinhas, dos *corsages*, que eu inventei... Porque... Eu não sabia como fazer. Foi um negócio que eu inventei, e achei uma flor do jeito que eu queria. E eu não sabia como é que eu ia colar a flor na pulseira. Então, eu passei vários dias matutando como é que eu ia colar aquilo. Mas, no final, eu descobri que eu podia costurar. Sendo que o material era duro, então eu me furei várias vezes. Pensei em desistir, e ele dizia: 'não vai mais atrás disso, já tá tão perto, deixa isso pra lá, ninguém vai nem perceber'. E, no entanto, todo mundo percebeu, inclusive ele, que achou o máximo. Todas as madrinhas usaram, e ficaram até o final da festa com a tal da pulseira. Algumas coisinhas são legais de fazer.

É importante enfatizar que os mesmos objetos que as cerimonialistas classificariam como pequenos “detalhes” e “frescuras” recebiam, por parte da maioria das noivas que eu observava, grande investimento emocional. Antes do casamento, esses detalhes eram responsáveis por muito do trabalho e atenção dedicados pelas noivas nos preparativos. Após o casamento, são cultuados como memorabilia desse dia, a tal ponto que, em um dos eventos nos quais trabalhei, a noiva revelou grande decepção ao saber que a equipe havia distribuído aos convidados todas as lembrancinhas, sem que sobrassem amostras que ela pudesse guardar como recordação. No caso de Marta, as lembrancinhas preparadas por ela foram não apenas guardadas, mas expostas na sala da casa em que já dividia com o noivo, em uma cristaleira comprada especialmente para este fim. A partir do exame atento à importância dada pelas

noivas a essas miudezas, é possível entender melhor as especificidades do modelo de casamento “tradicional” do qual fala Regina ou, nas palavras de Clara, “uma festa que valha a pena”.



**Figura 6 "Lágrimas de alegria":** lenços de papel que são distribuídos às convidadas antes da cerimônia, comumente em embalagens com o monograma dos noivos e a data da festa. Registro cedido por uma das noivas pesquisadas.



### 1.2.3. Segurando o convidado: Havaianas e energéticos

Alguns dos objetos presentes nos casamentos hoje, e que são classificados por muitas noivas e cerimonialistas como indispensáveis, só muito recentemente passaram a ser comercializados para esse tipo de festa. É o caso das sandálias que se presenteiam aos convidados, popularmente chamadas *havaianas de casamento*. Esse objeto, de uso antes impensável nesse tipo de ocasião, por sua incompatibilidade com a vestimenta formal normalmente exigida, fez sua incursão ao mundo dos casamentos por meio de uma trajetória interessante, que vale a pena ser recuperada aqui de forma breve. No ano de 2004, matérias de jornais e de revistas registravam um fato inusitado no casamento de dois famosos apresentadores de televisão brasileiros. A noiva Angélica Ksyvickis, que se casava aos 31 anos, usava um vestido amplo, que realçava a gravidez de quatro meses, e optou por sapatos sem salto para a cerimônia. Durante a festa, foram distribuídos aos convidados mil pares de chinéis da marca Havaianas, personalizados com as iniciais A e L, dos noivos. Foi a partir da repercussão desse evento que a distribuição de chinéis alcançou crescente popularidade. Antes mesmo do casal de apresentadores, a Alpargatas, empresa responsável pela marca Havaianas, já havia detectado o potencial do modismo e criado, no início daquele ano, um departamento para atender casamentos. Se tratava de uma ação de *marketing* voltada para os casais famosos em que, amplamente divulgada na mídia.

Desde o casamento da Angélica e do Luciano Huck virou mania no Brasil distribuir Havaianas personalizadas aos convidados. Elas servem de lembrancinha e são uma 'dádiva dos céus' para as mulheres, que podem trocar seus sapatos de salto alto por chinelinhos confortáveis em plena festa<sup>38</sup>.

Doze anos depois, em 2016, a mesma marca de chinéis divulgou uma peça publicitária na qual se evidenciava o sucesso obtido em emplacar os chinéis como um objeto presente em casamentos. No comercial “Casamento”, protagonizado por um casal famoso, a atriz aparece escolhendo o par de chinéis que levará à festa para a qual está se arrumando. O marido impaciente a questiona sobre a necessidade de se preocupar com isso, já que provavelmente ela ganharia um par durante a festa. “E se não for Havaianas?”, questiona a

---

<sup>38</sup> "Havaianas com a sua cara". Fonte: Gazeta Digital. 10/01/2010. Disponível em: <http://www.gazetadigital.com.br/conteudo/imprimir/secao/13/materia/230311>

atriz. De fato, se foi bem sucedida em criar o costume de se oferecer e usar chinelos em festas formais, a empresa não teve o mesmo sucesso em estabelecer a necessidade de que fossem especificamente “Havaianas”<sup>39</sup>. Em campo, ao longo de todo o tempo em que estive em contato constante com noivas e cerimonialistas, não verifiquei nenhum casamento em que a marca famosa de calçados tenha sido a opção escolhida pelas noivas. Entre as clientes da equipe de cerimonial na qual estive inserida durante um ano, a quase totalidade das noivas optava por uma empresa nacionalmente conhecida que vendia, em seu site, pares de chinelos ao competitivo preço de R\$ 3,99, já personalizados com as cores e monogramas da festa. As noivas admitiam livremente que se tratava de um produto de pouca qualidade, e mais de uma vez ouvi cerimonialistas comentarem o fato de que essas sandálias não poderiam ser posteriormente utilizadas em pisos molhados de banheiros ou piscinas, por não terem solado antiderrapante. Além do preço vantajoso, a escolha desse tipo de sandália, em vez daquelas de qualidade considerada superior, é movida por uma lógica que mobiliza outras decisões relativas ao consumo de casamentos. Interessava à maioria das noivas, nessas ocasiões, a combinação de elementos visuais agradáveis, e a caracterização de cada um dos objetos presentes para que se harmonizassem esteticamente com o conjunto. Para a maioria era mais importante, assim, que as sandálias tivessem estampas nas cores da festa, com as iniciais dos noivos e a data do evento, que um material duradouro.

Os chinelos de casamentos se inserem na lógica de transitoriedade que perpassa outras escolhas. Como muitos dos objetos presentes nos casamentos, os chinelos tem seu uso delimitado dentro da temporalidade do evento. Nos casamentos em que trabalhei, muitas vezes me coube a tarefa de distribuir os “vale-conforto”, que são pequenas senhas entregues às convidadas logo no início da festa. As senhas servem para posteriormente controlar a entrega, já que é comum que algumas pessoas tentem pegar mais de um par. Ao mesmo tempo, esses pequenos papeis são úteis para mitigar a ansiedade das convidadas por essa lembrancinha. Assim como outros objetos ofertados aos convidados, os chinelos tem hora

---

<sup>39</sup> Uma abrangente pesquisa sobre a história da marca Havaianas, contemplando as representações dos consumidores a respeito da marca, foi conduzida pela antropóloga Lívia Pinent (2013, 2015), colega a quem devo agradecimentos pelas interlocuções a respeito deste e de outros tópicos da tese.

certa para ser liberados, dentro de um cronograma preestabelecido. Nas horas iniciais da festa de casamento, embora haja música, o repertório das bandas costuma contemplar ritmos mais calmos. As músicas dançantes, com coreografias bem conhecidas de parte do público, são reservadas para logo depois que os noivos e padrinhos, já liberados da sessão de fotos que costuma ser feita nos cenários da festa, abrem a pista de dança. Após a entrega dos chinelos, a ida para a pista de dança é uma contra dádiva que muitas noivas esperam que os convidados ofereçam. Na fala transcrita a seguir, a entrevistada Linda reflete sobre os motivos que a levaram a ter os chinelos em seu casamento, e sobre como passou a considerar esse produto uma “necessidade” nesse tipo de evento:

As sandálias havaianas, que eu coloquei, também, e que é um "luxo". Mas eu coloquei porque hoje em dia, aqui em Fortaleza, pelo menos, todo casamento tem, então não é mais um luxo. E todo casamento que eu vou, eu procuro uma Havaianas. Então, se não tiver, eu vou ficar frustrada, porque naquela hora eu quero tirar a sandália.

As Havaianas aparecem no cenário dos casamentos contemporâneos como um item considerado *necessário*. Algo que garante que a festa seguirá animada e que os convidados aguentarão ocupar as pistas de dança por até cinco horas. A trajetória das “Havaianas de casamentos” mostra como um objeto deixa de parecer algo inusitado nesse cenário específico, para se tornar um item considerado essencial. Em suma, a história desse objeto “fora de lugar” nos conta um pouco sobre como, nos últimos anos, se consolidam novas expectativas a respeito do que deve ser uma festa de casamento bem sucedida.



**Figura 7 "Vale-conforto":** senhas em papel, para controle da entrega das sandálias. Algumas noivas enfeitam as senhas com pequenos chinelos ou sapatinhos em acrílico.

Junto às Havaianas, outros produtos antes improváveis passam, nos últimos anos, a compor o cenário dos casamentos. Em comum, os novos objetos tem a característica de serem pensados para viabilizar a permanência do maior número de convidados na festa, pelo máximo tempo possível. Em um momento em que a duração da festa e a animação da pista de dança se tornam importantes indicadores de sucesso, tanto para a empreitada da noiva, como para o trabalho da cerimonialista, as bebidas energéticas passam a ser vistas como recurso estratégico que divide opiniões. Assim, na palestra para organizadoras de eventos, citada acima, uma cerimonialista explicava que, nos *novos casamentos*, não era fácil estipular quantidades quando o assunto era consumo de energéticos:

Sempre os noivos me perguntam qual é a conta, qual é o cálculo, que se faz para energético. Não sei! Se tiver cem, vai cem, se tiver duzentos, vai duzentos, se tiver cinco mil, vai cinco mil. Porque tomam energético com tudo, com a água da planta, com champanhe... Então, é um cálculo... E, se tiver que colocar, coloquem em abundância. Não dá pra dizer: "faltou".

Então, pensem nisso. Ele dá, efetivamente, um outro *upgrade* na festa, mas tem que avaliar se vocês gostariam disso, também.

O comentário da cerimonialista seguia com a explicação de que, ao passo que oferecem estímulo adicional para que os convidados se mantenham acordados e ativos durante longas horas, essas bebidas incrementavam os demais gastos da festa. Agora, seria necessário oferecer também uma outra refeição na madrugada, um café da manhã, além de uma maior quantidade de bebidas alcoólicas e mais doces para equilibrar a glicose dos convidados após a ingestão de álcool. A especialista em etiqueta presente no evento acrescentava: “O que mudou, nessa coisa da bebida, é que antigamente você tinha um espumante para quatro pessoas, ou um pra seis. Agora, com essa *pilhagem*<sup>40</sup>, do energético, é um pra um. Não é? É um absurdo”. Em campo, constatei que, de fato, a opção pelos energéticos dividia opiniões, e algumas noivas optavam por não oferecer tais bebidas não por limitações de orçamento, mas porque não gostaram, em outros casamentos que frequentaram, dos efeitos sobre o público. De toda forma, mesmo essas noivas tinham altas expectativas sobre o comportamento de seus convidados. A manutenção desses na pista de dança, pelo máximo tempo possível, era um objetivo para o qual muitos esforços eram concentrados.

#### **1.2.4. Quando a comida é atração**

Junto às Havaianas, o mercado passa a oferecer alternativas voltadas ao conforto dos convidados, a exemplo das massagens para os pés, e *lounges* com sofás para o descanso, mas também se modifica a forma com que alimentos e bebidas são servidos, de modo a estimular a permanência dos convidados na pista de dança. Em uma ocasião, acompanhando Regina e uma de suas noivas durante uma visita para orçar os serviços de uma casa de festas ouvi, da gerente que nos atendeu, que o estabelecimento impunha a contratação de uma mesa de coquetéis como condição às noivas interessadas em fazer casamentos no local. Quando questionei o porquê da obrigatoriedade, ela argumentou que a estação de coquetéis era necessária “como um cenário a mais”, para “gerar movimento para a festa”. A fala é

---

<sup>40</sup> A palavra “pilhagem”, utilizada pela cerimonialista, tem um sentido informal. Em vez do significado encontrado no dicionário, associado a roubo e devastação, tem-se o sentido de “colocar pilhas novas”, “recarregar energias”.

interessante na medida em que reflete bem a preocupação, comum a noivas e organizadoras de eventos, de que a festa seja marcada por animação, com os convidados circulando pelo salão de festas e não simplesmente sentados. Em função disso, é cada vez mais comum que sejam colocadas no salão um número de cadeiras inferior ao total de convidados.

Além disso, a festa deve se manter em um ritmo crescente de movimento. Como explicou uma cerimonialista de Porto Alegre, durante uma palestra para profissionais de eventos: “A festa cresce. Uma festa, ela não pode ir pra cima e pra baixo, pra cima e pra baixo. Ela tem que ir num crescendo”. Para a profissional citada acima, a preocupação em conservar o *ritmo* da festa se refletia na preparação meticulosa de um cronograma para cada evento, com todos os passos a serem dados na noite.

Nós nos preocupamos também com o cronograma da festa. Mais ou menos uma semana antes da festa, a gente se encontra com os noivos e nós fazemos esse cronograma. Esse cronograma, ele diz a hora que os noivos vão entrar, a hora que a noiva vai ter que mudar o véu, e nós fizemos isso com os noivos, alguns noivos também gostam de fazer com os pais, e toda equipe que trabalha também recebe esse cronograma. E daí o que é que acontece? Com esse cronograma, a festa tem ritmo. A festa cresce.

Nas palestras e *workshops* para organizadores de evento, dos quais participei enquanto realiza pesquisa de campo, discutiam-se estratégias para produzir o efeito de uma festa em constante movimento, sem momentos de parada. A pista de dança tinha importância central nas preocupações dos cerimonialistas, e em muitos momentos a pista cheia até a manhã era citada como prova do sucesso de um evento. O interesse nos casamentos que lembram “baladas” parece indicar que o fenômeno dos casamentos espetáculo também se relaciona com o crescimento de um mercado de lazer e entretenimento para jovens. Não é difícil identificar como se articula, no Brasil, um mercado voltado para o lazer noturno, atraindo sobretudo jovens dispostos a investir parte considerável do salário em lazer (FRANÇA, 2008). A geração a que pertencem os noivos que pesquiso também é agenciada por esse mercado de lazer para os jovens. Dessa forma, a transformação do casamento em uma balada responde aos anseios de uma geração cujas camadas médias tiveram acesso ampliado a opções de lazer noturno. A essas dinâmicas, correspondem a introdução, nos casamentos, de produtos como os chinelos anteriormente citados, e outros destinados a prolongar a resistência

dos convidados, que deverão se conservar com disposição física e mental para fruir das longas horas de festa previamente pagas pelos noivos, sem esvaziar a pista.

O interesse crescente em fazer dos casamentos verdadeiras “baladas” implica em mudanças na gastronomia oferecida nos mesmos. Novas formas de servir alimentos e bebidas aos convidados vão sendo propostas pelo mercado com esse objetivo. Assim, em 2014, durante uma palestra realizada em 2014, em Porto Alegre, um cerimonialista carioca falava sobre a importância de se distribuir os momentos e possibilidades de alimentação dos convidados ao longo do tempo e dos espaços da festa. Em vez de um momento reservado ao jantar, ele propunha a montagem de *estações gastronômicas*, que identificava como uma *tendência* nos casamentos do Rio de Janeiro. Tais estações consistiam em mesas disponibilizadas em vários locais da festa, com oferta de um tipo específico de comida em cada uma. Era recomendada a presença de uma estação para cada cem convidados, e a permanência dos alimentos de cada tipo por apenas duas horas. A estratégia proporcionaria a presença de vários serviços de comida simultâneos, mas também adicionaria movimentação à festa, com mais espaços entre os quais os convidados poderiam se deslocar.

Uma estação de frios, ela faz parte o salmão defumado, ovas, frios, presunto de parma, etc. Ou uma risoteria, ela pode já participar desde o coquetel e ficar até o final. Se a gente tiver, no mínimo, uma estação para cada cem pessoas, a variedade dela fica a critério do cliente, tá? Quando elas variam muito, aí a gente costuma fazê-las, cada uma delas, ficar duas horas. Pra que também não fique aquela mesma comida por seis horas, num evento. Então, por exemplo, duas horas, você fica japonês e frios. Depois, por mais duas horas, entra uma estação, uma risoteria e alguma de outra coisa...

Buscando alternativas para manter os convidados alimentados sem que necessariamente parassem de dançar para fazer uma refeição, uma entrevistada decidiu inovar. Em 2009, quando aconteceu seu casamento, a publicitária Joanna substituiu o jantar por "mini porções" oferecidas por garçons em pequenos pratos ou cumbucas e com um talher só. A ideia é que pudessem ser degustadas até mesmo de pé, sem o apoio de uma mesa, com o objetivo de criar uma festa "com cara de balada". A estratégia resultou em "uma festa em que todos dançaram a noite toda", o que rapidamente despertou a curiosidade de convidadas que preparavam, por sua vez, seus casamentos. "E aí veio todo mundo pra cima de mim, porque

queriam dicas, e dicas, e dicas, enfim". A troca do jantar por pequenas porções, que hoje é uma das possibilidades consolidadas no mercado de casamentos, gerou à época grande interesse de outras noivas no casamento de Joanna, o que foi um dos fatores para a sua decisão de criar um blog temático que até hoje permanece bastante popular.

Em 2015, ao longo do período em que acompanhei uma equipe de organização de casamentos em Fortaleza, além das estações e mini porções, haviam se tornado populares também os serviços conhecidos em Fortaleza como “altas horas”. Serviços do tipo eram oferecidos por empresas que levavam à festa sanduíches como hambúrgueres e cachorros quentes, apresentados em embalagens individuais padronizadas com a identidade visual da festa. Muitas empresas ofereciam a possibilidade de ter esses alimentos servidos em carrinhos, como aqueles utilizados para vender “comidas de rua”. A adaptação se inspirava na recente moda dos *food trucks*, caminhões em que se vendiam lanches de rua readaptados com ingredientes e embalagens considerados mais nobres e valores mais altos. Outra opção procurada para as “altas horas”, nos casamentos, eram pequenas porções de pratos regionais mais substanciosos. É o caso das comidas feitas a partir de vísceras, como a *panelada* e a *buchada*. Em Fortaleza, esses pratos são vendidos em feiras e quiosques de mercados públicos, no início do dia, e apreciados como café da manhã por aqueles que retornam de forrós e *shows*. É interessante observar como a panelada, um prato muito relacionado às classes populares, agora é ressignificado para ser incluído como iguaria em eventos de luxo. Da mesma forma, as comidas de rua eram introduzidas nesse espaço, mais uma vez demonstrando a grande capacidade do mercado de casamentos para incorporar serviços de outras esferas e de outros tipos de eventos. Como me explicou uma cerimonialista, entrevistada por mim em Fortaleza, em 2013, durante uma feira de eventos:

O mercado, ele tá trazendo uma junção de outras festas à festa de casamento. Então, assim, mesas diferentes, doces diferentes, que você tinha num aniversário de 15 anos e agora estão no casamento, né? Tem uma expansão do mercado e tudo isso vão modificando a cara do casamento hoje.

E, se não convém parar a festa para oferecer um jantar em um momento determinado, o mesmo raciocínio se aplica para as sobremesas, inexistentes nas festas que acompanhei em



2015. Elas eram substituídas por uma maior quantidade de doces unitários, usualmente distribuídos em duas mesas, uma das quais apenas para os chocolates. Em geral, a estética dos doces presentes não permitia que fossem confundidos com aqueles servidos em confeitarias ou em outras festas. Se procurava ter parte dos doces moldados em formatos que remetiam à ideia do casamento: casais de noivinhos em chocolate, pequenos bolos de noiva, medalhões com as iniciais dos noivos. Além disso, havia o cuidado, por parte das decoradoras, de distribuir aqueles doces de formatos mais convencionais, como as trufas, em embalagens individuais em formato de flores, chamadas *caixetas*, que as noivas deviam comprar onde desejassem e entregar antecipadamente ao fornecedor dos doces. A maioria dos fornecedores orientava as noivas a comprar um número mínimo de caixetas equivalente a 30% da quantidade de doces encomendados, mas esse número poderia ser elevado, de modo a produzir o efeito de uma mesa tão preenchida quanto possível.



**Figura 8** Caixetas para doces. Fonte: registro de campo.



**Figura 9** Mesa com bem-casados. Fonte: registro de campo.

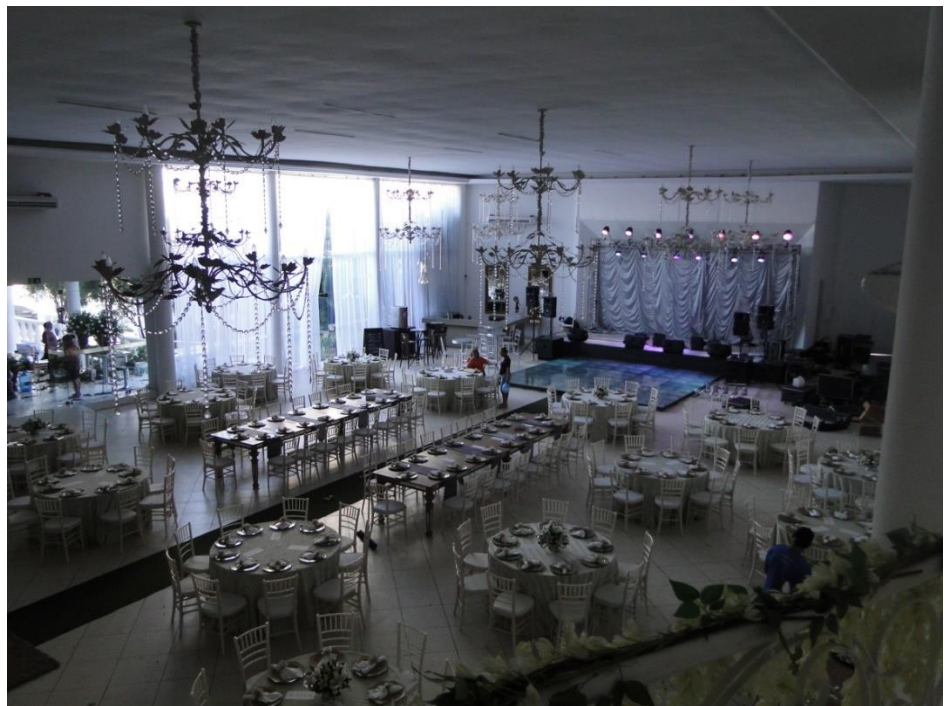
Em ambas as mesas, funcionárias do cerimonial se dividiam para impedir o acesso de convidados aos doces antes de um horário determinado pela cerimonialista para a liberação, conforme a impressão daquela profissional sobre o andamento da festa. Se a cerimonialista sente que o público tende a ir embora cedo, ela adia um pouco mais a liberação dos doces, de modo a garantir que a festa dure mais. Ocupando a função de *vigia* dos doces, pude comprovar que, de fato, muitos convidados repensavam uma saída adiantada, para não perder os doces. Quando a mesa estava liberada, alguns desses já haviam se entretido com a festa e acabavam ficando um pouco mais. Um dos tipos de doces tradicionais em casamentos, os bem-casados, cumpriam um papel particular em prolongar a permanência dos convidados, já que os mesmos só eram distribuídos como lembrancinhas aos convidados que saíam após um determinado horário. A essa altura, algumas casas de festas oferecem mesas de café e licores, mas também existem no mercado empresas que montam pequenas bancas em que o convidado pode tomar um expresso ou outro tipo de café.

Até mesmo a ansiedade dos convidados pelos doces da festa, contudo, é capitalizada pelo mercado, e assim surgem empresas que levam aos casamentos alternativas para antes de a mesa ser liberada. Seguindo a mesma dinâmica das mini porções e comidas da madrugada, as opções oferecidas costumam ser pequenas, servidas em tabuleiros de brigadeiros ou carrinhos de churros conduzidos pela festa. Diferentes dos chocolates e dos “doces finos”, pertencentes ao cenário dos casamentos há mais tempo, os brigadeiros e churros que adentram esse universo passam, como as comidas de rua, por um certo processo de *gourmetização*, incorporando ingredientes considerados mais nobres.

Nessa perspectiva, a comida se torna atração, algo que foi objeto do comentário crítico de uma especialista em etiqueta, durante uma palestra sobre etiqueta em casamentos, realizada em Porto Alegre, em 2015. Constatando que a comida havia se tornado, nos grandes casamentos, parte do entretenimento oferecido, ela criticava: “Tem uma frase que eu adoro: ‘você quer surpreender ou você quer se alimentar?’ Que não é pra [que digam]: ‘oh, é novidade’. Não, é pra ser bom! É pra comer, não é pra olhar e exclamar!”. Como explicou o cerimonialista citado antes nesse capítulo, os organizadores se preocupam em acrescentar ao evento “coisas que somem à festa, e não coisas que parem a festa”. As atrações podem ser múltiplas, já que o convidado “tem que ficar tonto” com tantas opções. Elas só não podem “competir com a parte de dança”, que nessa modalidade de evento é a própria alma da festa



**Figura 10** Pista de dança no momento da montagem



**Figura 11** Pista de dança, já montada



Figura 12 Pista, durante a festa.

Como parte da mesma lógica em que importa manter os convidados imersos em um fluxo constante de estímulos e experimentações, as conhecidas *lembrancinhas* são ressignificadas, e passam a ser chamadas corriqueiramente também de *mimos* para os convidados. Boa parte das noivas que observei em campo se preocupava em oferecer mimos em profusão. Nos casamentos realizados pelas clientes de Regina, eu observava que, em vez de apenas os costumeiros bem-casados, os convidados de saída dos casamentos costumavam receber também como lembranças *brownies* e “palhas italianas”, às vezes mais de uma unidade por pessoa. Além disso, era cada vez mais comum que as noivas não aceitassem as sugestões da cerimonialista sobre a quantidade de doces a encomendar – geralmente cerca de dez por convidado. O número, já propositadamente alto, ganhava um incremento. Cientes de que seus convidados levariam doces para casa, algumas noivas, como Katarina, providenciavam de antemão pequenas sacolas de papel nas cores da decoração da festa, que eram dispostas nas laterais da mesa. Assim, ela planejava, os convidados guardariam os doces que desejassem levar, sem que precisassem recorrer para isso a trouxas improvisadas com os

guardanapos de pano da festa, como ela vira acontecer em outros casamentos. Com a quantidade de *mimos*, comestíveis ou não, era comum, nos casamentos, que parte dos convidados solicitasse que uma funcionária da equipe do cerimonial os acompanhasse até o carro, carregando em sacolas ou equilibrando sobre caixas de lembranças todos os objetos e doces recebidos. É interessante observar como, no uso da palavra *mimo*, se evidencia o interesse em promover um evento centrado na experiência oferecida às pessoas presentes, ao mesmo tempo em que é um lugar comum, entre os profissionais, a ideia de que os noivos *não aproveitam* o casamento. Novamente, a centralidade da pista de dança se impõe como regra da organização dos casamentos, quando a mesma especialista citada acima desaconselha os excessos de mimos oferecidos:

Porque, antigamente, você dava uma lembrancinha, uma coisa pequena. Hoje, a lembrancinha virou um evento. É um combo. [...]. Uma noiva de Fortaleza perguntou se podia fazer da lembrancinha um "combo". Então, combinaram de ter um *lounge* da lembrancinha, ela providenciou um lugar. No dia do casamento, o *lounge* da lembrancinha – não era uma lembrancinha, era um lounge de sacolas, assim, que vinha um batom, isso, aquilo, vinham vinte itens dentro da sacola. E as pessoas começaram a se estapear pela sacola no meio do casamento. Então, virou uma outra coisa, um outro evento. Então, gente: "menos"! A gente tem que... Não é uma feira, é um casamento, é uma outra coisa.

Assim como as sobremesas, nos eventos dos quais participei em campo, não vi serem servidos bolos de casamento. Isso não significa, no entanto, que eles tenham saído de cena. Ao contrário, a presença do bolo era de suma importância, já que junto a ele se faziam os registros principais da festa, as fotografias oficiais do casal e de seus pais e padrinhos. Em vez de uma *mesa*, era mais corrente que se falasse no *cenário* do bolo. Esse espaço costumava ser adornado com objetos em maior quantidade e mais chamativos que os demais da festa. Noivas com orçamento restrito de decoração eram orientadas por Regina, a cerimonialista a quem eu acompanhava, a cortar gastos em outros espaços e priorizar o cenário do bolo. Esse espaço demandava também cuidados diferenciados com iluminação, devendo ser realçado por varas de iluminação cênica, conhecidas como “varas de AR”, nas quais são presos vários refletores contrapostos para realçar os objetos decorativos sem alterar as cores dos mesmos nas fotografias. Na parte inferior da mesa de bolo, era comum que se colocassem também pontos

de iluminação conhecidos como “vapores”, que poderiam ser em diferentes cores. Além disso, parte das clientes de Regina buscava empresas de iluminação para alugar alguns metros de “cortinas de LED”. Como o nome diz, esse adereço era feito não com tecido, mas com fios com pontos de luz, como os utilizados em árvores de natal, e servia para forrar a parede por trás da mesa do bolo e tornar o cenário ainda mais chamativo. Feitos para serem fotografados, e não servidos, os bolos utilizados eram na verdade maquetes de isopor cobertas com pasta americana e enfeitadas com pérolas e pequenas flores artificiais. Às noivas, interessava a substituição do bolo pela maquete, mais resistente ao calor das luzes e que, por não precisar ser servida, permanecia como adorno durante toda a festa. Além disso, sendo cênico, o bolo podia ter muitos andares sem que houvesse desperdício e sem implicar mobilização de garçons para servir. Os bolos comestíveis, quando existiam, não eram levados ao evento, mas eram contratados ao mesmo confeitiro que fazia o bolo *fake*, como se chamam as maquetes. Nesse caso, era comum que se fizessem dois bolos, entregues às famílias de origem de ambos os noivos em suas casas, como presente dos filhos. Na festa, os convidados seriam melhor entretidos com os vários doces pequenos, de diferentes tipos, criando um fluxo de várias experimentações, em vez de uma única sobremesa.



**Figura 13** Montagem do cenário do bolo. Registro de campo.



**Figura 14** Noiva no cenário do bolo. Registro de campo.

Ao longo do período em que trabalhei em uma equipe de organização de casamentos, entre 2015 e o início de 2016, nenhuma das noivas clientes da cerimonialista Regina havia optado por bolos reais. O bolo *fake* foi também a opção de Katarina, que se convenceu após a sugestão da fornecedora desse item do casamento:

Ela me disse: "se eu fosse você, eu faria um bolo falso, que é a moda agora. Porque ele é melhor de transportar, você não vai partir o bolo no *buffet*, você economiza, e se você quiser, você faz o bolo [falso] com os bolos pequenos para a família". Aí foi isso que eu fiz. Eu fechei um bolo de cinco andares por 650 reais. Um bolo todo falso, e ela vai produzir o modelo que eu quiser. Um modelo da mesma forma que ela iria fazer se eu tivesse encomendado um bolo verdadeiro. Encomendei três pequenos, que servem 20 pessoas cada um, por 50 reais cada. Eu encomendei um pra minha mãe, outro pro pai do noivo e um pra minha avó.





**Figura 15** Figura 10 Bolo "fake" pronto para entrega, na casa da fornecedora. Registro de campo.

“Resolvi o problema do bolo”, me dizia Katarina, ao mesmo tempo em que se mostrava preocupada com o tipo de cenário no qual esse objeto tão central seria posicionado. Ela havia acabado de descobrir que o *buffet* contratado oferecia, como uma das possibilidades de cenografia, a construção de uma estrutura temporária para abrigar a mesa do bolo. “Tive uma reunião com a minha cerimonialista mês passado, e ela veio com essa história da *estrutura*, que eu estou fazendo de conta que esse item não existe - pelo menos por enquanto”. Desde que surgira o novo serviço, tanto ela como outras noivas clientes do mesmo *buffet* haviam começado a manifestar o medo de que suas festas ficassem “simples demais” em comparação com as outras que contratassem esse adicional à decoração. A esse respeito, Katarina se queixava:

Pessoal tá inventando muita coisa, muita, muita coisa mesmo. Os *buffets*, antes, ofereciam só a decoração, né. Agora inventaram uma estrutura... Só uma coisa a mais que estão inventando pra ganhar dinheiro. [...]. Eu achei que o meu casamento ia ser o "*top*" em decoração. Mas não. Inventaram

agora *essa tal* dessa estrutura. É uma estrutura montada dentro do *buffet*. Não é o caramanchão, que é aquela estrutura de ferro. É como se fosse um piso elevado que você coloca a mesa do bolo em cima. É como se fosse um piso elevado que você coloca a mesa do bolo em cima. Com umas madeiras, como se fosse a decoração de uma casa. Com uns estofados, espelhos no chão, carpetes, nesse elevado. É uma coisa mais chique, mas que você vai gastar, hoje, entre 3 e 7 mil reais para ter essa estrutura. Eu provavelmente vou optar por não investir nessa estrutura. Eu prefiro investir os 7 mil reais em outra coisa, tipo: outra banda. Mais bebida, mais comida, lembranças para os convidados. Prefiro. Porque... todo mundo fazia antes só com o que eu já contratei, por que é que agora eu vou... São novas necessidades. E vão surgindo mais. Até... Até o dia em que chegar a época do meu casamento, surgirão muito mais coisas.

Para Linda, contratante do mesmo *buffet* que Katarina, a notícia de que agora o estabelecimento oferecia *a estrutura* como opção extra de decoração também foi apontada como motivação para novos investimentos, de modo a não ficar “para trás” com relação a outros casamentos realizados no mesmo local. O incremento nas ofertas do mercado é observado com um sentimento de frustração, como se nunca fosse possível acompanhar o ritmo dos novos produtos:

Linda: Como eu não tinha contratado estrutura, eu preferi mudar pra decoração luxo, e gastei mais um dinheiro grande, e coloquei mais uns detalhezinhos, tipo...

Érika: O que é estrutura?

Linda: Estrutura é tipo como se fosse um outro palco, uma estrutura de madeira, o pessoal enfeitada, e fica um negócio mais pomposo, sabe? E eu não fiz isso, porque eu não queria gastar. Mas, *como eu não ia ter isso, eu quis enriquecer a minha decoração*, e aí mudei de uma decoração de intermediário pra luxo, e botei uns acréscimos de flores na parte do meu *buffet* que tem o teto rebaixado, e cobri umas colunas com rosas, e botei uns espelhos no chão, na parte da mesa do bolo, pra ficar mais bonita a mesa do bolo, já que eu não teria estrutura. E isso já foi um dinheiro alto, entendeu? Aí, por exemplo, eu botei...

Nas falas de Katarina e de Linda é interessante observar que a existência de novos produtos anunciados no mercado local eleva as expectativas das noivas com relação aos seus casamentos. Mesmo decidindo não investir na *estrutura*, Katarina e Linda preocupam-se em acrescentar itens aos seus eventos, para fazer frente aos casamentos que, elas supõem, terão esse novo aparato. O cenário do bolo acionava comportamentos de emulação entre as noivas.

A montagem de um cenário do bolo que fosse original, “a cara dos noivos”, e ao mesmo tempo não estivesse defasado com relação às ofertas do mercado e aos casamentos de amigos e parentes era uma grande preocupação das noivas. Além da estrutura e da mesa, existiam as decorações aéreas, com flores e luminárias que ficavam pendentes desde o teto. À época em que realizei a pesquisa de campo, enquanto as decorações aéreas ainda eram vistas por noivos e cerimonialistas como algo apenas opcional, o fundo do cenário, ou *backdrop*, era classificado como algo imprescindível. Em reuniões sobre a decoração de eventos, profissionais e noivas discutiam quais elementos decorativos escolher para essa área específica. Em uma ocasião, observei a cerimonialista sugerir à noiva que optasse por uma parede forrada com folhagens, em vez das então populares “cortinas de *led*”. A cerimonialista explicava para a noiva que cortinas de *led* eram um modismo, devendo cair em desuso nos próximos cinco anos. Incentivava a noiva a apostar em um fundo de cenário feito com folhagens, porque “as folhagens são uma tradição”. Ela argumentava que, nos últimos cinco anos, as folhagens foram muito usadas. No universo dos casamentos, o prazo curto, de cinco anos, era suficiente para definir um produto como uma tradição consolidada. As tendências se sobrepunham umas às outras, e as noivas faziam o exercício constante de tentar prever o que não pareceria datado em poucos anos. Da mesma forma, mulheres que se casaram havia menos de dez anos se referiam ao evento como algo realizado “há muito tempo”. Usavam a expressão “naquele tempo, muita coisa ainda não existia”. As novas necessidades iam se impondo em ritmo acelerado, e noivas que começavam a organizar seus casamentos com dois anos de antecedência sentiam necessidade de fazer acréscimos à decoração ao longo do processo.

### **1.3. “Vai tudo pra planilha, se não eu enlouqueço”.**

A frase que dá início a esta sessão do texto pode não fazer muito sentido para o leitor menos familiarizado com o campo que descrevo nesta tese, mas imagino que certamente será familiar aos profissionais que trabalham atendendo ao público de noivas. A ouvi de algumas das noivas que eu entrevistava, mas a frase também era dita por noivas atendidas por Regina,

nas reuniões às quais eu assistia acompanhando a cerimonialista. As noivas por mim entrevistadas citavam o fato de muitas vezes se verem perdidas em meio à quantidade de pagamentos e prestações a gerenciar. Por esse motivo, as planilhas eram um meio comum de organização. Algumas das noivas que entrevistei concordaram em me fornecer as versões finais de suas planilhas que listavam itens contratados. Considerei pertinente incluir algumas delas neste capítulo, em versões simplificadas, das quais excluí detalhamentos, como as datas das parcelas de cada um dos itens pagos e os nomes das empresas e profissionais. Por questões de economia de espaço, também optei por dispor os valores e serviços na forma de gráficos, que podem ser vistos a seguir.

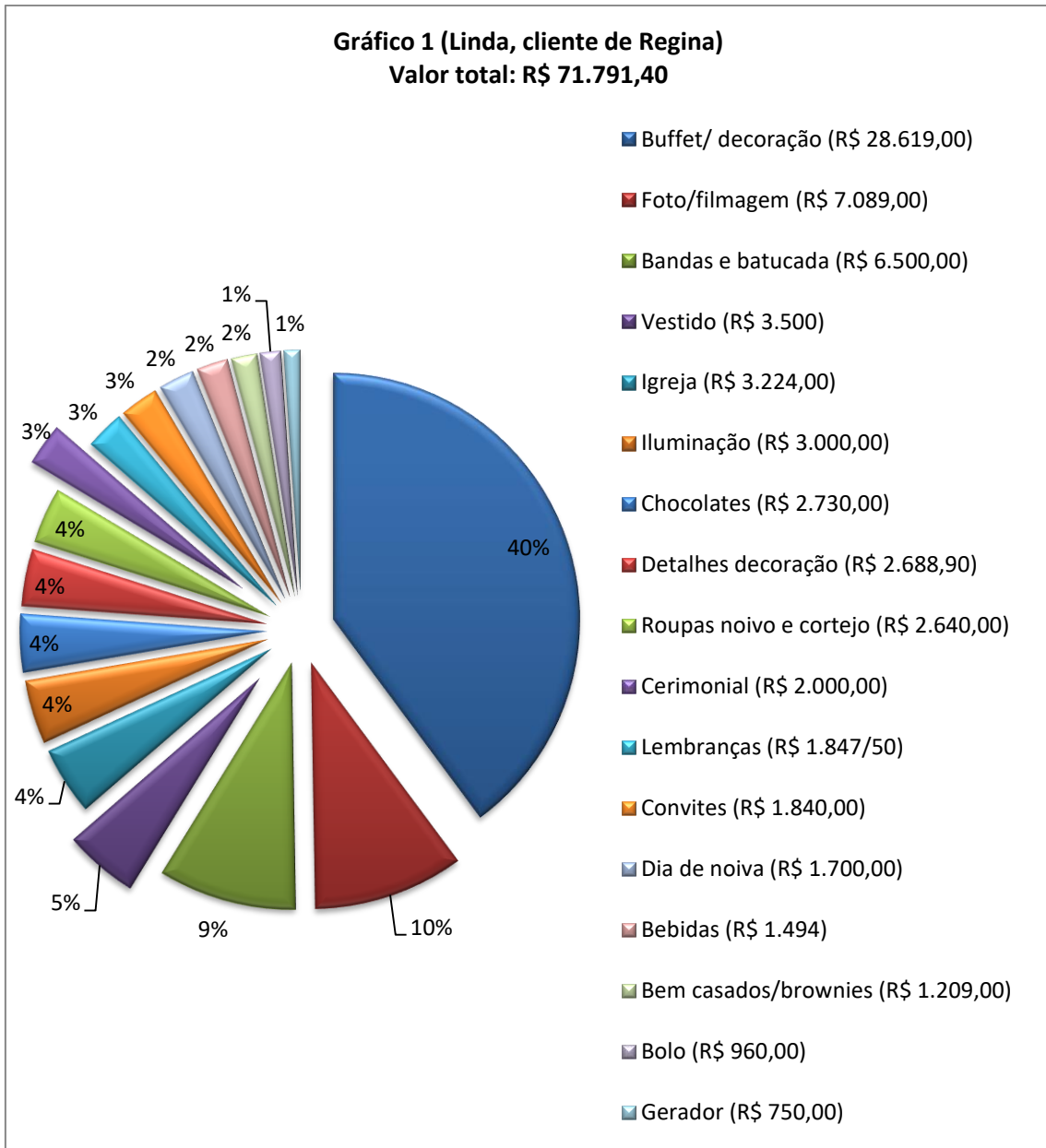


Figura 16 Gráfico 1. Linda, cliente de Regina.

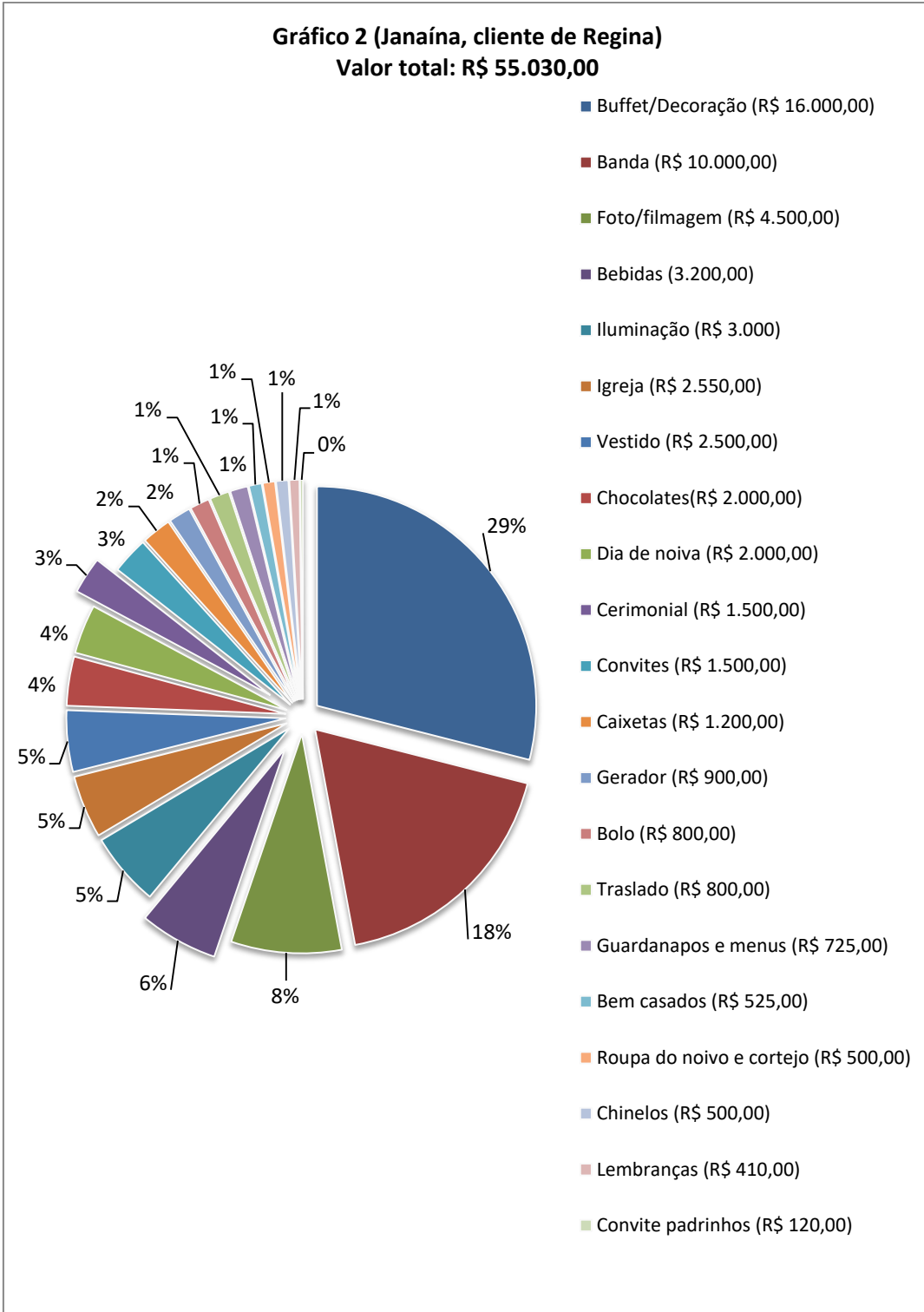


Figura 17 Gráfico 2. Janaína, cliente de Regina.

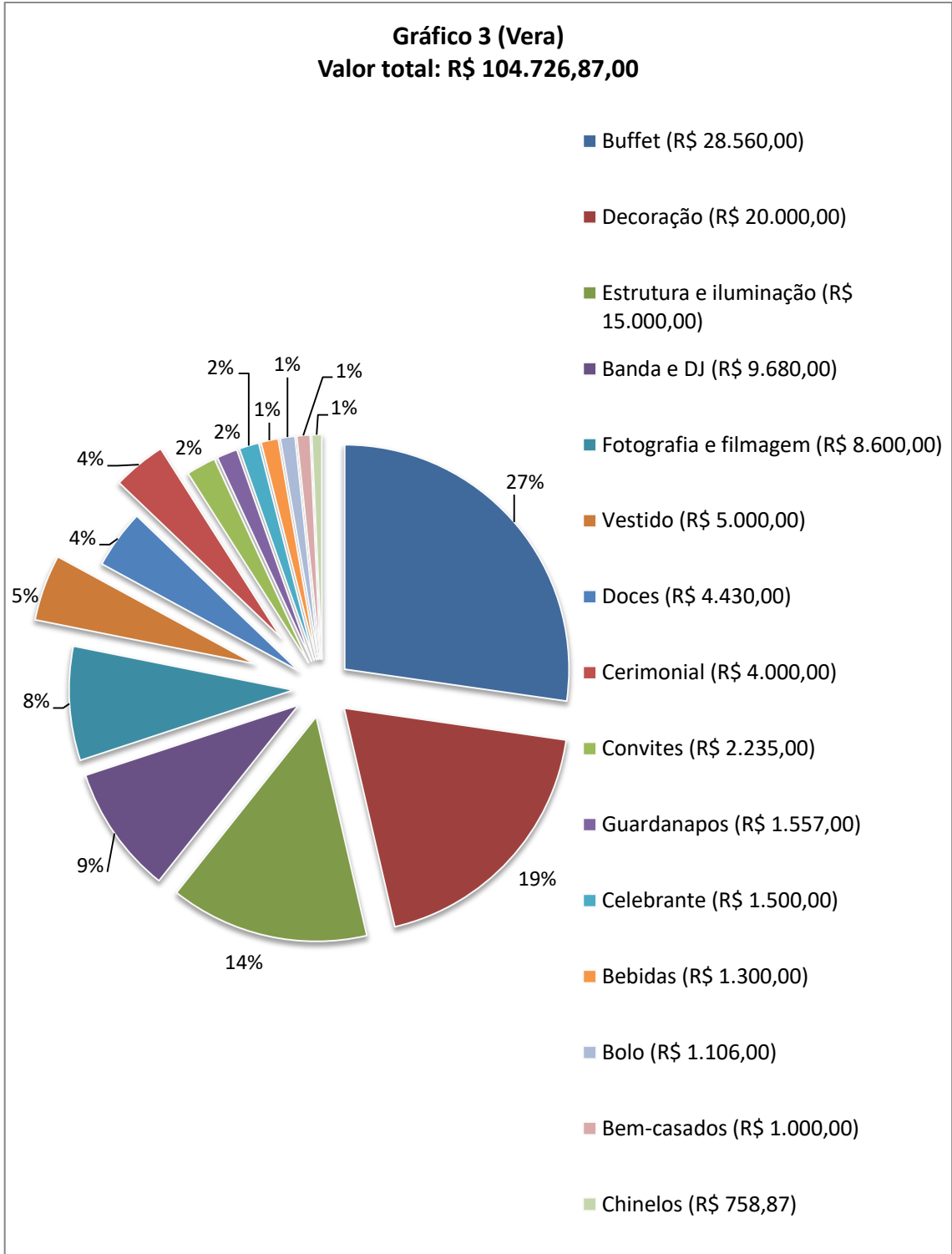


Figura 18 Gráfico 3. Vera.

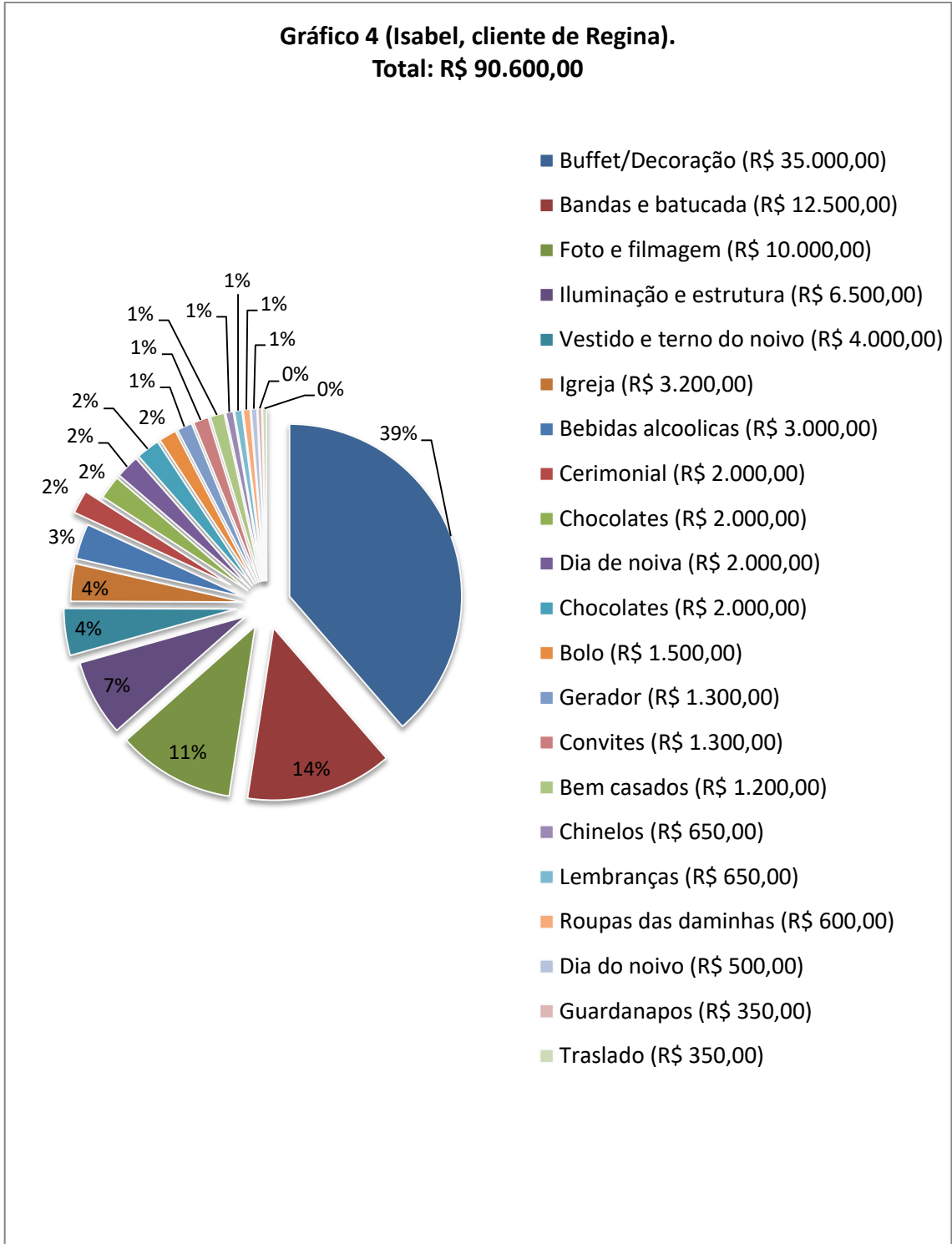


Figura 19 Gráfico 4. Isabel, cliente de Regina.



Para produção dos gráficos, optei por somar em uma mesma rubrica de orçamento itens que, nas planilhas utilizadas pelas noivas, diziam respeito a um mesmo assunto. Essa adaptação foi necessária, já que algumas das planilhas originais se estendiam por cinco ou seis páginas. Os custos relativos a embalagens e fitas para bem-casados, por exemplo, foram somados aos valores desse doce, assim como foram reunidos os pagamentos referentes às diferentes bebidas alcoólicas. Nos gráficos expostos é interessante como, apesar dos diferentes valores totais, se mantém aproximadas as porcentagens destinadas a um mesmo item. *Buffet* e decoração costumam ser os itens com maior investimento, seguidos de banda, fotografia e iluminação. Ao vestido de noiva correspondem, nos gráficos, porcentagens entre 3% e 5% do total, enquanto o pagamento do cerimonial recebe entre 2% e 4% do total.

#### **1.4.O lugar do vestido no casamento espetáculo**

Nesse ponto, julgo importante tecer algumas considerações sobre o lugar ocupado pelos vestidos de noiva nos casamentos que etnografei. Na primeira fase da pesquisa de campo que realizei, em minhas incursões a feiras e entrevistas iniciais, segui imaginando que essa peça de vestuário teria um papel preponderante nos preparativos. Em uma das primeiras feiras que visitei em Porto Alegre, eu havia assistido à palestra de uma noiva que contava que decidira casar na igreja católica porque, tendo escolhido um vestido volumoso, chegara à conclusão de que “o vestido merecia uma igreja”. Para aquela noiva, o vestido ocupava boa parte das atenções durante os preparativos. De certa forma, a peça orientou e conduziu, para ela, todo o restante do processo. A festa precisava ser grande, para combinar com o vestido. Eu havia assistido, também, a filmes em que a escolha do vestido precedia as demais e implicava uma avalanche de mudanças na organização do evento. Com o desdobrar da pesquisa, entretanto, fui sendo confrontada com o fato de que esse tipo de narrativa não se repetia nas minhas observações de campo. A despeito da minha resistência em abandonar essa hipótese inicial, eu pude perceber que o vestido não ocupava a posição central que eu imaginava que teria nas falas e experiências de minhas pesquisadas. A maioria das noivas preocupava-se com o vestido como *um* dentre os muitos itens a contratar e resolver. Elas de fato dedicavam

bastante tempo e energia à escolha, mas os vestidos não tinham o papel de “eixos organizadores dos preparativos” que eu havia lhes atribuído. Muitos outros aspectos recebiam igual ou maior atenção que aquela dedicada aos vestidos. A escolha do *buffet*, por exemplo, costumava ser responsável por uma longa peregrinação e ser causa de imensa ansiedade. No cronograma da organização do evento, o vestido não estava entre os primeiros itens escolhidos. Isso acontecia por uma série de motivos. Algumas noivas desejavam dar início ao pagamento das prestações do vestido e de outros itens apenas depois de terem quitado as parcelas referentes a contratações com valores maiores, como os do *buffet* e da fotografia. Outras noivas adiavam a contratação do vestido porque não desejavam ter um modelo defasado com relação às tendências de moda quando o casamento chegasse. As que alugavam o vestido tinham interesse em não reservar a peça no início dos preparativos, para que o modelo não fosse muito utilizado por outras noivas antes de sua data e não acabasse danificado. Outras, como Katarina, desejavam atingir uma meta de emagrecimento antes de procurar o vestido de noiva. Além disso, em alguns ateliês que faziam vestidos sob medida, era praxe começar a confecção da peça apenas três meses antes da data do evento, para evitar trabalho extra com ajustes caso a noiva emagrecesse e diminuísse suas medidas.

Além do aluguel e da compra de vestidos, o mercado oferecia uma opção intermediária, chamada “primeiro aluguel”. Essa opção consistia na confecção de um vestido sob medida, a partir de um modelo exclusivo, conforme o desejo da noiva. Nessa modalidade de transação, a peça pronta não pertencia à noiva, mas ao ateliê contratado. O vestido era reservado para ser utilizado pela primeira vez pela noiva para qual havia sido desenhado. Após o casamento, ele passava a compor o acervo do ateliê, disponível para aluguel. Essa opção viabilizava às noivas a possibilidade de ter um vestido novo e exclusivo, sem ter de posteriormente guardá-lo em casa – o que era considerado uma vantagem pelas noivas que moravam em pequenos apartamentos, com pouco espaço para armazenar uma peça volumosa. Em alguns ateliês, os custos de ter um “primeiro aluguel” eram apenas um pouco mais caros que os de um aluguel comum. O preço de um vestido exclusivo, feito para compra, costumava ser bem mais elevado. Entre minhas entrevistadas e interlocutoras, a maior parte tinha feito a opção do “primeiro aluguel”. Uma menor proporção tinha optado por alugueis comuns e apenas duas

das noivas que entrevistei – as duas com orçamentos mais elevados – de fato compraram seus vestidos. Uma delas estava decidida a vendê-lo logo após o casamento, provavelmente pela Internet, enquanto a outra planejava reformá-lo, tingindo os tecidos para transformá-lo em vestido de festa. Uma das entrevistadas elogiava a própria esperteza, por ter comprado não apenas um, mas dois vestidos de noiva, de um site que importava produtos feitos na China. As peças eram réplicas de modelos lançados por marcas europeias famosas e haviam custado, cada uma, cerca de 300 reais. Ela pretendia escolher um dos dois vestidos para usar no casamento e, após a festa, tentaria se desfazer de ambos em um site de revenda de produtos usados.

Uma de minhas interlocutoras, a noiva Andreia, que conheci por meio de um dos grupos de noivas dos quais eu fazia parte, servia de contraponto a esse perfil. Ela falava com grande eloquência sobre seu vestido de noiva, que havia negociado como um “primeiro aluguel”. Desde o início dos preparativos, investiu muito tempo na busca de uma estilista que fizesse o modelo desejado, aprendeu sobre rendas e tecidos, priorizou o vestido e o aluguel de joias para o evento cortando custos em outros itens. Tanta dedicação a essa peça lhe valeu um comentário de sua mãe: “minha filha, você parece uma *noiva de antigamente*, pensando só em vestido, vestido...”. Foi a observação feita pela mãe dessa noiva que me abriu os olhos para a compreensão dos meus dados de campo sobre os vestidos a partir de uma perspectiva geracional<sup>41</sup>. Eu estava etnografando um tipo de boda distinta daquelas organizadas por famílias de classe média de gerações anteriores. Nos atuais casamentos-espetáculo, com toda a profusão de detalhes envolvidos, o vestido parecia ter perdido em grande parte sua centralidade. Ele ainda mobilizava as expectativas e investimentos das noivas, é certo, mas outras questões ocupavam a atenção das noivas por mais tempo. É o caso dos detalhes da decoração do local da festa, que se tornavam, para muitas noivas, uma verdadeira obsessão. Eram fotografias de *inspirações* de decoração, e não de modelos de vestidos, que compunham

---

<sup>41</sup> Agradeço também os comentários da colega de doutorado Aline Rochedo, sobre as transformações da relevância do vestido no contexto por mim pesquisado, com relação às décadas anteriores. Tendo realizado uma excelente pesquisa sobre a trajetória de um vestido de festa produzido pelo estilista Rui Spohr em 1971, em Porto Alegre, Aline me chamou a atenção para o tipo diferente de relação que mulheres de outra época cultivavam com seus vestidos de noiva (ROCHEDO, 2015).

a maior parte das imagens compartilhadas e comentadas entre as noivas nos grupos virtuais. Eram os espaços decorados de *buffets* que as noivas visitavam semanalmente, e não os ateliês de vestidos. As visitas a lojas de vestidos, comumente, se restringiam a algumas semanas dedicadas à escolha do modelo, enquanto as visitas ao espaço decorado do *buffet* contratado eram feitas pelas noivas todos os meses, e às vezes todos os finais de semana, ao longo de todo o período dos preparativos. Na mesma lógica de preocupação com a decoração, algumas noivas ocupavam-se em escolher uma cor única para os vestidos das madrinhas e gravatas dos padrinhos – ao contrário do que já havia sido moda em décadas anteriores, quando não se recomendava o uso de cores repetidas entre as mulheres do cortejo. A escolha era pensada para garantir um efeito homogêneo nas fotografias do evento. Quando não determinavam as cores, elas se preocupavam em garantir que as madrinhas não usassem tons claros. O vestido de noiva, em tons de branco, bege ou marfim claro, então, era relevante para enfatizar o papel da noiva na hierarquia do evento. Em suma, o vestido tinha ainda grande importância para as noivas, mas para a maioria das noivas de camadas médias já não era em torno dele que giravam os preparativos, ao contrário do que eu imaginava inicialmente.

### **1.5. Cortando custos, mantendo “o sonho”.**

Diante dos altos custos dos casamentos, alguns casais buscam formatos alternativos para o evento. É interessante observar que a preparação do casamento é marcada, para algumas noivas, por um sentimento ambivalente, de estar ao mesmo tempo “realizando um sonho” e arcando com uma pesada obrigação social. Para celebrar a ocasião sem extrapolar limites de orçamentos mais restritos, o mercado se adapta procurando oferecer novas formas de realizar o casamento. Em campo eu ouvia, de cerimonialistas e noivas, opiniões e orientações sobre os chamados *mini-weddings*, um tipo de evento com menor número de convidados e menores custos, mas que não deveria ser confundido com “um casamento pequeno”. Em 2014, durante uma das palestras para noivas e organizadores de eventos das quais participei ao longo da pesquisa de campo, um cerimonialista carioca falou sobre os *mini-weddings* como uma saída para realizar também os sonhos das noivas que o procuravam com orçamentos enxutos:

Então, chega aquela noiva sonhadora, pra gente, que quer dois DJs, quatro bandas, escola de samba, kit choro, e etc, que é uma realidade normal, e fala: “olha, eu tenho o orçamento tal”, tá, pra fazer um casamento. Pra você não dizer pra essa noiva: “querida, vai trabalhar mais dez anos né, e cresça sua verba, e tudo”, pra isso a gente tem realmente trabalhado nesses mini-weddings, e deixado muita gente feliz. Primeira coisa é que você tem um número menor de convidados, mas não apenas por economia. Porque esse casamento até por pessoa, o custo dele por pessoa, ele vai ser um casamento, obviamente, mais caro. Ele vai gerar menores custos, mas ele vai ter uma maior qualidade de produtos.

A mesma estratégia de redução de custos costuma ser acionada por Clara, que recomenda às clientes que diminuam o número de convidados para manter a quantidade e qualidade de serviços contratados. No trecho a seguir, Clara ilustra uma situação comum, em que convence a noiva a diminuir a escala do evento para investir em “uma festa melhor”:

Quando a gente começa a oferecer, [a noiva] arregala o olho: “ah, eu queria para trezentas [pessoas]”. Aí eu faço uma continha básica: “olha, se fizer pra trezentas, tu vai gastar  $x$ , se fizer para duzentas, é *tanto*”. É importante ter os trezentos na tua festa? Que é que significam essas trezentas pessoas? De repente não é melhor fazer uma festa bem mais legal para duzentas, do que “mais ou menos” para trezentas? E aí eles começam a pensar nessa relação também e normalmente eles diminuem o número de convidados.

Em sua função de cerimonialista, é do interesse de Clara associar o seu nome a festas que impactem positivamente não apenas os noivos, mas os convidados, futuros clientes em potencial. Esse argumento, por mais que não seja cínico, vai ao encontro do interesse da cerimonialista em cultivar uma rede de relações com fornecedores do mercado local, na medida em que possibilitará que a cliente contrate um maior número de serviços. Em sua fala, Clara demonstra ter consciência de que o sucesso nesse tipo de argumentação vai afetar diretamente sua permanência no mercado a longo prazo. Além da racionalidade econômica, o argumento da cerimonialista mobiliza valores em torno da autenticidade das relações dos noivos. Ao optar por uma “boa festa” para duzentas pessoas, em vez de uma “festa mais ou menos” para trezentas, a noiva não estaria ignorando cem de seus amigos, mas sim investindo em oferecer uma experiência superior àqueles que realmente importam. A argumentação é bem sucedida em “fazer da necessidade uma virtude” (BOURDIEU, 1994, p. 63), traduzindo

uma estratégia de contenção de gastos para a linguagem da realização de sonhos que perpassa o mercado de casamentos.

Ao propor a alternativa de corte de convidados, sem redução dos serviços contratados, Clara se aproxima da proposta de *mini-wedding* defendida pelo palestrante citado anteriormente. Ele, no entanto, defende uma redução mais radical na lista de convidados:

Então é isso que a gente tem sugerido às pessoas. Melhorar a qualidade da gastronomia, melhorar a qualidade da bebida. Às vezes, até da decoração. Apesar, que normalmente os mini-weddings não são feitos em grandes salões, nada disso. São pequenos hotéis, até numa boa residência, tem vários locais que ele pode fazer. É uma coisa que deixa o cliente muito feliz, a noiva muito feliz: é uma coisa original, entendeu? Porque ele não tem comparação com nada. Vamos dizer que seria, na cabeça da grande noiva, seria uma belíssima festa de noivado, tá, com tudo o que tem direito. E ele pode usar espaços diferenciados. Então, pra isso a gente usa locais... pousadas, restaurantes, hotéis, residências, tá, que a gente aluga pra isso, e não pode ser pra mais de cem pessoas. Se não, não é, na verdade, um mini wedding, e sim um pequeno casamento.

É interessante observar a distinção feita, pelo palestrante, entre “*mini-wedding*” e “pequeno casamento”, com o primeiro correspondendo à adequação a uma *tendência de mercado* para casamentos. O recurso à adequação de locais menos caros, e cortes na lista de convidados é feito para que se mantenham as contratações de vários dos serviços que estariam presentes em um evento de grande porte. Clara, por sua vez, demarca a diferença entre os casamentos pequenos que ela defende e os “casamentos simples”, que ela realizava no início de sua carreira, para noivas de menor poder aquisitivo. Há alguns anos, ela diz, decidiu não fazer mais os ditos “eventos simples”, como estratégia para construir sua rede entre clientes a quem possa demandar uma remuneração melhor. “Não por ser simples, mas, entende? A rede que vai acontecendo. Aí mudei o foco e mudou o perfil do cliente”. Embora com palavras diferentes, os dois profissionais falam sobre o fato de que os eventos de menor porte oferecidos pelo mercado não significam eventos menos complexos ou com menor número de fornecedores envolvidos. Existe também, na fala de ambos, um corte de classe, em que o tipo de evento *pequeno*, mas não *simples*, é oferecido a um público de maior poder aquisitivo, que os organizadores de eventos se preocupam em identificar e consolidar como a sua rede de relações. Os mini-weddings se inserem, em suma, na mesma lógica de abundância de detalhes

e investimento elevado que marca a realização dos grandes casamentos. É nesse sentido que o cerimonialista faz questão de demarcar a diferença dessa modalidade de evento para “um casamento pequeno” ou “um casamento simples”.

Em Fortaleza, apenas um dos doze casamentos nos quais trabalhei como recepcionista poderia ser encaixado na categorização proposta pelo cerimonialista acima. O evento foi justamente aquele que Regina escolheu para me incluir na equipe pela primeira vez, pois era considerado por ela mais simples para o trabalho de uma assistente iniciante, em função do número reduzido de convidados. Naquela ocasião, a equipe trabalhou em uma sequência de cerimônia e recepção, planejados para apenas 60 convidados, no menor dos espaços de eventos de um hotel na orla da cidade. Em conversas posteriores, eu soube que o casamento era “um sonho da noiva” e que essa, ao contrário de Linda e Katarina, não podia arcar com a maior parte dos custos. O casal já morava junto havia alguns anos quando ela conseguiu convencer o companheiro a investir na ocasião. Quando procurou a cerimonialista, a noiva esclareceu que o noivo havia sido terminantemente contra qualquer investimento acima de vinte mil reais. Por esse motivo, a redução no número de convidados foi essencial. Não houve no evento a característica “espetacular” que observei em outros. Mesmo que a noiva assim o desejasse, o espaço alugado não permitiria a contratação de uma banda, ou a utilização de efeitos como as chuvas de papel picado, o tablado para a primeira dança dos noivos ou os fogos *indoor* de uso comum em outras festas. Novamente, as palavras do cerimonialista citado acima faziam sentido, dessa vez a respeito do que esse tipo de evento *não tem*:

Um *mini-wedding*, ele tem algumas peculiaridades interessantíssimas. Primeiro, você não vai ter aquilo que eu chamei de “efeito uau”. Dificilmente alguma coisa feita pra uma proporção pequena vai saltar aos olhos das pessoas. [...]. O investimento, não é pra fazer “um uau”, e sim pra você dar mais qualidade. Então, muito cuidado pra você não ficar frustrada, como noiva, e pra você não frustrar o seu cliente, dizendo: “não, você faz um *mini-wedding* e vai ter ‘chuva de prata’<sup>42</sup>, você vai dançar a valsa, você vai ter uma pista gigantesca, e vai ter um séquito de padrinhos...

---

<sup>42</sup> “Chuva de prata” ou *sky paper* é um dos “efeitos especiais” oferecidos por empresas de estrutura e iluminação. O impacto visual é obtido por uma máquina que lança fragmentos de papel, normalmente em tons metalizados. Nos casamentos, costumam ser acionados na festa, durante a valsa do casal de noivos. Para esse momento, algumas noivas contratam uma combinação de efeitos. Além da chuva de prata, utilizavam-se luzes em

Mesmo assim, e seguindo as diretrizes do que poderia ser classificado como um *mini-wedding*, os noivos citados acima não deixaram de investir em um cenário na praia próxima para uma cerimônia ao por do sol, além de um bolo cenográfico e chocolates de uma marca famosa na cidade. Me lembro de, na ocasião, estar observando um tanto impressionada a montagem da estrutura necessária à beira-mar, com passarela, luzes, local para músicos e um pequeno altar, quando tive meus pensamentos interrompidos pelo comentário de Regina: “tá vendo? Bem simples. Tudo hoje vai ser o mínimo. Menos que isso não daria pra gente fazer”. A *simplicidade*, então, também exigia horas de montagem, dentro do universo do tipo de casamentos que eu estava etnografando. Mais tarde, no mesmo evento, padrinhos e demais participantes do cortejo ganharam, dos noivos, lembrancinhas de valor mais elevado que aquelas presenteadas na maioria dos grandes casamentos. De longe, aquele foi o evento com menor orçamento de todos nos quais trabalhei como assistente de cerimonial, e com menor número de convidados, mas certamente estava investido, pela noiva, com o mesmo significado de *materialização de um sonho* envolvido em eventos maiores.

As noivas interlocutoras dessa pesquisa também operam suas próprias categorizações quanto à escala dos eventos que estão organizando, relacionada aos significados que atribuem à boda. Nesse sentido, o depoimento de Lidiana, uma noiva de 28 anos, de Fortaleza, pode ser tomado como exemplo. Ao longo de pouco menos de um ano dos preparativos de seu casamento, Lidiana experimentou sentimentos contraditórios após decidir realizar seu casamento em uma casa de eventos especializada em *mini-weddings*. Ao mesmo tempo em que acredita que seu evento será especial, pela atenção dada a cada detalhe, ela nem sempre sente que as pessoas com as quais interage levam o evento tão a sério quanto ela gostaria. Ela conta que optou por esse tipo de casamento como forma de reduzir custos, em um momento que descrevia como de crise financeira para o casal. Lidiana comparava o próprio casamento

---

movimento (*moving heads*), balões de gás hélio que são eram segurados pelos convidados, iluminações diferentes na pista de dança, névoa rasteira produzida com gelo seco e projeção de imagens em telões de LED. Eram comuns também fogos *indoor*, conhecidos como *gerbs*. Esses últimos vinham sendo proibidos por várias casas de festas, após a repercussão do incêndio causado pelo uso desse tipo de aparato, ocorrido na boate Kiss, em Santa Maria, no Rio Grande do Sul, em janeiro de 2013.



ao da irmã, uma festa grande, realizada alguns anos antes, com aproximadamente o dobro dos custos da sua, e se sentia menos prestigiada pelos fornecedores que procurava:

Onde eu chego, que digo que a gente está fazendo um *mini-wedding*, as pessoas parecem que murcham. Como se não dessem valor, por ser uma coisa pequena. Os profissionais que eu realmente fechei, a minha cerimonialista, o meu fotógrafo, foram pessoas assim, que deram uma super importância: "não interessa, Lidiana, se você está fazendo pra 100, se você está fazendo para 150, eu faço casamento para 300, 400 pessoas, mas eu lido com um sonho, então é o mesmo sonho da noiva de 300, é o sonho da noiva de 100 convidados. E as pessoas, por ouvirem que vai diminuir a parte financeira, né, o pagamento, acabam não dando a devida importância, não dando a devida assistência. Você percebe que as pessoas não se interessam tanto, né, em passar um orçamento.

Para partilhar suas angústias, Lidiana chegou inclusive a criar um grupo, no *Whatsapp*, com outras noivas contratantes da mesma casa de eventos. No grupo<sup>43</sup>, eram recorrentes queixas das noivas sobre as limitações impostas pelo estabelecimento. Eram proibidas, nas festas feitas no local, várias das atrações comuns em casamentos de maior porte: batucadas ou escolas de samba, bandas tocando acima de um certo limite de decibéis, efeitos de fogos *indoor*. Além disso, as noivas se angustiavam diante da impossibilidade de convidar, para o local, um número de pessoas superior a duzentas. Elas partilhavam, assim, a ambivalência entre o entusiasmo ante o projeto de ter uma festa restrita aos mais queridos e a impossibilidade, em alguns casos por restrição financeira, de promover uma grande festa em um *buffet* tradicional. Outras insatisfações de Lidiana e suas amigas eram relacionadas às igrejas contratadas. Elas se frustravam com as regras das pequenas capelas, procuradas para a realização dos *mini-weddings*, contra elementos decorativos ou acréscimos na liturgia considerados pelos párocos como exagerados, ao mesmo tempo em que afirmavam valorizar os *mini-weddings* como algo mais simples e próximo de uma essência religiosa do rito. Para Lidiana, era importante deixar claro que ela não estava preparando um simples jantar ou comemoração, mas um casamento com os mesmos significados e importância que as festas de grande porte.

---

<sup>43</sup> Fui adicionada ao grupo por Lidiana, e minha condição de pesquisadora interessada no universo dos casamentos era conhecida pelas demais participantes com as quais interagíamos.

Lidiana criticava os donos do estabelecimento especializado em *mini-weddings* que havia contratado. Para ela, eles não entendiam que o casamento dela seria *uma festa*, e não apenas um jantar de recepção após a cerimônia. Ao mesmo tempo ela articulava, em seu depoimento, o significado do *mini-wedding* como algo mais próximo ao “real sentido” do casamento, próximo de um passado imaginado como mais puro e autêntico:

Eu acho que o grande lance, dessa coisa do *mini-wedding*, desse negócio de mini-casamento, foi não só na inspiração dos Estados Unidos, mas eu acho também que foi uma oportunidade de você voltar ao real sentido do casamento, porque as pessoas fazem de um casamento, que era pra ser um sacramento familiar, uma festa. Assim, e uma festa que vai gente desconhecida para o seu casamento. Tipo, eu já vi vários amigos fazerem casamentos e vai gente que a gente nem conhece, como se fosse uma festa, uma balada, assim. Então, eu acho que o grande lance dessa nova moda, do *mini-wedding*, foi poder proporcionar que as moças fizessem um casamento mais íntimo, mais pessoal, e achando que está na moda, né. *Achando que tá na moda, mas voltando à origem*. Eu acho que tá voltando ao verdadeiro sentido do que é o casamento, né. Que foi isso que eu procurei fazer no meu, que a desculpa que eu arranjei foi essa. Que ia ser uma coisa simples, que ia ser uma coisa menor, mas que não deixaria de ter a sua importância, né, para todos os convidados.

A importância do evento é expressa, na prática, pelo cuidado com detalhes que marca sua preparação. Lidiana se preocupa que o evento tenha “a sua cara”, e para isso investe o tempo livre na preparação de lembrancinhas e elementos decorativos feitos à mão. Ela estava preparando quadros com fotos e frases que marcaram a história do casal, prendedores para os guardanapos que decorariam as mesas. Para ela, essas coisas seriam mais valorizadas pelo seu perfil de convidados, pessoas que realmente conheciam os noivos.

Lidiana destacava, na realização de sua boda, o quanto o montante investido era significativo para ela, e como os preparativos exigiam esforço. Mesmo que organizada para um número de pessoas menor que o de praxe, sua festa não estava “saindo de graça”, nem tampouco poderia ser chamadas de *simples* - o adjetivo seria recebido como uma ofensa. Assim, ela considerou ultrajante quando alguns de seus convidados, ao saber que o evento seria um *mini-wedding*, perguntaram se poderiam comparecer usando roupas informais. “Não pode, sabe? Eles não entendem que é pequeno, mas não está saindo de graça para nós. *É um casamento!*”. A diferença, para ela, tem a ver com a quantidade de pessoas, mas não com o

número de serviços contratados para o evento: “Eu pensava que estava fazendo *uma festa pequena*, mas entendi que na verdade estou fazendo *um evento intimista*, porque vai ter menos pessoas, mas vai ter *tudo o que eu tenho direito*”. É interessante observar que a mesma adjetivação é acionada pelas cerimonialistas, quando organizam casamentos pequenos, ao intermediar os contatos entre clientes e fornecedores. Assim, ao apresentar uma de suas noivas à vocalista de uma banda de casamentos, presenciei como a cerimonialista Regina reformulava a frase de sua noiva. A cliente havia acabado de dizer: "estou fazendo uma festinha pequena", quando Regina a interrompeu para dizer à cantora: "ela está organizando uma recepção intimista, são noivos com esse perfil mais discreto".

A proposta dos *mini-weddings* é interessante como um contraponto aos “grandes casamentos” de que falam minhas interlocutoras nessa tese, na medida em que permite elucidar os significados do *sonho* para os sujeitos envolvidos na preparação de casamentos. Uma importante categoria êmica em torno da qual se organiza esse universo, a ideia da “realização de um sonho” tem a ver menos com a construção do casamento em seus “alicerces”, em sua estrutura e serviços essenciais, e mais com a materialização de uma série de pequenos objetos preparados para a ocasião. No discurso dos organizadores de eventos, interessados em orientar a construção de eventos dentro de limites de verba disponível, tais itens são descritos como “frescuras”, “miudezas”, como já mencionado nesse capítulo.

Um olhar atento a partir da perspectiva das noivas, no entanto, permite ver que são justamente os detalhes os responsáveis pela fruição dos preparativos pelas noivas, tanto nos *mini* como nos grandes casamentos. O sonho, no universo dos casamentos, se refere ao impacto conjunto de todas essas pequenas adições. Insignificantes do ponto de vista pragmático da realização, os *detalhes* são os elementos fundamentais na construção do casamento como *um sonho* e não uma festa qualquer. Da perspectiva das noivas, não são “frescuras”, mas objetos que constroem a “cara” do evento e que participam, também de negociações em torno da própria identidade do casal. Por esse motivo, neste capítulo, procurei levar a sério esses objetos e o cuidado que as noivas lhes dedicam. O investimento emocional

nos detalhes é o que permite às noivas perceberem o casamento como algo que fizeram para satisfazer a si mesmas, e não apenas para cumprir uma obrigação social.

## 2. FEIRAS DE NOIVAS: ENTRE “MODERNIDADE” E “TRADIÇÃO”, O MERCADO PERFORMA OS CASAMENTOS

Nessa pesquisa, nas entrevistas realizadas com mulheres que estavam passando pelos preparativos de uma boda, a expressão "universo dos casamentos" assumia a importância de eixo organizador do discurso. Ao narrar o processo de organização de tais eventos, elas descreviam não apenas uma sequência, por vezes extenuante, de atividades e tarefas relacionadas, mas sobretudo a incursão em um universo desconhecido. Para além da busca objetiva de informações sobre providências práticas e demandas a cumprir, a experiência de se tornar noiva assumia um caráter que pode ser descrito como iniciático. Ser noiva presumia, para essas mulheres, a entrada em uma comunidade de sentidos até então desconhecida por elas, o contato com uma forma de sociabilidade feminina muito particular. Nesse capítulo, apresento reflexões derivadas da observação participante que realizei em feiras de casamentos e das falas de minhas interlocutoras sobre suas experiências nesses eventos e em grupos virtuais de noivas. Discuto, a partir das entrevistas e dados etnográficos, sobre o papel do mercado na performance desse rito contemporâneo e a respeito dos significados da noção de tradição para os agentes do chamado “universo dos casamentos”.

### 2.1. Aprendendo a sonhar: ir às feiras para “ver o que um casamento precisa”

*...Mesmo sem saber o dia que eu ia casar, como eu ia casar, e quando, eu comecei a acompanhar, né? Fui a uma feira de noivas em março ou abril do ano passado<sup>44</sup>. Porque minha amiga noivou em abril e já começou a ir pros eventos, e eu também. Mas eu não tinha ainda a perspectiva de como era, eu tava indo só pra conhecer. O meu conhecimento ainda era o das redes sociais, porque ainda era o advento das redes sociais em termos de casamento. E a minha amiga me ajudou muito nisso, ela me passava muito as coisas. Eu comecei a ir pros eventos muito com ela (Katarina, 31 anos).*

Quando se fala em casamentos contemporâneos, é preciso ter em mente o quanto a realização e a comemoração desse rito tem sido modificadas, nos últimos anos, em função da expansão de um emergente mercado especializado. Nesse contexto, novas necessidades se impõem à medida que surgem novos produtos e serviços. Para as mulheres que entram em

---

<sup>44</sup> Se refere ao ano de 2013.

contato com o assunto pela primeira vez, a realização do casamento se apresenta como algo mais complexo do que poderia parecer à primeira vista, em função não só da oferta do mercado, mas também de uma certa "cultura feminina" (SIMMEL, 2006) à qual elas terão acesso a partir desse momento. Essa consiste sobretudo no relacionamento entre noivas, fundado tanto na troca solidária de informações e conselhos, como em comportamentos de emulação no consumo<sup>45</sup>.

Decidir-se pela organização de uma boda, nos dias de hoje, significa estabelecer contato com o "universo dos casamentos". Para isso, noivas fazem pesquisas *online* sobre o tema, mas também tem o recurso de visitar as mostras comerciais em que expositores oferecem seus serviços. Nesses eventos, é possível desde o deleite estético com os itens oferecidos e a busca de "inspirações" para a festa, até o fechamento de negócios, com descontos oferecidos no evento. Nesta pesquisa, iniciei minhas incursões em feiras de noivas indo a um evento realizado em Fortaleza, Ceará, voltado para o público de classe média. A visita aconteceu em julho de 2013<sup>46</sup>, quando duas pesquisadas, amigas entre si e em etapas distintas do processo de preparação da boda, me convidaram para acompanhá-las ao evento. A data marcou não só a minha primeira ida a uma feira de noivas, mas também a experiência inicial de uma das pesquisadas. Katarina compartilhava comigo um relativo desconhecimento das ofertas do mercado. Para ela, assim como para mim, a visita à feira pareceu tarefa para mais de um dia, dada a quantidade de opções disponíveis, de fornecedores a serem consultados e de serviços a serem orçados. Organizar um casamento, constatava Katarina, demandava "muita pesquisa, muito tempo, muita paciência". "Mas você está bem, você tem mais de dois anos pra organizar", completava Marta, sua amiga<sup>47</sup>, cujo casamento estava mais próximo de se realizar.

---

<sup>45</sup> Amizades e competitividade entre noivas foram questões recorrentes nas falas das pesquisadas e são assuntos tratados de forma mais aprofundada no capítulo VI desta tese.

<sup>46</sup> O "VI Glamour Noivas Fest" foi uma feira de noivas realizada nos dias 21 e 22 de julho de 2013, no Centro de Negócios SEBRAE, em Fortaleza, Ceará.

<sup>47</sup> Katarina realizou seu casamento em setembro de 2015. Acompanhei as atividades da organização de sua boda desde essa primeira visita a uma feira, como explicado na introdução desse trabalho.

"Glamour Noivas Fest" era o nome da feira, que contava com dezenas de expositores, com o intuito de apresentar "opções para todos os bolsos"<sup>48</sup>. Para atrair o público visitante, composto na maior parte por mulheres, os organizadores promoveram desfiles de moda para casamentos, apresentações de bandas de baile e sorteios de serviços oferecidos para festas. Naquele dia, participei do sorteio a que dava direito o meu ingresso, no valor de R\$ 15 reais, e ganhei um dos prêmios – um abatimento de 20% nos serviços de um dos expositores ali presentes. Ofereci o cupom de desconto recebido a Katarina, que me adiantou que agradecia, mas não contrataria aquele fornecedor, "a não ser que o desconto fosse de 100%". A decisão dela foi de repassar o prêmio a alguma outra noiva interessada, algo em que poderia contar com o intermédio de sua cerimonialista. Naquele evento, contudo, Katarina ganhou um item muito mais valorizado por ela. Passando por um *stand* de uma organizadora de casamentos, e constatando que o local estava sem clientes naquele momento, ela decidiu solicitar um orçamento do serviço e conversar. Durante aproximadamente vinte minutos, Katarina recebeu uma consultoria gratuita sobre cálculo da quantidade de bebidas necessárias, a média esperada de convidados faltosos, e quais seriam as melhores espaços para casamento na cidade, em termos da relação custo-benefício. Para minha pesquisada, as dicas da expositora foram como uma "segunda opinião", útil para confrontar com os conselhos da cerimonialista que ela já havia contratado.

Marta não quis participar de toda a conversa, e seguiu para visitar outros *stands*, sempre fotografando detalhes para adaptá-los no seu próprio casamento. Para ela, a contratação de um cerimonialista profissional "não valia a pena". Marta contou que chegou a pedir orçamentos de profissionais. Naquele ano de 2013, em Fortaleza, os valores cobrados pelas profissionais consultadas por Marta eram de aproximadamente R\$ 3.500. Ela então desistiu de contratar uma organizadora profissional e decidiu planejar o evento sozinha, de modo a investir o valor em outros produtos para o casamento. As pesquisadas estavam, a todo momento, "jogando" entre razão e emoção, buscando manter os serviços contratados dentro

---

<sup>48</sup> Matéria "Vem aí o 5º Glamour Noiva Fest", publicada em 18/01/2012, na página Diário de Noivas, mantida pelo jornal cearense Diário do Nordeste. Disponível em: <http://blogs.diariodonordeste.com.br/noivas/casamento/vem-ai-o-5o-glamour-noiva-fest/>

do orçamento previamente estabelecido e obter o máximo do dinheiro investido, mas também se emocionando com os estímulos visuais proporcionados pelos *stands* decorados e pelos vídeos de casamentos exibidos em telões.

Comparada a outros eventos aos quais eu iria posteriormente, "Glamour Noivas Fest" poderia ser considerada uma feira de menor porte. Voltada para o público da cidade de Fortaleza, a feira trouxe vestida de noiva, como destaque dos desfiles apresentados, uma assistente de palco do popular "programa do Ratinho"<sup>49</sup>. Como eu constataria depois, ao longo das visitas que fiz em feiras, a contratação de famosos e subcelebridades era uma das práticas comuns dos organizadores de feiras, visando à atração do público. A repercussão do evento se deu no cenário midiático local, com matérias em jornais e em *sites* especializados, um quadro bastante diferente do interesse despertado na mídia nacional por outro evento de noivas, descrito no próximo tópico desse capítulo.

#### **GLAMOUR NOIVAS FEST - OS PRÊMIOS**

Conhecer a lista dos itens oferecidos por sorteio é uma forma de descrever a diversidade de elementos que compõem um casamento contemporâneo. A organização anunciava tanto itens sorteados separadamente como um pacote completo para a realização do casamento.

##### ITENS INDIVIDUAIS

- ✓ um "dia da noiva": serviços de beleza, visando à arrumação da noiva para a cerimônia;
- ✓ um "pacote intermediário" de beleza: penteado e prova, "desintoxicação facial", maquiagem, produção e unha;
- ✓ três vestidos de noivas;
- ✓ roupas do noivo;
- ✓ caixas personalizadas para lembrancinhas;
- ✓ buquê formado por bonequinhos de Santo Antônio;
- ✓ três pôsteres de 1m x 0,7m e sessão fotográfica para noivos;
- ✓ kit para banheiro feminino de acordo com a decoração do casamento;
- ✓ iluminação com refletores de led;
- ✓ *lounge* com duas cadeiras, tapete e mesa de centro, estilo rústico.
- ✓ Um fornecedor de utensílios domésticos ainda ofereceu uma panela de pressão.

<sup>49</sup> A modelo Milene Uehara, conhecida como Milene Pavorô, é assistente de palco do popular *show* de auditório "programa do Ratinho", apresentado por Carlos Massa e exibido nacionalmente pela rede de televisão SBT, todos os dias, em horário nobre.



**DESCONTOS EM SERVIÇOS**

- ✓ 10% para quatrocentas caixetas (pequenas embalagens de doces);
- ✓ 15% em serviços de massagem *express* para os convidados;
- ✓ 20% para fotografia, convites, chocolates e contratação de bateria de escola de samba;
- ✓ 30% para filmagem, mesa de chocolates e contratação de pacote incluindo quatro horas de serviço de DJ, tablado, estrutura de palco, iluminação de boate e telão;
- ✓ 50% para cerimonial completo e na locação de espaço de barraca de praia para realização de casamentos.

**CASAMENTO COMPLETO**

- ✓ penteado e maquiagem da mãe da noiva, dia da noiva, vestido de noiva, dois vestidos de daminhas, terno do noivo, buquê, cinquenta chocolates personalizados, trezentos salgados finos, cem bem-casados, duzentas caixetas, "kit toalete", animação para chá de panela, peças provençais para decoração do chá (mesa, armário e doze peças de mesa), sessão fotográfica, *poster* do casal, kit calderetas (copos para cerveja), cinquenta canecas personalizadas, cerimonial do dia, mesa do jantar dos noivos, clarinada triunfal para entrada da noiva e um jogo de panelas.

O casal ganhador do "casamento completo" chorou no momento de receber o prêmio.



Figura 20 Glamour Noivas Fest: aspecto geral da feira. Registro de campo.



Figura 21 Profissional atende em *stand* na feira Glamour Noivas Fest. Coleção de vestidos para aluguel é exibida com auxílio de um *tablet*. Registro de campo.

## 2.2. Aprendendo a negociar: indo às feiras com metas estabelecidas

Algumas das noivas com as quais eu conversei tinham uma relação hedonista com a ida às feiras. Elas falavam sobre as feiras como lugares aos quais iam “para sonhar”. Uma delas dizia até mesmo que, após as visitas às feiras, costumava se empolgar tanto com as opções vistas que duvidava de suas escolhas para o casamento e “queria mudar tudo”. Para essa noiva, a ida às feiras tinha mais a ver com o universo do desejo que do pragmatismo. Uma moça com a qual conversei em um desses eventos, realizado em Porto Alegre, representa um bom exemplo do fascínio que as feiras de casamentos exercem sobre algumas mulheres. Sentada ao seu lado enquanto esperava o início de uma palestra, puxei assunto perguntando-lhe qual era sua data de casamento. Ela me respondeu que não era noiva *ainda*, mas que namorava havia três anos e “um dia” iria casar, embora não soubesse quando. Com 24 anos, a moça era leitora assídua de blogs de casamentos, colecionava referências visuais, ansiava pela sua vez de ser noiva e estava ali para conhecer pessoalmente a sua blogueira favorita, que daria uma palestra naquele dia. Ela contava que o universo dos casamentos a fascinava tanto que, mesmo sem a perspectiva de se tornar noiva, ela estava indo àquela mostra pelo segundo ano consecutivo.

Diferente da admiração manifestada por essas duas interlocutoras citadas, algumas noivas conservavam uma atitude de escárnio para com as feiras. Bete, uma noiva gaúcha, dizia que visitou apenas uma feira, e que se decepcionou porque tudo era “inacessível ou brega”. As feiras também não cativaram Jéssica e seu marido, Michel. A noiva conta que considerava as opções expostas *ridículas*, enquanto o noivo admitia que alguns dos serviços lhe pareciam atrativos, mas eram muito caros para que os contratasse.

Jéssica: Eu comecei a ir para aqueles eventos de noivas, pra “sentir o drama”. E só que eu chegava lá e não prestava, porque eu começava a rir de tudo.

Michel: Não. Era as duas coisas. Porque tinha as coisas que você ficava olhando e ficava: “nooossa, véio, que doooido!”. Tipo assim, o chafariz de champanhe... Legal, mas coisas que você sabia que não tinha a menor

condição, ainda mais a *mão de Sonrisal*<sup>50</sup> aí. [Risos]. E essa coisa de ver os ridículos, também. Porque tem coisa que é muito ridículo!<sup>51</sup>

Além da fruição hedonista, ou da rejeição às feiras, algumas noivas apresentavam uma atitude de pragmatismo com a ida a esses eventos. Na ocasião em que acompanhei Marta e Katarina ao Glamour Noivas Fest, observei que as duas tinham formas muito diversas de fazer a visitação à feira. A diferença se dava em função do grau de familiaridade que cada uma possuía com o mercado de casamentos. No dia em que fomos à feira, Marta já podia ser considerada uma noiva experiente. Faltavam três meses para o seu casamento, e ela estava inserida nesse universo havia mais de um ano e meio. Nesse período, ela havia cuidado pessoalmente de cada uma das contratações feitas. Caminhando pelos pavilhões do evento, Marta operava um sistema de classificação que depois eu perceberia ser levado em consideração por muitas outras noivas. Ela examinava com olhos treinados os *stands*, parando diante de cada um e se aproximando das mesas montadas. Antes mesmo de ir à feira, ela já sabia o que era seu objetivo naquele deslocamento. Como diriam as minhas interlocutoras, ela decidia antecipadamente *o que fechar* naquela ocasião. Inserida em redes virtuais de noivas, ela sabia com antecedência quais fornecedores estariam ali, e com quais ofertas. Todos os demais *stands* se tornavam objeto de exame, para uma possível futura contratação. Os produtos que extrapolavam o poder de consumo da noiva, mas ainda assim eram desejáveis, eram observados com grande interesse, principalmente se fossem itens artesanais, como embalagens de bem-casados ou porta-guardanapos. Nesse caso, Marta manuseava e fotografava os itens, para em seguida pesquisar na Internet sobre como manufaturar o mesmo produto por menor custo.

É interessante observar como, após meses de dedicação aos preparativos, Katarina desenvolveu uma forma de se relacionar com as feiras de noivas bastante parecida com aquela

---

<sup>50</sup> A expressão “mão de Sonrisal” faz referência a uma conhecida piada sobre pessoas que evitam gastar dinheiro a todo custo. A piada fala sobre alguém que é tão “mão fechada” que seria capaz de atravessar um rio a nado, com um comprimido efervescente na mão, sem que o mesmo se dissolvesse.

<sup>51</sup> Como itens ridículos, o casal citava a personalização dos produtos de casamento, exemplificando com a aplicação dos nomes dos noivos a rolos de papel higiênico e outros itens de higiene pessoal.

apresentada por Marta. Cerca de um ano depois de sua primeira visita a uma feira, Katarina me explicava, a respeito do próximo evento ao qual planejava ir:

Vai ter um evento agora no Sebrae, agora dia 10 de agosto, que é o Noivas Lisas, que é um evento que ele dá muito desconto. E aí eu quero ver as próximas três coisas a fechar, que são: o carro, o dia de noiva e o gerador. Eu vou ver os descontos que eles vão dar lá e o que é que dá pra eu fechar dessas três coisas. Provavelmente, o dia de noiva, não, mas o gerador e o carro, eu acho que vou fechar, dependendo do desconto. E, assim, vou garimpando: descontos, eventos.

Além de ir às feiras visando à contratação de fornecedores específicos, as noivas mais experientes costumavam estar atentas à sazonalidade própria do mercado de eventos. Elas buscavam épocas consideradas mais vantajosas para as negociações dos valores cobrados por fornecedores. Maio é um mês pelo qual parte das noivas costuma ansiar, na expectativa por feiras e mostras que são realizadas nesse período tradicionalmente identificado com os casamentos. Dezembro também é visto como um bom mês para negociar. Quando o mês se aproxima, aumenta entre parte das noivas a expectativa de conseguir boas promoções, pois se espera que os profissionais estejam interessados em “fazer dinheiro” para cobrir despesas de final de ano. Além disso, me diziam as noivas engajadas nas redes virtuais, é um mês em que parte das noivas, menos atentas, estariam mais envolvidas com as confraternizações de final de ano que interessadas em procurar os fornecedores de casamento. Com os escritórios dos fornecedores esvaziados, para as noivas era o momento de aproveitar a baixa demanda. Nesse sentido ouvi, de várias interlocutoras, que planejavam recuar nas contratações de itens mais dispendiosos nos meses de outubro e novembro, esperando o mês mais propício que viria a seguir.

Dezembro era um bom mês para “chorar desconto”, como diziam as noivas. Na expressão, o verbo “chorar” é usado na mesma acepção em que ele aparece no conhecido ditado “quem não chora, não mama”. “Chorar” significa queixar-se, apresentar lamúrias ao fornecedor sobre dificuldades nos preparativos, sobre os gastos que já passaram dos limites previstos no orçamento. Além do choro, apresentado no início da negociação para obter preços mais vantajosos, outra estratégia é a “facada”, que conclui a barganha. Com o contrato já pronto para ser assinado, a noiva ou o noivo – quem dentre os dois possuir mais coragem

para tal – por vezes pergunta ao fornecedor sobre qual “presente de casamento” ele está disposto a dar ao casal. Alguns profissionais, como a cerimonialista Regina, já estavam tão acostumados a esse tipo de pedido que se adiantavam ao mesmo, oferecendo um presente aos noivos antes mesmo que eles pedissem. No caso dela, esse costumava ser um buquê formado por artefatos de pano, utilizado para as “brincadeiras das solteiras” – quando as noivas jogam, para as amigas não-casadas, ramalhetes feitos com bonecos de Santo Antônio ou com pimentas feitas com enchimento. Entre minhas interlocutoras, a disposição para o *choro* e as *facadas* variava. Enquanto algumas se mostravam pouco à vontade com esse tipo de pedido, outras exaltavam a própria “cara de pau” como um atributo que lhes valia diminuições de preços. Havia ainda aquelas que narravam como, apesar de seus escrúpulos iniciais, foram adquirindo coragem para “chorar descontos” ao longo dos meses em que se dedicaram aos preparativos.

As noivas mais atentas ainda se preocupavam com os fatores subjetivos que poderiam afetar o preço final oferecido pelo fornecedor. Quando sabiam que um determinado profissional não trabalhava com preços tabelados, algumas noivas manifestavam o receio de que sua apresentação pessoal pudesse interferir sobre os valores cobrados. De uma interlocutora, soube que ela tinha um “visual pra visitar fornecedor”. Ela descrevia como, ao sair de um compromisso de trabalho, indo conhecer um profissional cujos serviços lhe interessavam, ela aproveitava o tempo de deslocamento, no carro, para modificar seu traje. Assim ela fez no dia em que foi encontrar o decorador de seu casamento, já contratado, para negociar o valor da decoração desejada para o *buffet*, como ela conta na fala transcrita a seguir, a partir de nossa conversa no aplicativo *Whatsapp*<sup>52</sup>.

Eu sou mt chorooooonaaaa. Cheguei lá com cara de paupérrima. Uma blusa colada de alça com sutiã aparecendo. Coloquei uma caneta no cabelo. Escondi o iPhone e os colares. Faltava só o meu decorador me dar o dinheiro da passagem! Minha blusa era preta e alça do sutiã vermelha. Penseeee.. o *blazer* ficou escondido no carro kkkkkk!

---

<sup>52</sup> Nas falas transcritas de conversas *online*, opto por preservar a forma como foram originalmente escritas, sem omitir incorreções ou abreviaturas usadas na Internet. Nessa tese, as falas de noivas com as quais tive contato em grupos virtuais são transcritas mediante a permissão das interlocutoras.

É importante acrescentar que, quando descreveu sua estratégia de se desarrumar para as reuniões, essa noiva o fez em um grupo que reunia outras mulheres que viviam a mesma fase. Algumas noivas chegaram a agradecê-la pelas dicas, enquanto outras revelaram que costumavam usar do mesmo tipo de artifício. Nas negociações com os fornecedores, a prática da barganha era constante. Tratava-se de um tipo de confrontação em que, como descrito por Geertz (1979), não se discutia apenas o preço, mas cada aspecto de um determinado produto ou serviço. Tanto noivas como fornecedores esforçavam-se para manipular os termos do acordo a favor de seus interesses. Mesmo nos casos nos quais havia um tabelamento prévio de preços, algumas noivas costumavam tentar acrescentar ou subtrair na quantidade e qualidade das coisas que o fornecedor ofereceria. Era prática comum que os fornecedores compensassem preços considerados pelas noivas como injustos com o acréscimo de itens. Se a noiva reclamava que o seu vestido era caro, o estilista podia dispensar-lhe o pagamento de aluguel de uma roupa para a dama de honra. Se a noiva apresentava esse tipo de queixa ao responsável da casa de festas contratada, a gerente do local às vezes acrescentava gratuitamente alguns itens à decoração.

Trocando dicas, conselhos e estratégias, as noivas procuravam se defender, em um mercado no qual se consideravam vulneráveis. Com o tempo percebi que o vocativo *noivinha*, pelo qual as noivas pertencentes a essas redes costumam chamar umas às outras, dizia respeito a essa sensação de vulnerabilidade ante um mercado permeado pela desconfiança. Cabia às *noivinhas* descobrir informações do mercado, checar a idoneidade dos profissionais com os quais entrava em contato, e lançar mão de uma série de artifícios para não serem passadas para trás. Ao chamarem-se, umas às outras, de *noivinhas*, elas faziam referência a essa vulnerabilidade de sua condição de consumidoras, mais que a algum sentido infantilizante<sup>53</sup>. De uma cerimonialista, ouvi que as noivas deveriam tomar muito cuidado quando

---

<sup>53</sup> O sentido infantilizante, de alguém que precisa de cuidados e tutela, se aproxima mais do uso do termo *noivinha* pelos profissionais do mercado de casamentos. O vocativo é amplamente utilizado pelos fornecedores, como o leitor pode constatar na descrição aqui apresentada sobre como se dão as abordagens nas feiras. Da cerimonialista Regina, personagem a que me dedico com mais profundidade no próximo capítulo desta tese, ouvi que “noiva gosta de carinho, é isso que noiva quer”. “Elas vem pra gente tão nervosas, que a gente precisa mesmo ser uma seda”. À Regina, eu havia perguntado sobre o que ela achava das recomendações de algumas publicações, voltadas às organizadoras de evento, para um tratamento mais profissional de seus clientes. Em geral, materiais de formação preparados para as cerimonialistas condenam o uso desse diminutivo.

procurassem profissionais para fazer orçamentos. Era conveniente, por exemplo, que as noivas omitissem dos fornecedores algumas informações sobre contratos já feitos. “Agora, quando você for orçar carro, iluminação, essas coisas, se o funcionário perguntar quais os seus outros fornecedores, a sua banda, você não diga, ou lhe *metem a faca*<sup>54</sup>”, a cerimonialista aconselhava a uma noiva que havia fechado contrato com uma das bandas mais caras da cidade.

Outro desses expedientes me foi ensinado por Katarina, que explicou que não era recomendável fazer pagamentos à vista aos fornecedores de casamentos, mesmo que se oferecessem excelentes descontos. Como o mercado de casamentos era para as noivas um campo desconhecido, cuja honestidade dos agentes estava quase sempre sob suspeita, ela tinha receio que, uma vez pagos, os profissionais pudessem fugir com o dinheiro e não prestar os serviços como estipulado.

Eu não tô pagando os contratos totalmente. Por exemplo, a foto e a filmagem, eu vou terminar de pagar agora em novembro, mas vão ficar 400 reais pra eu pagar próximo ao casamento. Em todos os contratos, eu tô deixando um “rabinho”, pra eu pagar próximo ao casamento. Eu não queria isso, mas a minha mãe aconselhou a não pagar os contratos todos, pra evitar já ter pago tudo caso surjam problemas.

As noivas reconheciam que os preços de alguns serviços eram muito difíceis de avaliar. Na contratação de serviços como decoração, maquiagem, cerimonial e fotografia, entrava em cena um complexo jogo de retórica. A fixação do preço final, em muitos casos, era antecedida de *choros* e pechinchas das noivas, explicações e capitulações dos profissionais. Manifestar desinteresse também fazia parte do jogo para conseguir descontos. Assim, pesquisadas como Katarina diziam que raramente fechavam contratos na primeira visita a um fornecedor. Foi dessa forma quando a noiva conheceu Regina, que se tornaria sua cerimonialista. Ela conta que procurou essa profissional a partir da recomendação de sua melhor amiga, e que havia se entristecido muito quando soube que a profissional não tinha disponível a data de seu casamento, por já ter se comprometido com outra noiva. Meses depois, por uma série de outras circunstâncias, Katarina mudou a data do seu casamento, e

---

<sup>54</sup> A expressão “meter a faca”, utilizada pela cerimonialista, tem o sentido de fazer uma cobrança excessiva.



voltou a procurar Regina. Dessa vez, a profissional tinha a data, e elas agendaram uma reunião. Ela conta que ela e o noivo se encantaram com a profissional desde esse primeiro encontro, mas mesmo assim não fecharam contrato na ocasião. “A gente só não fechou no mesmo dia que a gente foi pra reunião com ela, no começo de janeiro, porque a gente não queria dizer ‘olha, te amamos, beijo, tu é foda’. Mas no outro dia a gente já deu a resposta para ela que ia fechar”. Katarina havia aprendido, desde contratações anteriores, que era preciso não demonstrar excessivo interesse, ou a negociação de valores poderia ser prejudicada. As noivas, então, procuram equilibrar adequadamente a dissimulação da estima pelo profissional e a necessidade de assegurar a data desejada na agenda do mesmo.

Por esse mesmo princípio, era comum também que algumas noivas não fechassem contratos nas feiras, mesmo que estivessem bastante seguras sobre sua preferência por um determinado profissional. Em muitos casos, aquelas que fechavam contratações nesses eventos já conheciam os fornecedores de outras ocasiões e concluíam na feira um ciclo de aproximação iniciado anteriormente.

Outras noivas frequentavam as feiras com o objetivo principal de participar dos sorteios anunciados em todos os eventos desse tipo. Como forma de atrair o público, em geral se distribuía grande número de prêmios de pequeno valor e alguns poucos de maior custo. Sorteavam-se, como visto na descrição da Feira Glamour Fest, cupons de descontos, diárias em hotéis e até mesmo utilidades domésticas. Enquanto, para algumas pesquisadas, a ida às feiras era ansiada como uma ocasião prazerosa, para outras, o comparecimento era encarado como uma obrigação. “Acho um saco, mas vou quase todo final de semana, para ganhar coisas nos sorteios”, me disse uma interlocutora. Ela reclamava, ainda, de que os fornecedores adiavam os sorteios para os últimos minutos de evento, de modo a prolongar a permanência do público no local. Os sorteios das feiras também eram levados em conta pelas noivas quando procuravam estabelecer um cronograma para contratações. Algumas explicavam que, enquanto contratos correspondentes a um maior custo eram fechados logo no início dos preparativos, para possibilitar a divisão do pagamento no maior número de parcelas possível,

a contratação de produtos de menor custo ia sendo adiada em função da expectativa de ganhá-los em algum sorteio.

### **2.3. Grupos de rodadas: no *Whatsapp*, a feira de noivas é permanente**

Estratégias para não serem enganadas por fornecedores, e informações como as expostas acima, referentes à sazonalidade das contratações no mercado, eram muito valorizadas pelas noivas, como o leitor pode imaginar. Raros de obter para as consumidoras neófitas, esses dados eram compartilhados nos grupos *online*, despertando o interesse de noivas que desejavam fazer parte desse fluxo de trocas<sup>55</sup>.

Em conversas entre si, em grupos de noivas nas redes sociais, as feiras do mercado de casamentos são um assunto corriqueiro<sup>56</sup>. Quando uma noiva se insere em várias redes desse tipo, e se mantém constantemente atualizada sobre as informações que circulam no “mundo dos casamentos”, novos anúncios de feiras, inaugurações, degustações e palestras são recebidos a cada dia. Essa dinâmica havia se tornado ainda mais intensa em 2016, após a popularização dos grupos de noivas do *Whatsapp*. Não é exagero afirmar que, para as noivas ativas nessas redes, é possível agendar visitas a feiras de noivas quase que semanalmente. Diante da oferta abundante de compromissos nos grupos, as noivas procuram sondar as vantagens de cada oportunidade, para decidir a quais desses eventos seria proveitoso ir. Quando divulgadas nos grupos virtuais de noivas, as feiras se tornavam a extensão desses espaços. As noivas combinavam de aproveitar as feiras para se encontrarem e finalmente se conhecerem fora dos espaços virtuais. Assim, enquanto aconteciam as feiras, elas faziam *selfies* nesses encontros e divulgavam essas fotografias nos grupos dos quais participavam.

---

<sup>55</sup> Nesta sessão, me atendo especificamente às formas como as dinâmicas dos grupos *online* e das feiras do mercado de casamentos se afetam mutuamente. Outras reflexões sobre a sociabilidade presente nos grupos são apresentadas no capítulo VI desta tese.

<sup>56</sup> Eu sabia, a partir da observação de minhas amigas que se casaram em anos anteriores, que os grupos virtuais de noivas não eram uma novidade. Já na rede social Orkut, criada em 2004 e desativada em 2014, as comunidades formadas por noivas existiam e eram utilizadas pelas consumidoras para o compartilhamento de informações sobre o mercado de casamentos. A observação dos recentes grupos de *Whatsapp*, no entanto, apresentava novidades no que dizia respeito à possibilidade de acesso móvel, o que facilitava a manutenção de um diálogo permanente.

Além das feiras como Glamour Noivas Fest, que recebem noivas de toda a cidade, em Fortaleza também são promovidos eventos de menor porte, que reúnem apenas fornecedores de um bairro ou região determinada. É o caso de feiras que tem sido realizadas no bairro da Maraponga. Localizado distante do Centro da cidade, na Zona Sul de Fortaleza, esse bairro aos poucos se consolida como um polo de comércio popular para noivas. Em um circuito ainda mais restrito, são divulgados os eventos promovidos por criadoras de grupos de noivas do aplicativo *Whatsapp*<sup>57</sup>. À época em que eu concluía a pesquisa de campo para essa tese, os grupos *online* se consolidavam como espaços de articulação de pequenas feiras e mostras<sup>58</sup>, como explico a seguir.

No final de 2016, Suzana, uma cerimonialista de Fortaleza, divulgava a primeira feira de noivas voltada para as 256 participantes do grupo que ela criara. No ano anterior, Suzana havia se tornado uma figura conhecida de muitas noivas na cidade, como confirmavam as referências feitas a ela pelas minhas interlocutoras, clientes da cerimonialista Regina, de Fortaleza. Nas conversas com as noivas, Suzana procurava identificar quais demandas seriam de interesse do maior número possível de consumidoras. Lançando mão dos contatos e relacionamentos que já mantinha no seu trabalho como cerimonialista, Suzana então passava a consultar responsáveis por empresas dos setores de interesse, sobre a possibilidade de promoverem, junto com ela, uma “rodada de descontos”. As *rodadas*, que davam nome ao grupo, correspondiam a negociações coletivas entre um número determinado de noivas e um fornecedor que se dispunha a oferecer descontos caso pudesse fechar negócios com várias clientes. Suzana intermediava essas negociações. Com isso, ela tornava seu *nome* conhecido,

---

<sup>57</sup> Os grupos de noivas formados no aplicativo de mensagens *Whatsapp* se tornaram extremamente populares no ano de 2015 em Fortaleza. Em fevereiro de 2016, a interação de noivas nesses grupos foi facilitada, quando o aplicativo ampliou a lotação máxima nos grupos para 256 participantes. Na mesma semana em que foi efetivada a mudança, o aplicativo havia chegado à marca de 1 bilhão de usuários ativos por mês. O número de pessoas utilizando o aplicativo mais que dobrou desde o final de 2014, quando o serviço de mensagem de telefone foi comprado pela rede social Facebook. Antes disso, o limite era de 50 pessoas por grupo, aumentado para o máximo de 100 integrantes, em 2015. Ao longo de 2016, a elevação da lotação máxima contribuiu para que cada vez mais *rodadas de descontos* fossem efetivadas pelas organizadoras de grupos. Isso acontecia porque o sucesso dos pedidos de descontos feitos a fornecedores dependia do acesso a um número elevado de clientes interessadas.

<sup>58</sup> No capítulo VI desta tese, narro como minha entrada nos grupos de noivas se intensifica a partir do início de 2016, quando, além de pesquisadora, as interlocutoras passam a me identificar também como noiva, e conseqüentemente me apresentam constantes convites para participar desses espaços virtuais.

e era comum que noivas participantes do grupo decidissem contratá-la para ser a cerimonialista de seus casamentos. Datas livres na agenda de Suzana estavam ficando cada vez mais difíceis de obter, e as noivas costumavam procurá-la com bastante antecedência – algo que é indicativo de uma profissional em ascensão no mercado. A primeira feira realizada por Suzana era aguardada com ansiedade por várias das noivas do grupo, que viam no evento *físico* uma oportunidade de conhecer produtos e serviços que não poderiam ser conhecidos apenas por fotografias. Era o caso dos produtos alimentícios como bem-casados, bolos, chocolates finos, que poderiam ser contratados na feira com os desejados *preços de rodada*.

No cenário do mercado de eventos em Fortaleza, tive a oportunidade de conhecer outra personagem que, assim como Suzana, havia se tornado, ao longo de 2015, um nome conhecido das noivas inseridas nas redes virtuais. A fama de Maura Silva já era relativamente consolidada quando cheguei a saber de sua existência, o que aconteceu de forma inusitada. Eu manuseava meu aparelho de celular, trocando mensagens de *Whatsapp* com outra pesquisada, quando vi que eu havia sido adicionada em um grupo que já começava a existir com o número máximo de participantes. No grupo recém-criado, na minha mesma situação, as participantes inseridas à revelia indagavam, umas às outras, a respeito do que se tratava. Então percebi que Maura havia adicionado em um novo grupo participantes de outros já existentes. Ela se apresentou, explicou às participantes que aquele seria um espaço para divulgação de rodadas, se desculpou de antemão àquelas que não desejavam participar e liberou-as para deixar o grupo se desejassem. Algumas o fizeram, mas um número razoável permaneceu. “Rodadas da Maura”, como o grupo foi nomeado, logo recuperou a lotação máxima. Começou em seguida a se formar uma fila de espera para entrada que, em algumas semanas, chegaria a mais de cem noivas interessadas em ter acesso aos descontos obtidos nas negociações coletivas capitaneadas por Maura. Cada rodada tinha um tempo estipulado para ser encerrada, e as noivas precisavam tomar rapidamente as suas decisões, recorrendo às informações disponíveis nos grupos.

Maura tem 34 anos, trabalha como enfermeira e está organizando o seu casamento, marcado para maio de 2017. Quando entrei em contato com ela, para saber mais sobre como

ela iniciou sua experiência com a organização das rodadas, ela me explicou que começou a reunir noivas e procurar fornecedores interessada em obter descontos para o seu próprio casamento:

Érika, na verdade, eu entrei no grupo, como todas as noivas, né? Pra conhecer os profissionais, pegar dicas e participar de rodadas, também, porque me falaram que aconteciam algumas no grupo. E aí, quando eu entrei, na época, muita gente tava comentando de bolo, que queria desconto em bolo, e tudo... E eu também queria, né. Tava começando a montar meu casamento, e tudo. E aí, eu não via, assim, ninguém ir atrás de conseguir desconto em bolo. Todo mundo dizia: “ah, eu quero”, “eu também quero!”, “vamos fazer uma rodada!”. E aí, eu esperando alguém fazer, também. E aí nunca saiu! Então eu falei no grupo: “gente, eu vou atrás, ver se eu consigo!”. E aí eu fui atrás, na época, de duas empresas. [...] Elas toparam, né, participar. E aí eu coloquei no grupo. E aí eu tive a ideia de fazer um grupo separado, pra os dois profissionais, pra não ficar misturando os assuntos em geral com o assunto da rodada, né? E aí eu fui divulgando a rodada, eu sei que eu consegui fechar, em uma, 40 a 45 noivas. E, na outra, em média de 25 a 30 noivas. Todo mundo gostou, e tudo. E, depois disso, todo mundo ficou pedindo mais. [Risos]. “Maura, faz disso”, “Maura, faz aquilo!”. E, na verdade, logo no começo, que foi, acho, em junho, mais ou menos, eu não tinha nada, ainda. Eu acho que tinha fechado só o buffet e a banda. O restante, eu não tinha nada. Então, eu fui fechando muita rodada pra, também, fechar com desconto, né, junto com outras meninas do grupo.

Pra mim é bom, e pra todas as outras meninas também é bom, porque todo mundo sai ganhando, né, inclusive, também, o fornecedor. Porque, queira ou não queira, ele dá um desconto, mas ele acaba que fechando 25 ou 30 noivas em um dia só, que pra ele acaba que sendo lucrativo.

Maura conta que, após mais de um ano promovendo rodadas, ela chegou a um ponto em que já tinha contratado todos os serviços que considerava necessários para o seu casamento. Mesmo assim, ela decidiu permanecer fazendo as rodadas, que continuavam a ser solicitadas pelas noivas, “para ajudar”. Alguns dos fornecedores de rodadas já concluídas a procuravam, ela afirma, no intuito de repetir o mesmo tipo de negociação, com um novo grupo de noivas. As “rodadas da Maura” haviam ficado famosas no mercado de casamentos

de Fortaleza. Eu comprovava a reputação que havia sido construída por essa noiva quando, em 2016, nas ocasiões em que visitava fornecedores para contratá-los para o meu próprio casamento, ouvia-os falar bem de Maura. Alguns faziam questão de enfatizar que ela “não pedia nada além dos descontos de rodada”. A afirmação desses profissionais ia de encontro a comentários propagados por outras noivas, nas redes sociais. Nesses espaços, a boa reputação de Maura era sólida, mas também cercavam seu nome os rumores propagados por algumas noivas. Elas levantavam suspeitas a respeito das vantagens ganhas por Maura em sua iniciativa de promover rodadas. Observavam as fotos que Maura divulgava nas redes sociais dos eventos prévios ao seu casamento, como o seu chá de panela. Conjecturavam sobre a possibilidade de ela estar recebendo serviços gratuitamente de fornecedores em troca de sua intermediação. Nesses momentos, outras apressavam-se em defendê-la, indignando-se contra as acusações feitas a quem as ajudava a baratear contratações. Para outras, a possibilidade de Maura estar recebendo alguma vantagem desconhecida pelo público não chegava a ser problema: “se ela ganha, deixa. Olha o trabalhão que ela tem pra ajudar a gente!”. A mim, Maura dissera que estava pensando em aproveitar o conhecimento que havia adquirido sobre o mercado para se dedicar profissionalmente à organização de casamentos, quando passasse sua festa. É interessante observar que, mesmo recorrendo às negociações coletivas feitas pelas criadoras dos grupos, algumas das noivas que contratavam serviços em rodadas não dispensavam novas tentativas de barganha com os fornecedores. Abordando os profissionais, elas perguntavam-lhes se, mantendo o preço *de rodada*, eles não poderiam acrescentar mais itens ao serviço contratado. Por vezes, o valor insignificante dos acréscimos feitos evidenciava que a barganha não se dava somente por questões econômicas, mas também simbólicas.

Nos grupos, as noivas discutiam não apenas sobre produtos e seus preços, mas também compartilhavam informações sobre as formas como essas mercadorias são, na prática, utilizadas por convidados das festas. Assim, uma noiva que perguntava às colegas sobre preços de saquinhos de organza, medindo 20 por 35 centímetros, não recebeu apenas dicas sobre onde encontrá-los pelo menor preço possível. Além dessas informações, as outras noivas advertiram-me de que os saquinhos, que as noivas usam para embalar chinelos

oferecidos como lembrancinhas, costumavam produzir efeitos indesejados. Nas festas em que a noiva oferecia chinelos embalados desse modo, elas explicavam, os convidados aproveitavam os pacotes de tamanho razoável para pegar docinhos em grande quantidade e levá-los consigo para casa ao fim da festa. O resultado era que os doces acabavam em questão de minutos, e boa parte dos convidados sequer chegava a prová-los. As noivas eram unânimes em advertir que isso era não apenas comum, mas acontecia em casamentos de todas as classes sociais. Diziam ainda que recomendável seria, em vez de acondicionar os chinelos em embalagens, simplesmente prender cada par com laços de fita – o que ainda seria menos custoso que os saquinhos de organza. Se a noiva desejasse, o preço das fitas poderia ser barateado, já que estava ativa uma “rodada da Maura” com fitas de cetim personalizadas com os nomes dos noivos, muito usadas para esse fim.

Fornecedores que detinham o monopólio de um determinado serviço na cidade, em geral, não faziam rodadas. Era o caso da única empresa da cidade a oferecer carros das décadas de 1940 e 1950 para transporte de noivos. Apesar de procurados insistentemente por várias noivas interessadas, os donos se mantinham firmes em negar a participação nesse tipo de negociação. Por outro lado, no final de 2016, algumas noivas comentavam que “as coisas estavam mudando”. A continuidade da crise econômica que afetava o país era apontada, por elas, como a explicação para o fato de que até mesmo os fornecedores de empresas renomadas estavam começando, um a um, a aderir às rodadas. Eles impunham condições de negociação mais duras, é verdade, mas o simples fato de aceitarem rodadas provocava reações de surpresa. “Veja só como está a crise. Até a Claudia Bem-Casados entrou em rodada!”, dizia uma noiva, se referindo à marca de bem-casados mais famosa da cidade.

Por meio de Maura, conheci um casal de funcionários públicos que, paralelamente às suas atividades profissionais principais, decidira dar início a um negócio no mercado dos casamentos. Eles criaram uma empresa de “fotolembraças”, um tipo de serviço que imprime instantaneamente, durante a festa, todas as fotografias do evento que os convidados desejarem. Decidi visitar o escritório do casal, formado por Lucas e Camila, para conhecer melhor os serviços que eles estavam oferecendo em uma das “rodadas da Maura”. Na ocasião,

falei-lhes sobre a minha pesquisa, pois me interessava entender melhor o tipo de redes formadas por noivas como Maura. Ao me receber, eles mencionaram o contato com aquela noiva como "um grande divisor de águas" para a empresa que estavam iniciando. "Eu juro a você, eu tenho a Maura como um anjo que Deus mandou para mudar as nossas vidas. Ela veio aqui num dia normal, nós tínhamos um movimento fraco. Depois disso, tudo mudou, foi como uma benção, começou a chover de noivas", Lucas contava. O uso do vocabulário religioso, remetendo à proteção de anjos e bênçãos, fazia sentido dentro das lógicas próprias do mercado de casamentos. Como vários fornecedores que vi entrarem no mercado sob a proteção de alguma cerimonialista que passara a indicá-los, a empresa de Lucas e Camila estava se tornando famosa na cidade depois de ter recebido o salvo-conduto de Maura. A boa reputação da noiva lhes foi, de certa forma, transmitida a partir do momento em que ela promoveu uma rodada de descontos divulgando a empresa do casal à suas redes de noivas.

As redes de solidariedade formadas pelas noivas não são igualitárias e horizontalizadas, mas apresentam diferentes graus de hierarquia, conforme o prestígio e o acesso às informações alcançado pelos agentes. Maura é uma noiva que conquistou um alto grau nessa hierarquia. Em geral, as noivas iniciantes ignoram os custos de produção de cada um dos itens que desejam contratar. Os processos de formação de preços da maior parte dos produtos são, para as noivas, uma incógnita. Trata-se de um contexto em que, como nos mercados do Oriente Médio descritos por Clifford Geertz, a informação confiável é percebida como escassa. Um mercado no qual os compradores comumente compartilham um elevado grau de "ignorância sobre tudo, desde a qualidade dos produtos, os preços praticados, as possibilidades do mercado e os custos de produção" (GEERTZ, 1979, p. 124). Não é de se estranhar, assim, que as noivas participantes dos grupos mantidos por Maura manifestassem apreço por sua figura e que os elogios e agradecimentos a toda a ajuda oferecida por Maura fossem constantes.

Com as rodadas, em vez de esperar pelas feiras de maior porte, realizadas esporadicamente, para obter "descontos de feira", as noivas conseguiam semanalmente escolher entre serviços com valores tão reduzidos quanto. Participando dos grupos virtuais, as



noivas não deixavam de visitar as mostras e feiras do mercado de casamentos. Nas conversas coletivas sobre a reputação dos profissionais, assim como nas interações virtuais em que noivas e fornecedores barganhavam pela negociação mais vantajosa, reproduzia-se nos grupos um tipo de sociabilidade característica do mercado de casamentos.

Em termos teóricos, no plano da antropologia econômica, se convencionou chamar “economia de bazar” um tipo de sistema de trocas de bens e serviços que se articula a partir de complexas teias de informação e comunicação, prescrições de condutas consideradas adequadas e redes de sociabilidade. Para Geertz, a palavra "bazar" se refere tanto a um tipo de mercado secular, por ele observado em regiões do Oriente Médio (GEERTZ, 1979), como designa uma ideia analítica, e é nesse sentido que me aproprio das reflexões do autor. Nesse sentido, é válido enfatizar que o próprio autor abre caminho para uma apropriação mais ampla de seu conceito, ao afirmar que a economia de bazar não é existente apenas no Marrocos, mas que “se verifica esse tipo de mercado em todo o chamado mundo subdesenvolvido, assim como existiam até não muito tempo atrás em grande parte do chamado mundo desenvolvido” (GEERTZ, 1979, p. 140). Guardadas diferenças determinadas pela cultura de cada região, vejo no mercado de casamentos, da forma como se estruturava em Fortaleza, similaridades com o *bazar* descrito por Geertz, tipo de sistema econômico que se organiza em torno do fluxo de informações. Assim como nos termos colocados por esse autor, eu identificava, em minha observação, um mercado no qual a informação sobre uma multiplicidade de fatores se apresentava como “escassa, mal distribuída, ineficientemente comunicada, e altamente valorizada” (GEERTZ, 1979, p. 124). Em sua etnografia dos bazares do Marrocos, Geertz descreve labirintos formados por estreitas, empoeiradas e tortuosas ruas, lotadas de vendedores e compradores que se deslocavam ignorando eventuais cotoveladas e negociavam em meio ao ruído contínuo das vozes da multidão. Enquanto realizava o trabalho de campo necessário à elaboração desta pesquisa, não poucas vezes essa descrição me voltava à memória. Por mais que eu estivesse percorrendo corredores de feiras de noivas, ou mesmo grupos virtuais, e não tradicionais mercados de rua, como Geertz, o burburinho das múltiplas vozes de noivas e fornecedores, os boatos sobre reputações e as histórias sobre barganhas me induziam uma sensação de familiaridade com o construto teórico do autor que acabo de citar.

Penso que a noção de "economia de bazar", entendida como uma economia marcada por inúmeras pequenas transações e barganhas, e nas quais os fluxos de informação exercem papel decisivo, oferece argumentos interessantes para o estudo das experiências de consumo vividas pelas mulheres urbanas por mim estudadas.

Tanto nos grupos como nas feiras *físicas*, as noivas entravam em contato com uma multiplicidade de objetos e serviços, mas o que elas escrutinavam, sobretudo, eram fluxos de comunicação. A busca de informação é uma das atividades que articulam a experiência de ser noiva. Consumidoras neófitas, de um mercado que até então lhes era desconhecido, as noivas se viam diante de dúvidas sobre a formação dos preços, os reais custos dos serviços, a margem de lucro obtida por seus contratados. Feiras e grupos eram buscados pelas consumidoras para adquirir conhecimento que poderia proporcionar negociações mais vantajosas, ou pelo menos evitar que fossem enganadas, em um mercado no qual elas se viam como a parte menos informada.

## 2.4. Uma fábrica de noivas



**Figura 22 Expo Noivas: vitrine com vestido e passarela no tom de rosa que identifica a feira. Registro de campo.**

Após ter conhecido, em 2013, a feira Glamour Noivas Fest, em Fortaleza, e alguns outros eventos de importância local, em Porto Alegre, eu visitaria um evento de maior porte. Considerada a maior feira de noivas do país, a "Expo Noivas & Festas" teve mais uma edição realizada entre os dias 6 e 9 de fevereiro de 2014, em São Paulo, no centro de convenções Imigrantes Exhibition & Convention Center, na divisa entre o Grande ABC e São Paulo. Naquela ocasião, a feira ocupava cerca de quatro mil metros quadrados, com cento e vinte expositores, com uma estimativa de quinze mil visitantes<sup>59</sup>. O espaço estava aberto ao público todos os dias, das 14h às 22h, mediante a compra de ingresso no valor de dez reais. Como

---

<sup>59</sup> Informações gentilmente prestadas à pesquisadora pela gerente comercial da empresa responsável pela Expo Noivas, Elisabeth Mello, em conversa informal.

explica o material distribuído aos potenciais expositores, pela empresa responsável pela feira, a cobrança de ingresso é mantida como uma estratégia para garantir aos profissionais presentes um público de consumidores realmente interessados nos produtos oferecidos:

O acesso à Expo Noivas & Festas é feito através de ingresso pago pelo público. O objetivo é garantir aos expositores que os visitantes tenham interesse direto nos produtos e serviços que estão sendo oferecidos. Recente pesquisa evidencia que o evento está atraindo o público certo: 75% são formados por noivos e namorados (EXPO NOIVAS & FESTAS, 2014).

A feira é um lugar de fechar negócios, mas também de divulgar serviços que poderão ser contratados *a posteriori*. Não apenas na Expo Noivas, mas em todos os eventos do tipo, por mim visitados, a abordagem dos vendedores costumava ser tão simpática quanto incisiva. Desse modo, não era possível simplesmente circular pela feira, sem interagir com os profissionais presentes. Os vendedores tomavam a iniciativa: faziam contato visual, saíam de seus *stands* e abordavam as visitantes no meio do corredor. "Noivinha" era o vocativo mais utilizado para chamar a atenção das visitantes, enquanto as perguntas mais comumente dirigidas às mesmas questionavam a data de realização da cerimônia. "Olá! Noivinha? *É pra quando?* Já viu convites?". A informação da data do casamento permitia aos fornecedores distinguir quais eram de fato, dentre as pessoas que ali circulavam, os seus clientes potenciais. Isso porque, no planejamento de casamentos, as contratações feitas pelos noivos costumam seguir um cronograma mais ou menos semelhante. Seja para garantir que encontrarão a data disponível para os profissionais e locais desejados, seja para assegurar a divisão dos pagamentos no maior número de prestações possível, os noivos costumam reservar os meses iniciais de planejamento para os itens mais caros, as "grandes contratações". Essas correspondem a escolhas como a casa de festas, o templo religioso, a banda ou DJ e o fotógrafo. Itens como convites e deslocamento da noiva em carro de luxo, por exemplo, dificilmente são contratados em meses iniciais, e os profissionais estão atentos a essa dinâmica quando abordam as noivas perguntando por suas datas de casamento. Para participar

da feira paga-se, pelo aluguel dos *stands*, o valor de 550 reais por metro quadrado, e os fornecedores tem pressa para fechar negócios e fazer valer o dinheiro investido<sup>60</sup>.



**Figura 23 Expo Noivas: Casais de noivos se aproximam do balcão e folheiam catálogos com opções de convites, enquanto funcionária da empresa os auxilia. Registro de campo.**

Para facilitar o deslocamento dos visitantes, a feira disponibilizava um serviço de vans que faziam o transporte de um ponto ao lado da estação Jabaquara do metrô de São Paulo, a mais próxima ao local do evento, até o centro de convenções. No sábado, dia de forte movimento na feira, o público era predominante feminino, visivelmente formado por "mulheres com alianças na mão direita", acompanhadas de suas mães ou amigas e, em menor quantidade, pelos noivos. Participando da feira em todos os seus dias, tive oportunidade de fazer por seis vezes o trajeto nesse veículo, junto com visitantes. Identificando-se umas com as outras, as noivas interagiam entre si. Ao travar contato, trocavam informações inicialmente sobre a data marcada para o casamento, a etapa dos preparativos em que estavam e quais

---

<sup>60</sup> Valores divulgados na matéria "Mercado de casamentos movimentada 15 bilhões por ano", veiculada em 16/03/2015, pelo telejornal Mundo S/A, do canal Globo News.

contratos já tinham fechado. Comparando-se entre si, comentavam se o planejamento estava transcorrendo dentro do cronograma previsto, se as contratações estavam atrasadas ou adiantadas. Várias das mulheres com as quais compartilhei o transporte oferecido pelo evento tinham acabado de ficar noivas, e visitavam a feira com o objetivo de começar a entender o que seria *necessário* para um casamento. Outras, em etapas mais avançadas dos preparativos, planejavam a ida de forma mais objetiva, e iam ao evento com a intenção de visitar fornecedores que já conheciam de feiras anteriores. Elas eram atraídas pelos “descontos de feira”, que poderiam possibilitar a contratação, a preços menores, de profissionais que já haviam escolhido para seus casamentos. Por duas vezes observei, no trajeto de volta da van, discussões entre casais. Nesses dois casos, o noivo revoltou-se após tomar conhecimento, durante a ida à feira, do quanto custaria realizar um casamento nos moldes imaginados pela noiva. Em uma dessas ocasiões, a noiva, aborrecida, respondeu: “então a gente não casa mais, e pronto!”. Outra situação interessante aconteceu quando observei a conversa entre dois casais, também na volta da van. Tanto as noivas como os noivos comentavam entre si que os preços dos produtos e serviços que consideravam necessários ao casamento eram elevados. Um dos noivos, então, disse ao outro: “é, mas cheguei num ponto em que eu digo: já que a gente entrou nessa, vamos até o final!”.



**Figura 24** Modelo desfila vestida de noiva.



**Figura 25** Público fotografa vestidos durante desfile.

Todas carregavam sacolas, cedidas pelos fornecedores, nas quais transportavam os objetos recebidos à medida que se deslocavam pelos corredores. O primeiro material recebido, ao entrar, era um mapa da feira, com a listagem dos fornecedores participantes do evento e a respectiva localização de cada *stand*. Ao longo da visita, as sacolas tornavam-se pesadas, pelo acúmulo de materiais de divulgação, brindes e amostras, além das pastas em papel cartão oferecidas para proteger as impressões dos orçamentos realizados. Além das sacolas, imagino que voltavam cheios também os cartões de memória de máquinas fotográficas digitais e celulares que, como pude observar, eram a todo momento utilizados para registrar imagens de arranjos de flores, formatos de doces ou de convites. No caso dos vestidos de noiva, as visitantes não só os fotografavam nos corpos das manequins, nos vários desfiles previstos em horários específicos, mas também registravam as peças expostas nos *stands* que reproduziam salões de roupas para aluguel. Alguns dos expositores ofereciam a possibilidade de experimentar modelos sem compromisso, durante a feira.

Biombos ou provadores possibilitavam a privacidade necessária, enquanto funcionárias dos ateliês auxiliavam a tarefa de vestir e fechar as peças. Alfinetes e prendedores eram utilizados para os ajustes, feitos não de modo a amoldar perfeitamente a peça ao corpo, mas antes com o objetivo imediato de possibilitar uma rápida experimentação. Como mais de uma funcionária se dedicava à cliente nesse momento, o tempo era também aproveitado para incrementar a produção com calçados e acessórios. Assim, a noiva poderia ter uma ideia de como o vestido combinaria com os ornamentos de sua preferência. Em alguns dos *stands*, até mesmo modelos de penteados eram improvisados com grampos, tiaras e véus à disposição. Assim, mais que uma "prova de roupa", produzia-se ali uma imagem da cliente transformada em noiva, a ser contemplada pela mesma em um espelho de corpo inteiro. Enquanto a noiva finalmente se via refletida, os profissionais seguiam trabalhando, utilizando sua experiência de modo a melhorar o efeito do conjunto e valorizar as peças, solicitando que a noiva observasse o véu ou as saias em movimento. Esse rápido processo, que observei se repetir várias vezes, se tornava ainda mais interessante nos horários de maior movimento, quando tinha sua culminância com os aplausos das pessoas ao redor, puxados pela equipe de profissionais. Nos corredores centrais da feira, em que se concentravam vários



*stands* de vestidos, observar a imagem, sempre repetida, da noiva vestida, arrumada e aplaudida me deu a impressão de estar em uma linha de produção em série de *noivas*. Mais que os buquês ou os bem-casados, uma forma específica de ser noiva, de performar o chamado "sonho do casamento", me pareceu ser o produto por excelência daquela mostra comercial.



**Figura 26 Profissionais vestem noiva durante a feira. Registro de campo.**



**Figura 27** Vestida de noiva, cliente senta-se à mesa para ler orçamentos. À direita, vê-se outra cliente, em trajes de noiva, refletida no espelho do *stand*. Registro de campo.



Figura 28 À esquerda, modelo se dirige à passarela, usando um vestido de noiva. No centro, usando roupas e calçados pretos, profissionais conversam no *stand*. À direita, noivos fazem orçamento de serviços com profissionais. Registro de campo.



Figura 29 Público assiste à apresentação musical de uma banda de baile.



Figura 30 Público circula nos corredores da feira.

Pode-se afirmar, de forma mais ampla, que as feiras apresentam e reforçam uma forma “adequada” de casar, mas também contribuem para *performar* o que é apresentado nesta tese como “o universo dos casamentos”. A ideia de *performance* aqui apresentada corresponde àquela proposta por Michel Callon. Para esse autor, um dado discurso é *performativo* quando as ideias nele contidas contribuem para a própria construção da realidade descrita (CALLON, 2007, p. 316). Mais que expor produtos e serviços, as feiras indicam perspectivas a partir das quais vivenciar o rito do casamento. É nesse sentido que se pode afirmar que as feiras, assim como o mercado que elas representam, *performam* os casamentos contemporâneos.

Ao procurar as feiras para “descobrir do que um casamento precisa”, consumidoras ansiosas diante de um mercado que não lhes é familiar descobrem algo maior: o chamado “universo dos casamentos”. Perpassado por inúmeras prescrições de conduta, cronogramas, listas de itens a comprar e de tarefas a cumprir, esse universo oferece às noivas balizas sobre como se mover no terreno desconhecido. Como nos lembra o autor citado acima, “em alguns casos os sujeitos procuram, simplesmente, se adequar a fórmulas e modelos para garantir sua sobrevivência, e para isso vão levar em consideração as reações à circulação desses modelos em cenários desconhecidos” (CALLON, 2007, p. 332). Para responder à ansiedade por adequação, vivida pelas noivas que buscam descobrir “o que é *necessário*”, o coletivo de agentes e técnicas que chamamos “mercado” oferece uma série de fórmulas e teorias. Introduzidas nesses agenciamentos, as noivas são progressivamente familiarizadas com uma perspectiva normativa sobre como devem ser as festas de casamento. Além disso, elas também são socializadas nas regras implícitas sobre como se deve performatizar o papel de noiva, durante o período dos preparativos. Viver uma experiência no “universo dos casamentos” significa, para as mulheres que o fazem da forma prescrita pelo mercado, se tornar parte de um complexo arranjo sociotécnico. Além das noivas, esse arranjo é composto por profissionais, produtos e serviços, assim como pelas teorias produzidas e compartilhadas pelos sujeitos nele inclusos.

## 2.5. Da indústria de petróleo ao mercado de casamentos

Dali a três meses se realizaria, na cidade do Rio de Janeiro, um importante evento para a história das feiras Expo Noivas: a edição comemorativa de vinte anos do empreendimento. Para essa ocasião, eram esperados cerca de quatrocentos fornecedores participantes, ocupando 13 mil metros quadrados do centro de convenções Riocentro, localizado no bairro de Jacarepaguá. Como forma de sinalizar o caráter comemorativo do evento a se realizar, os organizadores providenciaram uma pequena alteração de nome: "Expo Noivas & Festas" se chamaria, apenas naquela edição de aniversário, "Expo Noivas em Festa". No ano seguinte, o programa televisivo "Mundo S/A", do canal *Globo News*, que apresenta a cada semana um setor empresarial em crescimento, escolheu a Expo Noivas como principal cenário da edição sobre mercado de festas<sup>61</sup>. Acompanhando as imagens da feira, a voz em *off* do jornalista narrava:

A Expo Noivas e Festas existe há 20 anos, com edições no Rio, São Paulo e Campinas. Algumas atraem até 60 mil pessoas. Público que nem sempre consegue bancar grandes luxos, mas não deixa de viver um conto de fadas. Procura serviços mais em conta e paga em diversas prestações. Essa noiva conta que pretende desembolsar 30 mil reais num casamento para 300 convidados. Um décimo do que chegam a gastar os casais mais endinheirados (PROGRAMA MUNDO S/A).

A história da feira de noivas, contudo, não foi de sucesso desde o princípio. A mulher que idealizou a feira, Mônica de Freitas<sup>62</sup>, narra uma trajetória marcada por um "traumático" prejuízo inicial, seguido de ajustes na proposta. A ideia foi desenvolvida, segundo Mônica, após uma viagem aos Estados Unidos, no início da década de 1990. Naquele ano, participando de um evento em Houston, ela conheceu um *workshop* para noivas. No evento, em que não havia *stands*, os profissionais apresentavam seus serviços ao público utilizando-se de mesas. Um formato diferente, portanto, daquele em que funcionaria a Expo Noivas. À época, ela e o sócio e marido, o empresário José Luiz de Carvalho Cesar, trabalhavam promovendo feiras de

---

<sup>61</sup> Programa Mundo S/A. Matéria "Mercado de casamentos movimenta 15 bilhões por ano", veiculada em 16/03/2015.

<sup>62</sup> Entrevista concedida pela fundadora da Expo Noivas, Mônica Freitas, diretora comercial da Goal Promoções, empresa organizadora da feira. Mônica Freitas foi entrevistada para essa pesquisa durante a feira realizada em São Paulo.

negócios internacionais, voltadas para a indústria de petróleo, tendo entre os expositores as maiores empresas do setor. Estavam habituados, portanto, a eventos de grande porte, expertise com a qual tentaram produzir uma feira voltada aos fornecedores de produtos para casamentos. A primeira mostra, segundo a fundadora, foi realizada em 1994, para setenta expositores, na cidade do Rio de Janeiro, após uma pesquisa de mercado que incluiu visitas às lojas da rua São Caetano, tradicional endereço do comércio de festas de casamentos naquela capital. Os resultados do primeiro experimento, no entanto, não foram animadores do ponto de vista do retorno financeiro. "Foi fácil? Não. Muito difícil. Para você ter uma ideia, na época, no Brasil, só se falava em dólar, tudo era cotado em dólar. E a gente fez a finalização com um prejuízo de 60 mil dólares, que era muito para o tamanho da empresa que nós tínhamos, mas nós encaramos como um investimento". A empresária relata que foi após o evento, por meio de um questionário enviado para os expositores participantes, que se descobriu que, apesar do prejuízo dos investidores, o retorno havia sido positivo para os expositores. Isso motivou os sócios a seguir com a ideia. A segunda edição aconteceu, no ano seguinte, com cento e quarenta expositores, o dobro da quantidade do primeiro evento. "Em 1996, nós já começamos a série aqui em São Paulo. Fizemos também em Belo Horizonte em 1996, e começamos a fazer três por ano: Rio, São Paulo e Belo Horizonte. A gente se especializou, deixamos de fazer a feira de petróleo, e só fazemos a feira de noivas". Hoje a feira, segundo Mônica, acontece em cinco edições por ano, três em São Paulo e duas no Rio de Janeiro.

Para que hoje a história da Expo Noivas pudesse ser narrada como uma trajetória de sucesso contribuíram fatores alheios ao controle dos empresários responsáveis pela empresa. Foram decisivas duas questões principais: as modificações na ordem matrimonial brasileira, citadas na contextualização desta tese, e a inclusão no consumo de uma camada social que tem sido chamada de "nova classe média". Em suas falas, os sócios reconhecem a importância dessas duas variáveis. Para a fundadora, o mercado tem se mantido imune às modificações demográficas e tem sido até mesmo favorecido por elas:

Às vezes, acontece de sair um resultado do IBGE, que aumenta o número de divórcios. No início, a gente ficava preocupado: "ah, que vai ter mais

divórcios do que casamentos". Mas não tem problema. Sim, é ruim ter divórcio, mas se tiver, vai ter um segundo casamento. Vai ter o segundo casamento, terceiro casamento. Até o terceiro. E, geralmente, no segundo e terceiro casamentos, fazem festa também. E, às vezes, com mais gastos do que na primeira. Porque já está com uma situação definida, uma situação financeira mais definida, e não fez no primeiro. E aí, vai gastar mais. Isso já acontece nos Estados Unidos há muito tempo!<sup>63</sup>

Assim, o aumento na taxa de divórcios, acompanhado da maior incidência de recasamentos, pode ser relacionado ao "*boom* comercial" que ela diz verificar nos últimos dez anos. "É um mercado que a gente não teme muito crise", ela diz. A partir de sua experiência empírica, ela afirma que "enquanto houver o sonho de formar uma família, vão continuar casando". A avaliação da profissional parece corroborar a hipótese que acompanhou o desenvolvimento dessa pesquisa, de que as mudanças na ordem matrimonial, assim como a transição demográfica, nas cidades brasileiras, está relacionada, paradoxalmente, à manutenção de valores muito tradicionais.

O outro fator que contribui para o crescimento do mercado de casamentos, a organização da nova classe média no país, é assim citado pelo fundador da feira: "Uma classe média que não tinha carro e, de repente, comprou um carro. E, logo a seguir, comprou um carro melhor. O casamento entrou nisso naturalmente, é um movimento em que a força econômica se manifesta e o mercado acompanha"<sup>64</sup>.

## 2.6. Novidades “diretamente dos Estados Unidos”

Visitada em fevereiro de 2014, a feira descrita nesse capítulo representou uma oportunidade de observar a indústria de casamentos brasileira a partir de uma outra escala<sup>65</sup>, em que se torna mais evidente a forma como fenômenos globais e locais se influenciam nesse emergente mercado. Em seu vigésimo ano de realização, a chamada "maior feira de noivas do

<sup>63</sup> Mônica Freitas, fundadora da Expo Noivas. Entrevista concedida durante a feira realizada em São Paulo.

<sup>64</sup> José Luís de Carvalho César, fundador da Expo Noivas, em entrevista ao jornal "MUNDO S/A", do canal televisivo Globo News. Matéria "Mercado de casamentos movimenta 15 bilhões por ano", veiculada em 16/03/2015.

<sup>65</sup> A noção de "escala", proposta por Comaroff e Comaroff (2003), parece, no contexto aqui pesquisado, mais produtiva que delimitações arbitrárias a que a ideia de espaço poderia aludir. Nas feiras observadas, assim como no mercado dos casamentos de forma mais ampla, os processos etnografados são constituídos pelo local e pelo global, em escalas que se imbricam e se superpõem.

país" já era conhecida por mim, por meio de matérias em jornais e programas televisivos veiculados nacionalmente, que costumeiramente pautam as mostras realizadas por esse mesmo grupo empresarial.



**Figura 31** Os bem-casados, doce de origem portuguesa e típico dos casamentos brasileiros, preparados com recheio de *blueberry* (mirtilo), fruta pouco conhecida no Brasil. Registro de campo.

Para a presença na mídia de cobertura nacional, contribuem tanto as dimensões do evento como o fato de tais feiras serem sediadas no chamado "eixo Rio-São Paulo", em que também estão as maiores redes de televisão e grupos de comunicação do país e nos quais são produzidos a maioria dos programas de exibição nacional. Na mídia, "Expo Noivas & Festas" sempre aparece como o palco das novidades estéticas e tecnológicas no mercado dos casamentos, aspecto enfatizado nas pautas veiculadas a cada ano. Assim, durante a feira, o site de notícias G1 divulgava os novos "Buquês de noivas montados com flores de cetim, de chocolate colorido, com broches, bonecas no material E.V.A., pelúcia e até modelos que soltam bolhas de sabão"<sup>66</sup>. As pautas se diversificam conforme novos produtos são

<sup>66</sup> Site G1. "Artesãs inovam com buquês de noiva de chocolate, cetim e broches", 07/02/2014. Disponível em: <http://g1.globo.com/economia/pme/noticia/2014/02/artesas-inovam-com-buques-de-noiva-de-chocolate-cetim-e-broches.html>



anunciados: renda comestível para revestir docinhos<sup>67</sup>, topos de bolo para casamento homoafetivos<sup>68</sup>, provador virtual de vestidos<sup>69</sup>, convites com impressão em três dimensões<sup>70</sup>.



**Figura 32** Drone sobrevoa público que assiste a desfiles na passarela central da feira. O instrumento aparece iluminado em cores chamativas. Registro de campo.

<sup>67</sup> Jornal Hoje, TV Globo, matéria "Expo Noivas traz as novidades para quem pretende casar", exibida em 10/10/2013. Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-hoje/videos/t/edicoes/v/expo-noivas-traz-as-novidades-para-quem-pretende-casar/2879794/>.

<sup>68</sup> Site Delas, do Portal IG, matéria "Novidades e lançamentos da Expo Noivas", publicada em 16/05/2013. Disponível em: <http://delas.ig.com.br/noivas/cerimoniaefesta/2013-05-16/novidades-e-lancamentos-da-expo-noivas.html>.

<sup>69</sup> Site da Revista Caras, matéria "Expo Noivas traz novidades do mercado de casamentos a São Paulo", publicada em 5/10/2012. Disponível em: <http://caras.uol.com.br/noivas/expo-noivas-traz-novidades-do-mercado-de-casamentos-a-sao-paulo#>.

<sup>70</sup> Portal Terra, matéria "Buquê de pimenta e convite 3D: veja novidades do Expo Noivas". Disponível em: <http://mulher.terra.com.br/noivas/buque-de-pimenta-e-convite-3d-veja-novidades-do-expo-noivas,56e82b969c2be310VgnVCM3000009acceb0aRCRD.html>.

Em 2014, a novidade havia sido a utilização de drones, pequenos veículos aéreos não-tripulados, pilotados remotamente por meios eletrônicos<sup>71</sup>. Originalmente concebidos e utilizados para missões arriscadas de inteligência militar, os drones, cujo nome deriva do inglês, "zangão", passaram a ser utilizados recentemente também por cinegrafistas e fotógrafos. Equipados com câmeras, eram anunciados na feira de casamentos como "tecnologia de ponta", permitindo a filmagem de ângulos e tomadas aéreas antes inacessíveis aos profissionais<sup>72</sup>.

Ao explicar sobre o trabalho com os drones, o dono de uma produtora de vídeo especializada em casamentos me contou também sobre seu interesse em desenvolver vídeos em *stop motion*<sup>73</sup>, uma tendência que pretendia "trazer da gringa". Durante a feira, um drone sobrevoava estrategicamente os desfiles e shows realizados, de modo a chamar a atenção do público para o serviço.

---

<sup>71</sup> TV Cultura: "Expo noivas 2014 traz novidades para o mercado de casamentos: A indústria bilionária do casamento, do aluguel de carros especiais para a chegada triunfal da noiva à igreja até a fotografia feita com aviões sem piloto, os chamados drones, tudo isso, na Expo noivas 2014". Matéria veiculada em 07/02/2014. Disponível em: <http://tvcultura.cmais.com.br/jcprimeiraedicao/expo-noivas-2014-traz-novidades-para-o-mercado-de-casamentos>

<sup>72</sup> É interessante observar como, em 2016, em Fortaleza, os drones tinham deixado de ser novidade e haviam se tornado um objeto comum nas filmagens de casamentos. Algumas empresas até mesmo anunciavam a inclusão de um drone nas filmagens como brinde oferecido aos noivos que fechassem contrato.

<sup>73</sup> *Stop motion* é uma técnica que utiliza sequências de fotografias diferentes de uma mesma pessoa ou objeto para simular o movimento.



Figura 33 "Toalhas refrescantes": embalagem contendo o produto. Registro de campo.

Party



A linha party para quem quer aproveitar a festa ao máximo. Dançar a noite toda sem suar e não se preocupar com o calor. Cool Towels é uma dose extra de energia para sua noite.

Figura 34 Anúncio das toalhas no site do fornecedor.

Imagem disponível em: <http://www.cooltowels.com.br/>

Também divulgado com os atributos de "importado" e "novidade do ano", outro produto era destaque no *stand* de um fornecedor de itens de papelaria. Ali, os mais variados

tipos de convites dividiam espaço na exposição com um item inusitado. As "toalhas refrescantes" consistiam em lenços umedecidos de algodão, embalados individualmente, prontos para serem oferecidos aos convidados na pista de dança, de modo a aliviar o calor. "As toalhas refrescantes são toalhas geladas que refrescam ao entrar em contato com a pele. A aplicação é bem simples: basta abrir a embalagem e sacudir a toalha, pois o contato com o ar ativa sua fórmula", explica o site da empresa<sup>74</sup>. Como acontece com a maioria dos itens oferecidos como presentes aos convidados durante a festa, as toalhas podem ser personalizadas, mediante a aplicação da arte desejada pelos noivos na embalagem do produto. A empresa que oferece o item exibia, na feira, exemplos de embalagens com monogramas de noivos e diferentes cores, de modo a garantir que o produto se adequaria à estética de casamentos com as mais diferentes identidades visuais. "Já são sucesso em Ibiza e agora eu aposto que vão virar *hit* do ano nos casamentos animados aqui do Brasil", garante uma blogueira especializada em casamentos<sup>75</sup>.

O mercado de casamentos, no Brasil, não diz respeito a uma realidade apenas local, mas se insere em um momento de crescimento, em vários países, do consumo voltado para casamentos, como atestam pesquisas recentes sobre o tema<sup>76</sup>. A valorização de tendências e de tecnologias importadas evidencia um contexto em que o consumo é perpassado por discursos e práticas globais. Nas falas de profissionais da área, como as citadas acima, as mudanças no mercado de festas aparecem relacionadas a um processo de "modernização", percebida por eles como assimilação das práticas de grandes centros urbanos, sobretudo do norte global.

Esse tom é percebido na fala de uma cerimonialista que atua na cidade de Porto Alegre, em uma palestra para profissionais do setor. Sua trajetória de crescimento profissional se confunde, na narrativa, com a incorporação dos valores da modernidade pelo mercado da

---

<sup>74</sup> Papel e Estilo Convites e participações. "Toalhas refrescantes".

Disponível em: <http://www.papeleestilo.com.br/lembrancinha-personalizada/toalhas-refrescantes-2/>.

<sup>75</sup> Matéria "Toalhas refrescantes". Blog "Vestida de Noiva", de Fernanda Floret. Disponível em: <http://vestidadoivoa.com/toalhas-refrescantes/>.

<sup>76</sup> A antropóloga inglesa Sharon Boden (2003), a pesquisadora norte-americana Cele Otnes (2003) e a antropóloga francesa Martine Segalen (2003) produziram trabalhos sobre a indústria de casamentos em seus respectivos países de origem.

cidade de Porto Alegre. "Quando eu comecei, há 18 anos atrás, os casamentos não eram como são agora. Hoje, casamento é *show*, casamento é produção. Mas, naquela época, eu já entrei com uma ideia de querer inovar. Então, eu fui a São Paulo, eu fui em feiras nos Estados Unidos".

Para essa cerimonialista, que narra sua trajetória profissional, o crescimento do mercado de casamentos em Porto Alegre se confunde com a história de uma cidade que se aproxima do modelo metropolitano. As viagens ao exterior, para participação em feiras e mostras do segmento de festas, se inserem na narrativa como pontos de transformação em um projeto profissional. Por meio de tais viagens, os sujeitos buscam uma aproximação com ideais de uma modernidade que identificam com as grandes capitais mundiais. Relatando tais experiências, reivindicam para si o status de profissionais em dia com a "modernidade", percebida como algo a ser buscado nos grandes centros globais.

As feiras, por sua vez, são o momento de apresentar novidades e avanços da técnica. Em um mercado que vende a celebração de um rito tradicional, a importância assumida pela "modernidade" e pela "novidade" aparece, assim, como um aparente paradoxo. Como se conciliam, no mercado de casamentos, o elemento tradicional e a busca de novos produtos e necessidades, e o que isso diz sobre as celebrações de casamento contemporâneas, é o que pretendo discutir no próximo tópico.



Figura 35 Lembrancinha: entre as opções, estava o sabonete artesanal em formato de maçã do amor.



Figura 36 Sabonete artesanal e caixa de madeira.



Figura 37 Buquês feitos com sapos de feltro foram apresentados, na feira, como opção para a "hora de jogar o buquê". A noiva finge que vai jogar o buquê real e, em vez disso, arremessa os sapinhos, como forma de brincar com as amigas em busca de um príncipe.



Figura 38 "Kit ressaca": opção de lembrancinha, inclui caixas em papelão, semelhantes àquelas utilizadas para medicamentos, que podem ser personalizadas com o nome do casal. Para ser preenchidas com itens como antiácidos e analgésicos, não incluídos.

## 2.7. Um rito tradicional?

O casamento é tradicional. Mas com muitas inovações, com muitas modernidades, como o drone, né, que é uma novidade, como o *selfie*, como tantas outras coisas de novidade. É tradicional porque é uma festa de família, e que a noiva quer casar de branco, e ano passado teve a moda, lembra, dos sapatos de cor? Então, casava com um buquê vermelho e colocava um sapato vermelho, fazia alguma coisa de novo, mas não deixa de ser uma festa tradicional (Mônica Freitas).

"Nada mais tradicional do que o casamento". A ideia, defendida pela fundadora da Expo Noivas, é a base da explicação por ela fornecida sobre o sucesso do seu empreendimento. Para ela, por ser esse um negócio que lida com algo *tradicional*, "é um mercado que a gente não teme muito crise". Em suma, o que explica a empresária é que, se as novas festas estão comprometidas com a "modernidade" e a inovação tecnológica, os sujeitos que as promovem parecem motivados por algo por ela identificado como muito antigo: "o sonho de casar e formar uma família". Resta a discutir, contudo, quão *tradicional* é a boda contemporânea, enquanto rito que celebra a instituição do casamento.

Explicando como decidiram realizar uma festa de casamento e qual o tipo de boda que estavam planejando, as mulheres entrevistadas para essa pesquisa relataram processos que se assemelham na forma como o evento foi decidido. De modo geral, entre as pesquisadas, a opinião de familiares e amigos as estimulou a escolher festas "mais tradicionais", de modo a satisfazer a todos. Contudo, com o início dos preparativos, elas relatam a sensação de ver a preparação do evento "sair de controle" e "ganhar vida própria". Uma entrevistada casada recentemente narrou, com humor, as crises vividas durante a preparação de sua festa: "Eu quis desistir várias vezes. [...] Na minha cabeça, era resolvido, e eu ainda pegava esse dinheiro e viajava pra Europa, que era *meu sonho*, mesmo". A indecisão, para ela, estava relacionada aos gastos, que assumiram um volume inesperado. Um tipo semelhante de crise estava sendo vivido por Katarina, quando explicou como se sentia a um ano e meio da festa de casamento.

Eu *nunca tive esse sonho*. Eu sempre sonhei em fazer um "festão, para a peãozada": fechar um sítio, fazer um churrascão, alguma coisa assim. Mas, depois que você fica noiva, e principalmente se você tem uma família meio tradicional como a minha, começam as cobranças. E os amigos, também, começam a casar, a fazer festas, e você começa a ver e você começa a se interessar.

[...]

É complicado. Eu não sei se hoje eu faria de novo como estou fazendo. Acho que faria algo bem mais simples. Mas eu já me meti, então acho que vou até o final, porque não tem mais para onde correr, não dá mais para desistir.

Um ano antes, quando decidira promover o evento, Katarina já havia explicitado a importância das opiniões dos amigos e do próprio noivo para a escolha feita:

Eu pensei antes que nunca faria um casamento, até que o meu noivo disse: 'a gente vai fazer, é claro que vai'. E hoje não tem quem me impeça de fazer. Não sendo maria-vai-com-as-outras, mas todas as pessoas que já fizeram, com quem eu conversei, dizem que é uma oportunidade única, que é maravilhoso, e eu quero também.

O "sonho de casar na igreja" foi relacionado por Mariane, uma entrevistada de Porto Alegre, como uma "fantasia cultivada desde a infância", embora idealizada de forma muito vaga. Os contornos do evento, delineados a partir da decisão de realizar a boda, foram sendo definidos como algo que ela chamou de "casamento padrão":

Acho que sim [que o casamento para ela era um sonho de infância], acho que eu nem tinha noção de quanto eu queria, sabe? Depois de quando a gente começou a organizar o casamento, foi que eu fui me dando conta do que eu queria, da dimensão do que eu queria, e de como a minha vontade era muito dentro do casamento padrão, assim. Eu acabei não mudando em nada, foi bem protocolar, assim. Não foi um casamento que... Ah, porque tem gente que faz super alternativo, num lugar diferente, ou com músicas diferentes. Eu fui vendo que a nossa expectativa era bem dentro do imaginário de casamentos, não fugia muito.

Em boa parte das falas, a festa de casamento aparece como um sonho que sequer existia até o contato da pesquisada com feiras, grupos, fornecedores. Em outras, se ele existia, a interlocutora conta que era apenas de forma imprecisa. Em suma, a forma que terá esse sonho só é delineada a partir do contato das noivas com o chamado "universo dos casamentos". Por essa expressão, já anunciada no início desse capítulo, é possível entender toda uma sociabilidade e cultura em torno da temática das bodas. O contato com tal universo se dá a partir de revistas e sites especializados, mas também por meio das feiras e da troca de informações entre noiva nos meios virtuais. As bodas promovidas pelas pesquisadas, e que são por algumas delas chamadas de "casamento padrão", são eventos organizados com auxílio de profissionais e das informações obtidas em veículos especializados, e a partir das opções disponíveis no mercado de festas. São, portanto, ritos contemporâneos cuja realização, em sua dimensão e complexidade, não corresponde a uma prática repetida geração após geração, pelo menos não entre as camadas médias. Prova disso é a extensão das listas de afazeres



relacionados à boda, propostas nos manuais de casamento mais recentes - sobretudo se comparadas à simplicidade dos roteiros sugeridos em publicações semelhantes de algumas décadas atrás. Assim, em 1983, a especialista em etiqueta Marta Calderaro sugeria, em seu "Manual de etiqueta e boas maneiras", os tópicos de que os noivos deveriam ocupar-se: "convites, trajes, cortejo, padrinhos, recepção" (CALDERARO, 1983, p. 164). À época, a autora defendia que "hoje, como ontem, as preocupações dos noivos são as mesmas", "apesar das atuais tendências simplificadoras" (CALDERARO, 1983, p. 164). Décadas depois, com as "tendências simplificadoras" cedendo lugar a uma *inflação de etapas* a cumprir, os manuais passaram a dispor de longas listas de demandas para a realização de um casamento. O manual da especialista Vera Simão, publicado no ano de 2005, distribui os afazeres em dez listas, totalizando 61 providências. Seguindo essa lista, ela assegura, a noiva terá "uma garantia de que cada detalhe será lembrado" (SIMÃO, 2005, p. 22). As populares *checklists*, contudo, não são a única fonte a que as noivas recorrem para se inteirar do que é necessário para uma festa de casamento. Já citadas nesse capítulo, as feiras de noivas também cumprem essa função pedagógica.

O Guia da Noiva<sup>77</sup> elaborado por uma famosa grife do Sul do país propõe não apenas *uma* listagem, mas uma sequência de doze listas detalhadas, correspondendo a diferentes intervalos temporais do planejamento da boda. Começando com a antecedência de 16 a 12 meses, e indo até o dia do evento, as *checklists* do guia citado reúnem o total de 86 decisões e encaminhamentos. "Escolher", "pesquisar", "contratar", "comprar" estão entre os verbos envolvidos. Entre as sugestões que não aparecem em manuais antigos: "contratar cirurgião, caso queira fazer correção facial e/ou corporal", algo a ser feito pelo menos um ano e quatro meses antes. Para conhecimento do leitor, transcrevo abaixo o *checklist* citado:

**CHECK LIST**

**16 a 12 meses**

- Anunciar o noivado.
- Marcar a data do casamento.

<sup>77</sup> Guia da Noiva Rosamaria Unique. Distribuído durante o evento "Bazar Studio Isoppo", realizado mensalmente, no município de Novo Hamburgo, Rio Grande do Sul.

- Escolher o tipo de cerimônia que você gostaria: local, tipo de formalidade, hora, número de convidados, etc.
- Pesquisar referências.
- Determinar orçamento e divisão da despesa.
- Desenvolver um sistema para guardar orçamentos e controlar pagamentos.
- Começar a lista de convidados.
- Escolher e reservar o local da cerimônia.
- Escolher e reservar o local da festa.
- Contratar assessoria/cerimonialista.
- Começar a comprar o enxoval.
- Contratar cirurgião, caso queira fazer correção facial e/ou corporal.

#### **11 a 9 meses**

- Escolher estilista para o vestido e os acessórios.
- Escolher o vestido de noiva.
- Escolher os padrinhos e madrinhas.
- Escolher as crianças que serão daminhas e pajens.
- Escolher as cores para quem vai estar no altar.
- Escolher roupas e acessórios das daminhas e pajens.
- Pesquisar sobre a lua de mel.
- Escolher coral e/ou orquestra para a cerimônia religiosa.
- Decidir o que vai ser comprado ou o que vai ser alugado.
- Colocar os documentos em dia: certidão de nascimento, passaporte, carteira de identidade, etc.

#### **8 a 7 meses**

- Entrar em contato com músicos, DJs, decoradores.
- Entrar em contato com papelaria, entre outros serviços, e solicitar orçamentos.
- Fazer degustação de bolos, doces e buffet.
- Definir o local da festa.
- Terminar a lista de convidados com endereço e telefone.
- Definir onde o casal vai morar depois do casamento.
- Reservar a suíte da noite de núpcias.
- Contratar os serviços indispensáveis, como gerador, cobertura, segurança, etc.

#### **6 meses**

- Confirmar a lua de mel. Se a viagem for para o exterior, providenciar vistos e vacinas.
- Definir o cardápio e bebidas.
- Convidar padrinhos, madrinhas, daminhas e pajens.
- Reservar o local da recepção.
- Contratar o DJ.
- Fazer lista de presentes nas lojas.
- Encomendar toda a papelaria: convites e cartões de agradecimento.
- Contratar o calígrafo.
- Enviar o Save The Date.
- Escolher fotógrafo e cinegrafista.
- Fazer pré-fotos para o book do casal.

#### **5 a 4 meses**

- Escolher e encomendar as lembrancinhas.
- Definir como será o bolo.
- Começar as provas do vestido de casamento.

- Comprar os sapatos e acessórios da noiva.
- Enviar convites para o calígrafo.
- Fazer uma reunião com assessoria para saber como estão os prazos dos fornecedores.
- Pensar no estilo de música para a cerimônia e recepção: entrada no local da cerimônia, hora de jogar o buquê, etc.

### **3 meses**

- Providenciar os documentos necessários para o casamento.
- Marcar a data da cerimônia civil.
- Definir a roupa do noivo.
- Definir a decoração da cerimônia e os arranjos da festa.
- Comprar alianças e mandar gravar os nomes.
- Enviar os convites.

### **2 meses**

- Definir cabelo e maquiagem
- Marcar limpeza de pele duas semanas antes do casamento
- Escolher o buquê
- Marcar o chá de panela e/ou lingerie com a amiga que irá organizá-lo
- Marcar horário para manicure, pedicure e depilação na semana do casamento
- Definir o carro e quem vai dirigi-lo
- Marcar o ensaio de cerimônia incluindo damas e pajens
- Reservar o dia da noiva

### **1 mês antes**

- Confirmar o horário da cerimônia
- Confirmar todos os outros horários marcados: cabeleireiro, dia da noiva, etc.
- Confirmar reservas de viagem
- Comprar a lingerie para a noite de núpcias e lua de mel
- Fazer teste cabelo e maquiagem junto com o vestido
- Conferir os presentes ganhos da Lista de Casamento e enviar cartões virtuais ou impressos de agradecimento para os convidados

### **15 dias antes**

- Última prova do vestido.
- Conferir as mudanças de nomes nos documentos.
- Fazer um tratamento completo de pele e cabelo.
- Definir com o DJ as músicas da festa.
- Arrumar as malas para a viagem.

### **Uma semana antes**

- Buscar o vestido de noiva e os acessórios.
- Confirmar todos os serviços contratados.
- Preparar uma mala para a noite de núpcias e as roupas do dia seguinte.
- Montar um kit de emergência com pó compacto, batom, lenços de papel, linha, agulha, alfinetes, band-aid e analgésico.
- Lembrar o noivo de organizar o dia dele do casamento.

### **1 dia antes**

- Mandar tudo o que for necessário - troca de sapato, lembrancinhas, acessórios de festa - para o local da recepção.
- Fazer massagem, depilação, manicure e pedicure.
- Descansar.
- Conte os minutos, mas não perca o sono.

### **No dia**

- *Make up.*
- Alimentar-se bem.
- Relaxar.

- Aproveitar o momento, pois hoje é o seu grande dia.

Fonte: Guia da Noiva Rosamaria Unique.

Realizar um "casamento padrão", "com tudo o que se tem direito" e "ir até o fim" são expressões utilizadas pelas pesquisadas para descrever algo percebido como o "modo tradicional" de casar. O paradoxo está, como descrito anteriormente, no fato de que a preparação das "bodas tradicionais" exige cada vez mais o conhecimento de minúcias que pertencem a um contexto recente. Para dar conta de tal contradição, também verificada no contexto por ela pesquisado, a socióloga estadunidense Dawn Currie cunhou a expressão "modernos casamentos tradicionais" (CURRIE, 1993, p. 404). Com a expressão, a autora desejava captar o paradoxo de que suas pesquisadas eram, a um só tempo, mulheres emancipadas, que consideravam ultrapassadas ideias como o casamento indissolúvel ou a submissão da esposa ao marido, e para as quais "seguir a tradição" assumia uma importância simbólica na realização de suas bodas. As conclusões da autora, a partir de uma investigação sobre ritos de casamentos no Canadá, na década de 1990, desafiam o senso comum de que os grandes casamentos, promovidos pelas camadas médias, seriam "uma tradição". Para tanto, além de entrevistas em profundidade com casais de noivos, a autora também analisou os conteúdos de revistas especializadas, verificando os diferentes graus de importância conferidos às questões do "tradicional" e do "moderno". Comparando publicações femininas contemporâneas à sua pesquisa e datadas das primeiras décadas do século XX, a autora observou que, quando o assunto era a preparação de bodas, a predominância era de discontinuidades, em vez de permanências. A autora apontava a incongruência no fato de que revistas recentes tratavam os casamentos suntuosos como uma tradição e algo esperado mesmo entre as camadas médias, enquanto revistas da década de 1920 admoestavam as noivas sobre a deselegância relacionada aos gastos excessivos e a etiqueta recomendava a modéstia como prova de um senso apropriado de sua posição social. Nas revistas do final do século XX, ela observava, as *tendências* surgiam como assunto predominante nos editoriais e matérias, em detrimento de assuntos relacionados à tradição ou à etiqueta. Nos discursos das revistas pesquisadas, ela conclui, a ideia de *tradição* se referia antes a uma proposta estética

uniformizadora, que de fato a uma ou várias práticas específicas. "Seguir a tradição", nessas publicações, significava antes optar por um determinado marco estético do que assumir quaisquer outras práticas (CURRIE, 1993, p. 417).

Também no contexto aqui pesquisado, o apelo à tradição cumpre importante papel. O paradoxo a explicar está, da mesma forma, no fato de que mulheres "modernas", que já coabitam com seus futuros maridos, optam por oficializar a união e, mais que isso, celebrar bodas em um estilo que identificam como "padrão" ou "tradicional". É na medida em que problematiza o caráter tradicional desses eventos que interessa, para essa pesquisa, o argumento proposto por Dawn Currie. No contexto brasileiro, o hábito de oferecer bodas suntuosas, enquanto uma prática das camadas médias, é uma tendência recente e que se intensifica nos últimos anos. Sendo assim por que motivo, aos olhos dos sujeitos envolvidos, essa ação é percebida como tradicional? Para Currie, a resposta estaria relacionada com uma forma de mistificação, promovida pelas publicações especializadas em casamentos, que se utilizariam da referência ao passado e ao tradicional como forma de legitimar e incentivar o consumo (CURRIE, 1993, p. 417).

Em uma linha argumentativa semelhante, o trabalho da socióloga Anne Kingston também busca explicar o apelo à tradição, exercido pela indústria dos casamentos, como uma estratégia de manipulação voltada contra as potenciais consumidoras. Para essa autora, a fabricação do conceito de tradição a que aludem os discursos da indústria de casamentos moderna teria um marco preciso, em 1987, com a publicação do *best-seller* "Weddings", da apresentadora de televisão e empresária norte-americana Martha Stewart. A obra, com ideias para a realização de casamentos, identificava como "tradicional" um padrão de núpcias opulentas e extremamente elaboradas. "Nesse contexto, a tradição nada tinha a ver com herança ou história; era um conceito da moda planejado para proporcionar a ilusão de estabilidade, para preencher um hiato com um passado ilusório" (KINGSTON, 2005, p. 64). Kingston descreve a adoção do conceito de tradição em um tom conspiratório: teria sido um "golpe de mestre" para estimular gastos exagerados (KINGSTON, 2005, p. 63). É ao apontar o caráter recente daquilo que os sujeitos tendem a perceber como uma antiga tradição que

ambas as autoras citadas fornecem uma pista importante a seguir nessa pesquisa sobre consumo e casamentos. Se faz necessário questionar, contudo, a teoria manipulacionista oferecida como explicação.

Ao estabelecer uma relação entre o apelo à tradição e o incremento no consumo de casamentos, Kingston vai mais longe em sua crítica e acusa o "mito da tradição das núpcias pródigas" de promover "loucura" e "desligamento da realidade" entre as noivas. Preocupada em demonstrar que as representações de tais consumidoras não corresponderiam à realidade dos fatos, a autora acaba por atribuir a esses sujeitos um papel passivo. A autora não está sozinha ao explicar os comportamentos de consumo como determinados por influências exteriores, mas se associa a uma perspectiva teórica mais abrangente. A essa perspectiva, o sociólogo Colin Campbell chamou de tradição manipulacionista, um dos componentes do pensamento que podem ser encontrados nas ciências sociais como explicações oferecidas sobre a origem das necessidades do consumidor (CAMPBELL, 2001, p. 65). Segundo essa tradição explicativa, da qual Campbell procura se afastar, "a suposição é de que uma 'necessidade' não resulta de qualquer força inerente ao consumidor, mas é deliberadamente fabricada dentro dela através de agências como as da propaganda e dos programas de vendas" (CAMPBELL, 2001, p. 66). Explicar o crescimento do consumo nos casamentos como resultado de estratégias manipuladoras promovidas pelas empresas do setor pode ser uma alternativa tentadora, mas não dá conta da complexidade do fenômeno. Contra o reducionismo implicado nesse tipo de abordagem interpretativa, Campbell defende que:

Embora seja necessário reconhecer o fato óbvio de que os consumidores são influenciados, em seus atos, pela informação que recebem dos produtores, é provável que apenas os indivíduos mais hipersuggestivos saiam precipitadamente e comprem produtos meramente por terem sido conduzidos a sua atenção. Por conseguinte, o fato de que a propaganda exerce influência sobre a procura de bens pelos consumidores nem ajuda a explicar a origem das necessidades, nem prova que teve lugar manipulação (CAMPBELL, 2001, p. 71-72)

Embora reconheça a influência exercida pela propaganda sobre a procura de bens, Campbell atenta para o fato de que aquilo que é "manipulado" pelos anunciantes não são os próprios consumidores ou suas necessidades, mas os significados simbólicos associados aos

produtos. Em suma, defende Campbell, o mercado não constrói a estrutura dos sonhos e desejos dos consumidores, mas se baseia neles ao produzir mensagens publicitárias (CAMPBELL, 2001, p. 73).

Despontam, assim, duas questões de fundamental interesse quando se discute a indústria de casamentos e o incremento de consumo associado à produção de bodas nos últimos anos. Em primeiro lugar, se observa o fato de que, se tal fenômeno não pode ser explicado como produto de mera manipulação ele é, outrossim, intimamente relacionado com as crenças, desejos e sonhos dos sujeitos nele engajados. Em segundo lugar, resta discutir porque o apelo à tradição é persuasivo nesse contexto. Ambas as questões guardam relações entre si e não podem ser discutidas em separado.

Nos "modernos casamentos tradicionais", para utilizar a expressão cunhada por Currie, ou bodas-espetáculo (SEGALEN, 2003), observa-se a adesão de mulheres modernas a tradições, em um fenômeno aparentemente anacrônico. A problemática em questão, em suma, é a de um culto à tradição em um contexto moderno. Enquanto explicações mais simplistas podem associar esse tipo de fenômeno a estratégias isoladas de manipulação, teóricos como Hobsbawm (1984), Giddens (1997) e Oliven (1993, 2006) propõem pensar a influência contínua da tradição como uma característica própria da modernidade, que se torna ainda mais marcante em contextos de mudança social:

A evocação da tradição - entendida como um conjunto de orientações valorativas consagradas pelo passado - se manifesta frequentemente em épocas de processos de mudança social, tais como a transição de um tipo para outro de sociedade, crises, perda de poder econômico e/ou político etc (OLIVEN, 1993, p. 28).

Ao mesmo tempo em que remetem ao passado e à repetição, defende Giddens, as tradições não são permanentemente imutáveis. "A tradição é uma orientação para o passado, de tal forma que o passado tem uma pesada influência sobre o presente" (GIDDENS, 1997, p. 80). Para esse autor, contudo, para além da simples persistência sobre o tempo, a integridade de uma tradição é produto de um trabalho interpretativo, em que as tradições são recriadas

(GIDDENS, 1997, p. 80). Dessa forma, "a sociedade contemporânea não é oposta à tradição mas um contexto de persistência e recriação da tradição" (GIDDENS, 1997, p. 74).

Tanto a ideia de uma continuidade com relação ao passado como a da inventividade, enquanto componentes das tradições presentes na modernidade, são captadas pelo conceito de "tradições inventadas" (HOBSBAWM, 1984). Esse autor chama a atenção para o fato de que "muitas vezes, 'tradições' que parecem ou são consideradas antigas são bastante recentes, quando não inventadas" (HOBSBAWM, 1984, p. 9). De acordo com esse historiador, a expressão "tradições inventadas" se refere a um conjunto de práticas, de natureza ritual ou simbólica, normalmente reguladas por regras e cujo caráter repetitivo implica em uma continuidade com relação ao passado (HOBSBAWM, 1984, p. 9). No caso das cerimônias de casamentos contemporâneas, o aparato que cerca os eventos promovidos pelas camadas médias se configura como uma tradição que se estabelece recentemente, assim como uma série de novas ritualizações e etapas que se desenvolvem em torno das bodas<sup>78</sup>. Como afirma o autor:

O termo 'tradição inventada' é utilizado num sentido amplo, mas nunca indefinido. Inclui tanto as 'tradições' realmente inventadas, construídas e formalmente institucionalizadas, quanto as que surgiram de maneira mais difícil de localizar num período limitado e determinado de tempo - às vezes coisa de poucos anos apenas - e se estabeleceram com enorme rapidez (HOBSBAWM, 1984, p. 9).

Em seu livro "A parte e o todo", Ruben Oliven aponta o fato de que o culto às tradições, embora possa parecer anacrônico, tem presença marcante em sociedades que vivem processos modernizadores. Teorizando sobre a problemática das tradições a partir da questão dos nacionalismos, Oliven observa que, nas sociedades em vias de modernização, as tradições são mobilizadas como formas de criar uma identidade nacional. Para além da simples classificação de tradições nacionalistas como anacronismos, interessa à Antropologia explicar os motivos da adesão dos sujeitos a essas crenças. Afinal, por mais que o pesquisador possa considerar anacrônicas as ideias de uma dada ideologia, é provável que para os sujeitos elas façam todo o sentido. A tese de Oliven é que a adesão dos sujeitos às ideologias é indício de

---

<sup>78</sup> De que são exemplos novas ritualizações, como o chá de *lingerie*, as despedidas de solteira, as festas dos "cem dias" anteriores ao casamento, o corte da gravata, a entrega do *save the date*.



que as significações nelas contidas refletem aspectos do imaginário social. Desse modo, a questão de maior interesse para um estudo antropológico "não gira em torno de saber se uma crença corresponde a algum tipo de realidade fática, mas em analisar porque, mesmo sabendo que ela é contrariada pelos fatos, existem grupos que acreditam nela" (OLIVEN, 1993, p. 30). Cabe, como proposto por Hobsbawm, tomar as tradições inventadas, ou reinventadas, como indícios, indicadores de questões sociais que de outra forma não poderiam ser observadas (HOBSBAWM, 1984, p. 20).

Entre as camadas médias, os novos padrões de investimento de tempo e recursos financeiros na realização de casamentos podem ser categorizados como "tradições inventadas". Contudo, em vez de tratar tal fenômeno em um registro negativo, como "falsificações", importa a essa análise compreender o que leva os sujeitos a adotar, como uma autêntica tradição, um novo padrão de consumo. Se, como propõe Hobsbawm, as tradições inventadas podem ser consideradas "indícios", o que representa o novo fenômeno aqui estudado? A quais necessidades corresponde?

Para Alan Dundes, que estudava a criação de tradições relacionadas ao folclore de diferentes países, a necessidade de inventar tradições muitas vezes tinha sua motivação em "um complexo de inferioridade nacional". Esse pesquisador observou que algumas tradições, como os poemas épicos e as lendas folclóricas, costumavam florescer diante da *necessidade de afirmação* da cultura nacional provocada por um quadro de desvalorização da mesma (DUNDES, 1985). A ideia de uma busca de identidade e de afirmação em tempos de crise pode contribuir para elucidar o que está em questão no novo interesse despertado pelas bodas suntuosas.

Como discutido anteriormente nesse trabalho, as transformações na ordem matrimonial recente apontam para um cenário atual de mais possibilidades e menos certezas. Os formatos e significados das uniões estabelecidas já não são unívocos, mas os sujeitos os elaboram em arranjos os mais variados. Na preparação de casamentos, a ansiedade diante do horizonte incerto se reflete na busca de referenciais não no presente, mas em um passado idealizado. Assim, como em muitas situações em que se recorre à tradição, no momento em

que duas pessoas resolvem se unir diante de suas famílias e amigos, o tradicional com frequência é acionado como forma de fixar significados sociais:

Os noivos contemporâneos apresentam discursos elaborados sobre o ritual escolhido e reivindicam em primeiro lugar o recurso à tradição, sem abrir mão de certa margem de manobra. Casar-se de branco dentro de formas cerimoniais remete ao imaginário de que "sempre se fez assim", levando a fixar a ação no tempo para oferecer ao compromisso público uma chance de durar. Como dizia Jean Pouillon, o passado é um bom reservatório de ação para o presente (SEGALEN, 2002, p. 141).

No contexto por mim estudado, a busca de referenciais a partir de um repertório identificado como "tradicional" se dá, sobretudo, no aspecto formal. Assim, na decoração dos eventos, há grande busca por móveis e enfeites de aparência antiga, identificados como *vintage*, ou "retrô". O interesse nos "grandes casamentos" pode ser considerado, nesse sentido, indício de uma forte ansiedade social em função da nova ordem matrimonial. Diante do que é percebido pelos sujeitos como uma condição de fragilidade da instituição do casamento, surge a conseqüente necessidade de publicizar o laço amoroso, de modo a proporcionar lastro à união. O investimento, portanto, é feito de modo a afirmar o estabelecimento de uma nova unidade familiar, e a partir do desejo de vê-la reconhecida publicamente como tal.

O florescimento de um pródigo mercado de casamentos, assim, não só não é ameaçado, como é favorecido pelas mudanças recentes na ordem matrimonial. Afinal, "não é preciso recuperar nem inventar tradições quando os velhos costumes ainda se conservam" (HOBSBAWM, 1984, p. 16). Diretamente ligado a questões da atualidade, o *boom* dos casamentos suntuosos entre as camadas médias, apesar de sua ligação simbólica com um passado imaginado, nada tem de anacrônico. O investimento, não apenas monetário, mas também afetivo, nas dádivas entre nubentes, familiares e convidados, demonstra que o casamento continua a ser algo profundamente valorizado, sobretudo para as mulheres - que se casam tardiamente e após experiências de coabitação - mas seguem valorizando o rito e a instituição a ele vinculada.

## SEGUNDA PARTE: DENTRO DO MERCADO

### CAPÍTULO III – CERIMONIALISTA: A “MÃE DA NOIVA” DE ALUGUEL

A reinvenção da tradição do casamento, traduzida nas atuais "bodas espetáculo", veio acompanhada do crescimento de um mercado dedicado a esses eventos<sup>79</sup>. Nesse contexto, destaca-se a reformulação da atividade profissional de organização de eventos, popularmente conhecida como "cerimonial". O cerimonialista, profissional que pode ser contratado para garantir a realização do rito de casamento em conformidade com regras cerimoniais específicas, exerce hoje uma função mais abrangente. No mercado, a designação se tornou sinônimo de organizador, assessor ou ainda, como alguns se autodenominam, "*wedding planner*". Em torno desses agentes, se formam extensas redes de contatos. Por um lado, eles se relacionam com profissionais pertencentes a todos os demais segmentos do mercado de cerimônias e festas. Na outra ramificação, os cerimonialistas se relacionam com uma rede formada pelos clientes, sobretudo as noivas, que passam a indicar o serviço às amigas que planejam casar em seguida.

Esse capítulo trata de uma incursão etnográfica realizada ao longo do segundo semestre do ano 2015 e primeiro semestre de 2016, quando pude acompanhar a rotina de trabalho de uma cerimonialista da cidade de Fortaleza, participando de sua equipe. Após dois anos entrevistando noivas e profissionais e participando de feiras do mercado de casamentos, a oportunidade de integrar uma equipe de cerimonial, pelo período de um ano, me possibilitou acompanhar a organização de festas e as relações entre noivas e profissionais bastante de perto. Ao todo, participei em doze casamentos como assistente na cerimônia e recepção, e em algumas dezenas de reuniões entre noivas e cerimonialista, ensaios de cerimônias e provas finais de vestido. As reuniões corresponderam a encontros que Regina designava por diferentes nomenclaturas, conforme a fase da organização em que se encontrava cada evento específico. Nas reuniões de *boas vindas*, a profissional apresentava seus serviços a potenciais

---

<sup>79</sup> Assunto tratado em capítulo anterior.

clientes, expunha os preços cobrados por seus serviços e procurava entender detalhes do tipo de evento que os noivos pretendiam realizar. Nesses momentos os contratos de trabalho eram fechados. Nas reuniões de *layout*, em uma fase mais avançada do processo, a cerimonialista acompanhava a noiva em uma visita pré-agendada ao local do evento, onde o decorador contratado estaria presente para definir cada detalhe da cenografia. Regina se fazia presente, então, para ajudar a noiva a decidir entre as opções que lhe eram apresentadas. Por fim, havia as reuniões de *check list*, que poderiam ser realizadas quantas vezes a noiva solicitasse, a qualquer momento do processo de organização. Não havia uma periodicidade estipulada para a realização desses encontros, mas era comum que as noivas procurassem Regina para agendá-los a cada dois ou três meses. Nesse tipo de reunião, Regina utilizava uma planilha, que procurava atualizar com cada um dos itens que a noiva já havia contratado desde o encontro anterior. Tendo em mente um cronograma estipulado para a contratação de itens ao longo dos preparativos, Regina orientava a noiva sobre quais as próximas providências que ela deveria priorizar. Ao fim do processo de organização, Regina agendava, com a noiva, uma reunião final de *checklist*, na qual cada um dos itens da planilha era conferido e complementado com os nomes e contatos telefônicos de cada um dos fornecedores<sup>80</sup>. Além das reuniões, também visitei com a cerimonialista igrejas e casas de eventos, nas quais a profissional costumava trabalhar, no intuito de fazer orçamentos e ouvir as propostas dos fornecedores, como faria uma cliente interessada. A variedade dos tipos e finalidades das reuniões e visitas técnicas contribuiu para ter uma visão de diferentes momentos da organização e das questões que surgiam em cada fase.

Pretendo desenvolver neste capítulo, a partir da observação e da participação feitas junto à equipe de cerimonial pesquisada, uma reflexão sobre como o *trabalho relacional* e a *gestão emocional* figuram como cerne do trabalho desempenhado pela *cerimonialista* ou

---

<sup>80</sup> A planilha de *checklist* utilizada por Regina contém uma listagem impressa de 188 itens que a cerimonialista costuma checar com a noiva, na reunião final, conferindo os contratos um a um. Desses, 138 correspondem a aspectos da iluminação, decoração, objetos utilizados na cerimônia, alimentação e lembranças. Os demais tópicos dizem respeito à composição do cortejo e a questões necessárias para evitar gafes do cerimonial. As primeiras perguntas do *checklist* de Regina são sobre os pais dos noivos. Ela registra seus nomes, se são vivos, se irmão, se são casados ou separados e, nesse caso, se tem novas famílias. A planilha completa se encontra nos anexos desta tese.

organizadora de eventos. Organizar casamentos demanda a realização de uma série de atividades voltadas para questões logísticas e operacionais. Pela etnografia junto a uma profissional considerada bem sucedida no mercado local, espero demonstrar o quanto aquilo que é considerado como um *bom desempenho* está relacionado, nessa função, com a demonstração de uma série de crenças e sentimentos. "Positividade", "entusiasmo" e "serenidade" são estados emocionais que a pesquisada procura transparecer e incutir nos casais de noivos e nos familiares. É justo falar, assim, em um trabalho de "gerenciamento das emoções" (HOCHSCHILD, 2012) que assume um caráter permanente e se torna, para a cerimonialista, como uma segunda natureza. As crenças da pesquisada se coadunam com um imaginário já existente no mercado de casamentos, e oferecem um ponto de observação interessante sobre a permanência de significados tradicionalmente relacionados ao casamento, mesmo em um momento de reinvenção da tradição das bodas.

### **3.1. Inserindo-me na empresa**

Ao longo do período citado, me integrei na equipe da pesquisada. Eu já havia ouvido falar sobre Regina algumas vezes, ao longo do ano anterior. Ela era a cerimonialista contratada por Katarina, uma noiva que eu acompanhava desde 2013, de quem partiu a sugestão para que eu tentasse uma aproximação para a pesquisa: "seria ótimo se você conseguisse falar com a Regina, ela é *uma verdadeira mãe* para a noiva". Katarina também havia me prevenido, entretanto, de que Regina passava por um momento pessoal extremamente difícil: ela estava conciliando o trabalho com os cuidados com o marido, que havia sido diagnosticado com um câncer, já em fase terminal. Diante desse quadro, decidi não importunar a cerimonialista, mas ouvi com interesse, como em outras entrevistas com noivas, o que Katarina tinha a dizer sobre sua relação com a profissional contratada para organizar seu casamento. "Eu mesma não só estou poupando a Regina de qualquer demanda relativa ao meu casamento, como também tenho dado 'uma força'. Às vezes, a convido pra um café e falamos de outras coisas, para ela poder espairar um pouco. Nossa relação não é mais de cliente e cerimonialista, virou uma relação de amizade", a noiva dizia. Meu primeiro contato com Regina aconteceu no dia do casamento de Katarina, em

setembro de 2015. Após a cerimônia, enquanto Katarina e o noivo eram fotografados na recepção, apresentei-me a Regina, que se mostrou muito receptiva. Por intermédio da noiva, ela já havia ouvido falar da minha pesquisa, e se mostrou disposta a colaborar. "A Katarina me falou de você. Pode começar a pesquisar agora, fica perto de mim na festa e vai me observando", ela disse, aos risos. Eu já sabia, por meio de Katarina, que infelizmente o marido de Regina havia falecido cerca de seis meses antes, e que o laço de amizade de ambas havia se fortalecido durante o período de luto enfrentado pela cerimonialista. Após muitas tentativas para realizar um acompanhamento semelhante de uma profissional de cerimonial, Regina cedeu-me a oportunidade de forma imediata e muito generosa, possibilitando que eu conhecesse o seu cotidiano na organização de casamentos. Durante o primeiro evento seu do qual participei, um casamento diurno, Regina me apresentou a uma convidada que havia sido sua cliente e manifestou alegria em ter-me na equipe: "ela é antropóloga, amiga da minha noiva Katarina, e está me pesquisando. Imagina a minha alegria de dar minha contribuição para uma pessoa chegar a ter um doutorado".

Preocupada em dar alguma contrapartida para a minha inserção como pesquisadora, ofereci-me para "ser motorista" da cerimonialista, que não possuía habilitação para conduzir, em todos os seus compromissos profissionais. Conduzindo a cerimonialista e participando de suas atividades, pude observar o trabalho em reuniões e visitas a fornecedores de diferentes tipos, assim como nas festas de casamento por ela organizadas. Evidentemente, não recebi nem cobre remuneração em nenhum dos eventos nos quais trabalhei - ou nos quais "dei trabalho", já que, por mais que me esforçasse, eu não tinha a mesma agilidade e atenção demonstrada pelas funcionárias, mais experientes e acostumadas às suas respectivas funções.

O nome da pesquisada e da empresa, aqui apresentados, são fictícios. A pesquisada chegou a pedir para ter seu nome utilizado, mas achei mais prudente optar por um nome alternativo. O esforço no sentido de garantir o devido respeito à pesquisada norteou a escrita em todos os momentos.

### 3.2. Regina e a Delicadeza

Regina é a criadora e única sócia da empresa de cerimonial "Delicadeza". O *slogan*, que ela sempre gosta de repetir, sintetiza o serviço que a empresa oferece: "aqui a noiva é protegida como uma pérola". O cerimonial tem que ser "a fada madrinha" da noiva, como Regina também costuma dizer. Desde 2011, quando criou a empresa, Regina tem feito uma média de 50 casamentos por ano. Sua experiência como cerimonialista, contudo, teve início no ano de 2002, quando passou a trabalhar como sócia de uma profissional da área. Sua narrativa de como começou a trabalhar com casamentos é repleta de coincidências às quais ela atribui significados que, para ela, dotam a trajetória de um sentido próximo da "predestinação": ela "tinha de" trabalhar com eventos algum dia, era seu *destino*, sua vocação. Em 2002, Regina trabalhava como auxiliar de contabilidade em uma empresa e, ainda que essa não fosse sua incumbência profissional, costumava estar à frente dos eventos corporativos ali realizados. Foi quando uma das funcionárias, que havia se tornado sua grande amiga, ficou noiva e pediu-lhe que a ajudasse a organizar a boda. Ela conta que inicialmente declinou do pedido, pois "não conhecia nada de casamento", mas a amiga não aceitou a recusa: "não, a gente vai estudar juntas, a gente vai conhecer esse universo das noivas". Enquanto organizava as questões logísticas do casamento da amiga, Regina sentiu necessidade de ter o apoio de uma profissional da área de cerimonial durante a cerimônia religiosa, já que ela não conhecia os detalhes do rito. Foi quando ela lembrou-se do seu próprio casamento. Em 1997, Regina havia se casado com o pai do seu filho, de quem viria a se divorciar alguns anos depois. Na época, a união fora celebrada com uma modesta boda, organizada com a ajuda de uma amiga de infância da pesquisada. A experiência levou a amiga de Regina, que até então não tinha nenhum tipo de contato com o universo dos casamentos, a se interessar pelo trabalho como cerimonialista. Anos depois, já separada, Regina conta que fortuitamente lembrou-se da antiga amiga: "por acaso, estava passando de ônibus em frente à casa em que morava o pai dessa amiga, e ele tinha aberto um comércio. Vi o telefone no muro e dali mesmo liguei"<sup>81</sup>. Ela retomou o contato com a amiga, que estava à procura de uma

---

<sup>81</sup> É válido observar como, na narrativa de Regina, assim como nos relatos que ouvi de outras cerimonialistas, sobre seus respectivos momentos de ingresso na profissão, se repetem os sentidos de acaso, mas também de

sócia. A parceria teve início após aquela ligação telefônica e seguiu até 2011 quando, com o crescimento da clientela, decidiram que teriam mais lucro trabalhando em separado. "Foi assim que eu entrei no mercado. E bastou ter o primeiro pra ter o segundo, e pra ter mais de não sei quantos, que eu já perdi foi as contas, não sei mais quantos eventos eu fiz na minha vida. Já passaram de trezentos". Foi em 2013 que Regina decidiu que trabalharia apenas com casamentos e, mais especificamente, o que ela chama de "casamentos tradicionais", tipo de evento que ela descreve como "sua paixão". Ela conta que, desde que começou a trabalhar sozinha, decidiu "fazer só casamentos tradicionais, sem ser casamentos que eu considero *exóticos*, como: na praia, numa fazenda, eu não faço. Só faço casamentos dentro do *buffet*, ou no salão paroquial. Eu faço só casamentos assim hoje". Meses após essa declaração de Regina, acompanhando seu trabalho, eu compreenderia um dos sentidos de sua rejeição aos casamentos que ela classifica como "exóticos". Em bodas realizadas fora de casas de eventos – em imóveis alugados ou em praias, por exemplo, Regina tinha de lidar como toda uma logística diferente. O preço fixado pela profissional, para a prestação de seus serviços, era relativamente baixo, suficiente apenas para cobrir seus custos e obter uma pequena margem de lucro. Ela compensava os preços baixos atraindo um número elevado de clientes e organizando eventos que não diferiam em muitos detalhes uns dos outros. Excessivas inovações a cada evento exigiriam de Regina o dispêndio de mais tempo de preparação. Trabalhando nos *buffets* com os quais estava acostumada, Regina contava com a vantagem de já conhecer os locais e suas respectivas lógicas operacionais. Além disso, Regina se sentia insegura quanto à qualidade do atendimento em locais que rotineiramente não realizavam eventos sociais com mais de 200 convidados, como costumavam ser os casamentos nos quais trabalhava. Ela temia que serviços precários prestados aos convidados pudessem ser atribuídos, pelos mesmos, a uma falha da cerimonialista responsável pela organização do evento. Ela procurava, então, se cercar de cuidados para que seus eventos fossem satisfatórios

---

predestinação. O início na carreira é contado, nas falas dessas personagens, como algo que se dá repentinamente, sem motivo especial, mas porque "tinha de acontecer". Trata-se do efeito já descrito por Pierre Bourdieu como "ilusão biográfica" (BOURDIEU, 1996), próprio das construções de relatos de trajetórias de vida, em que o narrador tende a estabelecer nexos e atribuir um sentido para sua história.



aos participantes, uma vez que um de seus objetivos era conseguir novas contratações a cada casamento realizado.

Para Regina, o ofício que exerce é algo que está profundamente alinhado com suas crenças pessoais, inclusive religiosas. Ao organizar um casamento, ela desenvolve um relacionamento com os noivos - principalmente com a noiva - em que se torna, em boa parte das vezes, uma conselheira em questões que concernem a vida a dois. O aconselhamento, embora não seja item previsto em contrato, é anunciado como um dos serviços prestados nas “reuniões de boas vindas”, em que a cerimonialista apresenta o seu trabalho a potenciais clientes. Também nessas reuniões inaugurais ela deixa claro para os clientes a sua concepção sobre o casamento enquanto instituição: para ela, o contrato firmado diante do juiz, mas sobretudo a cerimônia religiosa celebrada, consagram uma união que deve ser *indissolúvel*. “É claro que as coisas podem dar errado, mas nunca é o que a gente deseja”. Casamento, para Regina, é algo muito maior que outros tipos de evento, algo que deve ser considerado com seriedade. Embora seja evangélica, ela gosta de lembrar aos casais católicos que eles estão se unindo “no *sacramento* do matrimônio, que é eterno”. Nas orientações às noivas, ela, que integra uma igreja evangélica neopentecostal, reproduz em seu discurso a ideia de que existiriam um papel feminino e um papel masculino predeterminados e consoantes com a vontade divina. As características desses papéis, nas falas que Regina articula nessas reuniões, estão relacionadas com a passividade feminina e a atividade masculina, implicando na submissão da mulher ao cônjuge: “a mulher não pode tomar a iniciativa”<sup>82</sup>. Pelas mesmas crenças religiosas, casamentos homoafetivos e de religiões não cristãs estão fora do seu escopo de atendimento.

“As pérolas da Delicadeza”, como Regina chama as noivas que a contratam, são mulheres que chegam até ela por meio de uma rede de clientes. Uma cliente se casa, fica satisfeita com o trabalho desempenhado pela cerimonialista e, em seguida, indica a

---

<sup>82</sup> As crenças professadas por Regina nesses momentos em que relacionava os papéis masculinos e femininos, respectivamente, à atividade e à passividade, não se refletiam em sua conduta cotidiana. Ao longo deste e do próximo capítulo desta tese, deverá ficar claro, para o leitor, como a *atividade* e o protagonismo são valorados por Regina e suas assistentes como atributos femininos passíveis de admiração.

profissional a uma ou mais amigas. Em um dos eventos em que acompanhei Regina, um chá de panela de uma cliente, a mesa em que estávamos reunia nada menos que seis *pérolas*, além da própria noiva e de sua amiga responsável pela organização do chá, que havia casado recentemente e contratado os serviços da Delicadeza.

### 3.3. O time da Delicadeza

Nas reuniões iniciais, em que procura apresentar a potenciais clientes o escopo de seus serviços, Regina costuma ter em mãos uma cópia do seu contrato de prestação de serviços, para lê-lo junto com os noivos e explicar o que cada tópico significa na prática. Um item cuja explicação não pode faltar são os recursos humanos, o grupo de funcionárias previsto em contrato para o dia do evento. Regina costuma dizer que a equipe da Delicadeza trabalha como um *time*, em que cada membro tem sua função e posicionamento *em campo* bem definidos. Por isso, ela apresenta argumentos para justificar a quantidade de trabalhadoras de cerimonial pelas quais os noivos deverão pagar e a necessidade de cada uma delas. Em um casamento considerado por ela como médio, para 200 convidados, Regina costuma trabalhar com uma equipe de sete funcionários. A equipe inclui pessoas nas seguintes funções: uma cerimonialista, que é ela própria, quatro assistentes de cerimonial, um garçom particular para os noivos e um auditor de bebidas. As quatro assistentes trabalham, cada uma, em sua especialidade.

No caso de um casamento noturno, a primeira a começar a trabalhar é a assistente designada como "a babá da noiva"<sup>83</sup>. Às 16 horas, ela deverá chegar ao salão de beleza no qual está se preparando a noiva e acompanhar o processo. Ela deverá ser "a informante" de Regina naquele espaço. Além disso, é essa funcionária que guarda objetos pessoais que a noiva leva consigo, mas com os quais não poderá entrar na igreja, como a bolsa de maquiagens e o telefone celular. Essa tarefa, que poderia muito bem ser designada a uma

---

<sup>83</sup> O termo "babá da noiva" já havia sido escutado por mim, em uma palestra de um conhecido cerimonialista carioca, ministrada em uma mostra de noivas em Porto Alegre, no ano de 2014. Para esse profissional, se tratava de uma assistente indispensável.

amiga, representa mais uma das várias pequenas atribuições que vão sendo absorvidas por agentes do mercado, com a complexificação dos ritos de casamentos nas últimas décadas. Em vários aspectos, a função da *babá da noiva* pode ser comparada à das damas de companhia da nobreza, o que faz sentido nesse mercado em que parte do trabalho dos fornecedores é oferecer à cliente um tratamento que emula, em alguns aspectos, aquele dispensado a membros da realeza.

Além de contribuir para a performatização de um tratamento *digno da realeza*, a designação de uma das assistentes para a função de *babá da noiva* tem outras motivações de cunho prático. De modo geral, os templos religiosos estão cada vez mais rigorosos quanto à observância dos horários para a chegada das noivas. Atrasos são hoje menos tolerados, porque as igrejas mais concorridas costumam agendar mais de uma cerimônia, principalmente nas sextas e sábados, dias de grande procura. Para as noivas, isso implica em prejuízo financeiro, com o pagamento de multas por atraso, previstas no contrato dos templos. Para a cerimonialista, o atraso significa a possibilidade de desgastar a sua relação com as secretárias dos templos. Para uma profissional desse segmento que deseja se manter no mercado a longo prazo, manter estáveis essas relações é uma questão crucial. Regina está sempre atenta a esse aspecto e procura conhecer os territórios que frequenta: ela sabe em quais templos se tornaria uma profissional não indicada e em quais um atraso poderia significar até mesmo ter as portas fechadas para o seu trabalho em definitivo. Por esse motivo, a função principal da *babá da noiva* é, mantendo-se em permanente contato com a cerimonialista, cronometrar o trabalho dos profissionais de beleza e garantir que a noiva deixará o salão a tempo de entrar no templo sem atrasos. De outra forma, esse contato seria feito pela própria noiva e isso poderia resultar em mais nervosismo da cliente, que tende a já estar bastante ansiosa nas horas que antecedem a entrada na igreja. Na saída do salão, a *babá* segue com a noiva no mesmo carro. Ao chegar à igreja, ela deverá descer, já com um rádio comunicador preso ao uniforme, para pegar o buquê da noiva que deve ter sido deixado pelo decorador em uma sala no templo. De volta ao carro com o buquê, ela aguarda junto com a noiva. Na hora da entrada da noiva, ela ajuda a cerimonialista a dar a última checada no vestido, a alinhar o véu sobre o tapete vermelho e a reabrir as portas da igreja, que são fechadas após a entrada de todos os membros do cortejo.

Enquanto a noiva entra, ela segue para o interior da igreja por uma entrada lateral e passa a cuidar das crianças que compuseram o cortejo e que deverão estar sentadas em um dos primeiros bancos. Oferece-lhes água e doces e tenta mantê-las tão comportadas e silenciosas quanto possível, de modo a preservar o tom solene que se espera da ocasião. Terminada a cerimônia, ela segue para o local da recepção no mesmo carro que os noivos, ocupando o banco ao lado do motorista, enquanto o casal fica no banco de trás. Ao chegar, seu trabalho recomeça, e ela vai ajudar a noiva a descer do carro. Em seguida, ela deve juntar-se às demais assistentes e auxiliá-las no que for preciso.

Outra das quatro assistentes é a **gerente de *buffet***. Trabalhando desde as 15 horas, ela fica no local da festa acompanhando a montagem do evento, munida de uma listagem de todos os itens da decoração contratada pela noiva. Além de conferir o cumprimento do que foi contratado, ela tem a tarefa de receber os fornecedores à medida que vão chegando ao local e tirar possíveis dúvidas sobre a posição de cada objeto no cenário. A gerente de *buffet* também faz o que Regina chama de "passar o pente fino" no local, garantindo que nada estará desarrumado ou fora do lugar a tempo da chegada dos primeiros convidados. Para fins de divulgação dos serviços prestados, os salões que promovem festas costumam estar abertos à visitação durante um intervalo de aproximadamente uma hora, enquanto a decoração está nos retoques finais. É o momento em que potenciais clientes podem conhecer o espaço decorado. Cabe à gerente de *buffet* também estar atenta à movimentação desses visitantes e aos rastros deixados por eles, como taças de água largadas sobre os móveis alugados pela noiva para compor os cenários da festa e possíveis pegadas com sujeira. Ela deverá cobrar aos funcionários do estabelecimento que limpem tudo. Durante o evento, essa assistente de Regina se mantém em contato com a gerente de eventos da casa, que também tem uma funcionária designada para essa função. Assim como as demais assistentes, a gerente da equipe de cerimonial também usa um rádio comunicador e leva as demandas da cerimonialista à funcionária responsável pelo *buffet*, para que serviços como coquetel, jantar e apresentações sejam oferecidos no horário estipulado no cronograma. Essa assistente se preocupa, por exemplo, com o horário em que a cozinha do *buffet* começará a fritar os salgadinhos servidos na festa. Ela cuida para que a cozinha não inicie muito cedo, de modo que os salgados não

sejam servidos frios, mas também para que os serviços não demorem, já que os convidados esperam ter comida à disposição quando começam a chegar.



Figura 39 Últimos acertos na preparação do *buffet*. Dezembro de 2015.



Figura 40 À tarde, no *buffet*, a gerente do cerimonial confere se cada item da decoração está de acordo com as especificações da noiva, a partir de uma lista preparada por Regina.

A terceira e a quarta auxiliares iniciam os trabalhos na igreja, e seguem para o evento quando a cerimônia termina. Uma delas atua como a **babá do noivo** durante a cerimônia: ela

fica atenta para que o noivo se posicione corretamente, conforme a necessidade dos fotógrafos e para que se mantenha alinhado. Sempre atenta ao fato de que a imagem do casal deve estar impecável nas fotografias, ela constantemente pede licença aos fotógrafos e procura secar qualquer vestígio de suor no rosto do noivo, com um lenço. A outra auxiliar iniciou o trabalho recebendo os convidados no templo, indicando onde podiam sentar e entregando-lhes os *kits igreja*: são itens que a noiva costuma comprar para oferecer maior conforto aos convidados, durante a celebração. Podem ser compostos por balas, abanadores, lenços para as lágrimas... Durante a cerimônia, essa mesma funcionária fica indo e vindo, tão discretamente quanto possível, para trazer itens necessários ao ritual, conforme os pedidos da cerimonialista pelo rádio comunicador. Esses itens comumente são as placas usadas para sinalizar a entrada e a saída da noiva, balões de gás hélio, sinetas ou pelúcias levadas pelas crianças do cortejo, uma imagem sacra para consagração no altar, as alianças, as pétalas que devem ser jogadas sobre os noivos no final da cerimônia e os efeitos para a foto dos noivos na saída da cerimônia. Esses podem ser desde o costumeiro arroz jogado sobre os noivos, até inovações como os *sparkles*, pequenas velas com chamas que brilham em múltiplas direções e que são acesas pelos padrinhos para que os noivos recém-saídos da cerimônia passem entre elas. Os objetos que essa assistente busca são entregues por ela ao parente designado para participar em cada momento ritual. A funcionária também localiza cada um desses parentes no momento preciso, os acompanha até a porta da igreja e espera com eles em algum local próximo à porta do templo, para fazê-los andar pela nave no momento exato.

O **garçom particular** para os noivos é um serviço que Regina se orgulha em oferecer, e que ela acredita ter criado. O funcionário designado para essa função fica próximo aos noivos durante todo o evento, com um carrinho de bar abastecido das bebidas alcoólicas, sucos e comidas da preferência dos noivos. Ele também deve estar informado sobre possíveis alergias alimentares e cuidar discretamente para que ambos se mantenham bebendo água e para que não bebam mais álcool que o devido antes que todos os momentos cerimoniais sejam realizados. No dia do evento, a cerimonialista preocupa-se em garantir que noivos e padrinhos conservem-se apresentáveis até que as *fotos oficiais* sejam registradas. Parte do trabalho do garçom dos noivos, então, é garantir que os clientes mantenham-se sóbrios até que seja

concluída a sequência de registros fotográficos do casal com padrinhos e familiares. Por fim, a equipe conta, ainda, com um **auditor de bebidas**. Esse funcionário trabalha durante o evento controlando o serviço de quaisquer bebidas alcoólicas cujo preço por garrafa seja considerado mais elevado, como é o caso dos uísques. A vigilância visa a intimidar tentativas de furtos por parte de funcionários e também de convidados, e a prevenir desperdícios. O fato de a função de assistente ser ocupada por mulheres tem explicação em estereótipos de gênero que categorizam o *cuidado* como um trabalho tipicamente feminino, algo que deve ser discutido mais adiante.

### 3.4. A assistente ideal

Todos os membros do *time* Delicadeza trabalham vestindo um uniforme, que deve estar impecável. Essa observação é especialmente importante no caso das assistentes, visto que essas atuam em contato direto com os noivos e seus familiares e amigos. A socióloga Arlie Hochschild cita Erving Goffman, que teria dito uma vez que "vestir um uniforme equivale a vestir uma nova pele" (GOFFMAN, 1974, apud HOCHSCHILD, 2009, p. 243). Ao que ela mesma acrescentou: "e mais duas polegadas de carne" (op. cit.). A comparação feita por Goffman e aprofundada por Hochschild nos fala das demandas *emocionais* implicadas no cotidiano profissional dos trabalhadores dedicados ao contato com o público. A autora criou o conceito de "trabalho emocional" (HOCHSCHILD, 1979, 2009, 2012), definido como "um esforço consciente e proposital para modificar um sentimento" (HOCHSCHILD, 1979, p. 560). Hochschild desenvolveu o conceito como resultado de um estudo do cotidiano laboral das comissárias de bordo de uma companhia aérea norteamericana, na década de 1980 (HOCHSCHILD, 2012). Durante a realização da pesquisa empírica, a autora percebeu que, para além dos esforços físicos e mentais requeridos na realização das tarefas profissionais, as trabalhadoras que ela observava desempenhavam um outro tipo de função, um *trabalho emocional*. O contexto estudado pela autora difere do aqui apresentado em muitos aspectos, sendo o mais evidente a questão de escala. A autora observava uma grande companhia, que fazia uso de técnicas para o controle das emoções dos funcionários nas situações de atendimento ao público. O trabalho emocional por mim observado, no entanto, é executado

em uma pequena equipe, sem o recurso da sistematização de protocolos complexos. Ainda assim, o conceito permanece válido nesse contexto, na medida em que ilumina aspectos pouco visíveis do trabalho da equipe de cerimonial observada, aos quais tive acesso pela observação participante.

Como "assistente em treinamento", eu pude auxiliar e executar várias das tarefas correspondentes às quatro funções descritas no tópico anterior. Em dias de eventos, meu trabalho começava às 17 horas e podia ir até às três da manhã ou quando a festa fosse encerrada. Para que eu desempenhasse um papel no time, Regina providenciou para mim, além das peças de vestuário do uniforme, um pequeno broche com a identificação da empresa e um discreto par de brincos pretos. Em algumas ocasiões, eu também ficava conectada à equipe por meio dos rádios comunicadores. De minha parte, providenciei uma pequena bolsa preta a tiracolo, de material leve e sem detalhes de nenhum tipo, além de sapatilhas pretas confortáveis, ambos os itens parecidos com aqueles que as colegas utilizavam para trabalhar. Uma das colegas me instruiu:

A Regina gosta que a gente se apresente com as unhas feitas, não muito grandes, com maquiagem discreta, mas maquiadas – para não parecer desleixo. Os cabelos grandes de preferência devem estar presos, penteados para trás, com bastante gel ou laquê, pra ficar no lugar a noite inteira, por mais que você se mexa. Ela também não gosta que a gente use relógio, anéis ou pulseiras, porque podem prender em alguma coisa.

Dentro da bolsa, eu passei a carregar um pequeno *kit* para emergências, outro hábito que aprendi observando as moças do cerimonial: lenços, agulha e linha branca, tesourinha, broches, um pouco de fita crepe e grampos, que eventualmente poderiam se fazer necessários. As sapatilhas foram compradas após uma experiência muito infeliz com um sapato preto de salto baixo, no primeiro evento em que trabalhei com Regina. Ao ver os sapatos, já na minha chegada, ela avisou que eu não os suportaria até o final do evento, que era uma cerimônia em uma marina, com festa em um hotel próximo. Após várias idas e vindas entre o local da cerimônia e o hotel, constatei que ela tinha razão.





**Figura 41** Marina, em Fortaleza. Montagem do cenário da cerimônia. Setembro de 2015.



**Figura 42** Durante a cerimônia. No fundo, à esquerda, de preto: assistente da equipe de Regina.



**Figura 43** No buffet, no cenário do bolo. Duas assistentes auxiliam a equipe de fotografia, segurando o véu da noiva no alto, conforme pedido do fotógrafo. Setembro de 2015.

Observando as colegas, aprendi que vestir o uniforme da Delicadeza significava incorporar uma atitude de discrição, atenção e simpatia. O sorriso espontâneo em um semblante sempre tranquilo era, talvez, o componente mais importante do uniforme. O que eu estava observando pode ser descrito, em outras palavras, como as demandas físicas e emocionais do trabalho desempenhado pelas assistentes de cerimonial. Durante a organização, nos bastidores da cerimônia, carregávamos caixas pesadas contendo objetos para a celebração. Nessa tarefa, como nas demais, a discrição era importante. Antes que a cerimônia tivesse início, era necessário fazer um “reconhecimento de terreno” do templo, observando onde estavam suas saídas e corredores laterais, para garantir o bom desempenho das tarefas necessárias. A cada saída e entrada com os objetos utilizados no ritual, a movimentação deveria ser tão sutil quanto possível. A assistente recebia, pelo rádio comunicador, a ordem para buscar o objeto necessário – por exemplo, uma imagem sacra que deveria ser levada à entrada do templo, para que a pessoa escolhida pela noiva a apresentasse no momento

conhecido como “consagração a Nossa Senhora”, quando se utiliza uma estátua dessa santa. Antes de conduzir o objeto necessário, a assistente deveria retirá-lo de uma das caixas de plástico preto que ficavam sob os cuidados da equipe, escondidas sob algum dos primeiros bancos do templo. A localização da “caixa do cerimonial” era estratégica: deveria ser colocada próxima ao altar, mas não muito perto dos noivos, já que o manuseio da caixa, assim como outros detalhes operacionais, não poderia em hipótese alguma aparecer nas fotografias do casamento. A imagem era levada em uma caixa, ou coberta com um pano, de modo a não estragar a surpresa, caso algum convidado percebesse a movimentação. A assistente então podia caminhar apressadamente com o objeto, já que o fazia pelo exterior do templo, e longe da visão dos convidados. Caminhar às pressas por dentro do templo, durante a cerimônia, era uma postura repreendida por Regina, pois chamaria a atenção dos convidados e poderia passar a impressão de desorganização, algo a ser evitado. Como dizia Regina, um evento sob a sua condução deveria transcorrer em absoluta *harmonia*.

Ao longo de uma cerimônia de casamento, vários objetos são utilizados, de modo a marcar diferentes momentos do rito. As noivas se esmeram em escolher itens para ser levados pelos participantes do cortejo. Garantir que cada um desses objetos entre com a pessoa correta é atribuição do cerimonial. Se utilizam, por exemplo, pequenos buquês, ou balões de gás hélio, na entrada das crianças do cortejo, os pajens e damas. A guarda dos balões costumava ser especialmente tensa, já que se tratava de objetos que poderiam voar para longe. As assistentes os seguravam com extrema atenção, e escolhiam locais reservados, longe da movimentação de convidados, e especialmente de crianças, para amarrá-los. Ainda assim, antes de finalmente sair de perto dos balões para se ocupar de outras tarefas urgentes, elas testavam cuidadosamente os nós que prendiam os balões, e pediam a outra colega que também fizesse uma checagem.

Outros objetos eram parte do acervo da empresa, e poderiam ser utilizados ou não, conforme escolha da noiva. Regina possuía, por exemplo, algumas placas brancas com dizeres em letras pretas, muito solicitadas pelas noivas. Em uma delas, utilizada para a entrada do pajem, lia-se: “lá vem a noiva”. Outra opção, para o momento da saída dos pajens, dizia: “o

para sempre começa hoje”. O cerimonial oferecia, ainda, um porta-alianças, que era uma pequena placa de plástico branco em formato de pombinhos de cujos bicos pendiam os anéis, amarrados por fitas de cetim branco – mesmo tipo de porta-alianças que vi ser utilizado por uma equipe de cerimonial em Porto Alegre. As próprias alianças, assim, eram também entregues aos cuidados da equipe, constituindo objeto de preocupações das funcionárias, uma vez que perdê-las seria uma falha inadmissível. Por esse motivo, o leitor deve imaginar, o momento de amarrar as alianças na fitinha de cetim costumava ser ainda mais tenso que aquele dos balões, especialmente porque, como todas as outras tarefas, era executada às pressas, em meio à movimentação de pessoas e às interrupções de convidados que faziam perguntas e solicitações. Assim, em uma ocasião, elogiei a presença de espírito da colega que, ao deixar cair a aliança no carpete escuro do local do evento, enquanto crianças corriam ao seu redor, rapidamente a avistou e tratou de pisar por cima, prendendo o anel sob o sapato antes de perdê-lo de vista.

Para manter o fluxo desses objetos sob controle, havia planilhas preenchidas previamente por Regina, impressas e entregues à equipe, que continham a listagem desses itens para cada diferente casamento, informando às assistentes se a noiva iria ou não utilizá-los. No universo dos casamentos, os detalhes são de suma importância, como já discutido no primeiro capítulo desta tese. As falhas nesse quesito eram consideradas imperdoáveis pelas clientes. Com frequência, os rumores sobre cerimonialistas “queimadas” no mercado, ou seja, publicamente desaconselhadas pelas noivas, nas redes sociais, tinham a ver com o esquecimento de um desses objetos. Era o caso da profissional “sem coração” e “totalmente irresponsável”, descrita em um áudio de *Whatsapp* muito compartilhado em grupos de noivas, gravado por uma cliente inconformada com o fato de seus balões de gás hélio terem voado das mãos de uma assistente, antes da cerimônia.



**Figura 44** Placa em material plástico, utilizada para conduzir as alianças, amarradas com fita de cetim, até o altar. Foto feita por Regina.



**Figura 45** Outro modelo de porta-alianças utilizado pela equipe de Regina.

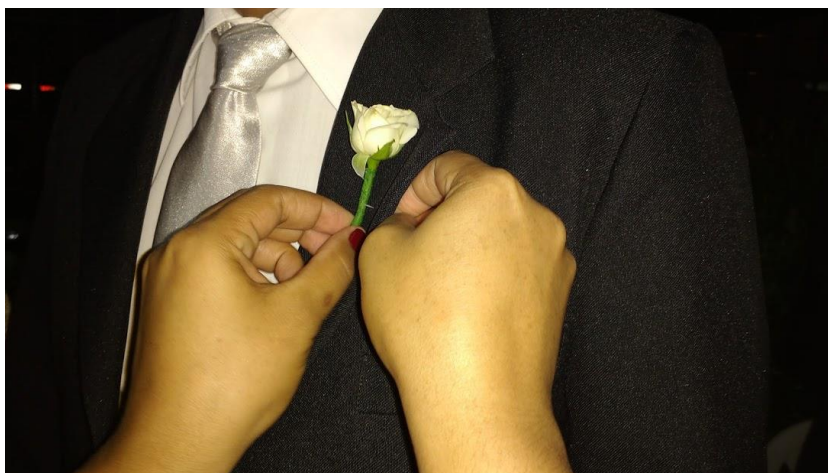


Figura 46 Placa "Lá vem a noiva", do acervo da empresa de Regina.

Antes que os convidados chegassem ao templo, montávamos o cenário de recepção aos padrinhos, com mesa e serviço de água e café. Durante o evento, novamente carregávamos caixas e sacolas com lembrancinhas que deveriam ser distribuídas. Ao final da festa ajudávamos a embalar em recipientes apropriados e a carregar sobras de doces e de outras comidas para os carros dos pais dos noivos. Além disso, nos agachávamos no chão incontáveis vezes, para arrumar o véu da noiva para fotos, e andávamos muito a cada festa, indo e vindo com parentes requisitados para fotografias, de um cenário para outro. Esses correspondiam a esforços físicos desempenhados. Havia outro componente mais importante da função, contudo, que correspondia ao trabalho emocional.



**Figura 47** Assistente do cerimonia montando a mesa que deverá funcionar como "receptivo dos padrinhos", no pátio de uma igreja, horas antes da cerimônia. Nessa mesa, a equipe de cerimonial disponibiliza água, lenços de papel e balas.



**Figura 48** Assistente de cerimonial prende flor na lapela de um dos padrinhos do casamento com um broche de segurança, logo que ele chega ao local da cerimônia religiosa.



Figura 49 Assistentes da equipe de cerimonial recebem a noiva, ainda no carro, logo que ela chega ao *buffet*. Oferecem-lhe opções de comida e bebida da festa e a ajudam a retocar a maquiagem.



Figura 50 Minutos antes da entrada da noiva no templo. Regina está junto à porta, enquanto duas assistentes, do lado de dentro, esperam o comando para a abertura. Do lado de fora, arrumamos o véu para os registros da equipe de fotografia.





Figura 51 Padrinhos e madrinhas de casamento seguram *sparkles* acesos na saída dos noivos. Fonte: acervo de fotografias da cerimonialista.

No episódio em que me alertou sobre a escolha errada dos sapatos, Regina também me falou sobre os critérios de escolha de moças para sua equipe. De forma bem humorada, ela disse: "eu não estou procurando olho verde e perna grossa". Em algumas outras equipes de cerimonial, Regina dizia, a beleza física era um aspecto determinante na escolha do pessoal que lidava com o público. No "time" dela, não. O trabalho era pesado e exigia disposição física, mas também atenção e proatividade, ela dizia. A assistente deveria ser a extensão dos seus olhos, identificar a tempo qualquer sinal de que algo estivesse incomodando os convidados, e resolver imediatamente. Além disso, deveria parecer disposta e alegre. Acompanhei o dia em que Regina recebeu, aliviada, a mensagem de uma moça dizendo que havia desistido de trabalhar na equipe. Indicada por uma amiga da cerimonialista, ela havia feito uma breve experiência e dizia, em um e-mail enviado à Regina, que via que não era capaz de dar conta adequadamente da função. "Que bom, ela mesma se deu conta e pediu pra sair! Para trabalhar com cerimonial, a pessoa tem que ser muito *desenrolada*<sup>84</sup>, atenta. Imagina, uma funcionária que fique andando com o cabelo de qualquer jeito, bocejando sem ao menos cobrir a boca, por exemplo, pode *queimar* o meu nome". Como Regina me explicou várias vezes, boa parte de sua clientela era formada por pessoas que estiveram presentes a um de seus eventos e apreciaram o trabalho da equipe. "Quase não tenho clientes que tenham me

<sup>84</sup> Ser "desenrolada", expressão muito usada em Fortaleza, significa ser esperta, ágil, capaz de resolver problemas práticos logo que esses surgem. A expressão descreve uma habilidade prática, sem relação com a educação formal, e representa um atributo muito valorizado pelas camadas populares. Não à toa, as funcionárias da Delicadeza costumavam descrever a si mesmas, e elogiar as colegas, com esse adjetivo.

conhecido somente por meio das divulgações nas redes sociais. Os meus clientes vem até mim por indicações de amigos e parentes ou depois de terem participado de um dos meus eventos". A simpatia das assistentes funcionava, assim, como um cartão de visitas.

Ciente das exigências da profissão da minha pesquisada, me esforcei para apresentar um comportamento adequado ao acompanhá-la como assistente nas reuniões. Ao chegar aos salões de festas para reuniões, tentava ser discreta e observar mais que participar, mas ao mesmo tempo prestava atenção nos contatos interpessoais, sobretudo os iniciais. Tentava acompanhar os cumprimentos com um sorriso caloroso e sincero e um contato visual adequado. Assim, fiquei muito satisfeita no dia em que uma das funcionárias de uma das casas de festas falou a Regina: "ela está trabalhando com você? Que bom, ela tem uma presença agradável, é alegre e bem calma". Dependendo do dia e das minhas próprias emoções, como acontece com qualquer pessoa que lida com o público, o esforço não era sentido, ou se apresentava como mais exigente.

O trabalho emocional, como definido por Hochschild, pode ser entendido como um esforço cognitivo consciente para ajustar os próprios sentimentos, ou os de outrem, àquilo que se considera apropriado para uma dada situação. A tentativa, que pode ser ou não bem-sucedida, é feita a partir de parâmetros do que se considera adequado sentir, formulações que são socialmente estabelecidas. Em casamentos, os convidados tem a expectativa de vivenciar um momento de alegria, e a simpatia apresentada pelas assistentes é valorizada como uma demonstração de adequação a esse tom emocional. Trata-se de um trabalho que não necessariamente é vivenciado como penoso. Entre as funcionárias da Delicadeza, a escolha de pessoas que tem as características pessoais de desinibição e simpatia tornava menos perceptível o esforço consciente de ser solícita. Esse, contudo, não deixava de existir, por exemplo, nas situações em que o cansaço começava a se evidenciar e era preciso atender com um sorriso a pedidos dos convidados: "seria possível trazer mais duas cadeiras para essa mesa?", "você poderia guardar o andador dessa senhora em algum lugar e trazê-lo de volta para cá quando nós pedirmos?". Como apresentar um "sorriso forçado" denunciaria má

vontade no atendimento do pedido, era preciso trabalhar as próprias emoções, evocando motivos para demonstrar prazer em atender.

As funcionárias tinham que administrar ainda uma outra emoção: sendo de camadas sociais menos favorecidas, tinham que lidar com a potencial inveja das pessoas financeiramente mais afortunadas que promoviam as festas, ou evitar esse sentimento. Em um casamento de pessoas da alta sociedade local, uma das funcionárias observava uma belíssima convidada elogiar a noiva: "amiga, tá linda", e em seguida se aproximar do noivo, que aguardava enquanto a noiva era fotografada. A assistente interpretou os gestos e modo de falar da convidada como um flerte, e compartilhou comigo sua impressão. Concordei que o comportamento parecia inapropriado. O noivo não correspondia, mas a convidada insistia na aproximação a ponto de ter chamado a atenção da noiva, que o convocou de longe: "*marido*, volte para cá". Em outro momento da festa, uma das assistentes percebeu um homem casado que aproveitava as distrações da esposa para olhar para outra mulher. "A amiga da noiva se insinuando pra o noivo, a outra convidada seminua na pista de dança, Deus não abençoa um casamento assim, você sabia? Não adianta toda essa festa", a funcionária me disse, quando jantávamos em uma mesa reservada. Quando a noiva, perto do final da festa, foi cumprimentar a equipe pelo bom trabalho, as funcionárias imediatamente elogiaram-lhe os modos, a beleza, os trajes, a maquiagem. De fato, de todas as noivas com as quais trabalhamos, essa tivera o casamento mais luxuoso e, pelo aspecto físico - uma mulher de pele branca e de feições finas, magra e alta - assim como pela opção por um vestido de baile volumoso, acompanhado de uma coroa usada sobre a cabeça, era a que mais lembrava a imagem de uma *princesa*. As assistentes estavam encantadas com ela e com o noivo desde o primeiro momento em que os viram prontos para a cerimônia. "Você parece *uma verdadeira princesa*", diziam. Ao que a noiva respondeu: "Era exatamente esse efeito que eu queria

produzir. Só essa maquiagem que eu estou usando custou mil e quinhentos reais, vocês acreditam?". Minutos depois, uma das funcionárias veio me dizer: "eu sei fazer uma maquiagem dessas, faço igualzinha". No diário de campo, não deixei de registrar que me pareceu acintoso comentar para as funcionárias sobre um valor tão alto, sobretudo se comparado à remuneração paga a elas para trabalhar no evento. O pagamento para cada uma das assistentes era de 120 reais (US\$ 34,41), para o serviço que chegava a 12 horas de duração - detalhes dos quais a noiva provavelmente nem tinha conhecimento. No início do ano de 2016, Regina convocou suas assistentes para uma reunião, na qual comunicou às assistentes que havia diminuído o preço de seus serviços e que, portanto, passaria a pagar um valor menor para as funcionárias. Assim, o pagamento diminuiu de 120 para 100 reais (US\$ 30,40).

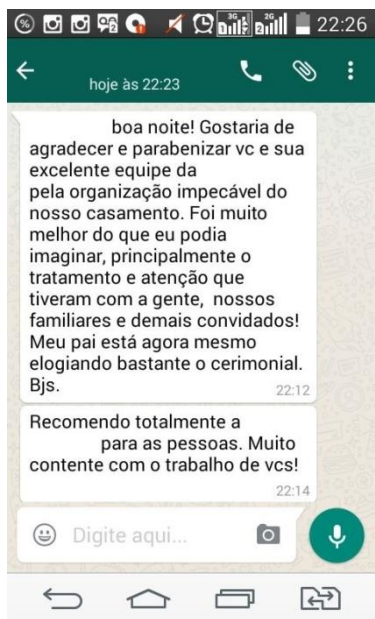
Além da baixa remuneração e das longas horas de trabalho na madrugada, contribuía para a precarização desse trabalho o fato de que nem todas as casas de festas priorizavam a alimentação das equipes de profissionais contratados. Em campo, constatei que, apesar de cobrarem aos noivos pela alimentação de profissionais, em alguns estabelecimentos até mesmo a água só começava a ser servida a funcionários após pedidos insistentes. Em algumas casas de festas, a comida era servida regularmente aos funcionários, mas em outras, éramos levadas a dividir entre nós pequenas porções de salgados já frios, em mesas improvisadas – algo que depois Regina reclamava aos donos.

Além do poder econômico, observei outro aspecto potencialmente gerador de inveja nas festas: o casamento em si. Como explico em outros capítulos dessa tese, "conseguir se casar" é algo considerado, em nossa cultura, uma importante *conquista* feminina, o que faz do casamento algo considerado invejável pelas solteiras. O episódio inusitado que narro a seguir serve para exemplificar essa afirmação. Em uma ocasião, logo depois de estender no chão o longo véu da noiva, a pedido do fotógrafo que registrava as fotos do casal no cenário do bolo, eu esperava atrás de uma coluna enquanto os registros eram feitos. Em um determinado momento, o fotógrafo precisou que eu segurasse o buquê da noiva enquanto ela posava segurando um terço. Saindo por baixo de um balcão perto de mim, uma funcionária da

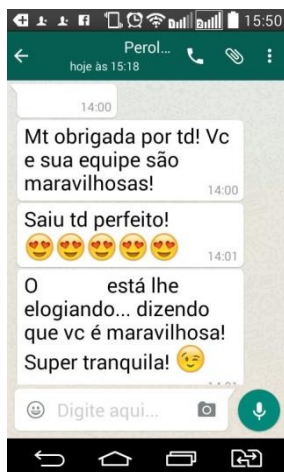
limpeza da casa de festas tentava me alcançar, até que puxou minhas mãos junto com o buquê e o beijou várias vezes, além de ter feito o sinal da cruz ajoelhada com ele na mão, enquanto eu olhava, admirada. "É pra ver se eu pego um pouquinho da sorte dela pra mim, mulher!", ela me explicou, antes de ir embora. A funcionária não teria como saber se a noiva, uma ilustre desconhecida, tinha de fato *sorte* na união que estava oficializando naquela noite, se o relacionamento era saudável ou infeliz. Casar, contudo, era algo considerado por ela, *a priori*, como *uma sorte* para uma mulher. Administrar a potencial inveja, em um evento que ostenta tanto poder econômico quanto o importante capital que um *marido* representa em nossa sociedade (GOLDENBERG, 2009), é parte do trabalho emocional envolvido no desempenho das atividades de quem trabalha organizando casamentos.

### 3.5. Por amor ou por dinheiro?

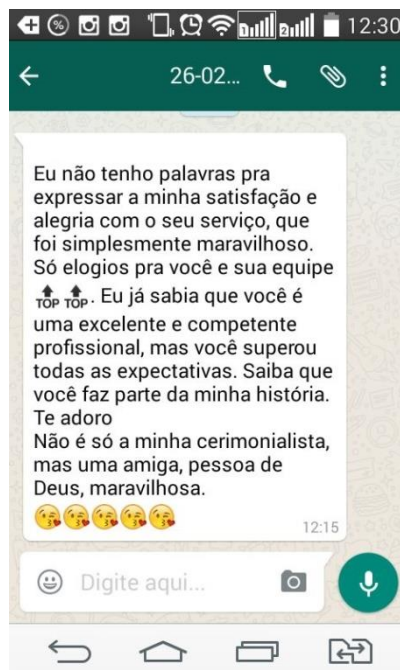
Quando elogiou o desempenho da equipe, a noiva da história anterior repetiu para as assistentes os comentários que chegavam a ela: "vários dos meus convidados vieram me dizer que vocês foram ótimas, super simpáticas, disponíveis". Era um comportamento padrão das noivas que, logo no dia seguinte à festa, enviassem mensagens de agradecimento para Regina, de forma privada, pelo *Whatsapp*, ou em textos públicos compartilhados no *Facebook*. Nos 12 casamentos nos quais trabalhei junto a Regina, apenas uma noiva não enviou uma mensagem do tipo – algo que foi muito comentado posteriormente pela cerimonialista, que se questionava sobre os possíveis motivos. Em geral, as mensagens elogiosas acentuavam características relacionadas ao cuidado com os convidados, à simpatia e à tranquilidade. Além disso, as mensagens reiteravam o laço de *amizade* cultivado entre cliente e contratada.



**Figura 52** Mensagem de agradecimento enviada a Regina por cliente (1).



**Figura 53** Mensagem de agradecimento enviada a Regina por cliente (2).



**Figura 54** Mensagem de agradecimento enviada a Regina por cliente (3). A captura de tela de cada uma dessas mensagens foi compartilhada por Regina no grupo de Whatsapp das funcionárias da Delicadeza, do qual eu fazia parte.

😊 feeling thankful with

Cerimonialista.  
July 11 at 1:04pm · Fortaleza, CE · 🧑

, minha cerimonialista amada, minha amiga, o que podemos dizer do nosso dia de ontem?! Foi perfeito! Mas perfeito por vários motivos, mas principalmente pq o seu trabalho foi impecável! Desde o dia do fechamento do nosso contrato eu tinha certeza que minha festa estaria em boas mãos, pq nossa sintonia foi ímpar... Vc me acolheu de tal forma, que me senti uma verdadeira pérola. No decorrer das nossas reuniões e conversas informais via zap, vi meu sonho tornando realidade, em cada detalhe que vc sonhou comigo... A ideia de um detalhe na cerimônia que ia ficar mais emocionante, o detalhe para que ficássemos mais à vontade, aquele detalhe que deixaria a festa mais linda... Enfim, tudo, foi sem igual!! E com tudo isso não poderia deixar de sair uma cumplicidade tão grande que não desse numa amizade verdadeira e baseada em Cristo. Pois bem, aí chega o grande dia, e com Td , com Td seu carinho, vc conduziu com maestria o momento mais importante em nossas vidas! A organização dos nossos padrinhos, o carinho com nossos pais, o cuidado com nossos pimpolhos, meu Deus, e com um sorriso e um amor que era percebido em cada detalhe! Mesmo em meio alguns momentos delicados, estava ali vc, resolvendo tudo com sua equipe maravilhosa e que nada fosse atrapalhar nosso momento! Só temo a agradecer por todo o empenho e pelo belíssimo trabalho que vc realizou e encantou não só a nós como todos os convidados!! Obrigada, amiga, ser sua pérola, foi realmente me sentir uma joia rara! Vc estará sempre em meu coração! Te amamos!! Beijos

Figura 55 Mensagem de agradecimento enviada por cliente (4).

Os elogios das noivas exaltam a *atenção* dedicada por Regina, a *amizade* cultivada com suas clientes e sua prontidão para resolver imprevistos dos mais variados tipos. De modo geral, esses agradecimentos fazem referência ao desempenho de tarefas que podem ser descritas, no termos de Viviana Zelizer (2012), como serviços de "cuidado". Para essa autora, a prestação do cuidado pode ser definida como uma forma de atenção pessoal contínua que envolve intimidade e confiança:

Os relacionamentos de cuidado apresentam uma atenção pessoal contínua e/ou intensa que melhora o bem-estar de seus destinatários. Podemos estabelecer o nível mínimo de 'atenção pessoal contínua e intensa em uma sessão de massagem comercial em um *shopping center* ou uma rápida sessão de aconselhamento via telefone com um consultor espiritual. O nível máximo poderiam ser os vínculos perenes entre mãe e filha ou a dedicação de um empregado pessoal antigo. Claramente, o cuidado varia muito em seu nível de intimidade, de muito impessoal a fortemente entrelaçado. Os relacionamentos de cuidado também são identificados como íntimos por

envolverem confiança: eles confiam a pelos menos uma das partes informações ou atenção a outra parte que não está muito disponível e que seriam prejudiciais se fossem reveladas a terceiros (ZELIZER, 2012, p. 138).

Na equipe do Delicadeza, as tarefas que podem ser categorizadas como "de cuidado" são executadas exclusivamente por mulheres. O fato de a equipe de assistentes ser inteiramente feminina condiz com uma idealização do cuidado como atividade típica das mulheres. Nesse capítulo, a partir da experiência com a equipe de cerimonial, discuto a feminização do cuidado, o fato de que as tarefas relativas ao zelo por outras pessoas são socialmente estereotipadas como um trabalho feito por mulheres, "por amor" e, portanto, de forma gratuita. Essa realidade se reflete no fato de que, ao se tornarem serviços oferecidos no mercado, tais atividades tendem a ser mal remuneradas. É importante enfatizar também que a equipe não é composta por mulheres escolhidas aleatoriamente, mas por moças que demonstraram, no desempenho de suas funções, atributos tradicionalmente tidos como *femininos*: cordialidade, atenção às necessidades dos demais, amabilidade e até mesmo um carinho quase materno no trato com crianças pequenas - algo necessário aos cuidados com os pajens e daminhas de honra, participantes nas celebrações.

A expectativa socialmente aceita de que mulheres sejam "naturalmente" mais aptas às tarefas de cuidado encontra uma explicação interessante nas teorizações da historiadora Francesca Cancian. O conceito de "feminização do amor" (CANCIAN, 1986, 1990), proposto a partir de estudos da urbanização nos Estados Unidos, reflete sobre a polarização dos papéis de gênero naquele país, que é reforçada a partir do século XIX, como resultado da industrialização. Desse modo, em vez da família que trabalhava em conjunto como uma unidade produtiva, o avanço do capitalismo industrial produziu uma separação entre trabalho e ambiente doméstico. Esse processo resultou no reforço do cuidado da casa e das crianças como tarefa feminina e, em consequência disso, uma dependência econômica para com os homens, destinados por sua vez ao mundo competitivo do trabalho remunerado. Assim, urbanização e industrialização teriam contribuído para que homens e mulheres assumissem papéis de gênero ainda mais especializados.



Assim, nas sociedades industriais complexas, naturalizou-se um modelo segundo o qual as mulheres se tornam especialistas nas tarefas relacionadas ao "amor", como as associadas com a alimentação e a expressão e articulação dos sentimentos, enquanto os homens são levados a assumir o papel de áspers, independentes e engenhosos provedores. Tal processo teria tido enormes custos, tanto para as mulheres, em termos de sua falta de status e poder na sociedade, como para os homens, forçados a reprimir e negar o lado amoroso de sua natureza. O custo se torna ainda mais alto para as mulheres, contudo, quando essas passam a se dividir entre a responsabilidade sobre a construção e manutenção dos laços familiares e as demandas do trabalho para além das fronteiras do lar.

No contexto empírico aqui observado, a cerimonialista e a assistente ideal são não apenas mulheres, mas também *femininas*, segundo ideais de feminilidade tradicionais, e *trabalham com amor*. Os cuidados prestados por essas trabalhadoras, assim, "evocam todas as imagens familiares de altruísmo, comunhão e compromisso *irrestrito e não comercial*" (ZELIZER, 2012, p. 173). Se torna difícil, conseqüentemente, precificar o serviço prestado de forma a corresponder ao tempo e trabalho efetivamente dedicados ao cliente.

Ao escolher para a empresa o *slogan* "aqui a noiva é protegida como uma pérola", Regina descreve a atitude de cuidadora que ela se dispõe a assumir para com a cliente. É uma decisão sábia do ponto de vista comercial, dado que o cuidado intenso e contínuo parece ser exatamente aquilo que as clientes buscam quando a procuram, indicadas por amigas. Logo na primeira reunião com uma nova *pérola*, Regina avisa à cliente sobre o que ela caracteriza como seu *diferencial* com relação aos concorrentes: ela se dispõe a atendê-las presencialmente e virtualmente sempre que a noiva sentir necessidade desse contato. A observação do campo me permite dizer que esse diferencial, no entanto, é algo que todos os profissionais costumam prometer. Com o recurso de ferramentas de comunicação por Internet, os cerimonialistas passaram a anunciar, como ponto positivo do serviço oferecido, a possibilidade de interlocução sem restrição de horários. "Noiva é ansiosa, não pode esperar o outro dia para ter uma resposta, ou não dorme. Quem trabalha com noiva tem que responder à noite, sim", ouvi de um profissional em uma das muitas palestras de cerimonialistas às quais

pude assistir. Regina, no entanto, foi a profissional que de fato eu pude acompanhar de perto para verificar como se opera o cumprimento dessa promessa de "disponibilidade irrestrita". Em muitos dias de trabalho, nos quais me encontrava com ela no final da manhã e saía de sua casa após a última reunião, que com frequência se concluía depois das 23 horas, pude observar o diálogo permanente de Regina com as noivas, ligadas a ela por meio das mensagens do aplicativo *Whatsapp*.

Durante minha inserção na equipe do cerimonial, como expliquei anteriormente, eu dirigia o carro para que Regina se deslocasse ao encontro de fornecedores e clientes. Lembro-me de ter me determinado, ao me preparar para assumir o posto de motorista, a aproveitar os deslocamentos para conversar com Regina sobre seu dia a dia profissional e tirar as dúvidas que fossem surgindo. Logo percebi, entretanto, que essa não era uma boa ideia. Assim que uma reunião terminava, depois que entrávamos no carro apressadas para chegar a tempo para o compromisso seguinte, Regina aproveitava o intervalo de tempo livre para sanar dúvidas das clientes. Mesmo assim, o tempo dos deslocamentos acabou sendo, para minha surpresa, mais proveitoso para a pesquisa do que eu esperava. Com a maioria das noivas formada por profissionais ocupadas que precisavam ganhar tempo, o recurso mais comum para sanar as dúvidas eram mensagens enviadas por *Whatsapp*. Pelo mesmo motivo, Regina optava pelos áudios, de envio mais fácil e ágil que longas explicações digitadas. Assim, nos deslocamentos que facilmente chegavam a 40 minutos, em função do tráfego sempre lento e engarrafado em Fortaleza, eu conseguia dividir a atenção entre a direção, as questões urgentes que afligiam as noivas e as respostas de Regina. Quando o fluxo de mensagens acalmava, depois de muitas demandas respondidas, aí sim, conversávamos sobre a vida pessoal e o trabalho, e como ambos se entrelaçavam na experiência da pesquisada.

O número de reuniões de atendimento aos noivos é outro aspecto que Regina define, em contrato, como *ilimitado*. Em uma das vezes em que a observei receber potenciais clientes em sua casa, Regina anunciou: "não limitamos quantidade de reuniões do *checklist*", que são os encontros nos quais as noivas informam à cerimonialista o andamento dos preparativos. A dinâmica dessa modalidade de reunião por vezes me lembrou reuniões de orientador-

orientado, na academia. A comparação é possível na medida em que tanto a organização de uma boda quanto a preparação de uma monografia, dissertação ou tese podem ser descritos como projetos de longo prazo em que é possível contar com acompanhamento. As noivas chegavam às reuniões cheias de ideias, informavam em que aspectos da organização haviam avançado e recebiam da cerimonialista sugestões dos próximos passos a ser executados. "Agora não é hora de avançar na procura do vestido. Você voltará em abril e eu quero que daqui até lá você tenha fechado os contratos de: bolo e iluminação. E você já deveria ter contratado a banda, é preciso correr com isso". A cobrança de prazos também faz parte do trabalho de Regina, assim como todo tipo de conselhos que colaborassem para a execução do projeto a contento.

Um outro tipo de cobrança exercido por Regina é o de valor máximo que pode ser destinado para cada o investimento em cada serviço desejado para o evento. Logo na reunião inicial, Regina costuma perguntar às noivas qual a verba total que elas pretendem destinar à realização do casamento. É a partir desse valor que a cerimonialista estipula quanto poderá ser investido em cada item para que a soma final não extrapole o pretendido. As cobranças são parte da "proteção" oferecida à noiva, que também pode ser compreendida a partir das reflexões teóricas sobre os serviços de *cuidado* (ZELIZER, 2012) e as barreiras simbólicas que dificultam uma remuneração suficiente ou justa.

A função exercida pela cerimonialista se enquadra entre as modalidades de serviços definidas como "trabalho emocional". Por isso Regina se nega a trabalhar com o serviço "cerimonial do dia", que existe e é uma opção no mercado. Ela prefere a opção de acompanhar os noivos ao longo de todo o processo, para conhecê-los e gerar uma forte relação noiva-cerimonialista e um estado mental favorável dos noivos - que são, afinal, os mais importantes produtos que ela oferece, embora não estejam descritos em contrato.

O valor cobrado por Regina em troca dos serviços oferecidos já foi mais elevado: em torno de 3.500 reais (US\$ 946,24), total que cobria a remuneração da própria cerimonialista ao longo dos meses que precedem o casamento e de todo o pessoal contratado para auxiliá-la no dia do evento. Com o início do ano de 2016, em função da crise econômica nacional em

curso desde o ano anterior, Regina decidiu-se por garantir um número elevado de clientes com uma baixa significativa nos valores cobrados, que passaram a ficar entre 2.200 e 2500 reais (US\$ 630,82), para os mesmos serviços. As formas de pagamento eram ajustadas caso a caso, mas a sugestão inicial de Regina era a de que o valor fosse dividido em parcelas. O pagamento deveria ser iniciado com uma entrada de 500 reais e fechado com outra prestação com o mesmo valor. "Esses últimos 500 não param na minha mão, eles são o que eu pego para custear a maior parte dos gastos com a minha equipe no dia do evento. O restante", ela explicava aos noivos, "é dividido em parcelas iguais, conforme o número de meses para o evento". Supondo que o contrato de prestação de serviços seja firmado entre a noiva e o cerimonial com antecedência de 20 meses, um prazo que foi apontado por Regina como "uma média", a cerimonialista receberia os 1.200 reais (US\$ 344,09) restantes divididos em parcelas mensais de 70 reais (US\$ 17,20). Apesar de ser um exercício hipotético, a conta é útil aqui para demonstrar quão reduzidas costumam ser as parcelas mensais recebidas de cada noiva por Regina, principalmente se contrastadas com a proposta de manter-se disponível todo o tempo para intermediar contatos com fornecedores, agendar reuniões, tirar dúvidas por meios de comunicação eletrônicos, entre outras demandas. Cinquenta mil reais (US\$ 14.336,90) é o valor médio, estimado por Regina, investido nos casamentos por seus clientes. A remuneração da cerimonialista e de sua equipe corresponderia, assim a cerca de 5% da verba dos eventos realizados. Entre as clientes cujos casamentos acompanhei junto a Regina, o valor era inferior, por exemplo, ao custo dos respectivos vestidos de noiva - que costumavam variar entre três (US\$ 860,21) e seis mil reais (US\$ 1.720,43). Um valor ainda mais alto costumava ser investido em fotografia e filmagem. Para esses serviços, extremamente valorizados pelas noivas, as clientes de Regina costumavam pagar entre cinco (US\$ 1.604) e dez mil reais (US\$ 3.209).

Entre as profissionais com as quais conversei, uma reclamação frequente era a de que, independentemente do cenário econômico, sempre havia sido difícil explicar às potenciais clientes o que exatamente fazia uma cerimonialista ao longo dos meses de organização. O apoio organizacional e emocional aos noivos ao longo do processo não aparecia nas fotos, não era algo *visível, palpável*. Em um dos deslocamentos de carro com Regina, ouvi, assim, o

áudio de uma potencial cliente que confessava para ela que havia começado a organizar o seu casamento sozinha e se sentia um pouco perdida diante das tarefas a realizar, mas esteve por algumas semanas hesitando entrar em contato porque até o momento tinha dificuldades em entender exatamente *o que fazia* uma cerimonialista. "Uma amiga que foi sua cliente me passou o seu contato de *Whatsapp* e me encorajou a falar com você. Pra isso que estou mandando esse áudio, pra ver se você me explicava exatamente o que faz uma cerimonialista", disse a noiva naquela ocasião. Regina então gravou um longo áudio explicativo, no qual falava durante cerca de três minutos, enumerando as tarefas que ela desempenhava e os motivos pelos quais seus serviços se faziam necessários. Enquanto os profissionais da fotografia e os vendedores de lembrancinhas, por exemplo, desenvolvem produtos que se apresentam por si mesmos, os cerimonialistas estavam sempre em busca de maneiras de tornar perceptíveis os resultados do trabalho desenvolvido.

Uma forma de propaganda muito comum que se observa, nos perfis desses profissionais nas redes sociais, são as fotos que registram o laço desenvolvido entre cliente e profissional. No perfil de Regina, um motivo que aparece de forma repetida nas fotos publicadas é a imagem do abraço forte entre cerimonialista e noiva durante a festa. Como assistente de Regina, pude estar presente quando várias dessas fotografias eram registradas. O momento em que a fotografia foi captada se repetiu em alguns casos. Durante a sequência cerimonial desenvolvida na festa, conduzida pela cerimonialista, a noiva costuma homenagear a sua mãe e entregar-lhe um buquê, geralmente o mesmo usado na igreja. O buquê entregue às amigas solteiras é, com frequência, um outro, não feito com flores, mas com pequenos bonecos de pano representando Santo Antônio. Considero bastante significativo que as noivas optem por incluir, logo depois desse momento de homenagem *à mãe*, algumas palavras de agradecimento e a entrega de algum presente para a cerimonialista. É algo representativo do quanto os dois papéis, o da cerimonialista e o de uma mãe que cuida e protege, são vistos por essas noivas como semelhantes.

No único casamento organizado por Regina ao qual fui como convidada, o de Katarina, não vi a noiva ir às lágrimas em nenhum momento da cerimônia religiosa, mas a vi

enxugar os olhos após o abraço trocado com a cerimonialista, a quem havia agradecido com um pequeno discurso. A noiva, uma amiga pessoal que foi também pesquisada dessa tese, havia prometido a si mesma que não se emocionaria durante a cerimônia a ponto de chorar. Ela queria manter o controle emocional e também preservar a maquiagem, garantindo que não sairia nas fotografias "toda borrada, nem fazendo careta", e conseguiu. Só naquele abraço com a cerimonialista, depois que todas as "fotos oficiais" haviam sido feitas, ela relaxou e se permitiu chorar. Katarina já havia me falado de Regina, a quem elogiou com as palavras: "ela é ótima, *uma mãezona*". Regina também havia pedido a palavra. Chorando enquanto falava, ela dizia o quanto aquela noiva havia se tornado, ao longo dos dois anos de preparativos do casamento, uma amiga com quem ela sabia que poderia contar em qualquer dificuldade. Foi no dia desse evento, como explicado antes nesse capítulo, que fui apresentada a Regina. No dia que se seguiu a esse evento, adicionei Regina como amiga nas redes sociais, e em uma delas estava postada a fotografia do abraço com Katarina, seguida do texto que transcrevo abaixo<sup>85</sup>:

Todos os dias eu agradeço a Deus a oportunidade de ter conhecido pessoas especiais durante esta vida. Elas chegam em busca de segurança, para a realização de um sonho. E eu abraço a causa sem desviar nenhuma cena que por elas foi tão sonhada. Seja amarrar latinhas atrás do carro até o sonho mais sobrenatural, a gente tenta e vai com tudo para realizar. Minhas pérolas. Ah, minhas pérolas. Sem desmerecer nenhuma, nem mesmo as mais difíceis, pois foram essas com quem eu aprendi mais, e ensinei muito sobre matrimônio. Deixando sempre bem claro que CASAMENTO vai além de 6 horas de festa. Meu trabalho é muito prazeroso. Hoje eu vejo o quanto valeu a pena tantas renúncias, tantas escolhas que eu tive que fazer para hoje estar aqui, nesse *mercado mágico*, e fazer a minha opção única por fazer exclusivamente casamentos. Aí alguém pode até dizer: não sei como você aguenta esse mulheril todo correndo atrás de você. É, o problema é q eu não vejo assim. Eu vejo como filhas. Só numa conversa de *Whatsapp* eu já sei se o dia dela está bom ou ruim. A Delicadeza está sendo um sonho conquistado e ainda tem muito mais. E se a minha vocação é esta, eu agradeço a Deus o Dom e a Oportunidade. Me preenche, me completa, me realiza, me alegra. Me faz a pessoa mais feliz do mundo. E quando chega esta *cena do abraço*, que transmite a gratidão de ambas porque é uma troca de emoção, de prazer, de realização pessoal, esse é um dos momentos mais inesquecíveis pra mim. O primeiro é quando elas entram na igreja e o segundo é quando a gente se

---

<sup>85</sup> Texto reproduzido com autorização da pesquisada.

despede do sonho realizado com este abraço. Obrigada, Deus, porque a minha paixão, o meu primeiro amor, se chama *Pérolas*.

Participando das reuniões de apresentação da profissional aos potenciais clientes, tive oportunidade de observar quais argumentos a cerimonialista utilizava para enaltecer os serviços oferecidos. Além da promessa de disponibilidade irrestrita, Regina fazia questão de enfatizar o quanto *ama* o que faz, o quanto *acredita no casamento* e o modo como ela *ama as noivas*. Assim, em uma das reuniões de que participei, Regina recebia um novo casal de noivos para apresentar os seus serviços. Entre outras explicações sobre questões logísticas e práticas, ela fez questão de informar:

Tem empresas de cerimonial que tem esse limite de reuniões: por exemplo, de hoje até a semana do seu casamento, você tem direito a três reuniões. Eu não trabalho assim. Até porque eu gosto desse contato com a minha cliente. Eu sei que hoje você tem todas as ferramentas para você se comunicar com alguém. Mas eu gosto desse contato, de receber você aqui, de a gente ficar à vontade, a gente conversar.

A disponibilidade irrestrita aparece como prova de que era verdadeiro o amor com que desempenhava seu trabalho. Ao longo da pesquisa com Regina, pude comprovar minha hipótese de que, na função de organizadora de casamentos, as demonstrações de amor pelo trabalho atuavam para construir a confiança por parte do cliente e garantir as contratações. Como em outras funções do setor de serviços em que o trabalho emocional se apresenta como importante componente dos esforços desempenhados, na profissão de cerimonialista a demonstração de amor pelo trabalho se torna parte fundamental do desempenho profissional. Como já foi proposto anteriormente por Hochschild, "oferecer demonstrações de que se 'ama o trabalho' se torna parte da função; e se esforçar para verdadeiramente amá-lo, e apreciar a presença dos clientes, é algo que ajuda o trabalhador nesse esforço" (HOCHSCHILD, 2012, p. 6). Isso não significa dizer, contudo, que se trata necessariamente de um esforço feito com cinismo, de um amor sem autenticidade. No caso de Regina, o prazer por ela extraído em seu trabalho é, de fato, algo bastante perceptível, de modo que ela não tem dificuldades em convencer as clientes disso. É válido pontuar que Regina verbalizava o amor pelo trabalho também em outros momentos que pude presenciar, não apenas diante de clientes. De um fotógrafo de casamentos de Fortaleza, com quem conversei sobre Regina, ouvi que "ela *sonha*

junto com a noiva”, e que isso a tornava uma profissional de *confiança*. Nesse mercado, a crença sincera na importância do evento, a ponto de vivê-lo como *um sonho*, funciona como importante indicativo da seriedade dos profissionais. Uma relação de cinismo ou incredulidade com o rito do casamento, por exemplo, não é algo que os profissionais revelem deliberadamente.

Ao longo dos meses de pesquisa de campo, também foram muitos os momentos de lazer que passei com Regina. Assim, a ouvi falar do prazer que ela tinha em trabalhar com *suas noivas*, para mim mesma, durante uma caminhada que fizemos na orla de Fortaleza; para uma amiga minha, em uma conversa informal na beira da piscina; e até mesmo para o seu terapeuta, durante uma sessão. Regina estava participando de uma terapia de grupo, voltada para pessoas em processo de luto, facilitada por um psicólogo - um serviço oferecido gratuitamente como projeto de extensão da Universidade Federal do Ceará, e aberto ao público mediante agendamento. Como mencionado anteriormente neste capítulo, Regina estava viúva fazia menos de um ano, após ter perdido o marido para um câncer que fora descoberto já em estágio avançado. Entre os compromissos profissionais, Regina havia encaixado uma sessão e pediu que eu a levasse e entrasse com ela. Após ouvir todas as narrativas de sofrimento relacionado à perda, o terapeuta sugeria: "procurem atividades que os alimentem, alguma coisa prazerosa". "O meu amor pela minha profissão é de onde tiro alegria, é o que me mantém de pé", ela disse.

Além de demonstrar engajamento emocional com a função que desempenha, é parte do trabalho da cerimonialista demonstrar que está disposta a "qualquer coisa" para garantir que o evento do cliente transcorra da forma melhor possível. Do contrário, a profissional pode ter seu nome "queimado" por acusações de que "trabalha de má vontade" ou de que é "cheia de frescuras". Enquanto fazia a pesquisa, ouvi algumas narrativas interessantes contendo esse tipo de acusações. Uma das histórias foi contada por uma amiga e devidamente anotada em meu diário de campo. Ela havia acabado de ser madrinha de casamento de sua melhor amiga e, como ela mesma disse, "entendia bastante de casamento", em parte por sempre ter gostado



do assunto, mas também por já ter trabalhado, como jornalista, com produtos editoriais voltados para a temática. Após a festa da amiga, ela queixava-se:

Aquela cerimonialista é cheia de frescuras. Os parentes da noiva pediram cadeiras a mais para uma mesa e ela simplesmente disse que não podia fazer nada! Isso não é postura de cerimonialista! Até onde eu sei, cerimonialista é aquela pessoa que *faz acontecer*, que se mexe e não mede esforços. Se não tem cadeira aqui, descobre onde tem e vem carregando as cadeiras na cabeça, mas faz alguma coisa! Não dá é pra dizer que não é possível fazer nada!<sup>86</sup>.

A necessidade de engajamento emocional com os eventos se explica, em grande parte, pelo fato de esse ser um mercado perpassado pela *desconfiança*. Uma vez inseridas no “universo dos casamentos”, é comum que as noivas passem a escutar, com frequência, histórias sobre fornecedores que sumiram após a contratação, deixando os clientes no prejuízo. A inexistência de regulações específicas para a prestação de serviços no mercado de casamentos, unida ao fato de que os consumidores comumente não tem experiência anterior com esse tipo de evento, cria uma sensação de insegurança para as noivas. A preocupação com a possibilidade de ser vítimas de golpes é constante e está presente em muitas conversas entre noivas. Consultando suas respectivas cerimonialistas, mas também outras noivas, elas procuram se cercar de informações, a cada vez que precisam fechar um contrato. Em geral, as noivas desistem prontamente de contratar fornecedores sobre os quais existam boatos correntes. Nesse sentido, são considerados graves não apenas os rumores sobre fornecedores que somem sem prestar o serviço, mas também as especulações sobre aqueles que estariam apresentando, nos últimos eventos, uma postura menos entusiasmada que de costume. A esse respeito, me contou Laísa, uma de minhas entrevistadas, sobre um fotógrafo que se mostrava desinteressado:

A gente teve o caso de um fotógrafo e de um fotofilmagem. Eu já sabia que eles estavam tipo, querendo sair do mercado, e estavam fechando contrato de noivas. É... safadeza. Então, teve um *abençoadinho*<sup>87</sup> aí, que ele estava saindo do mercado. Eu estava percebendo que ele estava desinteressado, nos últimos eventos. A noiva estava aqui, ele estava lá fora, no celular. E eu ia lá: "cara,

<sup>86</sup> Fala extraída do diário de campo e anotada no dia.

<sup>87</sup> Em Fortaleza, entre católicos participantes do movimento eclesial conhecido como “Renovação Carismática Católica”, assim como entre evangélicos, disseminou-se nos últimos anos o hábito de substituir alguns xingamentos pelo adjetivo “abençoadado”. O uso do termo *abençoadinho* nessa fala, portanto, tem sentido pejorativo.

tem que fotografar". [...] Como ele era bom de preço, por isso, aí muita noivinha contratava. Aí, assim, como ele não tinha feito nenhuma burrice, ainda, eu ficava na minha. [...]. Mas a última noiva, que tinha já pré-contratado ele, tinha dado até, parece que 200 reais, uma coisa assim, insignificante, eu cheguei pra ela e disse. Quando ela me contratou, ela já tinha contratado ele. Aí eu disse: "eu vou lhe dizer uma coisa, e você pode achar ruim, mas eu vou lhe dizer. E se você depois continuar com ele, é problema seu. Olha, ele não está... uma pessoa já tão...*dedicada*. Nos últimos [casamentos], aconteceu isso..." Comecei a relatar. Aí ela me atendeu. É tanto que ela escapou. Porque quando foi tipo, um mês depois, ele fugiu. Ele não entregou os álbuns. Graças a Deus, que ela não foi a vítima, porque ela só tinha pago uma quantia insignificante. Ela contratou outra pessoa. E ele foi embora, está em São Paulo, hoje. E, assim, quem conhece ele, que eu conheço o irmão dele, [sabe que] ele não tá nem aí. Ele diz: "olha, eu não vou ser preso nunca, não vou pagar dinheiro de ninguém, que se lasquem".

No mercado de casamentos, a demonstração constante de engajamento emocional com o *sonho* de cada noiva se justifica como uma forma pela qual os fornecedores reafirmam sua idoneidade e compromisso profissional.

### 3.6. Um mercado à prova de crise?

Durante o período em que estive integrada à sua equipe, Regina vivia uma fase de problemas financeiros, com dificuldades para gerar receitas suficientes para seguir cobrindo as mesmas despesas pessoais. O momento era de reorganização e busca por novas estratégias. Ela me explicava que suas colegas, profissionais da organização de casamentos, enfrentavam problemas semelhantes. Com a crise econômica que o país enfrentava, as noivas não desistiam do "casamento dos sonhos", mas procuravam diminuir o porte do evento realizado e tentavam cortar gastos com o que consideravam pouco necessário. Nesse esforço de readequação, a assessoria de uma cerimonialista ao longo de todo o processo era considerada, por algumas noivas, um gasto supérfluo. Regina havia observado um crescimento da procura de noivas pelo serviço chamado "cerimonial do dia", em que a cerimonialista é contratada por um valor mais baixo, para organizar somente os cortejos da cerimônia religiosa, e garantir que os noivos, pais, padrinhos, pajens e damas fizessem sua entrada pela porta da igreja no momento apropriado. Como explicado anteriormente, esse é um tipo de serviço que Regina optava por não oferecer. As observações feitas pela pesquisada de Fortaleza são confirmadas pelas falas de outras profissionais de cerimonial com as quais tive oportunidade de falar ao

longo de 2015, na cidade de Porto Alegre, em que atualmente resido. Em feiras do mercado de casamentos dos quais pude participar nessa cidade, era um assunto comum entre as cerimonialistas presentes a crise econômica e a conseqüente baixa na procura pelos serviços. "Elas estão preferindo investir em outras coisas, que não em uma cerimonialista. Elas preferem colocar mais bebida, mais decoração", ouvi de uma cerimonialista portoalegrense que já conhecia de eventos anteriores e que estava reencontrando em uma das feiras visitadas. Na ocasião, ela me levou a visitar um *stand* em que se ofereciam buquês de noiva preparados com flores de tecido e pérolas. A empresária, me explicou a cerimonialista que eu já conhecia, estava "fazendo uma tentativa" com esse produto, mas também atuava como organizadora de eventos. A crise, e a baixa procura dos clientes, ela me explicou, estaria levando algumas das suas colegas a buscar outras alternativas de geração de renda dentro do mercado de casamentos, como o desenvolvimento e a venda de produtos. Era o mesmo caso da dona de outro *stand*, que oferecia sabonetes artesanais como opção para as lembrancinhas.

Em abril de 2016, uma matéria de um telejornal de Porto Alegre<sup>88</sup> falava sobre os impactos da crise sobre a realização de festas de casamentos. A matéria, que oferecia dicas aos casais interessados em cortar custos, sugeria que a contratação de uma cerimonialista estava entre os luxos dispensáveis. Nas palestras de agentes do mercado, que eu frequentava, eu ouvia o discurso oposto: a contratação de uma organizadora, defendiam as profissionais, seria ainda mais importante diante de um orçamento reduzido, uma vez que a consultoria de uma especialista preveniria gastos desnecessários. Além disso, as cerimonialistas argumentavam, os fornecedores costumeiramente ofereciam descontos quando negociavam com intermediação das organizadoras, principalmente quando já tinham uma relação de parceria estabelecida.

Ao relatar a queda na procura de clientes, acentuada a partir do ano de 2015, as falas das cerimonialistas ouvidas por mim em campo contradiziam matérias divulgadas na mídia

---

<sup>88</sup> "Casais abrem mão de luxos para fazer festa de casamento na crise". Matéria divulgada no "Jornal do almoço", da RBS TV, no dia 15/04/2016.

sobre a resistência à crise apresentada pelo mercado de casamentos<sup>89</sup>. Em matérias de jornais do ano citado, o segmento havia sido repetidamente descrito como "à prova de crise"<sup>90</sup>. Nos textos midiáticos, assim como nas falas de parte dos fornecedores com os quais pude conversar, a explicação para a resiliência do setor passava pela categoria *sonho*: o casamento seria um ideal imaginado previamente por aqueles que promoviam esse tipo de evento. Eu observava, no entanto, que a descrição desse mercado como imune à crise não era um consenso. As opiniões dos meus interlocutores sobre esse tópico variavam conforme o segmento ao qual se dedicavam profissionalmente. Nesse sentido, ouvi pontos de vista otimistas de promotores de feiras do setor, como o diretor comercial de uma revista especializada em casamentos, que ingressava no mercado das mostras de casamento em 2015. Entrevistado em novembro daquele ano, ele promovia uma feira que tinha como público alvo as noivas de classes A e B, em Porto Alegre. Ele se dizia confiante e almejava, após essa primeira experiência, ampliar a feira para São Paulo. Para ele, o mercado de casamentos

É um nicho que ele não tem crise. Ele não sofre muito, ele não se abala muito com a crise. Se eu for casar ano que vem, o que acontece? Eu tenho um investimento de 500 mil, eu reduzo isso e faço com 400, mas o evento acontece. Então, o mercado hoje ele está aquecido, o mercado de casamento. Se eu tenho um sonho, se eu tenho o ideal que é casar, eu vou economizando, independente de faixa etária, eu vou economizando até que eu consiga atingir aquele objetivo. E sempre as festas de casamento são festas diferenciadas e bacanas. Você pode notar isso. Pra esse público que a gente quer atingir.

Com negócios voltados a outro público, “predominantemente de classe C”, a organizadora de uma tradicional feira de São Paulo, entrevistada em 2013, descrevia, de modo semelhante, “um mercado que a gente não teme muito crise”. Além disso, enquanto acompanhava Regina, eu ouvi o comentário entusiástico da funcionária de um salão de aluguel de vestidos, no bairro Montese, popular “corredor das noivas” de Fortaleza: “aqui continua lotado. Pra casar, o pessoal não tem crise”. Já em outros salões, com preços mais elevados, especializados menos em alugueis e mais na confecção de vestidos sob medida, os

<sup>89</sup> Representações do mercado de casamentos como um segmento econômico imune às crises não são uma novidade. Após a crise de 1929, nos Estados Unidos, a indústria de joias naquele país tentava impulsionar a venda de alianças com o *slogan* "Love knows no depression" (HOWARD, 2003, p. 843).

<sup>90</sup> "Segmento voltado a casamento não sofre com a crise". Matéria publicada no jornal O Estadão, em 06 de setembro de 2015. Disponível em:

<http://economia.estadao.com.br/blogs/sua-oportunidade/segmento-voltado-a-casamento-nao-sofre-com-a-crise/>

estilistas reclamavam dos efeitos da crise e anunciavam descontos e promoções. No mercado dos casamentos, a crise parecia ser segmentada. As cerimonialistas se sentiam atingidas, e buscavam meios para tornar seu trabalho visível, de modo que seus serviços não fossem identificados como “um luxo dispensável”.

### **3.7. Trabalho relacional, intimidade**

Por meio dos casos observados em campo e narrados nesse capítulo, pretendo fortalecer o argumento de que as profissões marcadas como femininas, e sobretudo aquelas envolvidas com o cuidado, tendem a ser pouco valorizadas do ponto de vista pecuniário. Nesse tópico, pretendo evidenciar, por meio do trabalho da cerimonialista, e seguindo a linha teórica proposta por Viviana Zelizer, como a vida em sociedade exige a constante negociação dos limites e combinações entre transações econômicas e intimidade. Para desenvolver essa discussão, lanço mão do conceito de trabalho relacional (ZELIZER, 2012). Trata-se do trabalho envolvido nas relações íntimas, que requer distinguir meticulosamente uma relação de outra: "o trabalho relacional inclui o estabelecimento de laços sociais diferenciados, sua manutenção, remodelação, distinção de outras relações e às vezes seu fim" (ZELIZER, 2012, p.247).

No trabalho de Regina, as fronteiras entre intimidade e profissão se apresentavam como pouco delimitadas, algo que se percebia já nas reuniões iniciais, feitas na sala do apartamento em que ela reside, com seus animais de estimação presentes. Em reuniões com novos clientes, o que Regina oferecia, além do auxílio técnico e organizacional, era a perspectiva de construção de uma amizade com a noiva, de uma relação de suporte emocional, de escuta interessada e de cuidado. Uma vez ouvi, de uma noiva que a procurou e contratou em seguida: "minha amiga disse que eu fechasse contrato com você, porque você ia garantir que eu ficasse tranquila". A mesma noiva disse, mais adiante, no dia em que fechou contrato: "eu sou extremamente tensa. Se prepara".

De fato, em campo, pude constatar que tanto cerimonialistas como noivas esperam que seja construído um relacionamento de intimidade entre ambas. As noivas esperam confiar na

discrição da cerimonialista e com ela partilhar confissões sobre assuntos delicados que o casamento costuma trazer à tona: questões sobre relacionamento com o parceiro, limitações financeiras, relações familiares. Considero bastante significativa uma das negativas que recebi de uma cerimonialista, em Porto Alegre: "eu não poderia deixar você participar de uma reunião. É um momento de intimidade com a noiva"<sup>91</sup>. Em outros casos, tive facilidade em negociar entrevistas e conversas com as profissionais, mas o acesso aos momentos de trabalho com a clientela foi igualmente negado.

A gente conversa sobre tanta coisa. Até as experiências que eu já tenho de casamento, pra passar pra vocês. Quando eu tirar esse dia pra conversar, vocês inclusive tragam um lenço, viu? As noivas começam a chorar quando eu começo a dar os testemunhos. Mas é porque vale a pena. Então, eu gosto desse contato.

Esse não é um mercado compreendido pelas partes envolvidas como impessoal, simples troca de dinheiro por serviços. "O santo tem que bater" é uma frase que pude ouvir de várias noivas, sobre o processo de escolha de uma cerimonialista, durante a pesquisa de campo. A expectativa de que o relacionamento entre noiva e cerimonialista seja marcado pela intimidade ficou mais clara, para mim, em um episódio que observei durante um dos casamentos nos quais trabalhei ao lado de Regina. Naquele sábado, ela havia me prevenido que a noiva da vez não poderia ser considerada "sua pérola" - ou seja, uma das clientes com as quais ela mais tem contato, quer pelo tempo prolongado de relacionamento mútuo, quer pelo seu envolvimento em cada detalhe da organização. O casamento em questão era uma rara exceção em que Regina havia concordado em fazer apenas o cerimonial da celebração católica e da recepção. Os detalhes relacionados à organização haviam ficado a cargo de um profissional amigo seu, inexperiente em conduzir as etapas cerimoniais do dia do casamento. Por esse motivo, Regina concordara em participar apenas nesse momento. Regina havia me explicado, então, que o contato entre ela e a noiva da vez era de menos proximidade. Por esse motivo, me impressionou quando, antes de entrar na igreja, já com o buquê em mãos e diante da porta principal prestes a ser aberta, a noiva chamou Regina e pediu: "o tule está dando

---

<sup>91</sup> Com Regina, as reuniões nas quais estive presente foram previamente autorizadas pelos clientes, que se dispuseram a permitir minha participação e registro do áudio desses encontros. Muitas das falas apresentadas nesta tese foram obtidas a partir das transcrições dessas gravações.

coceira, por favor, Regina, coça a minha coxa". Regina riu e prontamente atendeu. A noiva, rindo, fez uma piada interessante: "é muita intimidade entre noiva e cerimonialista, não é?". "É isso mesmo", disse Regina. Em outros casamentos, pude ver que cabia às assessoras de cerimonial ajudar a noiva a ir ao banheiro - algo que elas não conseguiam fazer sozinhas com o as anáguas e o vestido.

Contudo, se a expectativa é a de um relacionamento de intimidade, os níveis de aprofundamento e reciprocidade da relação variam conforme cada caso. No trabalho de Regina, pude perceber como os limites do relacionamento com as clientes eram cuidadosamente observados pela profissional, de modo a garantir a adequação do comportamento a cada situação particular. Nas conversas informais em que me contava histórias relacionadas aos casamentos, eram recorrentes as explicações prévias de Regina sobre o nível de intimidade entre ela e a cliente sobre quem falava. Ela procurava diferenciar, desse modo, se a noiva que protagonizava a história narrada era mais sua *cliente* ou sua *amiga*. Assim, nas ocasiões em que lhe pedia que intermediasse meu contato com algumas de suas clientes, no intuito de que eu pudesse entrevistá-las a respeito da relação noiva-cerimonialista, ela priorizou a indicação de noivas que ela considerava amigas, que atenderiam o pedido com maior facilidade, e não meras clientes.

Nas falas de Regina, percebi que a categorização por ela elaborada se desdobrava em três modalidades principais de relacionamento: as clientes, as *pérolas* e as amigas. As caracterizadas como "somente clientes" eram associadas aos trabalhos "bons para ganhar dinheiro", como a ouvi dizer uma vez. Representam uma parcela menor de sua clientela, composta por pessoas com as quais o contato foi marcado pela impessoalidade e pragmatismo. "É claro que tem aquela noiva objetiva, que não quer proximidade, mas são exceções". Regina descreve os eventos desse tipo como menos prazerosos e também menos trabalhosos. Os cuidados que lhe são poupados em eventos desse tipo podem ser explicado tanto pela conceito de "trabalho relacional" como pelo de "trabalho emocional". Trata-se do esmero necessário a lapidar uma relação que envolve tanto as trocas econômicas quanto as afetivas. Eventos realizados para "somente clientes" são mais fáceis porque são voltados para

a consultoria organizacional e logística, enquanto poupam a profissional do desempenho das funções de conselheira afetiva, consultora sobre questões de gosto e acompanhamento próximo em um número maior de escolhas.

As *pérolas* são a maior parte das clientes, segundo a pesquisada. É interessante citar que, a partir de suas crenças religiosas, Regina elaborou a convicção pessoal de que cada uma das mulheres que se tornam pérolas da Delicadeza seria na verdade enviada a ela por Deus como uma *missão*, além de um simples trabalho. Para ela, portanto, as *pérolas* são muito mais que "simples clientes", e essa não parece ser uma retórica de *marketing*, mas algo em que ela acredita de modo a elaborar um sentido espiritual para a sua vida profissional. As pérolas são as noivas que procuram Regina com grande antecedência com relação à data marcada para o casamento - a maioria permanece sua cliente por período superior a um ano e meio. Nesse período, a noiva passa a consultar Regina para cada uma das decisões a ser tomada. Ela procura contratar os profissionais indicados pela cerimonialista, aqueles que a profissional afirma serem de sua confiança. Regina as aconselha sobre questões delicadas como a lista de padrinhos, como evitar situações embaraçosas durante cerimônia e festa quando os pais dos noivos não se falam, entre outras situações.

O limite entre *as pérolas* e *as amigas* é traçado a partir das diferentes expectativas e manifestações de reciprocidade. O relacionamento entre a dona da empresa Delicadeza e as suas *pérolas* é marcado pela escuta e pela intimidade, mas essas atitudes não são necessariamente recíprocas. O limiar para a amizade é ultrapassado quando há reciprocidade nessas formas de atenção pessoal, e a noiva passa a procurar Regina para ouvi-la e saber como ela está.

### **3.7.1. Um momento crítico e as contrapartidas não-obrigatórias**

"Quando elas me tem esse tipo de atenção, eu sei que elas não tem nenhum tipo de obrigação". A frase me foi dita por Regina no dia em que me contou como algumas de *suas pérolas* viraram suas *verdadeiras amigas*. Enquanto eu desenvolvia a pesquisa de campo junto à sua equipe, Regina ainda convivia com o luto pela perda do marido, falecido havia



então menos de um ano. Durante a fase terminal da doença de seu cônjuge, ela contava, várias das noivas que a haviam contratado passaram a inverter os papéis na relação de cuidado entre cliente e prestadora de serviços. Acostumadas a ter Regina ouvindo ocasionalmente seus problemas, algumas das noivas, como Katarina, passaram não só a poupá-la das demandas profissionais, como a procurá-la espontaneamente para oferecer companhia e até mesmo adiantamentos de pagamentos para ajudar a cobrir eventuais despesas médicas. Das cerca de trinta noivas que Regina atendia na época, quatorze se cotizaram para presentear Regina e o marido com uma viagem de poucos dias pelo litoral. Regina havia contado a algumas delas, na ocasião, que embora seu marido ainda estivesse bem, não havia mais possibilidades para tratamento e lhe restava pouco tempo, segundo os médicos. O marido de Regina costumava fazer parte da equipe do cerimonial, realizando serviços extras apresentados à clientela como opcionais. A empresa oferecia, por exemplo, a opção de entrega de convites nas casas de parentes e amigos dos noivos, mediante pagamento. Quando do início do tratamento do marido, com as entregas inviabilizadas, a cerimonialista convocou as clientes para devolver-lhes os valores correspondentes que haviam sido pagos de forma adiantada. Parte da clientela chegou a não aceitar o reembolso.

Outras noivas, no entanto, demonstraram preocupação com as possíveis consequências dos problemas pessoais da organizadora sobre os eventos realizados. Assim, Regina conta que, ao saber que o marido da cerimonialista já estava em fase terminal da doença, uma das clientes demonstrou preocupação: "e se o falecimento acontecer no dia do meu casamento?". Ela se preocupava se a profissional faltaria ao compromisso firmado em contrato. A presença da cerimonialista no evento representava para essa, como para muitas noivas, uma garantia de que o seu investimento estaria seguro, de que nada daria errado e que ela poderia aproveitar a festa. Ao lado de todas as cláusulas expressas em contrato, existe uma expectativa tácita, subentendida entre noivos e cerimonialista, de que a profissional será capaz de manter o pleno controle não apenas de suas emoções, mas das emoções de todos os presentes no dia do casamento. Foi de modo coerente com essa expectativa que Regina prometeu a essa noiva que estaria presente no evento e em total controle de suas emoções, mesmo que o falecimento e a boda viessem a acontecer simultaneamente. Para isso, ela diz que vinha *trabalhando suas*

*emoções*. "Nessa época, eu pensava nisso. Se me ligassem e me dissessem que ele morreu, em um dia de evento, eu saberia que fiz tudo o que pude, e iria pro compromisso profissional. Depois eu voltaria para casa e sentiria". Ao assinar seus contratos, Regina garante à noiva o controle de si mesma ao longo do processo e no dia do casamento, a qualquer custo emocional pessoal. No caso hipotético de uma infeliz coincidência como a mencionada anteriormente, o custo envolveria se privar de sentir as próprias emoções, mesmo que temporariamente. No setor de serviços, criam-se novas profissões - sobretudo femininas - em que guardar distância de algumas emoções pessoais, e reforçar outras, se torna uma das demandas profissionais, da mesma forma que o operário das fábricas alienava-se dos produtos de seu trabalho (HOCHSCHILD, 2012).

Regina é um caso de profissional que faz a maior parte de seu "trabalho emocional" - à exceção de casos extremos como o tratado anteriormente - com autêntica satisfação. É evidente que esse não é o caso de todas as profissionais. Nos eventos que frequentei durante a pesquisa de campo, algumas delas não conseguiam disfarçar o esforço que lhes custava parecerem expansivas. Com algumas profissionais que observei por período de tempo menor, participando em *stands* de eventos, por exemplo, era evidente o contraste entre a expressão facial - séria, ou mesmo ríspida, na maior parte do tempo, e o sorriso amável que exibiam, quando a cliente e sua família se aproximavam. Ser receptivo e sorridente, como outras disposições de personalidade, é algo que pode exigir esforço indisfarçável a quem naturalmente seja mais reservado. Pessoas que se adéquam previamente a essas disposições - gostar de relacionar-se com pessoas, ser simpático - tem, naturalmente, uma vantagem nesse campo. Para utilizar a metáfora de Bourdieu, elas podem "economizar cinismo", pois já nasceram com o sentido do jogo, tem suas regras incorporadas (BOURDIEU, 1996, p. 142). O fato de que ela executa boa parte de seu trabalho emocional sem necessidade de cálculos, como uma *segunda natureza*, torna mais raros os momentos que ela narra como mais *exigentes*: "esse foi um dia em que eu precisei me controlar". Ela conta sobre o dia em que faltou luz em toda a cidade no momento da entrada da noiva na cerimônia religiosa, e a cliente havia optado por não contratar um gerador de energia para a igreja. Não havia nada a

ser feito, não existia previsão de retorno da eletricidade. A situação foi resolvida com a decisão de que a noiva entraria à luz de velas e seguiria para o local da recepção a tempo de não perder as horas contratadas para a festa, já que lá havia um gerador. Até a decisão ser tomada, Regina conta, durante aproximadamente meia hora, o pai da noiva esteve extremamente nervoso. "Ele não sabia como eu mantinha a calma". "Essa profissão me ensinou a me manter calma em qualquer situação. Quanto mais a situação é tensa, não importa como eu estou por dentro, mais serena fica minha voz e mais calma eu pareço". Quando Regina me contou essa situação, não pude deixar de lembrar de uma cena de um filme hollywoodiano, citada pela cerimonialista Clara, minha entrevistada, de Porto Alegre. Em uma das cenas da comédia romântica "O casamento dos meus sonhos"<sup>92</sup>, em que a protagonista é uma conceituada organizadora de casamentos, acontece um princípio de incêndio durante um dos casamentos realizados pela profissional. Para chegar ao local do foco e apagá-lo sem que os convidados percebam, a protagonista então se alterna entre correr por corredores vazios e andar de forma calma para atravessar os espaços do salão em que estão os convidados. A cena retrata a tensão envolvida em organizar eventos considerados "únicos", nos quais nada pode dar errado, mantendo a serenidade, pelo menos aparente, enquanto isso. Não à toa, mais de uma vez essa cena me foi narrada por Clara. "Ser cerimonialista de casamento é exatamente aquilo que está ali. Fingir calma a todo custo", me disse ela.

---

<sup>92</sup> "O casamento dos meus sonhos" é o título brasileiro do filme estadunidense "The Wedding Planner", de 2001, dirigido por Adam Shankman, e estrelado por Jennifer Lopez e Matthew McConaughey.

#### **4. ORGANIZANDO CASAMENTOS, ARTICULANDO REDES SOCIAIS**

Pretendo neste capítulo dar continuidade às reflexões sobre o mercado de casamentos no Brasil, a partir do trabalho de organização profissional desses eventos desempenhado pelas cerimonialistas. No capítulo anterior desta tese, tive como objetivo familiarizar o leitor com a complexidade que pode estar envolvida na preparação dos ritos de casamento atuais, a ponto de exigir a contratação de organizadores profissionais que na prática oferecem, além de auxílio técnico, suporte emocional aos clientes. Dando seguimento à discussão, volto agora o olhar para o papel de *mediadoras* exercido por essas profissionais, nas relações entre clientes e fornecedores e entre os mais variados agentes do mercado. Compõem a base das discussões aqui apresentadas os dados obtidos ao longo do ano em que integrei a empresa de organização de casamentos Delicadeza, as entrevistas e conversas informais com diversos agentes do mercado, além das palestras às quais assisti, ao longo de minha pesquisa de campo, em feiras do setor de casamentos. Discuto, neste capítulo, sobre o papel das cerimonialistas na articulação de amplas redes que, envolvendo clientes diretos, famílias estendidas e fornecedores, mobilizam múltiplos projetos simultâneos. Quando vistas em conjunto, são as redes mobilizadas pelos cerimonialistas que conferem ao mercado de casamentos, em cada região ou cidade, uma identidade própria.

##### **4.1. Movimentando-se entre redes e projetos**

Como relatei no capítulo anterior desta tese, conheci Regina, uma cerimonialista de Fortaleza, no casamento de uma noiva, minha pesquisada, ao qual fui como convidada. Durante essa festa, uma de minhas amigas manteve um contato mais próximo com a profissional e sua equipe, por ter participado do cortejo. Lembro-me de ter encontrado, após a festa, a minha amiga que havia sido madrinha de Katarina, a noiva daquele dia. Contei-lhe que estava cogitando acompanhar a cerimonialista em minha pesquisa, e perguntei a ela o que havia achado da profissional. Ela se disse impressionada com as "habilidades sociais" de

Regina. "Essa cerimonialista é aquele tipo de pessoa que nasceu para lidar com gente. Tem gente que nasceu pra isso".

Regina observa atentamente, a cada pessoa que conhece, qual é seu temperamento e como se comporta. Ela costuma dizer que, em um primeiro encontro, é capaz de identificar se o seu relacionamento com um casal que a procura será mais fácil ou difícil. No relacionamento com as noivas, que na maior parte das vezes se tornam mais próximas da cerimonialista que o lado masculino do casal, ela também se vale da habilidade de julgar as emoções e reações. "Com as minhas *pérolas*<sup>93</sup>, eu sou capaz de saber, só em um 'olá' no *Whatsapp*, se estão tendo um dia bom ou um dia ruim".

É importante enfatizar, contudo, que essa observação contínua do tom emocional dos clientes não ocorre como parte de uma estratégia, mas se manifesta de forma espontânea, como uma segunda natureza incorporada por Regina. Expansividade, extroversão, e um desejo constante de desenvolver atividades em contato com pessoas, já conhecidas ou não, são características que fazem parte do comportamento da pesquisada, que não distingue muito os momentos da vida social privada ou profissional.

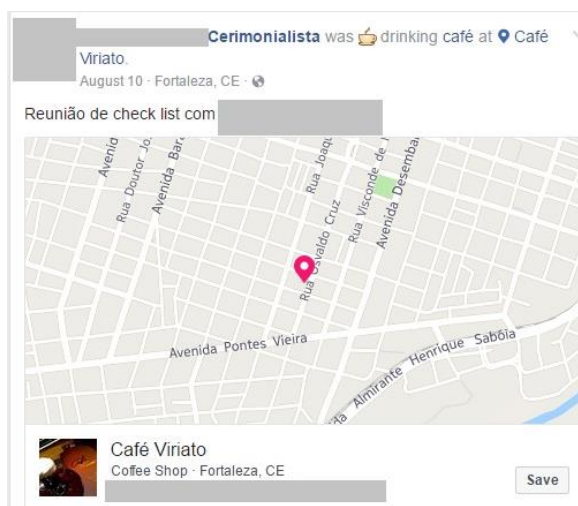
Em seu cotidiano, Regina observa uma atitude constante de cuidado com sua imagem pública, que transparece sob duas formas principais. Primeiramente, o zelo é demonstrado pela evitação de comportamentos públicos que possam gerar comentários negativos por parte de agentes do mercado. Em segundo lugar, de modo mais ativo, Regina procura reforçar uma imagem positiva, pela publicização das atividades nas quais se mantém envolvida, sejam eventos realizados, novas parcerias firmadas ou mesmo compromissos mais informais. Assim, Regina preocupa-se em tornar públicas a maior parte de suas atividades profissionais e também de lazer. Perfis nas redes sociais e ferramentas de georreferenciamento são utilizados por ela para essa finalidade. Ao chegar a um estabelecimento para um compromisso profissional, Regina costuma publicar em seu *Facebook* uma foto do ambiente, além de publicizar o assunto a ser tratado e identificar os nomes das pessoas visitadas.

---

<sup>93</sup> Como explicado no capítulo anterior, *pérolas* é o termo usado por Regina para designar, entre suas clientes, aquelas com as quais ela consegue desenvolver uma relação marcada por intimidade, afeto e confiança.



**Figura 56** Regina utiliza serviços *online* de georreferenciamento para divulgar seus compromissos profissionais em seu perfil no Facebook.



**Figura 57** Regina publica sua ida a um café para reunião com cliente. As faixas em cinza correspondem aos nomes de clientes e colegas de Regina.

Durante o período do trabalho de campo observei que, quando nos deslocávamos a um café, para conversar no intervalo entre compromissos, ela também divulgava a foto do local e tornava público, citando meu nome, que ela estava parando para um cafezinho na companhia de uma amiga. Nas vezes em que íamos juntas fazer caminhadas pela orla da cidade, Regina posava para uma foto e a publicava: "dia de lazer". Nos dias em que aconteciam casamentos

de clientes, logo pela manhã, Regina utilizava o *Facebook* para registrar o fato, sempre com a mesma imagem: um bebê de olhos azuis e a frase "hoje tem pérola casando. Será um sonho".



**Figura 58** Imagem publicada pela pesquisada em suas redes sociais para divulgar a realização dos casamentos de clientes.

A publicização dos eventos cotidianos enfatizava o movimento: para trabalho ou lazer, ela não estava em casa, mas fora, e *em atividade*. A ênfase nesse e em outros aspectos inserem a pesquisada em uma lógica de construção da subjetividade que se apoia na constante atividade, na construção de redes e no desenvolvimento de projetos. Movimentando-se em seu cotidiano profissional, Regina mobiliza lógicas de ação e um sistema de valores popularizados em uma literatura de gestão empresarial que recomenda aos profissionais manter-se em atividade, estabelecer contatos, cultivar relacionamentos. Ela se aproxima, na gestão de sua subjetividade, dos valores descritos pelo sociólogos Luc Boltanski e Eve Chiapello, como próprios do momento capitalista atual (BOLTANSKI e CHIAPELLO, 2009).

Para Boltanski, o capitalismo do final do século XX e início do século XXI se distingue daquele que vigorava na década de 1960, no chamado período industrial, quando atividade profissional e vida pessoal eram vividas de forma separada. Nesse "novo espírito do capitalismo", novos valores de referência se impõem. Trata-se de *uma lógica de ação, um aparato justificativo*, diferente da lógica industrial. Na análise de Boltanski e Chiapello, se

tem as características desse modelo enfatizadas, como em um tipo ideal weberiano (WEBER, 2001). Para os autores, no momento contemporâneo, indústrias e empresas multinacionais perdem o papel de eixos articuladores do capitalismo, para ceder esse lugar à ideia de *projeto*. Na lógica de ação assim desenvolvida, o plano de uma carreira hierárquica ascendente é substituído, como matriz ordenadora, pelos múltiplos e sucessivos engajamentos em projetos.

As pessoas não farão carreira, mas passarão de um projeto a outro, pois o sucesso em dado projeto lhes possibilitará acesso a outros projetos mais interessantes. Como cada projeto dá oportunidade de conhecer novas pessoas, há possibilidade de ser apreciado pelos outros e, assim, poder ser chamado para outro negócio. Cada projeto, diferente, novo e inovador por definição, apresenta-se como uma oportunidade de aprender e enriquecer competências que se tomam trunfos na busca de outros contratos (BOLTANSKI e CHIAPELLO, 2009, p. 125).

Os projetos podem ser entendidos, assim, como a condensação de uma rede de sujeitos que se articulam em torno de uma mesma realização. Em um mundo reticular, o sujeito não existe de forma isolada, mas representa um elo em uma cadeia de conexões. Nesse contexto, a capacidade de formar redes, assim como a facilidade de persuadir e entusiasmar os demais em torno da concretização de um projeto, tornam-se capacidades muito valorizadas. No vocabulário de Boltanski e Chiapello, um sujeito com tais características é considerado como dotado de *grandeza*. Nesse contexto, destaca-se como um "grande" o sujeito que não pensa em termos de um plano pessoal de longo prazo, mas demonstra flexibilidade para engajar-se e entusiasmar-se em uma sucessão de projetos, assim como capacidade de se comunicar e de inspirar confiança. Grande "é aquele que tem "jeito [...], essa habilidade de comportar-se em sociedade, ligar-se, agir de tal modo que obtenha aquilo que deseja" (BELLENGER, 1992, apud BOLTANSKI, 2009, p. 146).

O tipo ideal do "grande", proposto por Boltanski e Chiapello, corresponde a uma modalidade de produção da subjetividade que se aproxima àquela em que se engaja a minha pesquisada. Nesse sentido, importa, para Regina, não se deixar isolar, mas construir conexões, e não se deixar imobilizar, mas saber comunicar-se, não se prender a sistemas rígidos, mas ter adaptabilidade e "jogo de cintura". No cotidiano de Regina, perdem sentido as distinções rígidas entre trabalho e lazer, já que o que importa mesmo é manter-se ativa. A necessidade de



publicizar a participação em compromissos sociais se explica, assim, pelo capital simbólico associado à atividade, ao movimento. Regina sempre está envolvida em muitos projetos ao mesmo tempo, sejam os casamentos em preparação, a participação em projetos de outros profissionais de eventos, como as mostras e feiras de noivas, ou as "novas parcerias de trabalho" com fornecedores. O vocabulário do engajamento em projetos e parcerias engloba suas atividades.

Dada a centralidade assumida pela lógica de redes no trabalho de Regina, na empresa por ela chefiada, não faria sentido uma ordem hierárquica estrita ou o trato autoritário com os subordinados, mas se mostrava persuasiva a configuração de uma equipe marcada pela horizontalidade nas relações. Durante o trabalho de campo, um episódio em particular me permitiu vislumbrar a importância da horizontalidade das relações no trabalho de Regina, e vale a pena ser brevemente narrado por esse motivo. Vários meses após o falecimento do marido, Regina teve um rápido envolvimento romântico com um profissional da área de segurança. Ele nunca havia tido contato com o universo dos casamentos e, por isso, não dominava os códigos e agenciamentos próprios desse mercado. O fim do relacionamento foi precipitado por uma série de conflitos, parte deles explicados pela dificuldade do namorado em lidar com o trabalho da cerimonialista. Em uma das ocasiões, ela havia decidido "fazer uma experiência", convidando-o para trabalhar em um dos casamentos por ela organizados, como supervisor dos seguranças. Quando um dos profissionais se atrasou, ela flagrou a reação do namorado, no momento em que ele gritava, pelo telefone, com o contratado. Ela me disse depois que considerou o comportamento inadequado, excessivamente autoritário, e que teve medo que novas participações dele na equipe prejudicassem a sintonia do *time*.

Vigora, entre Regina e seus subordinados, a mesma ordem personalista, de incentivo às relações frente a frente e à confiança, que funciona para o trato com os clientes. O trato com a equipe incorpora uma lógica de horizontalidade em que a relação de mando não deixa de estar presente, mas é exercida de forma sutil. Regina gosta de afirmar, às equipes de *buffet*, que ela poderá ser solicitada para qualquer necessidade imediata, "até pra carregar caixa pesada, eu ajudo no que for preciso na hora". Ao mesmo tempo, as funcionárias demonstram

reconhecer sua autoridade, e tecem comentários entre si sobre as atitudes que podem desagradar a Regina. Elas demonstravam receio de ser desligadas da equipe, e me alertavam para cuidados necessários: "quando ajeito um véu de noiva, mesmo apressada, eu puxo muito devagar. Deus me defenda de soltar um penteado desses na hora da noiva entrar, eu vou demitida na mesma hora". "Ser demitida" significaria, para a funcionária, não o fim de uma relação de trabalho formalizada, mas perder acesso a algo mais próximo ao registro da "ajuda". Bruna, a assistente responsável por essa fala, era bem mais jovem que o restante da equipe. Estava com vinte e três anos, enquanto o restante das assistentes tinha acima de quarenta, mesma idade de Regina. Regina havia me contado que Bruna estava trabalhando com ela pela segunda vez. Na primeira, tinha apenas dezessete anos. Era esperta para o serviço, boa funcionária, mas "ainda tinha pouco juízo". Deixou o serviço porque engravidou do namorado. Dois anos depois, casada com outro rapaz, e dedicando-se à filha pequena, ela havia procurado Regina pedindo "uma força": "ela me procurou, querendo entrar de novo na equipe. O marido *é bom e sustenta a casa*, mas a Bruna tava sentindo falta de ter o dinheirinho dela", Regina me explicou, associando o papel de *bom marido* àquele de *bom provedor*. Com uma relação laboral não formalizada, as funcionárias se dedicam à equipe do cerimonial como um "bico" exercido nos finais de semana, uma ajuda bem vinda no orçamento pessoal e familiar. O convite para trabalhar, feito por Regina a cada casamento, era encarado pelas assistentes como uma dádiva a ser retribuída com lealdade. Entre as assistentes que estavam com Regina havia mais tempo, como Lu, a retribuição incluía, em algumas ocasiões, não receber o pagamento no mesmo dia da festa. Assim, quando Regina não dispunha da quantia necessária para pagar todas as funcionárias ao fim do evento, ela costumava pedir a Lu e Rosana para esperarem alguns dias, o que elas costumavam aceitar. Lu algumas vezes também substituíra Regina em provas finais de vestidos de noivas, para viabilizar que Regina fosse a outras reuniões. A retribuição de Regina vinha, entre outras ajudas, na forma de

divulgação, para as clientes da *Delicadeza*, das embalagens de doces confeccionadas artesanalmente por Lu.

Para as assistentes da *Delicadeza*, trabalhar com cerimonial é uma alternativa que lhes permite conciliar a criação dos filhos com as tarefas domésticas e, no caso de duas das seis assistentes, com a formação profissional. É interessante observar, a esse respeito, que as duas funcionárias da equipe que acumulavam o trabalho com o estudo se preparavam para trabalhar como enfermeira e auxiliar de enfermagem – funções relacionadas, também, a atividades de cuidado. Quando eu as indagava sobre as vantagens<sup>94</sup> que viam no trabalho com o cerimonial, elas apontavam a possibilidade de trabalhar apenas nas noites dos finais de semana, quando os filhos pequenos podiam ficar com os pais ou avós. Para nenhuma delas essa era a única fonte de renda, mas os ganhos não deixavam de corresponder a uma parcela importante do orçamento familiar. Bruna, a assistente citada acima, tinha 24 anos e era mãe de uma menina de três. Divorciada havia poucos meses, ela contava que, quando casada, utilizava o dinheiro da *Delicadeza* para seus gastos pessoais, pois o marido sustentava a casa. Agora, sua renda correspondia a uma pensão que recebia do ex-marido, e os ganhos com o cerimonial representavam mais da metade de seus ganhos mensais. Roberta, outra assistente, correspondia a um perfil diferente. Também separada, tinha 45 anos e três filhos. Ela recebia pensão do ex-marido e utilizava os ganhos obtidos no trabalho dos finais de semana para o lazer dela e dos filhos: "o que eu ganho aqui no sábado, eu almoço com meus filhos no domingo. Vamos a um restaurante e então eu não vou pra cozinha". Lu, de 50 anos, estava recém-casada com o segundo marido – de quem veio a se separar logo após o término de meu trabalho de campo. Tem três filhos adultos, dois financeiramente independentes e um deles internado em uma clínica, em tratamento por dependência química. Para complementar a renda familiar e custear o tratamento do filho, ela se desdobrava entre o cerimonial, nas tardes e noites dos finais de semana, o trabalho durante a semana em uma casa de festas, da qual era "gerente de *buffet*", e a fabricação de formas para doces, conhecidas como *caixetas*, nas horas vagas. Sempre que possível, Regina a indicava aos clientes que a procuravam para algum

---

<sup>94</sup> As desvantagens, como o cansaço e o desgaste físico, eram mencionadas durante o evento, em comentários que trocávamos ao longo do trabalho.

trabalho menor, como pequenos eventos sociais noturnos, em dias de semana. Dada a carga de trabalho excessiva, ela costumava estar nos eventos visivelmente cansada. Pelo grau de dificuldade envolvido na atividade, Lu uma vez me disse que "uma mulher que trabalha com casamentos é capaz de mamar em uma onça". A frase remetia à exigência de que as assistentes tivessem capacidade de lidar com situações imprevistas, e de manter a si e aos demais emocionalmente controlados durante eventos que podiam concentrar muita tensão. De fato, mais que o serviço diretamente ligado ao evento, davam trabalho, nos casamentos, os contratempos impostos por atitudes imprevistas dos clientes e seus convidados. As funcionárias se queixavam, com razão, de ter que lidar com o assédio de convidados bêbados, e com pedidos inapropriados de outros: "querida, fique na rua e dê uma olhadinha no meu carro". Como *cortar* esse tipo de interpelação, sem entrar em discussões que atrapalhariam o evento, era tema constante das conversas nos intervalos.

No orgulho que demonstra por sua esperteza, a fala de Lu lembra a ideia de "valentia feminina", corrente entre as classes populares brasileiras (FONSECA, 2000, p.68). Distante dos ideais de passividade feminina, o discurso de Lu mobiliza valores segundo os quais a mulher admirável é aquela atuante, capaz de resolver os problemas conforme esses se apresentam. "Sou *militante*! Eu sou aquela mulher que toma a frente em tudo: num evento, na minha casa, em tudo", me dizia Regina. O *ethos* "valente" das camadas populares, incorporado por Regina e suas assistentes, desse modo, era mobilizado para o desempenho do trabalho na equipe de cerimonial, mas também era reforçado por essa atividade.

A identificação das funcionárias com Regina se justificava também pelo pertencimento religioso comum. Embora de denominações diferentes, todas frequentavam igrejas evangélicas neopentecostais da cidade. Nenhuma declarava um pertencimento fixo a uma denominação específica. A própria Regina, que vivia uma fase de conversão recente a uma igreja local, declarou-me mais de uma vez que "não tinha ilusões", e mudaria de confissão religiosa a qualquer momento, se parasse de se sentir bem com algum aspecto da religião. Algumas vezes, Regina fazia breves trânsitos religiosos, em que assistia a cultos nas igrejas frequentadas por suas funcionárias. Assim como seu

cotidiano profissional, a participação de Regina em uma denominação religiosa parecia estar regida por uma lógica de engajamento em *projetos*, mais que por um sentido perene de conversão e adesão a uma confissão religiosa específica. Da mesma forma que suas empreitadas profissionais, sua participação na igreja era pensada como algo a ser levado adiante enquanto fizesse sentido para ela. Regina estendia, assim, para todas as áreas de sua vida, uma lógica regida pelo engajamento em projetos.

O trabalho na equipe de cerimonial de Regina, em suma, reunia mulheres de camadas populares, evangélicas, na maioria solteiras ou divorciadas, que eram mães e chefes de família. Ainda que engajadas em um trabalho precarizado, recebendo uma remuneração baixa para as longas horas de trabalho noturno, elas viviam a participação na equipe como uma dádiva de Regina, a quem deviam gratidão. O trabalho na equipe era, para elas, o meio que lhes possibilitava complementar o orçamento familiar, sem que precisassem deixar de cuidar, durante o dia, dos filhos pequenos e dos doentes de suas famílias – o que seria inviável se mantivessem empregos diurnos formais.

Não se estabelecem, entre Regina e suas assistentes, vínculos de trabalho formal, mas sim de reciprocidade e ajuda mútua. Isso explica a longa permanência das funcionárias, algo diferente do que acontece, por exemplo, com a equipe de Clara. No caso da cerimonialista de Porto Alegre, o grupo era caracterizado por maior rotatividade: “elas ficam comigo um tempinho e logo vão se dedicar às suas carreiras”. As assistentes de Clara eram universitárias, que residiam com os pais e encaravam o trabalho em casamentos como um serviço temporário, cujos ganhos eram utilizados para gastos pessoais. As funcionárias de Regina, ao contrário, obtinham nos eventos parte considerável da renda familiar. A diferença no perfil das funcionárias é, portanto, de classe social. Na equipe de Regina, as assistentes levavam para o grupo lógicas de ajuda mútua próprias das classes populares brasileiras. Elas formavam, assim, redes afetivas nas quais as mulheres tem centralidade, uma estratégia bastante comum entre as famílias urbanas de baixa renda no Brasil (FONSECA, 2000).

#### 4.1.1. “Glamour” e outros capitais

No episódio do namorado novo de Regina, obedecendo à lógica de certa personalidade e horizontalidade nas relações entre a chefe e a equipe, duas das funcionárias se sentiram à vontade para aconselhar a cerimonialista de que o novo namorado poderia estar se aproximando dela com interesses outros, que não o afetivo. Quando me contou isso, Regina usou a frase "tenho medo de que algumas pessoas queiram somente aquilo que tenho, e não aquilo que sou", e me perguntou se eu era capaz de perceber más intenções nas pessoas ao redor. Na ocasião, eu optei por não opinar, até que, dias depois, ela revelou ser o namorado o objeto da sua desconfiança. Eu perguntei a ela, então, se o novo namorado entendia que ela vivia um momento de dificuldade financeira, o que ela confirmou.

Somente depois se tornou claro para mim que, para além de liquidez financeira, o capital possuído por Regina, e passível de despertar cobiça, era a *rede* de contatos que ela mobilizava em torno de si, em função da multiplicidade de projetos por ela capitaneados. Fazia sentido, assim, que a proximidade com Regina, sob a forma de "parceria", mas também de amizade ou mesmo de laço romântico, pudesse ser ambicionada como meio de ter acesso a engajamento em futuros projetos e indicações de clientes. Com a mistura de vida privada e profissional, Regina eventualmente sentia o peso de conviver com a desconfiança com relação às motivações daqueles que dela se aproximavam. Em outras palavras, eram alvo de cobiça as possibilidades de reconversão, do capital simbólico por ela detido, em capital financeiro.

Observar Regina em seu cotidiano entre os eventos e a família, naquele momento de desorganização de sua vida financeira, muitas vezes me trazia à lembrança a imagem da Cinderela. Assim como a princesa do conto, a minha pesquisada deixava o suntuoso baile e voltava à realidade marcada por dificuldades. No apartamento alugado, em um bairro periférico de Fortaleza, Regina administrava a escassez. Para atender aos clientes, ela possuía duas taças "mais chiques", para oferecer-lhes água, enquanto ela mesma bebia em um copo de vidro mais simples, e ria-se da situação: "Sou uma pessoa pública. Vivo esse mundo de glamour, mas a minha realidade não é essa". Ao ser convidada, por amigos, a conhecer um

forró em um bairro da periferia, ela se recusou. Depois, ela me explicaria: “já imaginou, Regina Cerimonialista *ser vista* naquelas áreas? Não posso, não!”.

"Viver um mundo de glamour" era algo que Regina interpretava como um dever de ofício: circular por cafés e restaurantes de bairros de elite da cidade, fazer visitas sociais a parceiros comerciais. Quando trocava impressões com amigas sobre esse aspecto de sua profissão, Regina enfatizava o caráter ilusório do "glamour": "é um mundo de aparências". Nas conversas com uma de suas amigas, que também era cerimonialista, se repetia o tema da desconfiança quanto à autenticidade das relações. As amigas faziam conjecturas sobre os reais interesses das pessoas que delas se aproximavam, assim como sobre o que era ou não "apenas fachada", naquilo que divulgavam seus colegas do mercado. Seriam mesmo tão bem sucedidos e felizes quanto celebravam nas redes sociais? Assim, não me surpreendeu quando, em seu aniversário, Regina usou o *Facebook* para mandar o recado, depois de agradecer algumas centenas de felicitações: "fico feliz, mas não me iludo, conto meus amigos verdadeiros nos dedos das mãos".

A partir de sua inserção no mercado dos casamentos, Regina circulava em um meio no qual projetar uma imagem de sucesso era uma estratégia acionada por muitos. Seu próprio discurso sobre sua situação econômica deslizava entre imagens de êxito e fracasso, abundância e escassez. Inicialmente, tive uma impressão equivocada a respeito dessa forma ambígua de minha interlocutora representar a si mesma. Observando-a, e também a outras cerimonialistas e agentes do mercado de casamento de modo geral, eu suspeitava de início que as atitudes nesse meio eram norteadas simplesmente por uma dubiedade consciente. Eu presumia que a maioria projetava uma imagem de poder para potenciais clientes e parceiros comerciais, enquanto aos íntimos se revelava a realidade econômica muitas vezes desfavorável. Com o tempo, conforme me aproximava de Regina, e de outros agentes do mercado, por seu intermédio, constatei que operava, nesse meio, uma noção de *riqueza* muito peculiar, menos ligada à ideia de patrimônio e mais relacionada com o acesso a serviços, à circulação em locais, ao contato com indivíduos de elites econômicas. De fato, em uma das primeiras visitas que fiz à casa da mãe de Regina, se confirmou minha suposição de que se

projetava uma imagem de riqueza a “desconhecidos”. Ao nos servir café, sua mãe preocupou-se em buscar uma bandeja para fazê-lo, provavelmente me confundindo com uma cliente da cerimonialista. Regina foi rápida em dispensar a mãe da formalidade, dizendo-lhe: “com ela aqui não tem necessidade de dourar a pílula, viu?”. Por outro lado, à medida que nos tornávamos mais próximas, Regina ainda me falava, de modo vago, sobre “tudo o que essa profissão me permitiu conquistar”, ou “tudo o que hoje eu possuo”. Tal atitude evidenciava que estava em jogo uma lógica que ia para além de uma representação dupla proposital. As declarações me pareciam contraditórias, até que compreendi que minha pesquisada operava uma noção de riqueza mais ligada ao *uso* que à posse de bens. Como outras cerimonialistas de projeção da cidade, ela recebia presentes de fornecedores do mercado em datas comemorativas, era convidada a se arrumar nos melhores salões de beleza da cidade e eventualmente recebia serviços em ateliês de vestidos, por exemplo. Interessava, aos donos desses estabelecimentos, a divulgação proporcionada por Regina, que costumava publicar agradecimentos pelos presentes em seus perfis de redes sociais, acessados por elevado número de noivas.

#### 4.2. Teoria e prática

No trabalho da cerimonialista, verifica-se uma correlação entre capital social e capital de informação, um capital formado por representações que são locais e específicas, ao invés de globalizadas ou generalizadas. As representações úteis são sobretudo as locais, circunstanciais, "ligadas a um modo de conhecimento ligado à experiência pessoal" (BOLTANSKI e CHIAPELLO, 2009, p. 145). Nesse sentido, ouvi, durante a palestra de uma profissional de eventos, realizada em 2015, em Porto Alegre, que a publicação de técnicas de organização não representava uma ameaça à reserva de mercado dos cerimonialistas. Orientações passo a passo de como fazer um casamento, para essa palestrante, não substituíam o conhecimento prático da cerimonialista:

Se uma organização de eventos se baseasse num *checklist*, seria fácil, né? *Checklist* não anda, não respira, não erra, ele não tropeça, ele não acaba a luz, o gerador não pifa. O *checklist* é simplesmente um *checklist*. Agora, como dar vida a esse *checklist*?



Assim, quando Regina passa pelo seu período de formação, no início da carreira como cerimonialista, ela o faz entrando em contato com profissionais de cada um dos segmentos da área de eventos, marcando reuniões e desenvolvendo uma experiência pessoal com cada um. Ela intuía, então, que conhecimento necessário ao exercício de sua nova função não era de um tipo ao qual ela teria acesso fazendo um curso ou lendo publicações. Isso porque o capital de informação, nessa atividade, está predominantemente ligado à experiência.

Um contraponto interessante à história de Regina é encontrado na trajetória de Talita, uma cerimonialista de Fortaleza, que estava completando um ano no mercado quando a entrevistei, no início do ano de 2016. Diferentemente de Regina, ela havia se decidido pelo trabalho com organização de casamentos depois de concluir um curso universitário. Talita era graduada em publicidade, e aplicava os conhecimentos obtidos na faculdade, sobre construção de marcas e adequação a um público alvo, à sua própria empresa. A formação universitária influenciou a forma como Talita inicialmente buscou se aproximar do ofício de organizar casamentos. Talita iniciou sua preparação profissional a partir de uma formação técnica, se inscrevendo em cursos profissionalizantes que podiam ajudá-la e lendo livros e revistas sobre o assunto. Apenas depois dessa incursão teórica, decidiu acompanhar uma equipe de cerimonial, oferecendo mão de obra gratuita, como forma de aprender o trabalho. Em um caminho diferente de Regina, que centralizou a aprendizagem do ofício na prática cotidiana, ela chegou a conclusões semelhantes sobre a centralidade do “cuidado” nesse trabalho. Com a profissional cujo trabalho acompanhou, Talita conta que aprendeu lições sobre esse aspecto:

Ela tinha muitas dicas, assim: “dê atenção pra família”. Ela sempre tinha esse cuidado, de deixar uma pessoa responsável pelas famílias dos noivos, os pais, os irmãos. [...] Eles são o centro da festa, eles são o centro das atenções, então a gente tem que estar disponível pra eles. Por exemplo: a mãe da noiva é uma senhora de idade, tem dificuldade de locomoção? Liberou o jantar, vai lá e pergunta se ela quer que você faça o prato dela e tudo.

Talita reiterava, assim, a ideia que ouvi de outras cerimonialistas, sobre a função de cuidado das pessoas convidadas aos eventos, assumida por estas profissionais. Em alguns casos, as profissionais enfatizavam sua disposição ilimitada para o cuidado como um

diferencial diante de um mercado competitivo. Em uma palestra para cerimonialistas realizada em 2013, em Fortaleza, uma profissional de São Paulo contava sobre um evento em que se dispôs a levar a avó da noiva, bastante idosa e que estava “esquecida em um cantinho”, para se alimentar e ir ao banheiro. “Nós levamos ao banheiro. Nós limpamos a vovozinha. É nossa obrigação? O que é nossa obrigação? Esse monte de coisa a gente não consegue prever”, ela concluía, admitindo um amplo espectro de tarefas passíveis de serem consideradas atribuições do cerimonial. Em outro momento, ouvi de uma cerimonialista que, se o local escolhido para o evento tinha mosquitos, providenciar repelente para os convidados era, também, obrigação do cerimonial. Em campo, eu mesma pude constatar que existia, por parte dos convidados, a expectativa de que o cerimonial cuidasse de todos os presentes, em todas as necessidades que surgissem ao longo do evento. Assim, com acesso aos malotes de materiais que a equipe levava prevendo imprevistos, eu era solicitada para fixar penteados, distrair crianças que atrapalhavam o trabalho das equipes de fotografia, providenciar carregadores de celulares. Em um dos casamentos, fui chamada pelo noivo para esconder algumas espinhas em seu rosto com maquiagem, antes que ele entrasse na igreja, o que fiz utilizando os produtos que havia levado para me arrumar para o evento.

### 4.3. Redes de cerimonialistas

Os diferentes percursos de formação, descritos acima por Regina e de Talita, representam estratégias de ingresso em uma profissão relativamente nova. Trata-se de uma profissão que ainda não é regulamentada por lei, o que significa que não se exige um diploma para seu exercício<sup>95</sup>. A própria denominação dada ao profissional que organiza eventos não é

---

<sup>95</sup> A possibilidade de que fosse exigido o diploma de um curso superior específico, para o exercício da profissão de *cerimonialista* no Brasil, estava em discussão no Congresso Nacional até o momento da finalização desta tese. Desde 2002 tramitaram, na Câmara dos Deputados, três projetos de lei visando à regulamentação da profissão, dos quais dois foram arquivados. O terceiro deles, o projeto de lei 5425/2009, de autoria do deputado federal Arnaldo Faria de Sá (PTB/SP), seguia em discussão. O projeto, no entanto, não trata o *cerimonialista* como um *organizador de eventos* sociais e institucionais, mas sim como o agente que detém “a responsabilidade técnica por eventos de cerimônia e solenidades”. A definição deixa de abranger, assim, grande parte das atividades que as pesquisadas desta tese desempenham em seus cotidianos profissionais.

objeto de consenso. Os profissionais se autodenominam utilizando termos diversos, de acordo com o que consideram mais pertinente ou em conformidade com o uso corrente em suas respectivas regiões<sup>96</sup>.

Embora recuperar as origens do trabalho de cerimonialistas no Brasil seja algo fora do escopo desta tese, é seguro afirmar que se trata de uma profissão que se conheceu grande popularização nas últimas duas décadas. Entre as interlocutoras desta tese, as cerimonialistas que exerciam a função por um período mais longo que 20 anos se autoidentificavam como pioneiras na atividade, em seus respectivos estados. Nas palestras de cerimonialistas, às quais assisti enquanto realizava esta pesquisa, as profissionais mais experientes também eram unânimes em apontar a complexificação das atividades a serem desempenhadas na organização de eventos, ao longo das últimas décadas.

Nesse contexto, os profissionais responsáveis pela organização de casamentos se veem diante de desafios referentes à consolidação de um campo profissional marcado por um habitus específico (BOURDIEU, 2007). Enquanto desenvolvia o trabalho de campo para a escrita desta tese, constatei que se formavam, em vários estados do país, algumas associações de cerimonialistas, que visavam, por diferentes estratégias, garantir alguma forma de representatividade coletiva para a categoria. De modo geral, tais entidades mobilizavam o discurso de que a profissão estaria sendo *invadida* por um grande número de novatos, leigos dos quais os cerimonialistas com mais tempo de mercado procuravam se diferenciar. Nesta sessão, pretendo tecer algumas breves considerações sobre essas redes de cerimonialistas.

Dentre as entidades que reúnem profissionais do setor de eventos sociais, a mais conhecida nacionalmente é a Associação Brasileira de Eventos Sociais - Abrafesta. Fundado em 2009, e sediado em São Paulo, é o único grupo do setor que se propõe a reunir associados

---

<sup>96</sup> Em novembro de 2016, a Associação Brasileira de Eventos Sociais (Abrafesta) apresentou uma versão revisada de seu Manual de Boas Práticas, originalmente publicado em 2012, voltado aos profissionais do mercado de eventos. No documento original, a entidade usava de forma intercambiável os termos “cerimonialista”, “organizador de eventos” e “assessor”. Com a revisão, a Associação passou a recomendar, aos profissionais que se dedicam a organizar eventos, que se identificassem pela terminologia “organizador de eventos”. A Associação divulgou que “acredita que ter uma única terminologia [...] reforça e dá mais reconhecimento a essa categoria de profissionais e empreendedores” (ABRAFESTA, 2016).

em todo o país. Diante da não-regulamentação da profissão e da dispersão da categoria em uma profissão de exercício livre, a Associação exerce um papel de construção de uma unidade discursiva. Para tanto, desenvolve iniciativas como a elaboração de um manual de boas práticas, a realização de palestras e a publicação periódica de comunicados voltados aos profissionais, além da presença na mídia como interlocutora representativa do mercado de eventos.

No mesmo período, outras associações, com alcance regional, foram organizadas por profissionais do setor. É o caso de entidades como o Clube de Assessores de Eventos Sociais (CAES), fundado em 2009, com base no município de Santos, em São Paulo. Entrevistada para esta tese em março de 2014, a fundadora, a organizadora de eventos Andreza Novais, declarava o objetivo de expandir as atividades da entidade. Ela afirmava que estavam sendo formados pequenos núcleos regionais e, a partir disso, promoviam-se eventos voltados para os profissionais do setor em cidades como Belo Horizonte, Florianópolis, Vitória e Santos. Além de reuniões periódicas, a entidade promove anualmente o evento "Wedding Planner Brasil", de caráter formativo. No site do grupo, o texto de apresentação divulgado enfatiza que o Clube *não é uma associação*, mas uma *rede de profissionais* visando ao compartilhamento de informações<sup>97</sup>. No Brasil, as associações são reguladas pela Lei nº 10.406/2002, em seu artigo 53, que as definem como “união de pessoas que se organizem para fins não econômicos”. A nomenclatura *rede de profissionais*, assim, se revela mais adequada para descrever a entidade criada em Santos, voltada para trocas de contatos profissionais e promoção de seminários de formação.

A mesma ideia de formação de uma *rede de profissionais* está presente na entidade denominada "Assessores de Eventos de Minas Gerais", criada no final de 2013. De acordo com a fundadora, a organizadora de casamentos Renata Lima, se trata de "um grupo informal, que não é uma associação, nem um sindicato. Um grupo criado para a troca de ideias entre os profissionais"<sup>98</sup>. A cerimonialista explica que a entidade foi criada diante de um contexto em

---

<sup>97</sup> Site do Clube de Assessores em Eventos Sociais: <http://www.clubedeassessores.com.br/>.

<sup>98</sup> Em março de 2014 entrevistei as cerimonialistas Renata Lima, de Minas Gerais, e Andressa Novais, de São Paulo, a respeito da fundação, respectivamente, do grupo Assessores de Eventos de Minas Gerais e do Clube de

que o crescimento do mercado atraía leigos: "são pessoas que pensam: 'eu me casei, achei bacana organizar meu casamento, então posso montar uma assessoria', e agem no amadorismo".

No Rio Grande do Sul foi criada, em 2011, a Associação Gaúcha de Profissionais de Eventos (Agepes), aberta a empresas de todos os segmentos relacionados à organização de eventos sociais. Assim como outras entidades de cerimonialistas, o grupo surgia com o objetivo de estabelecer distinções claras entre profissionais e amadores. Desse modo, em um anúncio publicado pela Agepes em um jornal de grande circulação em Porto Alegre, sugeria-se ao público: "Faça seu evento com qualidade e segurança: contrate empresas e profissionais associados à Agepes"<sup>99</sup>.

Em Fortaleza, enquanto estava inserida na equipe da Delicadeza, acompanhei quando Regina se engajou na criação de um grupo local de cerimonialistas. Ao longo do ano de 2016, oito profissionais, entre as quais ela se incluía, passaram a se reunir para discutir sobre a criação da entidade. Regina se interessava e procurava participar de todas as atividades, mas ao mesmo tempo se preocupava com o tempo que o engajamento em mais um *projeto* exigiria. Ao final do ano, então, ela desistiu da atuação na diretoria, e anunciou às colegas que iria integrar o grupo como sócia, assim que essa modalidade de participação fosse disponibilizada. As assessoras organizavam esporadicamente materiais para divulgação da existência do grupo nas redes sociais. Os conteúdos defendiam pautas de interesse das assessoras. As mesmas se preocupavam com a entrada, no mercado, de assessoras que ofereciam serviços a preços muito inferiores aos das profissionais já estabelecidas. Ao longo de minha observação, o grupo não chegou a formalizar ou divulgar amplamente sua existência no mercado. Sua atuação se restringia a reuniões de trocas de informações e contatos entre profissionais, e à divulgação, em redes sociais, de conteúdos voltados para noivas. Em breves textos, as integrantes do grupo construía distinções entre as *profissionais* – identificadas

---

Assessores de Eventos Sociais (CAES). Os contatos telefônicos das interlocutoras foram obtidos nos sites dos grupos por elas fundados. Como a criação de entidades representativas se trata de um assunto público, opto por designar essas duas entrevistadas por seus nomes reais. Caso diferente ocorre com as profissionais entrevistadas sobre questões privadas de seus cotidianos profissionais, às quais decidi atribuir nomes fictícios.

<sup>99</sup> Anúncio veiculado no Caderno Noivas - Guia de Serviços, do Jornal Zero Hora, edição de maio de 2014.

como aquelas com algum tempo de atuação no mercado, e as *leigas* – as cerimonialistas inexperientes, associadas ao perigo de erros e problemas nos eventos.



**RESPONSABILIDADE:**  
*Cerimonial com responsabilidade não vende ilusão, vende realidade!!!  
Cuidado com quem você contrata.*

*Aquele casamento, de véu, grinalda, igreja, padrinhos, daminhas, flores, bolos... ahhhh, sempre é o grande sonho da maioria das mulheres; Após o pedido de casamento começam os conflitos; O que fazer? Como fazer? Por onde começar? Quanto terei que gastar? E outros... outros...*

*Depositar a expectativa de seus sonhos nas mãos de profissionais errados poderá transformá-lo em um verdadeiro pesadelo. Acreditar que qualquer um poderá ser condutor de um projeto tão detalhista e complexo é o início de um erro que poderá ser eternizado em suas lembranças.*

*Um profissional na área de assessoria e cerimonial de eventos tem o papel de conduzir, da melhor e mais leve maneira possível todo o projeto relacionado ao seu evento. Há um ditado que diz: "um bom profissional, por si só, se paga", por isso, a contratação de um profissional sem experiência poderá, além de não conduzi-lo a profissionais de qualidade, pôr em risco todo o bom andamento de seu grande dia.*

*Não deposite a confiança do projeto dos seus sonhos em pequenos valores, e sim em grandes profissionais, com experiências, resultados positivos comprovados, e que faça do grande dia de sua vida, um sonho eternizado, para toda sua vida e gerações, filhos, netos e bisnetos! Diga não a um possível pesadelo. Tenha bons sonhos, antes, durante sua festa, e grandes lembranças por toda sua vida!*

*Diga não ao profissional de evento sem experiência, desqualificado e que queira fazer de seu evento uma escola de aprendizado!!!*

CCC - Cerimonialistas - CE

**Figura 59** Em Fortaleza, uma associação de cerimonialistas divulga conteúdos alertando às clientes sobre os *perigos* associados a profissionais inexperientes<sup>100</sup>. Material divulgado nas redes sociais de Regina.

<sup>100</sup> No material divulgado pelo grupo de cerimonialistas, lê-se: "Aquele casamento, de véu, grinalda, igreja, padrinhos, daminhas, flores, bolos... ohhhh, sempre é o grande sonho da maioria das mulheres. Após o pedido de casamento começam os conflitos. O que fazer? Como fazer? Por onde começar? Quanto terei que gastar? E outros... outros... Depositar a expectativa de seus sonhos nas mãos de profissionais errados poderá transformá-lo em um verdadeiro pesadelo. Acreditar que qualquer um poderá ser condutor de um projeto tão detalhista e complexo é o início de um erro que poderá ser eternizado em suas lembranças. Um profissional na área de assessoria e cerimonial de eventos tem o papel de conduzir, da melhor forma e mais leve maneira possível todo o projeto relacionado ao seu evento. Há um ditado que diz: 'um bom profissional, por si só, se paga', por isso, a contratação de um profissional sem experiência poderá, além de não conduzi-lo a profissionais de qualidade, pôr em risco todo o bom andamento de seu grande dia. Não deposite a confiança do projeto dos seus sonhos em pequenos valores, e sim em grandes profissionais, com experiências, resultados positivos comprovados, e que faça do grande dia de sua vida, um sonho eternizado, para toda sua vida e gerações, filhos, netos e bisnetos! Diga não a um possível pesadelo. Tenha bons sonhos, antes, durante sua festa, e grandes lembranças por toda sua

Com exceção das associações, como a Abrafesta e a Agepes, os *grupos de cerimonialistas* aqui citados se caracterizam tanto pela informalidade como pela estruturação em redes. É interessante observar que tais especificidades reproduzem as características do campo no qual as cerimonialistas estão inseridas, um mercado no qual a grandeza pessoal é mensurada pela capacidade de manter-se em movimento, em contato com uma multiplicidade de agentes e projetos. No próximo tópico deste capítulo, pretendo tratar sobre a centralidade da formação de redes no trabalho das cerimonialistas, a partir da mediação entre noivas e fornecedores exercida por essas profissionais.

#### **4.4. Redes abertas, redes fechadas**

Em seu trabalho como cerimonialista, Regina opta por uma forma de organização em que a contratação dos fornecedores não é feita diretamente por ela, mas pelos próprios clientes. Existe, ela explica, uma outra modalidade para o estabelecimento dessa relação, em que o próprio profissional administra o montante total da verba destinada ao evento. Nesses casos, os clientes depositam o valor disponível para a realização do evento em uma conta-corrente indicada pelo profissional, que se responsabiliza pela contratação de cada um dos profissionais envolvidos. Essa é uma prática pouco frequente no mercado de eventos sociais, e à qual Regina associa o perigo da desonestidade: "confiar nisso é ingenuidade". Assim, um dia, ela me procurou para contar um "babado fortíssimo", uma fofoca que corria o mercado de eventos de Fortaleza naquela semana. Um organizador de eventos havia coletado a verba de algumas clientes e "sumido do mapa" após embolsar o dinheiro. "Dinheiro na mão, minha querida, é vendaval", concluiu Regina quando me contou a história. Ela reafirmou, então, sua opção: "é por isso que eu não faço assim. Faço questão que minha cliente feche com os fornecedores ela mesma".

---

vida! Diga não ao profissional de evento sem experiência, desqualificado e que queira fazer de seu evento uma escola de aprendizado!!!".

A forma de mediação entre os clientes e fornecedores pela qual optou Regina é a modalidade mais comum, correspondente ao *modus operandi* utilizado por todas as outras cerimonialistas com as quais conversei em visitas a eventos do mercado. Nessa forma de operar, a cerimonialista é responsável por fornecer, ao cliente, indicações de prestadores de serviços que se ajustem aos desejos e ao orçamento do interessado. As indicações se tornam, nesse processo, uma importante moeda de troca da cerimonialista com os fornecedores, constituindo um de seus principais serviços prestados e um dos mecanismos pelos quais se consolida sua rede.

Quando contratam uma cerimonialista, as noivas estão normalmente interessadas nas indicações que a profissional pode oferecer. Para as clientes, saber que o fornecedor é da confiança da cerimonialista escolhida é uma forma de driblar a incerteza que paira sobre as transações em um mercado com o qual elas não tem familiaridade. A organização de um grande casamento, assim como a compra de um imóvel, é algo que mobiliza um capital considerável e que não se faz com frequência. Para quem organiza um único evento ao longo da vida, não existe a oportunidade para que o tempo e a continuidade das relações deem margem à construção do sentimento de confiança com cada um dos contratados. As noivas se queixam, assim, do medo constante de serem enganadas por fornecedores, quer pela prática de preços abusivos, quer pela prestação de serviços de qualidade inferior ao esperado. Por esse motivo, assim como os corretores de imóveis, as cerimonialistas são contratadas para desempenhar, também, a função de "agentes de confiança" para facilitar a incursão em um mercado pouco conhecido.

Ao contrário das noivas, que em sua maioria lidam com um evento do tipo pela primeira vez, as cerimonialistas estão inseridas em relações de longo prazo com prestadores de serviços do mercado. Como em outros tipos de mercados que envolvem relações de longo prazo entre contratantes e prestadores de serviços, são favorecidos, assim, padrões de comportamento que afastam a necessidade de autoridade para desencorajar a má-fé (GRANOVETTER, 2009, p. 19). Assim como outros cerimonialistas, Regina é capaz de identificar, para cada um dos tipos de serviços considerados necessários à realização de um



casamento, um número limitado de prestadores de sua confiança. Assim, quando uma noiva contrata Regina, ela recebe, junto com o contrato, uma lista com os fornecedores nos quais ela confia, formada por até seis empresas de cada segmento do mercado.

Em uma empresa de realização de casamentos como a de Regina, a estrutura organizacional se aproxima da estrutura das "quase firmas" descritas por Robert Eccles (ECCLES, 1981). Pesquisando empresas do ramo de construção civil, Eccles descobriu que "as relações entre o empreiteiro geral e seus prestadores de serviço são estáveis e contínuas em períodos relativamente longos de tempo, e só raramente estabelecidas por meio de licitações competitivas" (ECCLES, 1981, p. 339, apud GRANOVETTER, 2007, p. 19). Situação muito semelhante àquela descrita por Eccles é verificada no contexto do mercado de casamentos. Trabalhando por projetos - representados por cada boda realizada - e sem vínculo formal, os sujeitos formam redes de relacionamento bastante duradouras, regidas pelo sentimento de confiança e pelo investimento em "aprender a trabalhar juntos". Com frequência, a cada organizadora de casamentos corresponde uma rede de fornecedores mais ou menos fechada, formada por aqueles prestadores de serviço com os quais ela está habituada a trabalhar e nos quais, por esse histórico, ela sabe que pode confiar.

Em comum com o universo por mim estudado, está a formação de redes de relacionamentos articulados nas transações de mercado, assim como a utilização extensiva de subcontratação. As relações de trabalho entre a cerimonialista e seus contratados são informais. Tanto para os membros do "time" da empresa, como para os prestadores de serviços, a relação de trabalho com a cerimonialista não é formalizada por nenhum instrumento legal. Isso não impede, contudo, que sejam construídos relacionamentos duradouros e abrangentes.

No mercado de casamentos, a organização reticular é a base para os relacionamentos entre os diferentes agentes. As cerimonialistas atuam como mediadoras de cadeias de fornecedores, redes que podem se estruturar de diferentes formas a partir de cada profissional em particular. Em uma tentativa de classificação, seria razoável distinguir entre os profissionais que trabalham com redes mais abertas ou mais fechadas. Regina, por exemplo,

pode ser identificada como uma profissional de rede aberta. Ela trata *sua lista* de profissionais indicados como sugestões, e não determinações à noiva, e não se nega a trabalhar com os profissionais que a cliente decidir contratar. Ela indaga à cliente, contudo, quanto às referências recebidas sobre o profissional, e procura sondar informações sobre a qualidade do trabalho realizado, quando é alguém que ainda não conhece. Em apenas um caso a vi dizendo às noivas que não contratassem um serviço: tratava-se de uma casa de festas que vinha apresentando problemas de estrutura que estavam atrapalhando o andamento dos eventos.

Em Porto Alegre, uma das interlocutoras com as quais conversei em feiras de casamentos alertava às visitantes de seu *stand*: "cuidado com as cerimonialistas que *fecham* a lista de indicações e se negam a trabalhar com os fornecedores que você indica fora da lista". À noiva que eu acompanhava na visita à feira, essa cerimonialista explicou sobre as práticas de comissionamento, desconhecidas das clientes, que costumavam estar por trás desse tipo de restrição. Em outra ocasião, em uma palestra para noivas em 2014, também em Porto Alegre, eu já havia ouvido um alerta sobre as práticas de pagamento de comissões, conhecidas como "BV", sigla para "bônus de vendas". O termo, emprestado do mercado de revenda de automóveis, designava um tipo de acordo em que o prestador de serviço acrescenta, ao preço final cobrado à noiva, sem que ela saiba, uma comissão por indicação a ser embolsada pela cerimonialista. Denunciando o comportamento *antirredes* de outros, essa cerimonialista justificava o preço por ela cobrado, muito superior à média de mercado local. Ela sugeria que a maioria dos profissionais locais trabalhavam com essa prática e que ela, ao contrário, "não tinha rabo preso com ninguém".

Como explicado, este ganho "extra", gerado pelas comissões cobradas dos fornecedores que a assessora indicará aos noivos, não é informado antecipadamente, e de maneira clara, ao casal. A respeito dessa prática de parte dos profissionais do mercado de casamentos, uma cerimonialista de São Paulo publicou em seu blog um texto esclarecedor, que transcrevo parcialmente abaixo:

### BV no mercado de Assessoria de Casamentos

É muito comum algumas assessoras cobrarem dos noivos um valor de honorários mais baixo do que o mercado pratica, e se compensarem, financeiramente, das comissões que pedirão aos fornecedores que elas indicarem, sem o conhecimento dos noivos.

Obviamente é uma forma danosa de concorrência, além de ser uma prática que inflaciona muito os preços dos demais serviços, pois nem todos os fornecedores conseguem bancar, do próprio bolso, o custo dessas comissões, e acabam repassando tal valor aos clientes, que sem saber, pagarão mais caro por esses serviços.

Além disso, forma-se um círculo vicioso e de interesse financeiro entre assessoras e fornecedores, que afeta todo o mercado e que pode resultar em uma relação que atende mais ao interesse dos contratados, do que ao interesse dos noivos contratantes<sup>101</sup>.

No mesmo ano, em uma feira em que acompanhei uma cerimonialista em seu *stand*, presenciei ainda o momento em que, durante uma troca de cartões de visita, o representante de uma banda musical propôs à organizadora: "entra em contato comigo, a gente pode fazer uma parceria firme e combinar um BV fixo, algo como dez por cento do valor". Como o trabalho de campo com aquela profissional não teve continuidade, não pude saber se o acordo chegou a existir ou não. A irregularidade da prática, no entanto, estava nítida na reação constrangida da cerimonialista e na resposta evasiva - "a gente se fala". Como denunciava a cerimonialista na palestra à qual assisti, isso minava a confiança do consumidor nos agentes do mercado e dificultava a formação de clientela para quem entrava no ramo. As redes fechadas tendiam, assim, a possibilitar favorecimentos pessoais, em detrimento do benefício comum (BOLTANSKI e CHIAPELLO, 2009).

Quando relatei a Regina sobre o chamado BV, corriqueiro no mercado de Porto Alegre, ela me confirmou a existência de práticas semelhantes em Fortaleza, embora não com o mesmo nome. "Desonesto, entendeu? Eu não acho legal, sabe, esse negócio de... Tem banda

---

<sup>101</sup> "O BV no mercado de casamentos", por Sylvia Queiroz. Publicado em 25 de junho 2013. Disponível em: <http://sylviaqueiroz.blogspot.com.br/2013/06/bv-no-mercado-de-assessoria-de.html>

que faz isso. Me liga: 'Rê, vamos tentar fechar uma festa, eu faço por cinco mil, tu bota dois mil em cima...' Eu faço só ouvir, lógico"<sup>102</sup>.

De modo geral, os fornecedores que incorrem em práticas de comissionamento não o assumem. Aqueles que não concordam com esse tipo de acordo entre cerimonialistas e fornecedores, por vezes, se manifestam publicamente nas redes sociais e procuram alertar as noivas sobre a existência da prática. Em uma ocasião, conversando por *Whatsapp* com uma noiva que também é fornecedora de doces, ouvi suas queixas a respeito de cerimonialistas que a estavam constringendo a integrar esquemas de comissão. Após sua negativa, ela contava, duas organizadoras de eventos passaram a desaconselhar que as clientes a contratassem, pondo em questão a qualidade de seus produtos. “Soube hoje que duas pessoinhas estão me queimando no mercado pelo fato de ter me recusado a entrar nesse esquema de pagar para elas me trazerem clientes!”, ela dizia. A doceira apontava o fato de que, ao se comprometerem com esquemas de comissionamento, as cerimonialistas perdiam a possibilidade de ser imparciais nas indicações de fornecedores feitas às clientes. “Acho que a noiva tem que fechar com quem ela gosta, se sente segura e pode pagar. Não fechar porque o cerimonial está pressionando”.

Tatiana, uma cerimonialista de Fortaleza, critica a prática da cobrança de comissões como desonesta e prejudicial ao funcionamento adequado do mercado. Ela se queixa de ter dificuldades em fixar um valor justo para seus serviços, em função dos preços inferiores cobrados por profissionais que complementam seus ganhos com comissões. Ela conta que parte das clientes desiste de contratá-la por considerar o valor cobrado, que varia entre dois e três mil reais, excessivo, se comparado ao de cerimonialistas que oferecem preços mais baixos.

Tem cerimonial de 500, 800 reais, ganhando um monte de comissão para chegar no valor que eu cobro. 800 reais eu não pago nem os meus custos de recepcionistas e gasolina! Acho que o valor que eu cobro é justo e não preciso tá ganhando comissão. O que acontece é que muito cerimonial cobra uma mixaria, queima o mercado e as noivas não sabem que ela tá lucrando nas comissões.

---

<sup>102</sup> Transcrição de mensagem de áudio. Abril de 2016.

Por outro lado, Regina era capaz de apontar uma série de trocas e favorecimentos corriqueiros entre cerimonialistas e fornecedores, que ela não julgava "desonestos", mas considerava uma parte "normal" do funcionamento do mercado. Como explicado antes, as indicações de serviços aos clientes se tornam uma importante moeda de troca da cerimonialista, em suas relações com os fornecedores. Cientes de que é por meio das cerimonialistas que vem a maior parte de seus clientes, esses se esmeram em favores em nome da manutenção do elo com essa profissional. Os agrados para a cerimonialista vão desde manifestações de apreço nas redes sociais, com curtidas, elogios e aprovação das mensagens publicadas, até benefícios com prestação de serviços.

Por exemplo: eu tenho uma parceria muito forte com o salão "X". Então, assim, toda vida que eu preciso, que eu quero tomar um banho de lua, que eu quero fazer uma sobrancelha bem feita, quero fazer uma unha bonita, e tudo, eu vou lá. E como eu tenho muita noiva lá, então eu não pago pelo serviço que eu faço, tá entendendo? Então, isso é uma forma de ela me compensar do que eu levo pra ela. Já tem outras cerimonialistas que vão pra outros salões. É por isso que eu digo que *não existe esse negócio de a cerimonialista não ter comissão*. Porque, se ela não tiver em dinheiro, ela vai ter em serviços. E pra mim, é a mesma coisa, tá entendendo?<sup>103</sup>

No caso do relacionamento com fornecedores, a *parceria* corresponde a uma categoria nativa de muita importância. Assim, em mais de uma ocasião, observei Regina anunciar, em suas redes sociais "novas parcerias". As palavras "parceira" e "amiga" são, muitas vezes, intercambiáveis. O termo confere um senso de estabilidade e de continuidade a trocas que, anunciadas de outra forma, poderiam ser consideradas menos dignas de nota, por seu caráter fortuito. Em uma dessas ocasiões, Regina havia me contado sobre um encontro, na rua, com uma amiga com quem não tinha contato havia alguns anos, e que a convidara para conhecer os serviços do novo salão de beleza do qual era proprietária. Após aceitar o convite, Regina divulgou o salão da amiga entre suas clientes: "uma nova parceria na área". Da mesma forma, os fornecedores costumam enviar pequenos presentes, "mimos", a Regina, em várias ocasiões. A retribuição é informal e imediata, com a divulgação feita pela cerimonialista em suas redes sociais, com agradecimento e fotografia do produto, que fica assim divulgado para as noivas de Regina, clientes potenciais do mesmo item. Outros tipos de trocas usuais são créditos para

---

<sup>103</sup> Transcrição de mensagem de áudio. Abril de 2016.

eventos: os cerimonialistas realizam seus próprios eventos com valores muito inferiores aos de mercado, em função de descontos oferecidos pelos fornecedores.

#### **4.5. Cerimonial, controle do evento e persuasão**

Ao longo de minha pesquisa de campo, em entrevistas ou conversas informais, por vezes obtive relatos sobre relacionamentos conflituosos das noivas com suas respectivas cerimonialistas. Dentre esses casos, destacarei dois que exemplificam pontos de conflito bastante comuns. O primeiro exemplo foi ouvido por mim em uma conversa informal, com a filha da dona de uma loja de produtos naturais vizinha ao prédio onde eu morava, em Porto Alegre. Desde o início do campo, eu havia me habituado a observar, nas minhas interações cotidianas com outras pessoas, o uso de alianças de noivado. Assim, puxei assunto com a interlocutora citada, em um momento em que ela me atendia no balcão. Lançando mão da minha recém-adquirida identidade de *noiva*, comentei que eu era noiva recente e que havia observado que ela também estava na mesma fase. Sorrindo, ela disse: “guria, posso te ajudar! Tenho muitas dicas”. Interessada na relação entre as noivas e as cerimonialistas, lhe perguntei se ela estava organizando sozinha ou se tinha contratado uma profissional para ajudá-la. Nesse momento, antes que eu conseguisse explicar que realizava uma pesquisa acadêmica a esse respeito, ela se adiantou em dizer: “olha, eu posso te dizer quem foi, mas não recomendo a minha cerimonial de jeito nenhum. A minha relação com ela foi super difícil. Eu queria manter as contratações até um certo preço, e ela queria sempre puxar os valores pra cima. Queria que eu contratasse coisas muito caras, que não estavam no meu orçamento”. Esclareci a ela, então, que eu não casaria em Porto Alegre, mas em Fortaleza, a minha cidade natal, onde mora a maior parte da lista de convidados. Expliquei a ela que mesmo assim a informação dada me era útil, porque eu estava escrevendo uma tese sobre o mercado de casamentos, e que os possíveis conflitos na relação entre noivas e cerimonialistas eram um assunto interessante para mim. “Eu me estressei muito com a minha. Acabei fazendo quase tudo sozinha, já pra não ter as opiniões dela. Hoje eu acho que cerimonial é uma coisa que só vale a pena se você tiver muita grana. Não sei, eu fiquei com a impressão que eles só indicam

os *famosos*”, ela acrescentou, contrariando falas que ouvi em outros momentos, de outras noivas, sobre como a cerimonialista havia ajudado a baratear o evento.

Outro caso de relação pouco harmoniosa entre noivos e cerimonialistas foi contado a mim pelo casal formado por Jessica, de 29 anos, e seu noivo, Inácio, de 27 anos<sup>104</sup>, ambos de Fortaleza. Casados havia poucos meses, eles tiveram um casamento que poderia ser categorizado, nos termos do mercado local, como “alternativo”. Tiveram uma cerimônia celebrada em uma praia do interior do Ceará, com o altar e as cadeiras dos convidados colocadas diretamente sobre a areia. Além disso, eles mesmos escreveram o roteiro da celebração, depois de contratar um padre da Igreja Católica Apostólica Brasileira<sup>105</sup>, religião mais flexível que a Católica Romana no que diz respeito ao formato das cerimônias de casamento. Jéssica e Inácio encontraram, nessa denominação religiosa, a possibilidade de escrever o roteiro de sua própria cerimônia, e de ter a celebração feita fora de um templo, duas opções que não são admitidas pela Igreja Romana. Na entrevista, enquanto se diziam satisfeitos com o celebrante escolhido, eles falavam sobre a dificuldade que tiveram em encontrar uma cerimonialista que não os impedisse de adotar formatos diferentes dos costumeiros para seu evento. Ao mesmo tempo em que diziam que o suporte da contratada foi fundamental para que eles conseguissem organizar tudo sem prejudicar suas rotinas profissionais, eles reclamavam da dificuldade em fazer valer suas vontades em uma série de decisões relativas ao evento. Eles contam como desistiram de uma das cerimonialistas com as quais entraram em contato por terem suspeitado, a partir da apresentação pessoal da profissional, que ela imporia ao evento um padrão que identificavam como “comercial”:

Jéssica: A gente fez orçamento com três cerimonialistas. Uma era muito difícil, não atendia telefone, e eu achei que a gente ia ter muitos problemas com ela. A outra...

---

<sup>104</sup> Inácio foi o único noivo entrevistado juntamente com a noiva. A participação na entrevista aconteceu por iniciativa dele, que também havia procurado assumir metade dos trabalhos na construção do casamento. Inácio e Jessica se autoidentificam como um casal preocupado com a igualdade de gêneros. Além deles, essa questão foi citada por apenas uma das outras entrevistadas.

<sup>105</sup> A Igreja Católica Apostólica Brasileira, que não deve ser confundida com a Igreja Católica Apostólica Romana, foi fundada em 1945, no estado de São Paulo, por Dom Carlos Duarte Costa. O fundador, que havia sido bispo católico, fora excomungado pelo Papa Pio XII após manifestar discordância com as posturas da Igreja de Roma em uma série de assuntos. A ICAB nega o dogma romano da infalibilidade papal e adota uma postura menos rígida quanto ao celibato de padres, a proibição do divórcio, dentre outras.

Inácio: Era totalmente comercial.

Jéssica: Loira, *oxigenada*, cheia de ouro, e o escritório dela cheio de todos os clichês de casamento possíveis, e aí eu disse “não vai dar certo essa daqui”. Aí, a que a gente escolheu era um pouco mais descolada, e a gente pensou “essa daqui talvez entenda um pouco melhor o que a gente quer fazer”. Ela se esforçou muito para entender, mas eu entendo que é muito difícil para ela. Ela trabalha há 12 anos num formato e, pra ela, é muito mais fácil reproduzir esse formato o tempo todo. E, de repente, a gente quebrou o formato inteiro. A gente fez um roteiro de casamento que ela precisou correr o tempo todo, pra lá e pra cá, pra levar gente, trazer objetos...

Inácio: E tem umas coisas idiotas, por sinal. Assim: “ordem de entrada”. “Não, *tem que* ser assim”. “Tem que ser assim”.

Jéssica: Esse “tem que” é foda! Esse “tem que” é foda!

Inácio: É o “*dogma*” da *cerimonialista*.

Inácio e Jéssica revelavam frustração com a dificuldade de fazer valer, na organização do casamento, aquilo que idealizavam e que não correspondia a modelos tradicionais. Diante de algumas opções do casal, a cerimonialista argumentava contrariamente apontando as dificuldades que a ideia poderia trazer, do ponto de vista prático.

Foi um casamento ‘a nossa cara’. Não teve nada ali que foi contra minha vontade, que não fosse do jeito que eu quis fazer. Até mesmo contra as coisas práticas. A minha cerimonialista encheu meu saco, porque eu ia entrar [na celebração] na areia, e ela disse que ia encher de areia na minha cara, e foi um ano ela me dizendo isso e eu dizendo: “mas eu *vou* fazer assim”. “Vai estragar sua festa!”. E eu dizia: “não importa! Eu quero fazer assim, fodase!”.

Voltando por um instante à Regina, é interessante apontar um detalhe que revela a influência exercida pela profissional junto às clientes. Durante o ano em que acompanhei os eventos dessa profissional, e mesmo em um exame atento do perfil profissional de Regina no *Facebook*, não me recordo de ter visto nenhuma das noivas que a contrataram usarem cabelos soltos para o casamento. A algumas das noivas, que manifestavam a vontade de não prender os cabelos, Regina aconselhava: “não *funciona*. Você sua muito mais, e aí já derrete a maquiagem. As pessoas vem te cumprimentar, puxam seus cabelos. O vento bate, você se despenteia toda. Na hora das fotos você já está toda desarrumada”. A mim mesma, Regina já



havia dito, em um dia de eventos em que fui trabalhar de cabelos soltos, alisados com escova e penteados para trás<sup>106</sup>: “você fica muito mais bonita de cabelos soltos. Pena que, quando casar, você *vai ter* que usar preso”. Com tantos argumentos apresentados, as noivas logo desistiam da ideia e tratavam de escolher modelos de penteados conforme as orientações da profissional.

A partir de sua experiência como noivo, Inácio formula suas hipóteses sobre o papel da cerimonialista. Ele vê essas profissionais como agentes que restringem a autonomia dos noivos em uma série de aspectos:

Inácio: É, inclusive aproveito o momento pra colocar na pesquisa que cerimonialista é um negócio importante.

Érika: Importante?

Inácio: É, para o bem e para o mal.

Jéssica: Não tem nada a ver com a pesquisa, isso.

Érika: Mas por quê? Tem sim.

Inácio: Sei lá, é porque ela fica querendo definir o modelo de casamento.

---

<sup>106</sup> Aqui cabe um comentário sobre o que é considerado adequado para a apresentação pessoal das assistentes do cerimonial. Meus cabelos ao natural, com muito volume e cacheados, não seriam considerados “arrumados” o suficiente para trabalhar no evento. Das vezes em que chegava à montagem do evento vinda de outra atividade, com os cabelos soltos, fui convidada pelas outras colegas a prender o cabelo em um rabo de cavalo e *fazer o capacetinho*, que é como elas chamavam o ato de alisar a parte presa do cabelo com gel e spray de fixação, resultando em cabelos rígidos como um capacete. Eu compreendia que, por razões práticas, não era conveniente ter fios soltos ao vento atrapalhando a visão durante o serviço. Entendia também que o cabelo penteado “sem nenhum fio fora do lugar” transmitia uma mensagem de apuro na apresentação pessoal. Era possível perceber, no entanto, a presença da ideia, tão disseminada, de que cabelos cacheados eram menos arrumados e adequados que os cabelos tornados lisos com o recurso de escovas ou química. Isso se confirmou quando, um dia, usei os cabelos soltos, mas alisados com escova, e não fui instada a prendê-los nem a fixá-los. É evidente que esse tipo de rejeição aos cabelos cacheados e valorização dos lisos não é uma peculiaridade do mercado de casamentos, mas é umas das muitas manifestações de preconceito racial amplamente presentes na sociedade brasileira. Em minha experiência de campo foi difícil não perceber, contudo, como são disseminadas, entre muitos dos agentes do mercado de casamentos, ideias como os papéis de gênero tradicionais e a valorização da brancura e da magreza como ideais de beleza. A exaltação dessas características físicas ficava evidente, sobretudo, em ateliês de vestidos de noiva, nos quais as mulheres com essas características eram especialmente elogiadas: “você vai ficar uma noiva linda. Magra, alta, branca, não tem como não ficar”. Entre algumas das cerimonialistas com as quais conversei em campo, sobretudo as de religiões evangélicas, o exercício da profissão era impossível de dissociar de valores religiosos como as crenças em um único modelo válido de família, na indissolubilidade do casamento religioso e na validade da “submissão feminina”. Embora houvesse profissionais de mentalidade mais progressista, parte considerável do mercado era formada por agentes entre os quais a valorização de ideais normativos conservadores era patente.

Jéssica: Exatamente!

Inácio: O *checklist* dela define, é ela que diz o que tem que ter e o que não tem que ter. A cerimonialista, ela é tipo “a guardiã” do modelo de casamento completamente voltado pro mercado. Todas que a gente tentou... A gente olhou três, ou quatro [cerimonialistas].

Acompanhando uma interlocutora noiva, em uma feira de casamentos em Porto Alegre, ao visitar o *stand* de uma cerimonialista, ouvi uma fala, daquela profissional, que vem ao encontro do argumento de Inácio, sobre as restrições por vezes impostas por organizadoras de casamento, no sentido de uma adaptação dos noivos às opções e formatos oferecidos pelo mercado:

A primeira orientação que eu costumo dar às noivas é que procurem se adaptar àquilo que já existe no mercado. Assim a vida de vocês fica muito mais fácil, e o casamento também sai mais barato. Criar algo novo, do zero, dá mais trabalho e sai mais caro. É mais simples a gente procurar as coisas que o mercado já oferece e que tenham a sua cara.

A fala corrobora a ideia do noivo citado acima, sobre a tendência de que as cerimonialistas rejeitem inovações sugeridas pelos noivos e privilegiem os formatos de cerimônia, os objetos e os modos de fazer já consagrados como *tradicionais* no mercado local. Mais que apego a “tradições”, a rejeição de parte das cerimonialistas a “inovações” propostas pelos noivos é justificada, pelas profissionais, como estratégia de simplificação do trabalho e diminuição de custos. Por outro lado, modificações no roteiro da cerimônia podem ser rejeitadas pelas cerimonialistas preocupadas com sua imagem profissional. Acompanhando Regina, observei que a inadequação a determinadas regras, quando propostas por clientes, era vetada. A profissional temia que a quebra de protocolo em um de seus casamentos fosse confundida com desconhecimento de sua parte. Assim, presenciei quando uma noiva foi energicamente desaconselhada por Regina a colocar o seu irmão e a esposa como padrinhos do “lado” do noivo. A cliente argumentava que tinha mais casais de padrinhos que o noivo, e que o irmão, por ser mais próximo, era o único de seus padrinhos que não se importaria em ser mudado de lado de modo a equilibrar os números de casais. A cerimonialista contra-argumentava: “o problema não é o padrinho, sou *eu*. O seu casamento

também é vitrine do meu trabalho. O que os seus convidados vão dizer de uma cerimonialista que coloca o irmão da noiva como padrinho do noivo? Vão dizer que eu não entendo nada de casamento”. O argumento foi acatado pela noiva, preocupada em não prejudicar a profissional, com quem já tinha uma relação de amizade.

Entre as cerimonialistas que ouvi em minha pesquisa, demonstrar conhecimento das regras de protocolo era uma preocupação perceptível. O domínio das normas e modelos prescritos representava um importante sinal de distinção, em um ofício ainda desprovido de uma formação padronizada ou de regras sistematizadas de exercício profissional. Para Laísa, uma cerimonialista de Fortaleza, o conhecimento de regras de etiqueta a diferenciava de outras profissionais atuantes no mercado, que se ingressavam na profissão após períodos de experiência como assistentes:

Então a gente tá pegando muita gente que era uma assistente, é cerimonialista agora. Era noiva, agora é cerimonialista. Nunca fez um curso. Não sabe por que é que a noiva vai de um lado, o noivo vai do outro. Porque se você... Eu já peguei muitas vezes gente assim, bem perfeccionista, que pergunta: "por que a noiva é desse lado? Por que não do outro lado?". Entendeu? Então você tem que ter uma técnica de explicar o porquê. E você só sabe disso se você fizer o curso. Né? Então, tem que ter. Agora, um curso de etiqueta, comportamento à mesa, comportamento, socialmente falando, não é todo mundo que tem. E quando você tem o curso, você percebe quem não tem. É diferente. Porque eu tenho a técnica daquilo ali, e você não tem, então você não vai saber.

Assim como fazem Laísa e Regina, é comum que as profissionais que organizam casamentos desempenhem seu trabalho no dia do evento a partir de protocolos sociais bastante rígidos. Durante uma palestra voltada para um público de noivas, realizada em 2014, em Fortaleza, uma cerimonialista de São Paulo destacou, na fala transcrita abaixo, a importância dada ao cumprimento do protocolo no posicionamento de familiares junto ao altar:

A precedência é: mãe, pai, irmão, tio, primo e amigo, ok? A mãe, ela abriu a história da família, por isso que ela fica à ponta. Se a gente não tivesse o ventre, nós não teríamos a formação da história da família. Então, é a mãe, que deu o ventre, o pai, e a história.

Por isso que eu não admito a hora que formam a fila e fazem assim: "um da família da noiva, aí, por favor". Que é isso? Existe uma história, e a gente

tem hierarquia, e a gente tem que respeitar ela. E se tiver vários irmãos, dos mais velhos para os mais novinhos, tá bem?

Após presenciar, em minha observação do mercado, a propensão das cerimonialistas para a defesa das regras de protocolo, me surpreendi ao assistir a uma palestra de um cerimonialista do Rio de Janeiro, realizada em 2014, em Porto Alegre, durante uma das feiras de noivas promovidas anualmente na cidade. Diante de uma plateia composta na maior parte por organizadores de eventos, ele defendia que os profissionais se permitissem *quebrar* os protocolos. Para fortalecer seu argumento, ele apontava o fato de que as regras seguidas por cerimonialistas em cerimônias católicas, por exemplo, se orientavam antes pelo costume que por determinações canônicas para a realização do rito:

Muita gente tá presa, totalmente, ao protocolo, e que ele, no fundo, no fundo, na verdade... são grandes coreografias que o cerimonial faz, tá? A história de que, se entra noivo primeiro, se entra padrinhos, primeiro, se entra do lado direito, ou do lado esquerdo, lamento dizer, para quem segue dogmas, que não existe. Lamento a todos dizer, e falo com toda a propriedade disso. Nem nos anais do Vaticano, da Igreja Católica Apostólica Romana, existe de que lado o pai leva a filha. Agora, existe uma coisa que não é do Vaticano, nem nada, que é medieval, que é o costume do noivo durante a cerimônia ter a noiva do lado esquerdo, para embainhar a espada e defendê-la, caso passasse algum outro num cavalo branco, pra levar. Como a gente não tem mais cavalo branco, né, a igreja não deixa cavalo entrar na igreja, né, e a gente não tem cavalos pela rua, mas a gente continua com o costume, porém, *não é uma obrigação*.

Mais adiante, na mesma palestra, o profissional passava a exemplificar, com fotos de cerimônias por ele organizadas, casos em que subverteu as regras costumeiras de posicionamento dos noivos e membros do cortejo<sup>107</sup>. Ele exibia, então, registros do casamento de uma atriz famosa, para o qual havia sido contratado no ano anterior, e ironizava aqueles que poderiam criticá-lo por não posicionar o pai da noiva ao lado direito da filha, como é costumeiro:

“Outro *erro*! Olha lá, o pai levando ela pelo lado esquerdo” [Apontando a foto, imitando um suposto crítico]. Alguém perguntou como o pai se sente melhor levando? Alguém perguntou se o pai tem um problema motor, se ele

---

<sup>107</sup> O cortejo é o grupo de *convidados de honra* do casamento, composto por pais, mães, madrinhas e padrinhos de ambos os noivos. Outros possíveis membros são as daminhas e pajens, meninas e meninos que também adentram o templo no início da cerimônia. Conflitos familiares desencadeados pela escolha do cortejo são tema de uma das sessões do capítulo V desta tese.

fica melhor assim? Gente, quantas vezes eu não fiz, na hora de entrar uma mãe com o filho, a mãe do noivo, com o noivo, na hora de entrar, coloquei todo mundo dando o braço direito, aí vejo aquela decepção da mãe. Fotografo, rapidamente, já sei. A senhora tá com essa cara porque colocou a flor do lado errado, a joia do lado errado, o arranjo do cabelo do lado errado, a senhora achou que ia entrar pelo outro lado, não é? Troca na mesma hora! E gente, se alguém apontar alguma coisa pra vocês, tá, pode falar com toda a propriedade: “pode entrar do lado que quiser!”. Tá? E aqui, entrando como queriam, desde que entrassem confortavelmente.

Não se pode perder de vista, contudo, que a fala acima é proferida por um profissional que há muitos anos se tornou uma referência nacional para os demais. O palestrante citado viaja por todo o país ministrando cursos de cerimonial que se tornam marcas de distinção para as profissionais que os frequentam. Até mesmo em palestras de outras cerimonialistas, aquelas que haviam assistido aos seus cursos costumavam citar o fato como parte de sua formação profissional. Se trata, portanto de um agente do mercado que dispõe de elevado capital simbólico. Por ser considerado uma *autoridade* no assunto, ele consegue subverter regras sem o temor de que seu conhecimento seja questionado. Em seu campo profissional, ele ocupa uma posição prestigiosa que lhe permite esse tipo de liberdade. O contrário acontece com cerimonialistas em início de carreira, como Tatiana, citada anteriormente neste capítulo, ou mesmo Regina e Laísa, inseridas há mais tempo em um mercado em que a concorrência se mostra acirrada. Disputando clientes a cada dia com outros profissionais, e sem o elevado capital simbólico de um cerimonialista nacionalmente conhecido, elas se preocupam em proteger suas reputações e afastar quaisquer possibilidades de comentários negativos a respeito do seu conhecimento das regras de etiqueta. Por outro lado, por parte das clientes de Regina, eu observava que o elevado investimento econômico e emocional na empreitada do casamento lhes reforçava o interesse em evitar posturas que pudessem ser vistas como *erros* e inadequações de suas respectivas performances como noivas. Nos ensaios de cerimônias que acompanhei, quando Regina as orientava sobre qual lado entrar, qual postura assumir ou como levar a mão para que o noivo a beijasse no altar, nunca constatei objeções ou questionamentos por parte das noivas. Pelo contrário, elas procuravam memorizar os movimentos e posições aconselhadas. Para isso, algumas me pediam para filmar, em seus

celulares, toda a sequência do ensaio feito na igreja na véspera do casamento. Quando chegassem às suas casas, elas diziam, o vídeo seria assistido quantas vezes fossem necessárias, até que conhecessem bem as sequências de movimentos que lhes cabiam durante a cerimônia. Isso era feito por elas mesmo sabendo, por aviso da cerimonialista, que no dia a equipe estaria presente para dizer-lhes a hora de entrar e onde se posicionar a cada momento.

Jéssica e Inácio, o casal citado anteriormente neste capítulo, pode ter tido um maior número de atritos com a cerimonialista contratada, em função de seu objetivo de realizar uma cerimônia diferente do modelo mais comum oferecido pelo mercado. Mesmo os casais com desejos mais convencionais, contudo, não estão livres de passar por embates com as cerimonialistas, nas decisões que dizem respeito à realização de seus casamentos. Por vezes, alguns dos aspectos que a noiva idealizou para sua cerimônia ou sua festa são apontados, pela cerimonialista, como pouco práticos ou mesmo inviáveis. Não à toa, as cerimonialistas que entrevistei me falaram sobre as estratégias das quais costumavam lançar mão para persuadir as noivas a considerar opções diferentes de seus planos iniciais.

Um impasse que foi citado por diferentes profissionais dizia respeito à necessidade de convencer as clientes a adequar itens de sua vestimenta de noiva ao local escolhido para a cerimônia. Para celebrações realizadas em casas, por exemplo, quando era necessário que a noiva fizesse alguma “curva” em sua trajetória de entrada, os longos véus e caudas eram desaconselhados, pois poderiam complicar seus movimentos e causar até acidentes. Em outros casos, a cerimonialista sabia, por experiência prévia, que o tapete de uma determinada igreja costumava prender o véu da noiva, se esse fosse longo e tivesse algum tipo de pedraria aplicada. Essa situação em particular era temida pelas equipes de cerimonial, o que é compreensível. Com o véu preso, por um lado, ao penteado da noiva, e na outra extremidade emperrado no chão, as assistentes e a cerimonialista se viam diante do constrangimento de ter de conseguir soltar o véu do chão rapidamente, sem rasgá-lo, sem estragar o penteado da noiva e sem que a mesma sentisse sua cabeça ser puxada para trás. Na palestra do cerimonialista citado acima, uma profissional presente na plateia compartilhava sua experiência de embates com a noiva e outros fornecedores: “tem igrejas que o tapete, às

vezes, tranca o véu, e esses dias, uma [noiva] me disse: ‘não, ele [o estilista] me disse que é pra eu usar um véu de sete metros’. Então, a gente fala, mas o estilista tem o poder, daí como eu...?’. Para que a cerimonialista conseguisse convencer a cliente da necessidade de mudar o templo ou o véu escolhido, o palestrante indicava:

O que eu faria num caso desses, eu ia mostrar um videozinho. Com certeza, você já trabalhou nessa igreja. Se você está falando isso com essa propriedade, é que você já viu o véu acontecer isso, e tal. Então, muito melhor do que você mostrar os vídeos que deram certo, mostra os que deram errado. Liga pra quem fez a filmagem: “olha, eu preciso daquele vídeo com a noiva com os sete metros trancando o véu e prendendo a cabeça, que eu preciso mostrar isso pras outras”.

A estratégia de mostrar, às noivas, vídeos e fotografias de escolhas consideradas adequadas ou inadequadas me foi mencionada também por Clara, cerimonialista de Porto Alegre. Para ela, fazia parte de sua rotina de trabalho manter organizado um vasto arquivo com fotografias e vídeos de todos os eventos nos quais ela havia trabalhado. Para isso, ela contava com o apoio dos profissionais de fotografia e filmagem. Mostrando-me o acervo durante nossos encontros em seu escritório, ao longo do ano de 2015, ela me explicava que costumava estudar atentamente as imagens após cada evento, procurando erros e acertos que, quando necessário, mostrava às clientes.

Como já evidenciado pelo estudo da antropóloga Cristina Marins, cerimonialistas constroem uma relação de *autoridade* diante dos eventos por eles organizados, de tal modo que “os profissionais não se submetem a toda e qualquer exigência dos contratantes” (MARINS, 2014, p. 84). Existe, entre cerimonialistas e noivos, e por vezes também entre esses profissionais e as famílias do casal, uma relação em torno do controle da organização do evento, que pode ser mais harmoniosa ou conflituosa, conforme o caso e a cada momento.

Algumas cerimonialistas gostam de sublinhar sua relação de *autoria* com o evento. No caso de Clara, sua marca pessoal na elaboração e nas escolhas estilísticas relacionadas aos casamentos por ela organizados é enfatizada com o recurso das *hashtags*<sup>108</sup> #festasdaClara e

---

<sup>108</sup> As *hashtags* são um recurso para indexação de assuntos postados nas redes sociais. São compostas por uma ou mais palavras-chave, escolhidas pelo usuário, precedidas pelo símbolo cerquilha (#). As *hashtags* publicadas dessa forma são acessáveis por mecanismos de busca. Ao clicar em uma *hashtag*, o usuário tem acesso a todas as

#festasúnicas, que ela utiliza como assinatura em todas as fotos publicadas *online* de seus trabalhos. Nas ocasiões em que me mostrava o acervo de fotos de eventos por ela realizados, ela procurava distinguir entre as *suas* festas e aquelas que tinham sido “apenas da noiva”. Nas festas em que identificava a sua autoria, ela narrava um processo ao longo do qual a noiva apresentou abertura para ouvir e considerar suas sugestões. Um exemplo de festa que não era *sua* estava em um casamento todo decorado em um único tom de amarelo, algo que Clara considerou um erro. Clara enfatiza, em sua fala, o papel da cerimonialista de fazer com que todas as referências cênicas e visuais, que as noivas costumam colecionar, se combinem em um todo harmonioso:

Clara: Tipo, a noiva tem acesso a tudo hoje. Então, ela vem com a pastinha de referências, tudo misturado! Desconectado, que a gente tem que peneirar e, mas daí ela começa a querer coisas assim, que não tem nada a ver com o... Eu tenho um casamento aqui que um, a noiva, eu vou te mostrar, mas eu não procuro muito esse casamento, porque eu não gosto! *Ele não é meu!* E não é nem da noiva! Porque ela fez uma coisa tão *fake*, tão copiadinha assim, tão...

Érika: Ah, mas isso é muito interessante de ver, porque vira um pastiche, vira uma colagem de referência, né?

Clara: Por exemplo, a tendência assim [...] dos padrinhos usar aquela meinha toda igual, isso tem a ver quando, quando tem um grau de amizade de deboche, de brincadeira, sabe, aquela coisa assim... Aqui ficou muito engessado. Ah, ela queria um casamento amarelo, ela botou tudo de amarelo! Meia do padrinho amarela, o casaco do padrinho de amarelo, o vestido da madrinha de amarelo, a flor amarela. Eu não curti nada! Eu fiz esse casamento assim, foi *um trabalho*, só, sabe? Não foi... [...] Eu vou te dizer assim, essa aqui não era uma noiva minha! Assim, ela não é, ela *não casou comigo!*

Ao falar sobre o processo de organização desse casamento, Clara enfatizou que a noiva em questão não acatava suas sugestões. “Essa é uma daquelas noivas que queria fazer tudo sozinha, e que no andamento viu que não rolava! Que ia precisar de algum apoio. E, e aí, assim ó, as coisas que ela contratou, o fotógrafo, não era o que eu queria, mas ela insistiu”. Ainda exibindo as fotos do evento, a cerimonialista mostrava um registro do par de brincos escolhido pela noiva, feito pelo fotógrafo contratado. Apontando a foto, ela dizia:

---

outras publicações marcadas com o mesmo termo. Por exemplo, quando Clara compartilha registros das festas que organiza, com a hashtag *#festasdaClara*, ela cria a opção, para quem visita suas redes sociais, de clicar no termo e ver todas as outras fotos publicadas com a mesma designação.



Assim ó, eu não orientaria isso aqui! Porque isso aqui, assim ó, não é nem uma joia e nem parecido com uma joia, e nem uma bijuteria boa! Então assim, é melhor tu usar um brinco de pérola, que pode ser uma imitação, que pode ser, assim, custar 5 reais! Mas ele tem um... Do que botar um *strass*<sup>109</sup>, que não... Aí o meu fotógrafo não ia tirar uma foto assim, por exemplo, não tira essa foto! Porque ele conhece uma joia, de uma... Daí ele não faz, entendeu?

Ao contrário do que fazia com outros eventos, cujas fotos publicava em suas redes sociais, Clara não divulgava os registros desse. Assim como outros cerimonialistas, ela se preocupava com a possibilidade de que o seu nome fosse associado a alguma escolha que pudesse ser considerada de “mau gosto”. A esse respeito, o cerimonialista do Rio de Janeiro, citado anteriormente neste capítulo, defende a necessidade de “educar o nosso cliente, e explicar uma serie de coisas pra eles, pra que eles não cometam erros e gafes, assim”. Os profissionais de cerimonial negociam, a cada trabalho, os limites de sua influência sobre as decisões de seus clientes. Uma das tarefas cotidianas desse ofício, assim, consiste em manter um equilíbrio entre os desejos dos clientes e a necessidade de evitar ter o nome associado a escolhas consideradas inadequadas. Mesmo o profissional citado acima, que parece ter uma maior margem para subverter as regras de protocolo, procura estabelecer limites para as possibilidades de escolha de seus clientes. Após anos de experiência na profissão, ele reconhece quais alterações nos padrões do mercado tem potencial para ser interpretadas em sentido positivo, como *inovações*, atos ousados e criativos, e quais devem ser evitadas, porque associariam seu nome profissional a *erros*, *gafes*.

O problema é que muita gente fala assim: “Ah, mas isso é problema dela. Se ela quer, problema dela...”. Só que, antigamente, esse problema, ela levava para o álbum dela. E hoje, esse “problema” vai sair na revista Inesquecível Casamento, vai pro *You Tube*, vai pra Internet, e com *a sua assinatura*. Então isso é muito mais divulgado, e você está assinando embaixo dessas gafes. Então, esse cuidado hoje em dia com o erro tem que ser muito maior que qualquer coisa.

A construção de uma relação de autoria com o evento para o qual são contratados não é uma particularidade apenas dos cerimonialista, mas existe também no caso de outros profissionais do mercado de casamentos. Em campo, observei esse tipo de relação no trabalho

---

<sup>109</sup> *Strass* é o nome dado a pequenas peças feitas com vidro colado a uma película de metal. O material tem pouca durabilidade e baixo custo, sendo utilizado para fabricação de bijuterias.

de maquiadores, estilistas e fotógrafos. Conheci fotógrafos de casamentos que faziam certos tipos de fotos a contragosto, e se preocupavam se as noivas publicariam em redes sociais os registros que eles não aprovavam. Um dos fotógrafos com os quais interagi em campo expressou preocupação com as fotos de uma noiva que decidiu usar um par de asas na sessão de fotos de noivado. “Quando ela postar, vão pensar que eu mudei de estilo”, ele dizia. Da mesma forma, é comum que maquiadores que trabalham com noivas insistam para que as clientes ouçam suas opiniões sobre a escolha do vestido e dos adereços. Acompanhando Regina nas *provas finais* de suas clientes, presenciei quando um maquiador foi taxativo ao desaconselhar o uso da tiara trazida pela noiva, presente de uma amiga. “Às vezes, a amiga não é tão amiga”, ele afirmava, argumentando que a tiara era “pobre” e a noiva deveria escolher algo mais elaborado. “Noiva minha não casa com a tiara errada”, ele defendia. Nesses casos, a cerimonialista se via diante de situações delicadas, em que era necessário encontrar um equilíbrio entre as interferências de diferentes profissionais. Esses momentos sempre eram mais fáceis de gerenciar quando se tratavam de fornecedores pertencentes a uma mesma rede de relações, com os quais a organizadora já estava habituada a trabalhar.

No caso de Regina, a necessidade de persuadir os clientes, quer fosse para contratá-la, ou para optar pelas decisões que ela julgava mais acertadas, foi motivo de insegurança logo que fundou a Delicadeza. Ela lembrava que a ex-sócia, com a qual até então dividia o comando de uma outra empresa, e que havia se tornado sua amiga, a havia aconselhado a esse respeito. A frase usada pela amiga se tornou um bordão para Regina, que vez por outra a repetia com a voz impostada, em meio a gargalhadas: “não tenha medo, porque a cerimonialista tem o poder de hipnotizar a noiva”. Eu observava que a adesão da noiva às suas sugestões era algo muito caro para Regina. Essa atitude era interpretada pela profissional como demonstração não apenas de confiança em seu conhecimento, mas também de afeto. Por esse motivo, como me explicou em algumas oportunidades, a adesão às suas sugestões era um dos aspectos que levavam essa cerimonialista a classificar uma noiva como “uma de suas pérolas”. No caso das noivas consideradas *pérolas*, Regina conseguia identificar *sua marca* nos respectivos casamentos.

Em alguns pontos, Regina era especialmente incisiva em suas recomendações. Era o caso da quantidade de comida servida na festa. Acompanhando uma das reuniões de Regina com um casal, presenciei quando Regina foi enfática ao defender que os clientes reservassem dinheiro para investir em mais itens de alimentação. Os noivos haviam pago, ao estabelecimento contratado, por três horas adicionais de evento. Desse modo, a festa, que de acordo com o contrato inicial seria de quatro horas, passaria a uma duração de sete horas - das 21 às 5 da manhã do dia seguinte. A programação resultava ainda mais longa, considerando-se que os convidados teriam vindo da igreja, onde a celebração tinha início às 19 horas. O noivo não admitia que tivesse de pagar por mais comidas: "os meus convidados vão comendo o que ainda tiver servido, do jantar". Regina explicava: "mas essa comida vai esfriar, vai acabar. Se não tiver comida, as pessoas vão embora e não vai adiantar ter pago as horas extras. Se quiser que a festa se sustente até 5 horas da manhã, é preciso investir em uma mesa de frios e mais algum serviço de 'altas horas'". Por fim, ela acrescentava: "Tem gente que investe até em café da manhã". Regina sabia, a partir de sua experiência no relacionamento com clientes, que a comparação com outros eventos do mesmo tipo produzia argumentos persuasivos, uma vez que, para boa parte dos casais, importava não ficar aquém dos eventos realizados por outras pessoas. Nesse dia, os noivos saíram da reunião sem sinalizar que estivessem convencidos a pagar por mais comidas. Após o encontro, contudo, Regina estava tranquila a esse respeito: "eles ainda vão colocar. Eles ainda vão entender". Ela me explicava que a comida escassa na festa era algo a ser evitado pelo cerimonial a todo custo. "Se na festa falta comida, os convidados vão embora mesmo. Os noivos ficam insatisfeitos e ainda por cima sai todo mundo falando mal do cerimonial".

Gerenciar as expectativas das noivas e garantir que saíssem satisfeitas das experiências relacionadas ao evento também era uma preocupação para Laísa, cerimonialista de Fortaleza, já citada neste capítulo. Ela afirmava que, mesmo se arriscando a se indispor com alguns fornecedores, sua prioridade era que a noiva contratasse serviços com os quais ficasse satisfeita. Quando ela suspeitava que um fornecedor escolhido pela noiva não prestaria serviços adequados, ela procurava sutilmente convencê-la a contratar outra pessoa:

Érika: De certa forma, vocês se expõem. A partir do momento que você diz: "não contrate fotógrafo X porque ele vai ser irresponsável", ou se diz isso num áudio [do aplicativo *Whatsapp*], por exemplo, você não está sujeita à noiva repassar esse áudio, e você ter que enfrentar as consequências de um processo?

Laísa: Com certeza. É muito perigoso. Eu tenho muito cuidado com isso. Muito cuidado.

Érika: Mas você não deixa de fazer?

Laísa: Não deixo. Eu vou *comendo pelas beiradas*. Se eu sentir que a noiva está muito, assim, presa, a essa criatura que fechou [contrato], eu vou muito lentamente. Como a gente teve, também, um salão de beleza, que eu sabia que não era o perfil dela. Ela contratou um salão lá no Montese<sup>110</sup>, e eu sabia, eu tinha certeza absoluta, que não era o perfil dela. Não era à altura dela. Ela fechou por uma empolgação, porque parece que era amiga, uma coisa desse tipo. Aí eu disse: "tu tem certeza que esse salão é bom pra ti?" Mulher, foi complicado eu dizer. Foi muito complicado. Aí eu disse "mulher, é o seguinte: tu vai lá no salão X e no Y. Tu vai nos dois. Se você continuar, olhando as duas, se você continuar, realmente, confiando no teu salão, ok. Se não, é bom você cancelar. Porque você vai se arrepender". Ela fez isso.

A expressão “comendo pelas beiradas”, usada por Laísa, tem o sentido de fazer algo aos poucos, de modo imperceptível. É interessante perceber como o significado se aproxima de outros provérbios populares que eu escutava repetidamente, ditos por Regina. Quando se via diante de algum impasse, ela costumava dizer: “não se resolve as coisas a ferro e fogo”, ou “não é assim que se esfola um bode”, ambas expressões populares com o sentido de que os empecilhos são melhor resolvidos se tratados com calma, passo a passo.

Ao longo do período em que acompanhei seu trabalho, Regina demonstrou ser muito persuasiva nas reuniões de organização de casamentos que presenciei, apresentando

---

<sup>110</sup> O Montese é um bairro próximo à região central de Fortaleza, conhecido por seu intenso e autossuficiente comércio. Ao longo das três últimas décadas, a avenida Alberto Magno, uma das principais vias do bairro, se tornou um dos mais tradicionais corredores de comércio segmentados da cidade, voltado para a venda e locação de vestidos de noivas e trajes formais. O "corredor das noivas" da cidade reúne mais de setenta lojas, além de salões de beleza especializados no chamado “dia da noiva”. Entre minhas interlocutoras, observei que a contratação de serviços do Montese era encarada como algo menos prestigioso, que se justificava quando o orçamento disponível era restrito. Em um dos casamentos em que trabalhei na equipe de Regina, quando elogiei o vestido da noiva, ela me respondeu discretamente: “pra você ver, e foi no Montese”, corroborando a imagem do corredor das noivas como local de comércio popular, considerado de menor qualidade. Algumas noivas também atribuíam prestígio ao fato de terem *garimpado* bons produtos por preços baixos nesse bairro, narrando longos processos de busca em que sua habilidade de consumidoras informadas garantiria bons negócios. (Ver matéria “Montese se notabilizou como o ‘corredor’ das noivas”, publicada no jornal Diário do Nordeste, em 17/08/2014. Disponível em: <http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/cadernos/negocios/montese-se-notabilizou-como-o-corredor-das-noivas-1.1080177>).

argumentos convincentes e conseguindo em grande parte das vezes dissuadir as noivas das opções que ela considerava equivocadas. Também aconteciam, por outro lado, as ocasiões em que os clientes ouviam suas sugestões e seguiam com suas ideias iniciais. Nessas ocasiões, ela não prolongava a discussão, anotava a escolha da cliente e seguia para outro tópico do planejamento.

Foi o que aconteceu com uma das clientes de Regina, que escolheu um vestido de noiva desaconselhado pela cerimonialista. Se tratava de uma peça feita sob medida, conforme as escolhas da noiva, em um ateliê indicado por Regina. Na prova final, quando a noiva experimenta o vestido pronto e testa também opções de maquiagem e penteado, acompanhei Regina e a noiva na visita ao ateliê. A cerimonialista se mostrava alegre e expansiva, como de costume. Não observei em seu semblante nenhum sinal de desaprovação da peça volumosa, com generosas aplicações de renda e pedrarias, acompanhada de um véu de vários metros. Após o evento, contudo, Regina me confidenciou não ter aprovado o resultado:

Veja, Érika, aquele vestido da nossa última noiva. Eu achei pesado demais. Uma cauda muito longa, um véu muito longo, muito volume, tudo demais, em uma noiva que já era baixinha, pedia algo mais delicado. Eu não aprovei, mas a noiva quis assim, era o que ela queria.

Em ocasiões como essa, Regina repetia, às vezes até mesmo na frente dos noivos, de forma bem humorada, um conhecido provérbio popular: “a gente amarra o burro no rabo do dono”. Como sugere o estudioso da língua portuguesa Nelson Cunha Mello, em seu Dicionário de expressões coloquiais brasileiras, uma tradução possível para essa expressão seria “faça-se a sua vontade, por mais absurda que seja” (MELLO, 2009, p. 65). É interessante observar, na expressão repetidamente usada pela cerimonialista, a ironia contida no ato de igualar a pessoa criticada ao animal, atribuindo-lhe um rabo. O mesmo sentido se repete em variações menos sutis do provérbio. É o caso de “amarrar o burro ao burro do dono”, ou “amarrar o burro onde o burro do dono manda”. A expressão evidencia ainda o reconhecimento, por parte da profissional, de uma relação que não é de igualdade, mas de hierarquia entre noiva e cerimonialista, e na qual sua posição com relação ao cliente é de inferioridade.

A relação de autoria com os eventos organizados é algo que as cerimonialistas só conseguem estabelecer de forma mais consistente com algum tempo de carreira. De modo geral, as profissionais iniciantes tem menos força na construção de relações de autoria e de autoridade. Por esse motivo, é comum que organizadoras com mais tempo de experiência, como Regina e Laísa, se recusem a ser contratadas para o serviço conhecido como “cerimonial do dia”. Nessa modalidade de contratação, praticada a preços mais baixos, a noiva contrata a cerimonialista apenas para assumir o controle do evento no dia do casamento, dispensando a assessoria da profissional ao longo do período dos preparativos. Para algumas noivas, para além de uma questão de economia, a decisão de não contratar uma cerimonialista para acompanhar os preparativos acontece pelo temor de que a profissional assumira o controle do processo, impondo suas opiniões e gostos. Isso aconteceu com Marta, professora universitária, de Fortaleza. “Só fechei com a cerimonialista quando não dava mais para não ter”, ela afirma. A decisão de contratar uma profissional para ajudá-la na organização veio quatro meses antes do casamento, quando a noiva assumiu um cargo mais exigente e passou a trabalhar em três turnos para a universidade da qual era contratada. Marta conta que não teve uma boa experiência com sua cerimonialista. Contratada para ajudá-la a poupar tempo, a profissional a prejudicava por seus longos atrasos para as reuniões. Mesmo assim, Marta defende que foi importante ter alguém a quem entregar o controle da organização no dia do evento: “no dia, ela foi fundamental. Ela foi bem firme, comandou bem”.

Conversando com noivas ao longo do período de minha pesquisa de campo, ouvi sobre cerimonialistas que cobravam, pelo *cerimonial do dia*, valores a partir de 300 reais (US\$ 91,90). Para Laísa, o “cerimonial do dia” era uma prática danosa à profissão das cerimonialistas, na medida em que impossibilitava que as profissionais detivessem o controle do evento, construído ao longo do período dos preparativos:

A gente, cerimonialista, é que fica direto com a noiva pra poder entender o que você quer, pra no dia colocar em prática. Então por isso aquela história de dizer que *cerimonial do dia não existe*. E, se existir, é um perigo iminente. É um perigo pra você, que está entregando a festa nas mãos de uma pessoa que você nem conhece, e um perigo pra o profissional que está recebendo uma festa toda pronta. Eu, particularmente, não recebo. Eu não faço. [...] A gente é o quê? A gente é maestrina de um evento. Então, se a gente tá

maestrando aquele evento, *a responsabilidade de dar certo é nossa*. É como se lá embaixo eu assinasse: está aqui, todo o evento é assinado por mim. Por quê? Porque eu que estou controlando tudo. Não existe aquela questão: "ah, o fotógrafo com o trabalho dele, *buffet* tem o trabalho dele, fulano tem o dele. Não. É todo mundo. Ninguém trabalha só. Não. Eu não tô trabalhando em prol de uma noiva? A gente não tá trabalhando em prol de "n", não, é você. Então, é todo mundo aqui, ao teu redor, seguindo pra você a questão de dar certo, de *ter que dar certo*.

Existe, por parte das cerimonialistas, a expectativa de que as noivas que as contratam lhes entreguem por completo o controle do evento no dia do mesmo. As profissionais esperam que mesmo as noivas mais envolvidas com os preparativos esqueçam a parte operacional do evento no dia da festa. Essa transferência de controle, contudo, não acontece de forma tranquila em todos os casos. Em um dos casamentos em que trabalhei com Regina, observei um caso que exemplifica bem a dificuldade enfrentada por algumas noivas nesse momento. Diante da porta da igreja prestes a ser aberta para sua entrada, uma noiva checava apressadamente com a cerimonialista uma série de aspectos do evento. Manifestando calma, Regina repetia que estava ciente dos detalhes operacionais, até que interrompeu a noiva: "ok, entendi. Agora, querida, você me entrega a organização dessa festa e vai *ser a noiva*, por favor. Se você não fizer isso, eu desisto de organizar e vou curtir e beber champanhe na sua festa". Apesar do tom bem humorado usado para essa fala, Regina estabelecia uma delimitação de papéis de grande seriedade para o exercício de sua função. Ela dependia, para cumprir suas tarefas como cerimonialista, de uma definição clara de papéis, e isso incluía a necessidade de que a cliente performatizasse, também, seu papel de noiva. É importante acrescentar que essa cliente em particular representava um dos raros casos em que Regina não havia acompanhado a noiva ao longo dos preparativos. A festa havia sido organizada, segundo me contou a cerimonialista, por um colega do mercado que se identificava como *promoter*. A designação descrevia o serviço por ele oferecido, que envolvia todas as atividades relacionadas com a contratação de fornecedores e preparação do evento, mas excluía as tarefas *cerimoniais* da celebração e da festa: organização do cortejo de familiares, entradas dos noivos, cumprimento do cronograma estabelecido para o *buffet*. Desse modo, Regina não havia tido a oportunidade de preparar a cliente para a adequação ao *papel de*

*noiva* dela esperado. Esse papel incluía a abdicação da agência com relação ao evento, exercida ao longo dos preparativos, enquanto a cerimonialista assumia o controle no dia da festa. Essa noiva, Regina me explicou depois, não era uma de suas *pérolas*.

Para ser bem sucedida, essa transferência do controle do evento deveria começar antes. Foi o que observei no caso de Linda, uma cliente de Regina cujos preparativos de casamento pude acompanhar em vários momentos. Participando de suas reuniões de organização, eu observava como Linda agia com firmeza, fazendo valer suas opiniões a cada encontro com fornecedores. Ao longo de sua inserção no “universo das noivas”, Linda havia se tornado uma hábil negociadora. A cada reunião, ela barganhava com os contratados, obtendo descontos consideráveis e acréscimos de itens sem custos adicionais. Ela ainda fazia valer sua experiência profissional em um escritório de advocacia ficando atenta aos contratos, nos quais fazia constar todas as vantagens prometidas nas negociações. Eu imaginava, ao acompanhar o seu processo, que essa noiva viveria uma grande dificuldade quando se visse diante da necessidade de entregar à cerimonialista o controle da organização, no dia do evento. A minha expectativa, no entanto, se mostrou equivocada, como pude constatar na reunião final de organização. Nesse dia, Linda adiantou-se ao tratar com Regina sobre o momento de “assumir o papel de noiva”. Ela avisou à cerimonialista, então, que havia designado a sua mãe para tratar de quaisquer imprevistos que surgissem: “minha mãe não bebe, ela vai estar bem a noite toda. Ela vai estar com um dinheiro separado para isso, se precisar comprar bebida a mais ou algo de última hora”. Ao longo do trabalho com Linda, que havia durado cerca de um ano e meio, Regina havia conseguido êxito não apenas na organização do evento, mas sobretudo na preparação emocional da cliente. Às vésperas do evento, Linda parecia cansada e bastante ansiosa, mas esses eram estados considerados normais, em certa medida, por Regina. O resultado esperado, da produção de uma noiva em conformidade com as expectativas da cerimonialista, havia sido alcançado. Linda estava satisfeita com a organização de um evento maior do que inicialmente idealizara, e estava preparada para entregar o controle a Regina quando chegasse o momento. O trabalho de adequação emocional, portanto, estava cumprido. Mais uma *pérola* havia sido cultivada.



Por fim, é possível afirmar que, para além da resolução de uma série de questões práticas, o trabalho do cerimonialista consiste em depositar e inspirar confiança, saber comunicar-se, ajustar-se diante do fluxo de diferentes pessoas, projetos, situações. Ser capaz de engajar-se totalmente, entusiasmar-se, e manter-se celebrando constantemente as relações com os outros agentes do mercado são uma parte do trabalho tão importante quanto a organização de casamentos em si.

## **TERCEIRA PARTE – VIDA DE NOIVA**

### **5. ENTRANDO EM UMA TRAMA DE PARENTESCO**

#### **5.1. O casamento é o dia da noiva?**

Quando se fala de casamentos, é frequente o uso de expressões que tratam esse evento como “o dia *da noiva*”, ou “o dia mais importante da vida *da mulher*”. De fato, como confirma não apenas minha experiência de campo, mas também a de outras estudiosas do mesmo tema, as noivas assumem uma posição central inquestionável no chamado “universo dos casamentos”. A respeito da *centralidade das noivas* (MARINS, 2104) não apenas no rito do casamento, mas também ao longo de todo o período dos preparativos, é bastante preciso o argumento da antropóloga Cristina Marins:

Assim, ainda que alguns discursos revelem uma impressão geral de que os homens vêm se apropriando cada vez mais da cerimônia e da festa de casamento, me pareceu claro que este é ainda um comportamento de caráter senão marginal, ao menos eventual – sobretudo se o compararmos a dedicação empenhada pelas noivas nos preparativos de seus casamentos. As noivas não são somente os atores mais visíveis do evento, mas creio poder afirmar que tal visibilidade reflete um comprometimento sólido delas com os preparativos do casamento (MARINS, 2014, p. 16).

A centralidade das noivas no *universo dos casamentos* se reflete nos discursos das especialistas em etiqueta. Em falas como a da profissional que cito a seguir, extraída de uma palestra proferida em uma feira de noivas promovida em 2015, em Porto Alegre, as regras de conduta consideradas adequadas partem do princípio de que casamentos são ocasiões

marcadas por uma rígida *hierarquia*, na qual a noiva assume o posto máximo. Apresentando uma visão contemporânea das normas de comportamento social, a palestrante enfatiza seu argumento sobre o papel central da noiva reiterando o fato de que as festas de casamento se tornaram eventos mais complexos, organizados por mulheres ocupadas que decidem dispor de grandes parcelas de seu tempo para esse projeto. Na fala dessa especialista de etiqueta, o comportamento reverente para com a noiva, por parte dos parentes e amigos presentes, se justifica como uma deferência a todo o investimento que se supõe que ela tenha feito para a ocasião:

Quem aqui já organizou uma festa de casamento? Quem aqui já casou levanta a mão. É um trabalho! É um investimento de tempo, dinheiro e energia. E a gente se sente desrespeitado quando alguém se apresenta não dando o devido valor para todo o esforço, não é? Então, a questão da elegância no casamento, ela tem esse intuito da gentileza. Se a gente pensar em elegância, a gente tem que pensar em *hierarquia*, no casamento. Existe uma hierarquia! Quem é o personagem mais importante no casamento? A noiva! A noiva, ela tem o lugar máximo na hierarquia. Por isso ela tem o dia da noiva, pra relaxar, pra descansar, pra ela ficar bem tranquila, porque ela vai ter muitas atribuições depois, não só no evento, mas no casamento, depois.

Tendo apresentado argumentos para reforçar a regra da centralidade da noiva, a palestrante citada acima passa a citar regras de etiqueta muito conhecidas no universo dos casamentos, segundo as quais a reverência à noiva, por parte dos convidados, deve se refletir na indumentária por eles escolhida para a ocasião. Ela cita uma *gafe* que poderia ser definida, a partir de minhas observações de campo, como um dos comportamentos considerados, pelas noivas, como mais desrespeitoso: o uso da cor branca e de tonalidades aproximadas pelas convidadas do casamento. Assim, ela prossegue:

Essa hierarquia tem que ser respeitada! Não pode uma convidada, uma madrinha, usar uma cor parecida, ou *off white*, ou branco, como o da noiva, não precisa ter o terno mais chique, como o do noivo, não [...]. Então, as convidadas também não precisam competir com o vestido da mãe do noivo.

O reconhecimento da *hierarquia* existente na ocasião, defendem as regras de conduta popularizadas em livros de etiqueta e nas falas de especialistas como a citada acima, deve se refletir na apresentação pessoal dos convidados. É expectativa de muitas noivas que sua centralidade na ocasião não seja ignorada por convidadas. Ao longo de minha experiência de

campo pude perceber, por exemplo, que o uso de tonalidades próximas ao branco, por parte das convidadas, mesmo que apenas em uma parte da roupa escolhida, é comumente interpretada pelas noivas como uma forma de concorrência e disputa pelas atenções no evento. Nesse sentido, em um dos casamentos em que trabalhei, junto a Regina, a noiva foi enfática ao exigir, durante as reuniões anteriores ao evento, que a cerimonialista tomasse algumas medidas caso aparecessem convidadas não apenas vestindo branco, mas também com peças aproximadas ao bege claro, nos tons chamados de *nude*. Para o azar não apenas daquela noiva, mas também da equipe, eram cores que estavam em moda para os vestidos de festa. Como a noiva havia reforçado, por meio de mensagens de texto enviadas para a cerimonialista e repassadas à equipe, as madrinhas que porventura aparecessem com os tons vetados deveriam ser avisadas e excluídas do cortejo. A noiva também havia estabelecido que não aceitaria ser fotografada com madrinhas em tons claros, para que, em fotos, não restassem dúvidas sobre quem era a noiva. Foi com alívio que as recepcionistas viram chegar a última madrinha e tiveram a certeza de que os constrangimentos estavam evitados, uma vez que todas estavam vestidas em tons distantes do branco e do *nude*.

A observação dos grupos para noivas no *Whatsapp*, dos quais passei a participar a convite de algumas de minhas interlocutoras, confirmava a importância, para as mulheres que organizavam seus casamentos, de ter respeitada a hierarquia pressuposta nesses eventos. A rejeição das noivas ao uso da cor branca por convidadas e madrinhas foi até mesmo tema de um videoclipe produzido por um cerimonialista. Divulgada no canal do *You Tube* mantido pelo profissional, a música se manteve como um dos assuntos mais comentados entre as noivas na semana em que foi lançada. A letra, de tom humorístico, é transcrita abaixo, e descreve uma situação em que a noiva revolta-se contra a prima do noivo:

**CONVIDADA DE BRANCO JAMAIS<sup>111</sup>**

História verídica. Acontece em muitos casamentos.

Bonito! Que bonito, hein!

---

<sup>111</sup>Paródia da música “50 reais”, lançada em 2016 pela cantora sertaneja Maiara Azevedo. O videoclipe, produzido pelo cerimonialista Rafael Alves, pode ser visto no canal de *You Tube* “Dr. Festa”. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=wa6Ho2ohlec>.

Que cena mais linda!  
 Será que eu estou atrapalhando a periguete ali?!  
 Que é isso?  
 Cê tá de brincadeira?  
 Somente a noiva usa branco a festa inteira!

Tá pensando que tem mel,  
 Mas aqui no galinheiro eu tenho o meu papel  
 Pode ser que eu até te enforque com o meu véu  
 Agora virei furacão  
 Furacão...  
 Vá pra casa se vestir  
 Eu já vi tudo que eu tinha que ver aqui  
 Vir de branco não!  
 O lugar da noiva ninguém rouba, não  
 Não sei se dou na cara dela  
 Ou bato em você  
 Tinha que ser uma prima tua  
 Pra me aborrecer  
 E pra ajudar todas as noivas, campanha se faz  
 Convidada de branco, jamais!

Nas conversas que a divulgação da música suscitou, o comentário feito por uma noiva confirma que a opção da cliente de Regina não era um caso à parte no mundo dos casamentos. “Se uma convidada minha for de branco, ela não tira foto! Nem no fundo de uma foto. Vai ser como se ela nem tivesse ido”, ela dizia.

Como contraponto, a equipe por vezes se via diante da situação oposta, em que a noiva demonstrava não estar à vontade com o papel hierárquico que deveria desempenhar. Durante a sessão de fotos com padrinhos e madrinhas, logo após a cerimônia de casamento, outra noiva atendida por Regina, por exemplo, queixava-se à equipe: “tomara que essa parte termine logo. Não nasci pra ser pajeada por um monte de gente, sinceramente!”. Esse outro extremo, por sua vez, também acrescentava preocupações às funcionárias, já que o trabalho poderia ser dificultado por uma cliente que rejeitasse performatizar o papel de *noiva* para o qual a equipe estava preparada. De todo modo, em minha experiência de campo, a preocupação com o uso de cores claras, principalmente por parte das madrinhas, se mostrava presente entre muitas de minhas interlocutoras. A própria Regina, ciente disso, procurava

evitar problemas fornecendo às noivas um material impresso, a ser repassado às madrinhas, com orientações sobre a necessidade de reservar o branco à noiva.



**Figura 60** Profissionais auxiliam a noiva na sessão de fotos após a cerimônia, alinhando o véu e a cauda do vestido conforme ela se desloca. Registro de campo.



**Figura 61** Equipe ajuda noiva a descer alguns degraus, no local da recepção. Registro de campo.

Ao mesmo tempo em que, em seu cotidiano profissional, centralizam as atenções na noiva, organizadores de casamento também podem manifestar incômodo quando certos limites são ultrapassados. Por vezes, esses profissionais poderão intervir para impedir a total invisibilização do noivo. Assim, em um *workshop* para organizadores de eventos em Porto Alegre, um cerimonialista carioca nacionalmente conhecido criticava as noivas que, ao mesmo tempo em que pagavam altos preços por vestidos para si mesmas, reservavam valores ínfimos para a roupa do noivo:

É muito comum. A noiva pega, entra na Internet, bota “casamento”, e começa a vir um monte de informação. Compra algumas revistas, vê um monte de coisa. E aí, com certeza ela, com certeza, ou vai pra fora, ou procura dez costureiras, e fala pro noivo: “você é simples, você vai na loja *tal* e aluga um meio fraque”. Ou seja, desculpa as noivas aqui, mas vocês querem que o cara gaste menos na roupa dele - tá aqui a noiva rindo, que tá passando por isso agora, né? [Interpelando uma noiva na plateia]. Você quer que ele gaste menos na roupa dele do que você vai gastar de teste de maquiagem, não é verdade? Então, vou te falar que você está botando teu noivo num buraco!

Existe uma estereotipia de quais tarefas *podem* ser repassadas aos noivos durante os preparativos. São tarefas consideradas, pelo senso comum, como “masculinas”: escolhas de bebidas e do equipamento de som para a banda. Em dois casos por mim observados, de casamentos pagos pela *noiva*, esses foram os gastos pelos quais os noivos concordaram em assumir. Responsáveis pela organização de casamentos, as cerimonialistas desempenham sua atividade profissional a partir desses estereótipos, que estabelecem de forma clara o que é “tarefa de noiva e de noivo”. Entre as noivas, a forma como repercutem esses estereótipos se revela em muitos momentos<sup>112</sup>, e se evidencia, por exemplo, em materiais de humor compartilhados em comunidades e grupos virtuais.

---

<sup>112</sup> Como se discute de forma mais aprofundada em um dos tópicos do capítulo VI desta tese.



Figura 62 Charge: "A difícil participação do homem no casamento". Fonte: Pinterest<sup>113</sup>.

## Cabeça de noiva X Cabeça de noivo



Figura 63 "Cabeça de noiva e cabeça de noivo". Fonte: site "Casamentos.com"<sup>114</sup>.

<sup>113</sup> Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/475340935649847604/>.



Figura 64 Tirinha "preparativos para o casamento". Fonte: site "Mulher de 30"<sup>115</sup>.

Com dez anos de atuação na organização de casamentos, a cerimonialista Regina me contava que havia vivido apenas duas situações de “papeis invertidos”, em que noivos assumiam a centralidade nos preparativos dos casamentos. Ela gostava de contar sobre um noivo “muito gente boa”, que fora seu cliente há alguns anos. Com a noiva morando em outro estado, ele tomou para si as tarefas de pesquisar fornecedores, reunir-se com eles, fechar contratos e manter atualizadas planilhas de orçamentos e pagamentos. Sempre que contava a história, diante de noivas boquiabertas, Regina costumava rir da situação, vista como bastante inusitada. Regina tivera, ao longo de sua trajetória como cerimonialista, várias clientes que tinham Fortaleza como cidade natal, e decidiam realizar nessa cidade os seus casamentos, de modo a poder convidar parentes e amigos, mesmo morando em cidades distantes. Mesmo nesses casos, no entanto, a noiva costumava estar incumbida de centralizar os preparativos, realizando viagens periódicas à cidade para conhecer fornecedores ou mesmo contratando-os à distância com ajuda da Internet. Isso explica o quão inusitada pode parecer, aos olhos de noivas e cerimonialistas, a situação de um noivo que assume os preparativos. “Ele era *a noiva*”, Regina resumia, sem abandonar a estrita *divisão sexual do trabalho* nos casamentos.

<sup>114</sup> Disponível em: <https://www.casamentos.com.br/forum/cabeca-da-noiva-x-cabeca-do-noivo--t122288>

<sup>115</sup> Disponível em: <http://mulher30.com.br/2013/07/preparativos-para-o-casamento.html>



### 5.1.2. Dia do noivo

O quanto essa divisão costuma informar o trabalho de cerimonialistas, assim como o desempenho das tarefas das noivas e noivos, nos preparativos dos casamentos, ficou ainda mais claro para mim no episódio que passo a narrar a partir de agora. Em 2015, foram promovidas em Porto Alegre duas feiras de casamento consideradas de caráter pioneiro, anunciadas como as primeiras na cidade voltadas para o público homoafetivo. Enquanto me organizava para participar, procurando cerimonialistas conhecidas que eu pudesse acompanhar em suas atividades nesses eventos, eu tinha expectativas de vislumbrar um contraponto interessante à estereotipia sexual que perpassava o mercado de casamentos *tradicionais*. Em uma das feiras para casais homoafetivos, enquanto conversava informalmente em uma roda formada por cerimonialistas, decidi perguntar: “você veem diferença em trabalhar com esse outro perfil público?”. Uma das profissionais presentes, então, me disse em tom de confiança: “na verdade, na prática, não tem diferença nenhuma. Tudo o que você tem que fazer, como cerimonialista, é descobrir logo quem é *o noivo* e quem é *a noiva*. Sempre vai ter. E aí você passa a trabalhar com a sua *noiva* e o seu *noivo*”. O comentário foi seguido de acenos de cabeça e de confirmações verbais de outras profissionais presentes. De modo geral, as profissionais presentes viam essa fatia de mercado como promissora, e mais de uma delas havia associado o público LGBT<sup>116</sup> com uma maior disposição ao consumo: “essa feira é assim, luxuosa, porque é um público que gosta muito de luxo”. Enquanto conversávamos, entre *stands* com os produtos e serviços usuais, desfilava um casal composto por duas noivas, mas vestidas de acordo com uma normatividade heterossexual. Uma das moças usava os cabelos longos semipresos, joias e um batom vermelho, e vestia um volumoso vestido longo de rendas. A outra, sem joias, com cabelos curtos arrumados com gel e maquiagem em tons neutros, vestia um terno feito sob medida. A não-adesão à norma era explicitada de forma sutil no corte do terno, que evidenciava curvas femininas, e de modo mais evidente na inversão das cores tradicionalmente usadas por noivo e noiva, já que o vestido era feito em tecidos pretos e, o paletó, na cor branca. Em conformidade com os comentários de cerimonialistas e clientes, que em geral naturalizavam

---

<sup>116</sup>116 Sigla referente a “Lésbicas, Gays, Bissexuais e Transgêneros”.

uma determinada divisão de papéis de noivos e noivas, a apresentação do casal de noivas se elaborava a partir de uma representação binária, com papéis opostos, correspondentes ao masculino e ao feminino.

Em campo, pude constatar que as mudanças na participação dos homens nos casamentos, na direção de um maior envolvimento nos preparativos, das quais falavam de forma vaga as cerimonialistas com as quais eu conversava, aconteciam de forma muito sutil. Essas mudanças não eram relacionadas com um interesse crescente dos homens no universo dos casamentos em si, mas com a adesão dos homens a fatias de mercados de consumo específicos, não apenas na ocasião dos casamentos. Em minha observação, a participação crescente dos homens se dava em certos aspectos do casamento que refletiam tendências de maior interesse masculino em consumir itens que vão deixando de ser considerados exclusivamente femininos. É o caso do consumo de alguns itens de cuidados pessoais e da culinária como *hobbie*, por exemplo. Ao longo de minhas pesquisas de campo, cheguei a participar de três eventos voltados especificamente aos *noivos*. Se tratavam de duas edições do “Dia do Noivo”, em 2014 e 2015, recepção anualmente promovida por uma grife de ternos sob medida de Porto Alegre, e um evento homônimo promovido por uma barbearia de Fortaleza, em dezembro de 2015.

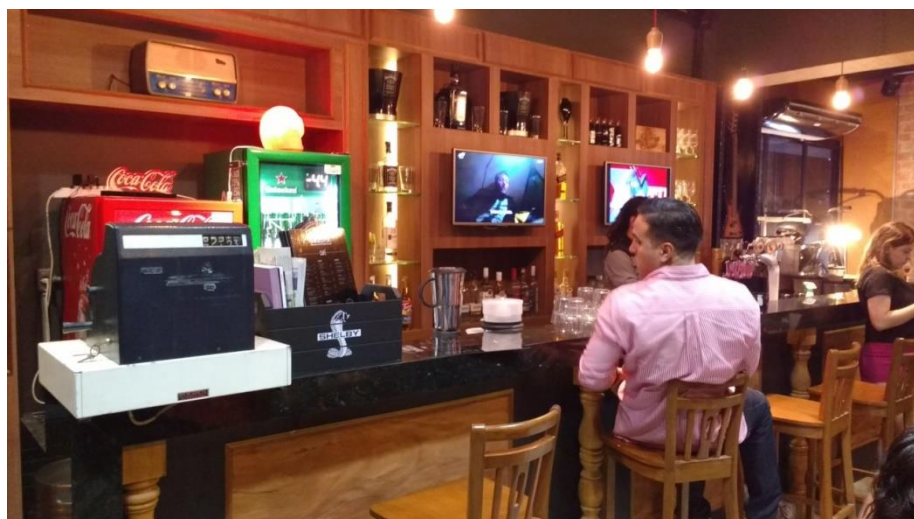


Figura 65 Evento "Dia do Noivo", promovido em dezembro de 2015, em Fortaleza. Um dos ambientes do estabelecimento.

No evento observado em Fortaleza, surpreendi-me com o noivo de Lígia, cliente da cerimonialista Regina, um rapaz de 25 anos que se mostrava muito entusiasmado em ter “finalmente um momento em que ele era o centro das atenções”. Enquanto Luís experimentava cervejas e aperitivos servidos e aproveitava gratuitamente os serviços da barbearia, Lígia se resignava: “pobrezinho, eu vou esperar por ele com toda a paciência. Ele tava reclamando, ao menos uma vez ele é o centro nesse casamento”. O assunto da noite parecia ser a vaidade masculina, e outra cliente de Regina, Carina, explicava à cerimonialista que o noivo não contrataria os serviços daquela Barbearia para o dia do casamento porque já estava acostumado a um estabelecimento concorrente. O noivo de Carina, que observava a conversa sem participar, parecia um pouco constrangido em revelar preocupação com cuidados pessoais, e isso pode ser depreendido da forma como Camila o “entregava”, em tom bem humorado: “eu digo logo, Regina, ele é meio preocupado com esse cabelo dele”. O serviço que a barbearia anunciava consistia na possibilidade de ter um “dia do noivo”, em um formato muito parecido com aquele contratado por muitas noivas, em que os cuidados de beleza são registrados por um fotógrafo profissional e incluídos no álbum do casamento. Vale também relatar um casamento anterior, em que o noivo solicitou, com muito desembaraço, que a equipe de cerimonial maquiasse seu rosto. Ele se dizia “super preocupado” com as espinhas e a oleosidade da pele, que poderiam aparecer nas fotos. Como a tarefa coube a mim, pacientemente apaguei as espinhas e olheiras com produtos de maquiagem que Regina costumava levar para retoques em clientes, na “bagagem” do cerimonial, e outros que eu mesma levava comigo. Enquanto aplicava os produtos no rosto do noivo, em um lugar mais isolado, ouvia comentários dos amigos que se aproximavam, e observava que em nenhum momento os amigos questionavam sua virilidade por estar sendo maquiado: “aê, dando um tapa no visual? Isso aí”. As situações descritas remetem a fenômenos mais amplos, de produção de estilos de masculinidade mais suaves, com adesão ao consumo de moda e de cuidados pessoais, de que participa um determinado perfil de homens de classes mais elevadas e predominantemente brancos (FRANÇA, 2012). No mercado de casamentos, a incorporação de novos gostos e estilos pelos homens de classe média alta representa mais uma oportunidade de negócios, uma possibilidade de ampliar o leque de serviços oferecidos.



Figura 66 Barbearia com serviços para noivos. Segundo uma cerimonialista presente: "A decoração foi pensada para refletir o universo masculino".



Figura 67 Um dos noivos presentes ao evento participa de demonstração dos serviços da barbearia.

### 5.1.3. Noivas profissionais

De diferentes noivas, ouvi queixas a respeito das consequências de seu envolvimento com os preparativos sobre as outras áreas da vida. Quando falou comigo duas semanas antes de seu casamento, logo após uma reunião com sua cerimonialista, Linda, uma noiva de Fortaleza, advogada, expressou preocupação com este assunto sem que eu houvesse feito qualquer pergunta nesse sentido. Linda falou sobre dificuldades recentes em seu

relacionamento com o noivo, que ela atribuía ao estresse gerado pelos preparativos. Ela dizia sentir falta de tempo disponível para o lazer.

Assim, tem muito estresse, é muito... Eu fiquei um pouco traumatizada, assim, com a quantidade de dinheiro que eu gastei, com brigas que eu tive com o meu noivo. Assim, outra coisa que me estressava muito: tipo, num sábado... Sábado, em vez de eu curtir e me divertir, eu estava visitando fornecedor. Então, às vezes, eu tinha muita briga com o meu noivo porque, assim, os primeiros fornecedores, os contratos grandes, ele foi comigo. Mas as miudezas, ele não foi: "ah, não vou, não, porque eu nem entendo!". Aí, ou seja, ele ficava o sábado bebendo e eu fazendo as coisas do casamento, e eu ficava estressada com ele porque ele tava bebendo. Mas na verdade, no fundo, não era porque ele estava bebendo, era porque eu não estava podendo curtir o meu sábado, entendeu? Eu brigava com ele, mas na verdade, eu tava com raiva era de eu não poder curtir o meu sábado.

A fala de Linda enfatiza o fato de que, na maioria dos casos, as mulheres arcam com o trabalho dos preparativos com pouca ou nenhuma ajuda dos futuros maridos. Além da perda do tempo de lazer, as queixas que ouvi em campo davam conta de como o engajamento das noivas pode chegar a atrapalhá-las em suas atividades profissionais. Na fala transcrita abaixo, Linda narra como os preparativos consumiam o seu tempo e atenção, principalmente no último mês antes do evento:

Eu pesquisava tudo. A cada profissional eu pedia orçamento. Aí, depois que eu pedia orçamento eu ia visitar, aí eu fechava. Então, eu perdia muito tempo com isso. Então, toda vida que eu ia visitar profissional, era uma mão de obra muito grande, por conta disso, por causa do meu trabalho. Tinha que reorganizar horários, isso me perturbou demais. Por exemplo, hoje, o meu trabalho foi super corrido. Porque, de manhã, era fazendo um prazo e pensando no *meu trabalho*, é, pensando no *meu casamento*! Outra coisa, meu ritmo de trabalho, desde dezembro: muito baixo! Então, as empresas que tem funcionárias noivas, nas vésperas, perdem muito. Meu ritmo de trabalho diminuiu muito de dezembro pra cá. Muito mesmo. Eu estou aqui, e lembro: "ah, tenho que ligar para Fulano". Aí, ligo. "Ah, tem que ligar para Beltrano". Aí, ligo. Isso quebra meu trabalho, meu raciocínio. Hoje, na hora do almoço, comi engolindo e fui pegar minhas sandálias no fornecedor, que o cara está me enrolando. Aí fui. Quando voltei, cheguei atrasada, levei minha marmita. Ou seja, cheguei no meu trabalho 13h40, e eu só tenho uma hora e meia de almoço, minha hora de almoço terminava 13h30. Comi, comecei a trabalhar só 14h. Depois pedi à minha gerente pra sair, fui lá pra Praia de Iracema, e eu trabalho na Aldeota, fui pra Praia de Iracema<sup>117</sup> provar meu vestido. Voltei. Tinha que ficar no meu trabalho, ainda, mas tive que sair do meu trabalho 17h30 pra vir pra cá, pra fazer minha reunião com a Regina [cerimonialista].

<sup>117</sup> A distância aproximada entre os bairros citados é de aproximadamente 5 km, cerca de meia hora de deslocamento, considerando o tráfego em horário de almoço.

Então, você fica com a vida louca. Ontem, na hora do almoço, ainda tive de resolver coisas de casamento. Quando eu cheguei eu tive que ir na casa da minha sogra, porque tem um pessoal do interior do estado fazendo algumas coisinhas manuais minhas. Então, fui lá ver o que tinha sido feito, orientar e deixar mais algumas coisas. Hoje de manhã, antes de ir pro *casame...* antes de ir pro *trabalho*, eu passei numa loja de uma mulher que tá fazendo minhas lembrancinhas, que eu tive que pegar ontem e não peguei, peguei hoje de manhã antes de ir trabalhar. Então, assim, sua vida fica em função disso.

Na fala de Linda, além da narrativa detalhada dos preparativos nas vésperas do casamento, é interessante observar como, em intervalo muito curto, ela comete duas vezes o mesmo ato falho, em que confunde os termos *casamento* e *trabalho*. A noiva reforça, assim, a ideia que já era clara, a partir de minhas experiências de campo, de que as noivas por mim observadas desempenhavam um papel ativo, em que exerciam sua agência como consumidoras mobilizando para isso as competências adquiridas por meio de sua inserção no universo profissional. O caráter imaginativo do consumo de casamentos, com todas as fantasias e envolvimento emocional relacionados a essa prática, era acompanhado também de uma racionalidade mais pragmática, movida pela constante necessidade de minimizar gastos, exigir o cumprimento satisfatório de serviços e obter evidências da idoneidade de potenciais contratados. Não à toa, nas páginas de redes sociais e grupos virtuais de noivas que eu acompanhava desde o início de minhas observações, sempre tiveram repercussão imagens e piadas em torno do tema da “noiva profissional”.



Figura 68 - Meme "Profissão do momento: noiva". Fonte: site "casamentos.com".<sup>118</sup>



Figura 69 Meme "Quem disse que ser noiva é fácil?". Fonte: Site "Criar meme".<sup>119</sup>

<sup>118</sup> Disponível em: <https://www.casamentos.com.br/forum/nova-profissao--t132633>.

<sup>119</sup> Disponível em: <http://www.criarmeme.com.br/meme/24149>.



Figura 70 Meme: "Ser noiva é...". Fonte: blog "Noivas surtadas"<sup>120</sup>.



Figura 71 Meme "feriado de noiva". Fonte: blog "Uma linda promessa"<sup>121</sup>.

<sup>120</sup> Disponível em: [http://noivassurtadas.blogspot.com.br/2014\\_10\\_01\\_archive.html](http://noivassurtadas.blogspot.com.br/2014_10_01_archive.html).

<sup>121</sup> Disponível em: <http://www.umalindapromessa.com/2015/07/memes-que-toda-noiva-vai-se-identificar.html>





Figura 72 Meme "ser noiva é...". Fonte: Pinterest<sup>122</sup>.

---

<sup>122</sup> Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/491525746813819880/>



Figura 73 Meme “pensando no meu casamento”. Fonte: Pinterest<sup>123</sup>.

Para a noiva Juliana, advogada, de Porto Alegre, a profundidade do *mergulho* no universo dos casamentos pode ser explicada pelo tempo de antecedência com que as noivas começam a organizar os preparativos. Ela fala de sua experiência pessoal, em que a opção por locais com alta procura a fizeram optar por uma data mais distante e, conseqüentemente, mais tempo dedicada à organização:

Eu acho que, o tempo, que a gente acha que precisa, é muito longo, a gente... A indústria mesmo, move pra isso, sabe? Ah, tem que esperar um ano e meio pela igreja, um ano pra conseguir salão, e... Eu acho que... Eu, se fosse casar novamente, ou se fosse aconselhar alguém, diria: "ah, escolhe outro [salão], e se casa em menos tempo", porque acaba se tornando estressante demais. É muito tempo pra ti *viver em função de um projeto só*, sabe? Gera muita ansiedade, muito... Sei lá, um certo desgaste, até. Eu faria isso mais rápido.

[...] É que vai crescendo. Porque, no começo, tu não tem noção de que existam forminhas pra docinho. E nem um arquiteto de mesa de doces! [Risos]. Aí tu tem muito tempo pra ver muita coisa e querer tudo, sabe? Isso são milhões de reuniões, de visitas, de contratos, de depósitos, de... de escolher. Isso acaba virando cansativo, sabe? Nesse sentido, que eu digo, que tu começa a inventar muita coisa, porque tem tempo.

<sup>123</sup> Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/296111744226844789/>

A jornalista Liana, de Fortaleza, por exemplo, dizia-se preocupada com o quanto o processo poderia ser envolvente, caso se estendesse por mais que *um semestre*. Sua experiência de organização do casamento, assim, foi pensada e orientada de modo a garantir uma “distância segura” do papel de “noiva ansiosa”, que ela não desejava assumir. "Eu acho que o meu processo de organizar a festa foi muito rápido. Quando eu comparo, eu lembro que vi algumas noivas muito ansiosas, muito nervosas com algumas coisas, e eu acho que o meu processo foi muito tranquilo. A cerimonialista disse que eu fui a noiva mais calma que ela já viu na vida". Os preparativos do casamento de Liana duraram pouco mais de seis meses, uma exceção no conjunto de minhas informantes, que tinham uma média de um ano e meio de tempo de organização do evento. Liana contou que o processo rápido foi uma decisão consciente, por meio da qual ela procurava excluir, principalmente, a possibilidade de um término de relacionamento precipitado pelo estresse dos preparativos.

E eu já ouvi casos, por exemplo, de uma pessoa que planejou o casamento por um ano e meio e não teve casamento, porque acabou o relacionamento. Não sei se nesse caso é por eles ainda não terem morado juntos. Mas pra mim e pro meu marido, eu acho que foi como uma segurança a mais. Eu acho que a questão de já morarmos juntos, e até de ser pouco tempo de organização, pra mim, foi como uma segurança. Eu já ouvi pessoas falarem de gente brigando na organização de casamentos, de noivos brigando.

A fala de Liana parecia refletir as considerações que eu ouvira em outra ocasião, no ano de 2013, durante uma palestra ministrada por uma cerimonialista a um público formado predominantemente por noivas, em uma feira do mercado de casamentos de Fortaleza. A organizadora de eventos contava que havia acabado de se mudar e estabelecer sua empresa na capital do Ceará, e partilhava experiências anteriores, vividas no mercado de casamentos da cidade de São Paulo, onde atuara até então. Essa cerimonialista comparava os preparativos a um *teste de sobrevivência* para os relacionamentos dos casais de noivos:

Eu digo que os casais que passam no teste dos preparativos do casamento realmente estão aptos a casar. Porque dividir as finanças, dividir o gosto, escolher o papel do bem-casado: nossa, esse, então, já é MBA. Eu quero o laço na cor *tal*, e ele quer o papel *tal*. Aí ele quer entrar com a música *tal* na festa, e ela quer entrar com a música *tal* na festa. Aí ela quer dar *tal* coisa de lembrancinha, e ele não acha isso importante. Ela quer um topo do bolo, e ele não quer. Cara, é difícil casar! Aí a gente elenca quantas coisas a gente trabalha em um casamento. São mais de 30 fornecedores.

É interessante mencionar que, consultando entrevistas dadas por essa profissional a veículos de imprensa de São Paulo, encontrei declarações da mesma sobre a “transformação do papel dos noivos”. Publicada em 2012, a matéria publicada dava conta da participação cada vez mais igualitária de homens e mulheres nos preparativos dos casamentos, com a presença de noivos cada vez mais ativos nos trabalhos de organização. Em sua fala no evento, contudo, a cerimonialista, diante de uma plateia quase totalmente feminina, fez questão de parabenizar os poucos noivos presentes: “Os noivos, então, gente, que estão aqui, esses são ‘pra casar’! [Risos]. Porque, vamos combinar, que *arrastar um homem*, pra vir falar de casamento, em pleno domingo, é pra casar!”.

Após defender a valorização do trabalho das cerimonialistas, narrando uma série de dificuldades vividas no exercício de sua profissão, ela fez um aparte para elogiar a dedicação das noivas, ao mesmo tempo em que dava “dicas” enumerando todas as providências que as noivas não deveriam esquecer:

Parabéns pra vocês, parabéns de coração, mesmo. É um momento muito mágico, lindo, porém tem o lado B, e é a minha função a de mostrar pra vocês que nem tudo são flores! É muito importante vocês não terem esse... esse "mundo do Bob", da Alice, tem que ser muito pé no chão. Primeira coisa: vocês já estão fazendo. Pesquisem, venham ao mercado, conheçam os profissionais, questionem, tirem orçamentos. *Sejam realmente, sabe? Noivas.* Aí, depois disso, Procon, pesquisa de fornecedor, você joga no Google, você já descobre, tem outros meios de saber, também, idoneidade de empresa, ou não. Fez isso? Depois consulta a noivinha que casou nesse local. Consulta sobre a banda, sobre o decorador, sobre todos os seus fornecedores. Vai em dia de evento. Vai no dia da noiva, checa qual que é a sala da noiva, onde eu posso colocar meu vestido, se eu vou dividir essa sala com outra pessoa ou não, se eu vou ter uma sala pra mim, exclusiva. Não descubram as coisas no dia. Não deixem para a última hora. Minha principal dica é que o sucesso é um bom planejamento.

E, ao final de um discurso a um só tempo elogioso e normativo, a profissional resumia sua opinião sobre o “ser noiva” com uma frase muitas vezes por mim ouvida em campo: “Cara, é... é uma profissão, mesmo!”.

Em campo, constatei que o perigo do excessivo envolvimento da noiva com o evento, em detrimento do relacionamento, é advertido às mulheres em vários momentos dos preparativos – seja pelos noivos, seja por cerimonialistas preocupadas com o estado

emocional apresentado pelo casal. Até mesmo em produções midiáticas, o valor persuasivo desse tipo de argumento se faz presente. É o caso do filme *Noivas em Guerra*, que me foi indicado por Clara, a cerimonialista citada no capítulo I desta tese. Na trama, que conta a história de dois casais de noivos envolvidos em problemas inesperados durante os preparativos, a seguinte fala, dita no filme pela cerimonialista dos casais, coloca os preparativos como um teste de resistência para os relacionamentos:

O mês que antecede o grande dia é um teste para os casais, para ver como trabalham juntos, resolvem problemas e se comunicam. A felicidade inicial acaba e os nervos começam a se abalar. Para alguns casais, isso expõe os conflitos básicos de seu relacionamento. Para outros casais, aqueles de sorte, a harmonia essencial de sua parceria é realçada.

O filme se apropria, assim, da linguagem própria às fábulas de advertência. No contexto mais amplo da trama, a mensagem é voltada às noivas, e se trata de chamar a atenção das mesmas para a importância de reservar cuidados não apenas à festa, mas também ao relacionamento. Desse modo, se reforça a responsabilidade feminina sobre o trabalho envolvido na construção e manutenção dos laços afetivos, ao mesmo tempo que se exclui os homens da obrigação um esforço equivalente.

As discrepâncias nas atribuições e expectativas de noivos e noivas, na organização de casamentos, não passam despercebidas a uma série de agentes do mercado dos casamentos. Nesse sentido, autoras de blogs, jornalistas especializados, *coaches* e terapeutas despontam no mercado como autores de discursos normativos sobre como proteger os relacionamentos durante essa fase por eles descrita como especialmente estressante. Em Porto Alegre, em meados de 2016, tomei conhecimento do trabalho de uma bacharela em Psicologia que anunciava, em comunidades de noivas no *Facebook*, seus serviços como *coach de noivos*. Por meio de uma mensagem *online*, pedi-lhe para me explicar como desenvolvia seu trabalho. Tratava-se de uma *terapia preventiva*, feita em consultório: “faço quatro sessões com foco preventivo, sendo a primeira com os dois, depois uma sessão pra cada um e o fechamento com os dois novamente. Trabalha-se conciliação de demandas, melhora da comunicação e

redução de estresse na organização do casamento”<sup>124</sup>, ela explicava, evidenciando a existência de um filão de mercado até então desconhecido por mim.

Até este ponto do presente capítulo, espero ter oferecido uma visão de alguns dos desafios com os quais se deparam as noivas quando se trata de assumir a maior parte das tarefas relacionadas à organização seus casamentos. Minhas interlocutoras constatavam que, mesmo quando eram as maiores responsáveis pelo custeio e organização do evento, o cumprimento de suas vontades com relação ao evento era impedido por uma série de fatores. Isso acontecia porque, apesar do lugar-comum que define o casamento como o “dia da noiva”, o evento é algo que se planeja tendo em vista as preferências de um público. Além disso, ao tomar suas decisões com relação ao evento, as noivas o fazem a partir de comparações com as pessoas à sua volta, como os membros da família estendida, os amigos e, mais recentemente, as colegas dos grupos de noivas. É possível afirmar que algumas das comunidades das quais essas mulheres participam atuam como o que o sociólogo Robert Merton chamou de “grupos de referência”: os grupos sociais com os quais nos comparamos, e a partir dos quais estipulamos a medida de nossas expectativas como indivíduos dentro da estrutura social (MERTON, 1949). Para esse autor, os grupos de referência tem papel importante em um processo no qual os indivíduos formam sua percepção do que consideram necessário e justo para si mesmos. É nesse sentido que, ao estabelecer comparações com de suas bodas ainda em preparação, com aqueles promovidos por familiares e amigos, as noivas obtém a medida do que é *necessário e justo* para um evento de casamento, algo descrito pelas minhas informantes como “um casamento com tudo direitinho”. É assim que, tendo inicialmente um tipo de evento em mente, que nem sempre poderia ser classificado como “um casamento espetáculo”, as noivas tendem a ajustar seus projetos conforme metas socialmente estabelecidas de como deve ser feito um casamento. Isso explica a afirmação frequente, entre minhas interlocutoras, de que o “sonho do casamento” não é algo que estivera sempre presente em suas vidas, mas que fora construído à medida que se envolviam nos preparativos e conheciam as ofertas do mercado especializado.

---

<sup>124</sup> Transcrição de conversa *online*, em 6 de julho de 2016.

Por fim, a pergunta que dá título a este tópico: “o casamento é dia da noiva?”, tem duas respostas possíveis. O casamento é, sim, o dia da noiva, quando se leva em consideração o papel dessa personagem feminina como protagonista do drama social do casamento. É para elas que o mercado se volta como público alvo. Da mesma forma, o discurso das especialistas em regras de etiqueta, por sua vez, também tem a centralidade da noiva como um eixo que organiza a normatização sobre o comportamento adequado de convidados. Por outro lado, quando se observa o casamento como um projeto que envolve coletividades, ao longo de um processo no qual a noiva se adequa a um tipo muito específico de *sonho*, se evidencia o fato de que não é dado a essa protagonista fazer o que desejar com esse dia. Na lógica de performatização de um comportamento aristocrático que orienta os rituais de casamento, assim como acontece de fato nas sociedades de corte (ELIAS, 2001), a posição hierarquicamente superior da noiva não lhe dá direito a agir conforme seu arbítrio. As implicações do caráter coletivo e familiar de construção desse rito são o assunto dos tópicos seguintes do presente capítulo.

## **5.2. O cortejo e a trama familiar**

Enquanto organizava seu casamento, Katarina encontrou uma grande fonte de estresse na necessidade de tomar decisões sobre o cortejo nupcial – nome que se dá ao grupo de pessoas composto pelos pais e padrinhos e convidados de honra de ambos os noivos . A noiva, que inicialmente havia pensado em uma comemoração informal, um churrasco com amigos e família para celebrar a oficialização de sua união com o namorado após um relacionamento que já contava sete anos, acabou se decidindo por uma boda composta de celebração católica seguida de festa. O evento lhe custou mais de setenta mil reais, custeados por ela e a mãe, com algumas ajudas de parentes do lado materno da noiva. "Minha mãe está sonhando com esse casamento mais do que eu", ela me disse uma vez. Assim, durante a organização do evento, que levou quase dois anos, Katarina se viu cada vez mais preocupada em homenagear e retribuir a família materna, que tanto a havia ajudado. A preocupação era voltada, sobretudo, para a decisão de quais pessoas convidar para compor o cortejo da cerimônia religiosa: quem seriam os pajens, damas, padrinhos, madrinhas e *demoiselles*?

Katarina desejava contemplar com papéis no cortejo todas as pessoas que para ela haviam sido importantes no relacionamento do casal e na preparação da boda em si. "Estou tentando encaixar os familiares, satisfazer todo mundo, mas está complicado". Ela comparava a organização do cortejo, com a contemplação dos diferentes interessados em participar, à montagem de um complicado quebra-cabeças. "Eu tenho quatro primas que não tem mais idade para ser daminhas, mas querem porque querem ter alguma participação no cortejo, e eu fico quebrando a cabeça com isso. Eu fico pirando, pensando como é que eu vou montar tudo isso".

Katarina também optou por uma entrada diferente na igreja. Desde o início, ela havia idealizado sua chegada, vestida de branco, conduzida pelo pai e pela mãe, juntos, em lugar do pai, sozinho, como de costume nas cerimônias religiosas católicas e protestantes. Seus pais eram divorciados havia mais de 25 anos, e seu pai havia constituído uma nova família, com uma mulher de quem Katarina não gostava. "Quem me criou foi minha mãe", ela dizia.

Por exemplo, eu não vou entrar só com o meu pai, já vou personalizar o casamento nesse momento. Eu vou entrar com minha mãe e com meu pai. Seria muito injusto eu entrar com meu pai. Na verdade, eu não queria entrar com meu pai, certo?

Eu vou entrar com meu pai para atender as demandas da sociedade. Eu queria entrar com minha mãe, só eu e a minha mãe. Mas, para evitar maiores problemas, até com o meu próprio pai, eu vou entrar com os dois.

Apesar dos conflitos com o pai, Katarina não abria mão de ter a presença de sua meia-irmã no cortejo da celebração. A madrasta, contudo, foi excluída do cortejo e das fotografias que consolidariam o momento como *memória de família*. "A mulher dele vai morrer com isso, mas eu quero é que ela morra, mesmo. Porque, depois de trinta anos, meu pai e minha mãe vão entrar de novo juntos na mesma igreja em que eles casaram". Mantida fora do cortejo, a madrasta ficava, também, relegada da representação da nova família que Katarina constituía e desejava representar naquele momento. Katarina contava como, à medida que o casamento se aproximava, sua mãe estava *se cuidando e mais linda do que nunca*, enquanto a madrasta parecia *cada vez mais feia*.



Enquanto reservava, à madrasta, uma espécie morte simbólica, Katarina se preocupava em acrescentar ao rito objetos que trouxessem a lembrança de parentes do noivo, já falecidos. Assim, a noiva também pensava em como incluir no cortejo alguma forma de homenagem à mãe do noivo. "Por exemplo, uma amiga entrou com uma foto do pai falecido no buquê, num camafeu. Eu pensei em entrar com o camafeu da mãe do meu noivo no buquê, mas isso como uma surpresa, sem ele saber". Os convidados que não puderam ser incluídos no cortejo também eram objeto das preocupações de Katarina. Para homenageá-los, ela decidiu escrever uma carta de agradecimento, "não para os meus pais, nem pro noivo, mas para os meus convidados". A carta, que foi lida pela noiva antes de entrar na igreja, deveria ser "uma forma de agradecer, porque tem muita gente que tá dando força à gente, que tá ajudando". Dizendo isso, Katarina falava de seu casamento como "uma construção coletiva", o que justificava a dificuldade em representar e homenagear, na cerimônia, toda uma rede de parentesco que a preparação do evento havia tornado mais próxima, mais estreita. Por fim, com a organização escolhida para o cortejo, Katarina conseguiu conciliar a necessidade de contemplar os familiares e amigos mais próximos.

### **5.2.1. Cortejo, padrinhos, madrinhas: possíveis origens da tradição.**

O cortejo com o qual se preocupava Katarina corresponde a uma parte do rito religioso católico. É formado pelas filas de "participantes de honra" da celebração religiosa, que entram no templo pelo corredor principal, de forma solene e perante todos os convidados, ao início, antecedendo a entrada da noiva. A mesma forma processional se repete ao final do rito, precedendo a saída dos noivos.

As "entradas" de membros do cortejo no templo não correspondem a uma forma canônica pré-determinada, mas a costumes que variam para cada cultura e região. A definição mais recente dos cânones do rito, conforme definidos pela Igreja Católica, pode ser consultada no "Rito do matrimônio", documento oficial de 1993, que teve sua publicação aprovada por meio de um decreto religioso. Copio, abaixo, o parágrafo que sintetiza o roteiro sugerido para o início da cerimônia de *matrimônio sem missa*, tipo de celebração pela qual optou Katarina, assim como a quase totalidade dos casais que conheci durante a pesquisa de campo:

À hora marcada, o sacerdote de alva ou sobrepeliz e estola branca ou festiva e, se desejar, pluvial (ou dalmática para o diácono) da mesma cor, dirige-se, com os ajudantes, para o lugar preparado para os noivos. Quando os noivos chegarem ao seu lugar, o ministro os acolhe e cordialmente os saúda, mostrando que a Igreja participa da sua alegria. Em seguida, o ministro se aproxima do altar, que saúda com uma profunda inclinação, e dirige-se para sua cadeira (Ritual do Matrimônio, 2014, p. 39).

Não chega a ser especificado, no documento litúrgico, qual deve ser a ordem e como devem ser os cortejos de entrada, se existirem. O documento se concentra em apresentar os elementos considerados indispensáveis para a celebração do matrimônio e as respectivas fórmulas rituais que o sacerdote e os noivos deverão pronunciar nos momentos adequados. O texto não especifica como devem ser as roupas dos noivos, padrinhos e convidados, apenas do sacerdote. Além disso, o próprio Direito Canônico deixa aberta a possibilidade de que as Conferências de Episcopais, instituições que congregam os bispos de cada país, elaborem "um rito próprio do matrimônio, a ser revisto pela Santa Sé, conforme com os costumes do lugar e do povo, adaptados ao espírito cristão" (CANONICI, 1983, p. 77, cân. 1120).

Também é digno de nota o fato de que não existe, no Código de Direito Canônico, a figura dos padrinhos e madrinhas de casamento. O apadrinhamento existe em outros *sacramentos*, ritos de passagem da fé cristã, mas não no casamento. Nesse rito, em específico, não há oficialmente padrinhos, mas é exigida a presença de duas testemunhas para que a celebração seja considerada válida (CANONICI, 1983, p. 76, cân. 1108). A participação dos padrinhos na celebração religiosa, suas vestimentas, a composição do cortejo, o local a ser ocupado por eles durante a cerimônia, são antes aspectos culturais, que variam conforme as diferentes regiões ou mesmo de acordo com tendências de moda, que elementos canônicos.

Da mesma forma, nos casamentos civis, exige-se a presença de duas testemunhas para validar o ato. Nessa modalidade de casamento, as testemunhas se fazem necessárias em duas etapas: logo no início, quando os noivos dão entrada ao processo, ao levar a documentação exigida ao cartório, e na conclusão dos procedimentos, no momento da celebração propriamente dita. A função desses personagens é a de atestar a não existência de impedimento à união que se pretende formalizar, na fase inicial que recebe o nome de

"processo de habilitação". Nessa etapa, após a verificação da documentação apresentada, é produzido um edital de casamento, que deve ser tornado público: "afixado durante quinze dias nas circunscrições do Registro Civil de ambos os nubentes, e, obrigatoriamente, se publicará na imprensa local" (BRASIL, 2002, artigo 1527)<sup>125</sup>. Após esse período, o casal recebe um certificado de habilitação válido por 90 dias. A celebração civil, que deverá ser agendada dentro do prazo de eficácia desse documento, é o segundo momento em que é prevista a participação de testemunhas. Essas deverão ser maiores de idade e conhecidas, mas não necessariamente parentes, do casal. As pessoas escolhidas podem também ser de um mesmo sexo, não sendo legalmente necessário que as testemunhas formem um casal, como sugere o costume dos padrinhos e madrinhas de casamentos religiosos.

A escolha de padrinhos e madrinhas nas celebrações de casamentos religiosos e civis corresponde, no entanto, a uma tradição muito consolidada. Para alguns historiadores, o costume das madrinhas de casamento remonta à Roma Antiga, quando se fazia acompanhar a noiva por mulheres cuja função seria ocultá-la de possíveis sequestradores ou ladrões, enquanto aquela era conduzida até a casa do noivo. Outra hipótese sugere que as acompanhantes teriam a função de proteger a noiva de maus espíritos (HURST, 2011, p. 34; CRAWLEY, 1902, p.337).

Em uma das obras pioneiras sobre antropologia do casamento, publicada em 1902, o antropólogo inglês Ernest Crawley registra a presença de padrinhos e madrinhas, ou de grupos femininos e masculinos, acompanhando, respectivamente, a noiva e o noivo, como um traço que se repete nos ritos nupciais de inúmeras sociedades. Em sua linha argumentativa característica dos autores do início da história da disciplina, o autor busca, nos ritos atuais, "sobrevivências" de costumes originários que supunha poder observar nos povos considerados primitivos. Em que pese a visada evolucionista desse autor, suas reflexões sobre o caráter simbólico dos rituais em análise permanecem importantes, e contribuem para lançar luz sobre alguns dos significados dos ritos contemporâneos.

---

<sup>125</sup> Tais documentos publicizados são conhecidos como "proclamas".

Assim, Crawley sugere que, para além de testemunhar o acontecimento e oferecer apoio para os noivos durante a realização da cerimônia, os padrinhos estariam relacionados a dois aspectos simbólicos do ritual de casamento. Em primeiro lugar, o casamento seria uma ocasião em que se faz necessário reforçar a solidariedade sexual, ou seja, a coesão entre membros de um mesmo sexo em uma sociedade, da qual depende, em última análise, a solidariedade social como um todo. Daí o tema, repetido em tantas diferentes sociedades, de se fazer acompanhar os nubentes por jovens solteiros de seu mesmo sexo, por vezes utilizando vestes iguais. "No Egito contemporâneo, os noivos caminham entre dois amigos vestidos exatamente como ele. Entre os abissínios, quando uma princesa se casa, ela se faz acompanhar, no cortejo, por uma irmã, vestida exatamente como a noiva" (CRAWLEY, 1902, p. 338). Em segundo lugar, o casamento, por seu caráter de transição, seria uma ocasião associada a uma série de perigos potenciais. A presença de padrinhos e madrinhas, assim, teria explicação na necessidade de proteger os protagonistas do rito. Em algumas culturas, a presença de várias mulheres vestidas de forma semelhante à noiva é uma medida adotada para evitar perigos espirituais, como o mau-olhado. Na mesma chave interpretativa, ele vê a explicação para o tratamento dos noivos, no dia do casamento, como membros da realeza: trocar-lhes temporariamente a identidade e assimilá-los a seres sagrados seria uma medida de segurança contra ameaças relacionadas à mudança de estado (CRAWLEY, 1902).

### **5.2.2. *Bridesmaids* à brasileira**

Na cultura angloamericana, o costume de ter um número elevado de madrinhas de casamento se consolidou, no século XIX, entre as classes altas (MONGER, 2004, p. 42). Data dessa época o casamento da rainha Vitória, em que se fizeram presentes uma dúzia de damas de honra, mulheres solteiras da família real, que usaram vestidos brancos, assim como a noiva (TAPPAN, 2007). É a partir desse casamento que as classes mais abastadas passam a copiar a cor branca usada pela noiva, costume que se populariza a seguir. Os livros de etiqueta passaram a se referir ao estilo nupcial inaugurado pela rainha, em 1840, como "*white wedding*". O termo se consolidou nos países de idioma anglo-saxão como denominação para as bodas perpassadas pelo luxo e opulência, embora o uso do branco pelas madrinhas já não

seja corrente e tenha se tornado, com o tempo, contraindicado pelo mesmo tipo de literatura voltada às regras de comportamento em ocasiões sociais.

Inglaterra e Estados Unidos tem costumes parecidos no que diz respeito aos cortejos de casamento. Nesses países, as funções dos membros do cortejo são um pouco diferentes daquelas usadas no Brasil. Em nosso país, seguindo uma tradição católica, temos um grupo de casais de padrinhos para cada um dos nubentes. Nos países angloamericanos, o aspecto da "solidariedade sexual" fica mais pronunciado, com as noivas sendo acompanhadas por amigas e parentes mulheres, as *bridesmaids*, em seus casamentos. Os noivos são acompanhados pelo *best men*, um amigo escolhido, a quem cabe levar as alianças no dia da cerimônia. Pertence às noivas não só a prerrogativa de ser acompanhadas por um número maior de amigas, mas também o direito de escolher o que as madrinhas deverão vestir, normalmente vestidos em uma só cor. A vestimenta das *bridesmaids*, afirma o folclorista Peter Monger, "é escolhida pela noiva para complementar sua própria roupa" (MONGER, 2004, p. 41). De acordo com esse autor, nesses países, os livros de etiqueta relacionam o número de *bridesmaids* ao luxo do evento. Além disso, "sugere-se que as *bridesmaids* sejam, se possível, de alturas aproximadas - e se recomenda que a noiva tente ter as moças mais bonitas que puder nessa função" (MONGER, 2004, p. 41). Usualmente tem-se uma *bridesmaid* principal, a *maid of honor*, cujo papel é auxiliar a noiva, ajudando-a tanto durante a organização do casamento, como no dia, quando deverá segurar o buquê da noiva e mover o véu de sua face durante a cerimônia. Além disso, cabe a ela orientar as outras *bridesmaids* e pajens, se houver, assegurando que eles estarão vestidos adequadamente e a postos em seus lugares com antecedência com relação à chegada da noiva ao templo (MONGER, 2004).

Além de tempo livre, as obrigações que uma *bridesmaid* deve cumprir podem custar quantidades significativas de dinheiro, já que não existe uma regra fixa sobre quem deve arcar com os custos para o desempenho desse papel. Assim, uma publicação norte-americana para noivas *econômicas*, de uma renomada autora de manuais de casamentos, dedica todo um capítulo a aconselhar as noivas sobre o assunto. No livro *1000 Best Wedding Bargains*, a

autora Sharon Naylor<sup>126</sup> alerta, no capítulo "Take it easy with your bridesmaids" ("pegue leve com as suas *bridesmaids*"):

As despesas com as quais suas *bridesmaids* irão se deparar como consequência de terem dito "sim" ao seu convite para participar no cortejo podem já estar no orçamento do casório, se você graciosamente se ofereceu para custear as viagens, os deslocamentos, hospedagens e até os vestidos, calçados e acessórios. Sim, é verdade, algumas noivas de fato assumem a conta, assim como alguns noivos o fazem por seus *grooms men*. Mas, mesmo quando não é esse o seu caso, ainda é uma atitude sábia e atenciosa procurar manter as despesas deles amigáveis (NAYLOR, 2004, p. 81).

A autora chama a atenção das noivas para o fato de que suas convidadas de honra provavelmente irão exercer essa função mais de uma vez na vida e, possivelmente, para várias amigas em um mesmo ano. Por esse motivo, pode ser extremamente antieconômico exigir que comprem vestidos de gala, "pouco reaproveitáveis". Ela aconselha as noivas a escolher para as *bridesmaids* vestidos mais simples, em cores e cortes clássicos, que possam ser utilizados muitas vezes em outros eventos. Além disso, indica que não determinem o estilista a ser contratado. Os custos de quem assume a função já foram problematizados também por especialistas em finanças pessoais, como na coluna do site noticioso *US News and World Report*, que afirma:

A recessão pode ter transformado a frugalidade em tendência, mas existe ainda uma área em que o gasto excessivo é praticamente uma exigência: os casamentos. E, como Kristin Wiig deixou claro com o filme *Bridesmaids*, as damas da noiva, de quem muitas vezes se espera que deem festas, que comprem vestidos e que viajem tanto para o casamento como para eventos prévios ao grande dia, com frequência encaram os custos mais exorbitantes de todos.

O valor dos presentes também foi inflado, à medida que os casamentos se tornaram mais elaborados e os convidados se sentem compelidos a gastar de forma tão extravagante quanto seus anfitriões. O WeddingChannel.com recentemente reportou que servir como *bridesmaid* custa em média mais de US\$ 1.600<sup>127</sup>.

---

<sup>126</sup> Sharon Naylor é autora de 35 títulos na temática dos casamentos, voltados para noivas, *bridesmaids*, e mães de noivos e noivas. Disponível em: <http://www.sharonnaylor.net/about.htm>

<sup>127</sup> "Personal finance: How to be a bridesmaid without going broke". Publicado no site US News and World Report, em 15 de novembro de 2011. Disponível em: <http://money.usnews.com/money/personal-finance/articles/2011/11/15/how-to-be-a-bridesmaid-without-going-broke>

As exigências implicadas em ser uma *bridesmaid*, e as queixas relacionadas ao assunto, já foram tema, inclusive, de comédias hollywoodianas. A insatisfação das madrinhas com os vestidos escolhidos pelas noivas é o tema de *27 Dresses*, de 2008<sup>128</sup>. Lançada no Brasil com o nome "Vestida para casar", a película apresenta uma protagonista que se sente frustrada após ter servido 27 vezes como madrinha nos casamentos de amigas. Em um armário, ela guarda todos os trajes utilizados, mesmo detestando os modelos, que considera extravagantes e de mau gosto. O filme termina com a mocinha realizando o sonho de casar que manifestava desde o início da trama. Finalmente, além de usar um vestido de sua escolha, ela decide convidar cada uma das madrinhas e determina, como vingança, que cada uma vista o modelo usado pelas damas de seu próprio casamento.

Vale destacar que no Brasil não existem, tradicionalmente, recomendações de etiqueta tão precisas a respeito da função *decorativa* das madrinhas. Nos últimos anos, enquanto era desenvolvida a pesquisa de campo para esta tese, a *padronização* das madrinhas, ao estilo norteamericano, surgiu como uma "tendência" no mercado dos casamentos. Algumas das noivas entrevistadas contavam que iriam optar por madrinhas usando vestidos de uma mesma cor. Nos casamentos que acompanhei, em Fortaleza, na pesquisa de campo junto a uma cerimonialista local, também se repetiam as madrinhas com vestidos no mesmo tom. Sites especializados anunciavam a novidade como uma das tradições estrangeiras incorporadas aos casamentos brasileiros:

A moda dos vestidos de madrinha da mesma cor vem da cultura americana. Esta não é uma tradição brasileira, mas algumas noivas estão adotando essa tendência, ou parte dela. Nos Estados Unidos é comum ver as *bridesmaids* (damas de honra, amigas da noiva) com *looks* padronizados: mesma cor, mesmo comprimento e modelo<sup>129</sup>.

---

<sup>128</sup> "27 Dresses" (Vestida para Casar) é um filme de comédia romântica norteamericano lançado em 2008. Dirigido por Anne Fletcher e escrito por Aline Brosh McKenna, conta com Katherine Heigl e James Marsden nos papéis de protagonistas.

<sup>129</sup> "Madrinhas no mesmo tom". Publicado em 11 de novembro de 2015. Disponível em: <http://revista.caseme.com.br/madrinhas-no-mesmo-tom/>

Assim, tem se consolidado, nos "casamentos espetáculo", o que as noivas chamam de "padronização" dos padrinhos e madrinhas. A expressão pode se referir a diferentes graus de esforço no sentido de uma uniformização da apresentação desses personagens que ocupam lugar de honra na cerimônia. Desse modo, as noivas podem convencionar, para aqueles que recebem o convite a esse papel de destaque, a adoção de vestidos e penteados idênticos, ou apenas o uso de adereços coordenados, para as mulheres, assim como a colocação de gravatas e ternos iguais, para os homens.

Em campo, além da *padronização* de madrinhas e padrinhos, observei o crescente interesse de minhas interlocutoras por outra *tendência* na formação de cortejos de casamentos. Se tratava da participação de *demoiselles*, termo que os sites especializados em casamentos traduziam como *damas de honra adultas*. Tais personagens representavam mais uma peça possível no quebra-cabeça das figuras de honra a escolher para a cerimônia. Mais próximas do modelo das *bridesmaids* descrito por Monger, as *demoiselles* popularizadas nos casamentos brasileiros são amigas da noiva que atravessam a nave da igreja uma após a outra, sem pares masculinos, usando vestidos idênticos e, por vezes, levando pequenos buquês. Na prática, a opção por convidar *demoiselles* era aconselhada, pelas cerimonialistas, a noivas que, tendo muitas amigas aproximadamente de sua idade e solteiras, desejavam contemplá-las com um papel de honra no casamento sem para isso ter que ocupar as disputadas "vagas" destinadas às madrinhas. Ademais, como os padrinhos costumam ser escolhidos em casais, designar amigas solteiras para o papel de madrinhas implicava na preocupação adicional de encontrar homens sem namoradas ou esposas, para compor pares. Mais que uma importação, ou cópia fiel, de um costume estrangeiro, a função da *demoiselle* surgia então como uma forma local, ainda que inspirada na estética própria às *bridesmaids* norteamericanas. É interessante observar que a inclusão de *demoiselles*, no contexto por mim observado, aparecia como algo novo, que correspondia a uma necessidade crescente de contemplar pessoas conhecidas com papéis de honra nas cerimônias de casamento. As noivas relatavam que, com ao passo em que apreciavam divulgar vários de seus preparativos de casamentos em seus perfis de redes sociais, o hábito gerava expectativas, por parte de suas amigas, de ter um papel de honra no



evento. A função de *demoiselle* viabilizava às noivas suprir essa demanda para um número maior de pessoas.

Tratava-se, vale ressaltar, de algo recente e diferente das *demoiselles d'honneur*, citadas como membros de cortejo de casamentos em livros de etiqueta. Ao passo que manuais da segunda metade e final do século passado citavam o papel de *demoiselle d'honneur* como adequado para as crianças e adolescentes das famílias dos noivos (VIRGÍNIA, 1993), as *demoiselles* que eu via em campo eram em maioria amigas adultas da noiva. Minhas interlocutoras falavam-me sobre como suas amigas iriam *ser demoiselles na cerimônia*, o que seria possível traduzir com o sentido de uma função estética e efêmera. As madrinhas, por sua vez, continuavam a remeter à ideia do desempenho de um papel que deveria durar ao longo de toda a união do novo casal. Embora ambas as funções representassem um papel nobiliárquico no rito, havia entre elas uma diferença hierárquica, em que as madrinhas ocupavam posição mais elevada.

Os fenômenos da *padronização* de madrinhas e da adoção de *demoiselles* nos casamentos de Fortaleza produziam, assim, formas culturais híbridas, que impedem o observador atento de interpretá-los como processos de homogeneização cultural. De forma mais precisa, seria possível falar sobre novos costumes que, em vez de meramente *importados*, representavam partes de fluxos transnacionais de cultura que cada região reinterpreta e reapropria conforme dinâmicas da cultura local. Não se poderia concluir, a partir dos dados de campo aqui descritos, que os casamentos brasileiros estejam reproduzindo um padrão norteamericano. O que acontece, na verdade, é uma reelaboração de determinadas simbologias, a partir das necessidades e valores locais, de uma forma que seria melhor descrita pela ideia de “fluxos transnacionais” de significados (HANNERZ, 1997). Nesse sentido, é preciso ter em consideração, como argumenta o sociólogo e antropólogo indiano Arjun Appadurai que: “[...] pelo menos tão rapidamente quanto são trazidas para as novas sociedades, as formas de várias metrópoles tornam-se indígenas de uma maneira ou de outra” (APPADURAI, 2004, p. 49). Além disso, os elementos exógenos incorporados nos casamentos de uma dada cultura não são escolhidos ao acaso. Assim, é importante levar em

consideração os motivos da escolha de determinados elementos simbólicos, em detrimento de outros<sup>130</sup>.

### 5.2.3. Quem escolhe os padrinhos?

A padronização dos vestidos das madrinhas é uma tendência que "pegou" a despeito das dificuldades relacionadas à sua colocação em prática. Em campo, ouvi uma série de histórias de noivas, que se queixavam dos conflitos que precisavam administrar para conseguir a concordância das madrinhas com um código de vestimenta mais estrito. Em menor número, ouvi também reclamações de madrinhas sobre as exigências excessivas das amigas noivas. As queixas dão conta de uma ruptura de expectativas sofrida pelas noivas, quando iniciam os preparativos do casamento. Agenciadas pelo mercado, que propaga às clientes que "esse é seu dia", elas se deparam com uma realidade diferente, ao se darem conta que o casamento é, também nas sociedades ocidentais contemporâneas, um assunto que envolve coletividades, como as famílias de origem e os grupos de amigos de cada um dos nubentes. O choque se dá porque a visão contrária é propagandeada nos discursos das publicações especializadas e dos profissionais do setor: a boda seria "o dia da noiva" e, portanto, um momento de expressão da individualidade e uma ocasião em que seus desejos deveriam prevalecer sobre as vontades dos demais.

Conversei com Laura, cujo contato obtive em um grupo de noivas<sup>131</sup> no qual eu havia me inserido, três meses antes de seu casamento, marcado para agosto de 2016. Com suas falas, Laura exemplifica uma série de queixas comumente relacionadas tanto à escolha dos padrinhos e madrinhas como às expectativas de retribuição do convite. Ela e o noivo são evangélicos e terão um casamento religioso. Eles optaram por ter 12 casais de padrinhos, 24

---

<sup>130</sup> É o caso dos *mini-weddings* e *elopment weddings*, casamentos com número reduzido de convidados ou sem a presença de outras pessoas além dos noivos, apontados em sites especializados como tendências norteamericanas, mas que “não pegaram” no Brasil. Como constatava uma cerimonialista em uma palestra para organizadores de eventos, em Porto Alegre, seria impensável, para noivos brasileiros, comemorar um casamento sem convidar o máximo de pessoas conhecidas possível. “Sinto que mini wedding não é uma versão nossa”, ela dizia. “Sinto que o *cem* [convidados] deles é o nosso *duzentos*”.

<sup>131</sup> Grupo de noivas voltado para descontos em casamentos, do aplicativo *Whatsapp*, mantido por uma cerimonialista de Fortaleza.

peessoas - um número que ela disse considerar "alto demais". Mesmo assim, tivera de excluir uma amiga de infância, por falta de um amigo solteiro com quem pudesse ser formado um par para sua entrada. Laura se queixava que, enquanto a amiga havia sido deixada de fora, o padraço havia sido convidado para ser padrinho "só por consideração". Mesmo não tendo um bom relacionamento com ele, Laura se sentiu obrigada a convidá-lo para não desagradar a sua mãe. "Eu tive que colocar, assim, 'por livre e espontânea pressão'. Não que minha mãe tenha chegado e tenha dito: olha, tem que colocar ele para ser padrinho. Mas... é... enfim, por consideração a ela, mesmo, né?" A escolha dos padrinhos engendrou também pequenas disputas com o noivo. Ele quis convidar como padrinhos três amigos "só dele", com os quais ela não tinha intimidade. Mesmo não considerando a situação ideal, ela consentiu em fazer a vontade do noivo no caso de dois dos amigos. Um dos amigos, no entanto, "eu cheguei a barrar, porque é uma pessoa que eu já discuti com ele, que eu não gosto do comportamento dele, que eu não gosto do relacionamento dele, que ele namora com uma pessoa, e eu não gosto, eu acho ele, assim, pouquíssimo respeitoso. Já tive várias discussões com ele. Eu falei: 'não, esse aí, não tem nada a ver'".

Escolhidos os membros do cortejo, e após confirmar com cada um deles que aceitavam a proposta, Laura providenciou "convites oficiais" para os padrinhos e madrinhas, que preparou em uma gráfica. A noiva desejava ter suas madrinhas usando vestidos em tons aproximados e utilizou os convites para informar as convidadas a respeito. Ela procurou utilizar, no convite, as cores da decoração da festa que estava preparando, e adicionou ao material pequenos cartões explicativos, nos quais imprimiu uma paleta de cores a partir da qual as madrinhas deveriam escolher o vestido. O impresso também explicava que as madrinhas deveriam se responsabilizar pela preparação de uma gravata, para seus respectivos pares, na mesma cor do vestido que escolhessem. O kit era acondicionado em uma caixa de papel cartão, e completado por dois *brownies* e um *save the date*, impresso informativo da data do evento, anunciando a expectativa de comparecimento.



Figura 74 Convite de padrinhos preparado por Laura.

Quando conversamos, Laura estava escolhendo a lembrança que planejava entregar aos padrinhos e madrinhas no dia do casamento. "Eu queria uma caixa de MDF, tipo com uma toalha personalizada dentro, alguma coisa assim. Não vai ser nada demais, de chique, porque eu não tenho mais dinheiro [Risos]". Ela explicava que o grande número de padrinhos

convidados implicava em gastos com o convite e as lembrancinhas que, somados, representavam uma soma alta para um custo inesperado.

Os aluguéis dos vestidos das madrinhas, ou o tecido usado para fazê-los, no entender de Laura, eram gastos de responsabilidade delas, como parte da retribuição pelo convite. Se dispusesse de mais recursos, ela teria, também, as *demoiselles* ou damas de honra adultas, que algumas noivas convidam para compor o cortejo. Como as exigências indumentárias feitas à *demoiselle* são mais estritas, incluindo o uso de vestidos idênticos, Laura não se sentiu à vontade para convidar amigas para a função sem se oferecer para cobrir aos gastos necessários e, por esse motivo, desistiu. Para configurar a padronização dos vestidos, ela diz que procurou facilitar o processo para as madrinhas. "Eu não disse: 'ah, tal cor, e tal cor, e tal tom', não. É coral e rosa, e você pode pegar um rosinha mais claro, um rosa bebê, um rosa seco... E o coral, do mesmo jeito, *só não quero laranja*<sup>132</sup>. Mas aí, o modelo, elas vão escolher onde elas quiserem, se vão alugar, se vão fazer, eu só defini a cor, mesmo". Depois de entregar os convites, ela criou ainda um grupo de trocas de mensagens com as madrinhas, que ela utiliza para compartilhar indicações de locais de aluguel de vestidos, assim como fotos de modelos nas cores indicadas. Laura reclama que, mesmo tendo escolhido "cores fáceis de achar", uma das madrinhas lhe pediu, enviando uma foto no grupo, para usar um vestido com a saia coral e o restante branco. "Aí eu falei: 'não, mas com a parte branca é *chato*'". Laura se diz satisfeita com os padrinhos escolhidos, "apesar dos calos". Em suma, a noiva se queixa de não ter controle sobre o seu casamento, a despeito de estar arcando com os custos da boda:

Eu não sei se isso pode ir pra tua pesquisa, mas a única coisa, assim, que eu tirei, é que às vezes não dá pra gente fazer tudo do jeito que a gente quer. Por mais que seja nosso casamento, *por mais que a gente esteja pagando*. [...]. Na

---

<sup>132</sup> É um fato curioso que, entre minhas interlocutoras, com frequência observei a rejeição da cor laranja para os objetos escolhidos para o casamento. Sites especializados citavam o laranja como uma cor pouco procurada pelas noivas, e o recomendavam para casamentos diurnos e menos formais. Entre as noivas com as quais eu conversava, várias vezes o laranja foi citado como uma cor que aparecia de forma inesperada e indesejada, como quando um decorador ou florista menos cuidadoso errava o tom de cor de rosa contratado pela noiva, ou quando a tonalidade dos convites impressos resultava diferente daquela escolhida no projeto gráfico. Mesmo as noivas que organizavam casamentos com decoração em estilo *rústico*, evitavam o laranja e os tons terrosos próximos ao marrom, cores que elas identificavam como excessivamente leves e informais, para um evento no qual se investiam valores consideráveis e ao qual se deveria conferir uma noção de pompa e importância.

questão dos padrinhos a gente, às vezes, tem que dar o braço a torcer e deixar a nossa vontade por baixo, um pouquinho, pras coisas não ficarem chatas.



**Figura 75 "Inspire-se":** Imagens que Laura imprimiu e distribuiu junto com os convites dos padrinhos e madrinhas.

Da mesma forma, custeando a maior parte dos gastos de seu casamento, Katarina teve dificuldades em fazer prevalecer suas vontades na escolha dos padrinhos. Em parte, ela abriu mão de algumas de suas prioridades para satisfazer os desejos da mãe, que a ajudava com os custos. As escolhas, no entanto, também foram cerceadas por convidados sem relação com o pagamento da boda. Assim, quando fala do "quebra-cabeças" que foi a montagem do cortejo de seu casamento, Katarina apresenta queixas sobre as dificuldades de, tendo uma família grande, conciliar os interesses de todos os parentes que apresentavam a ela o desejo de serem incluídos na representação da família naquela cerimônia. Katarina teve um cortejo extenso, com seis casais de cada lado, a maioria de amigos e parentes seus. Como o noivo pertence a uma família pequena e não tem muitos amigos, ela conta que misturaram os casais de amigos

em comum. Duas primas, pré-adolescentes, manifestaram a vontade de participar da cerimônia religiosa. Para contemplá-las, ela as adicionou no papel de *demoiselles*, usando vestidos iguais, e lhes atribuiu, seguindo uma sugestão de sua cerimonialista, a função de antecederem a entrada dos padrinhos do noivo e da noiva. A irmã de Katarina, também pré-adolescente, usou o mesmo vestido das *demoiselles* e participou durante a cerimônia, levando as alianças. Katarina também acrescentou à cerimônia o rito de consagração da família à Nossa Senhora e, como teve ambas as avós participando da celebração, as homenageou dando-lhes a função de conduzir uma imagem da santa e um terço até o altar nesse momento. Afilhados de batismo e irmãos dos noivos foram contemplados com as funções de pajens e daminhas. Os noivos tiveram doze pares de padrinhos, seis para cada um. Mesmo assim, Katarina não conseguiu evitar um constrangimento depois que o limite de 24 pessoas foi ultrapassado à sua revelia.

No caso de um tio, foi onde teve a confusão. Convidei ele por ser muito ligado à minha mãe e também queria agradá-la, já que estava ajudando bastante na festa. Queria que ele entrasse com minha tia, irmã dele. Só que ele tem uma namorada riquinha, cheia de frescura. Quando entreguei o convite de padrinho para ele, avisou pra namorada que logo ela receberia o dela. Mas não existia o dela. Diante disso, tive que convidá-la e deixar de fora minha tia que representava muito pra gente. Meu noivo ficou muito chateado.

A solução encontrada por Katarina foi "desconvidar" a tia com a qual tinha mais intimidade, e que ela sabia que entenderia a situação. "No dia da festa, fiz uma homenagem pra ela. Ofertei a braçadeira<sup>133</sup> levada pela filha dela, que foi minha *demoiselle*".

Assim como Laura, Katarina teve que conciliar na representação da família no cortejo os novos arranjos familiares, com pais separados. Os cortejos são pensados para representar um modelo tradicional de família, e a adaptação dos mesmos para contemplar famílias separadas, formadas por mais de um núcleo, pode ser mais uma fonte de ansiedade para as noivas que organizam suas bodas. Foi o caso de Janaína, que teve problemas para representar no cortejo os pais dos noivos, que se recusavam a entrar juntos. Na reunião final antes do

---

<sup>133</sup> Braçadeira, ou "buquê *pageant*", é um tipo de ramallete composto por flores com ramos grandes, que se apoiam no braço da noiva ou da participante do cortejo.

casamento, a cerimonialista, a cliente e a mãe da noiva se viam diante de um impasse para fechar o "quebra cabeças" do cortejo. Para a mãe da noiva, a causa do impasse eram os conflitos existentes na família do noivo. A filha, por sua vez, lembrava que seus pais também eram separados e também não entrariam juntos. "Tu fala com meu pai normalmente, mas não entra com ele". Coube à cerimonialista, então, mediar a breve discussão que teve início entre mãe e filha e, usando caneta e papel, apresentar algumas alternativas possíveis para formar o cortejo com os pais separados e as novas famílias de ambos os lados.

A prerrogativa do casal a ter o seu casamento do modo que queriam também podem ser desafiados por parentes preocupados com a satisfação de outros membros da família. Uma situação comum é que homens convidados para a função de padrinhos exijam que suas parceiras sejam também chamadas, como forma de evitar brigas que, eles pressentem, irão ocorrer. Assim, o suposto direito da noiva de decidir as questões referentes ao seu casamento também foi inviabilizado no caso de Maria, casada há seis anos. Ela hoje se refere à escolha de uma das madrinhas como "a única lembrança do dia do meu casamento que não é feliz". Enquanto organizava a festa de seu casamento, ela e o noivo discordaram sobre o número de padrinhos e madrinhas a serem convidados. O noivo, interessado em conter o evento em proporções modestas e manter como padrinhos apenas pessoas realmente íntimas do casal, limitou o número máximo a três pares de cada lado. A noiva relutou, pois gostaria de chamar o grupo de seus amigos de infância, mas cedeu, já que essa havia sido "uma das poucas exigências que ele fez". Ela decidiu então chamar apenas parentes. Um dos pares seria formado pelo irmão e por uma amiga de infância, que representaria todas as demais.

O irmão, no entanto, tinha uma namorada recente, e explicara a Maria que, se não fosse chamada, a parceira ficaria ofendida. Desse modo, para prevenir discussões, Maria decidiu convidar a cunhada, de quem não gostava. "Ela pressionava meu irmão para casar, a família achava que ainda não era o momento". Maria diz que, a partir da organização do seu casamento, começou a ter a incômoda sensação de que a cunhada demonstrava inveja de sua festa. "Ela enlouqueceu. Decidiu casar com meu irmão o quanto antes e de qualquer jeito". Maria conta que a cunhada casou em seguida, em uma cerimônia muito mais luxuosa que a



sua, que "eles dois passaram um tempão pagando". O casamento do irmão durou pouco, algo que ela atribui à "motivação errada". Para Maria, a cunhada teria casado motivada por inveja, o que determinou a pouca durabilidade do vínculo. Apontando o álbum de casamento na estante, Maria me disse, ironicamente: "ela está lá, estragando minhas 'fotos de padrinhos'".

A história narrada por Maria evidencia um significado importante da escolha dos padrinhos de casamento. O convite para ser padrinho ou madrinha equivale a "uma declaração pública de afeto, e uma aprovação e fortalecimento de um laço já existente" (FARRIMOND, 2009, p. 246). Nas cerimônias religiosas de casamento, é uma convenção social muito difundida que os padrinhos e madrinhas casados devem ser convidados juntos. Da mesma forma, namorados podem ser chamados em separado, por se tratar de uma relação compreendida como não definitiva. Na prática, no entanto, a escolha dos padrinhos se complica, uma vez que os arranjos familiares já não correspondem necessariamente a padrões facilmente classificáveis. As noivas se veem diante de dilemas: casais coabitantes também são obrigatoriamente chamados juntos, ou é possível convidar apenas o membro do par com o qual se tem mais intimidade? Padrinhos oficialmente solteiros, mas engajados em relacionamentos de longa duração, podem ser convidados separadamente?

Outro constrangimento envolvendo os convites a padrinhos ocorreu no casamento de Katarina. A noiva havia convidado para a função de madrinha algumas de suas amigas, que estavam solteiras. Como me contou uma das madrinhas, em uma conversa posterior:

Desde que ela resolveu casar que afirmava quem seriam as madrinhas, e me incluía, assim como as demais meninas da nossa turma. O problema era arranjar um par para as solteiras. Pelo que entendi, a chamada de alguns padrinhos se deu para mais na lógica de acompanhantes, para as madrinhas não entrarem sozinhas, do que propriamente um chamado afetivo. Em outros casamentos em que fui madrinha, o fato de eu ser solteira também gerou essa correria da noiva pra me arranjar um par. Acho que soube quem seria meu par quando faltava mais ou menos um mês. Fomos apresentados no pátio da igreja, numa manobra muito hábil da cerimonialista, que fez uma pequena reunião pra quebrar o gelo entre os padrinhos, pois muitas duplas não configuravam, digamos assim, um casal.<sup>134</sup>

---

<sup>134</sup> Transcrição de conversa *online* pelo aplicativo *Messenger*.

Para "formar um casal" com a amiga, Katarina teve de convidar um primo do noivo, sem a respectiva parceira. Como a madrinha era uma amiga em comum, ela desabafou suas queixas a mim, quando a namorada de seu par começou uma discussão durante a festa e o impediu de participar do cerimonial. Por fim, a madrinha ficou sem par na dança cerimonial dos padrinhos, e resolveu quebrar o protocolo e rir da situação dançando a valsa com outra amiga.

A relação que se estabelece entre noivos e padrinhos já foi apontada como uma forma de parentesco ritual (FARRIMOND 2009). A performance de um papel no ritual de casamento, assim como a "transformação" em madrinha ou padrinho, com a utilização de roupas e adereços especiais, estabelece um laço diante de toda a comunidade presente. Se trata, assim, de um momento em que os noivos mobilizam uma simbologia ritual para expressar o significado de suas relações de amizade.

Ao mesmo tempo em que convidar alguém para o papel de honra na cerimônia reforça um laço existente e o eleva a uma condição de parentesco, o convite que não se estende ao parceiro do amigo implica em um não reconhecimento da legitimidade ou estabilidade daquela relação. O ciúme despertado em um parceiro excluído desse tipo de convite tem, ainda, outras explicações possíveis, já que a participação de solteiras como madrinhas em casamentos é simbolicamente ligada à chance de atrair um casamento, como registra o folclorista Peter Monger, citando os trabalhos do escritor inglês John Cordy Jeaffreson, que se propôs a escrever uma história dos costumes britânicos no que concerne aos ritos de casamento (MONGER, 2004; JEAFFRESON, 1897). Na obra "Brides and Bridal", publicada em 1872, Jeaffreson, embora indique de modo pouco preciso o período ao qual se refere - anterior ao século XIX, oferece um relato das obrigações extenuantes que supostamente se esperava que fossem desempenhadas pelas mulheres convidadas a participar de uma boda como damas de honra. Segundo o autor, cabia à dama de honra estar envolvida em uma série de trabalhos artesanais e de costura, preparando os itens de decoração do banquete nupcial e numerosos enfeites de tecido a serem entregues à família e aos conhecidos como lembranças do casamento. Além disso, a dama de honra se envolvia diretamente na preparação do

banquete e deveria se preocupar com o bem-estar dos convivas durante festividades que poderiam vários dias. O autor descreve que, apesar do trabalho envolvido, o papel de damas de honra oferecia uma compensação importante. O ofício possibilitava à moça a chance de exibir suas qualidades e granjear a admiração masculina, uma boa ocasião para encontrar um marido. De acordo com o autor, o senso comum de que aquela era uma excelente oportunidade de conseguir um marido era tão presente que justificava o provérbio " Three times a bridesmaid, never a bride" - "três vezes dama de honra, nunca uma noiva" (JEAFFRESON, 1897, p. 188). Aparentemente, a representação das madrinhas como jovens solteiras em busca de um marido não se perde no tempo, mas aparece como tema que se repete em filmes e se consolida no imaginário sobre os casamentos.

#### **5.2.4. Constituindo laços de parentesco performativo**

Acostumada aos aborrecimentos que podem acontecer entre noivas e madrinhas, Regina, a cerimonialista em cuja equipe trabalhei durante alguns meses como parte das pesquisas de campo conduzidas para essa tese, tinha criado até mesmo um ditado a esse respeito. Como ela disse algumas vezes: "Negócio que endoida o juízo de noiva é madrinha". Ela em seguida explicava que, em meio às muitas atribuições relacionadas à organização do casamento, as noivas ainda tinham como fator gerador de estresse a procura das madrinhas com perguntas sobre detalhes do traje que deveriam usar e a dificuldade daquelas em aderir ao código de vestimenta decidido pela noiva. Por esse motivo, Regina procura dissuadir suas clientes da ideia de aderir à padronização de madrinhas:

Acaba dando confusão! Eu mesma digo pra noiva. Quando a noiva vem com essa conversa, de escolher a cor do vestido da madrinha, eu digo: "olhe, não é legal, porque você pode escolher uma cor que a madrinha não goste. E aí vai começar aquele 'teretetê'"... Aí elas acabam se convencendo de que realmente não vale a pena.

Em campo, não era a primeira vez que eu via esse tipo de imposição ser desaconselhado por organizadores de evento. Trata-se, na verdade, de um assunto controverso. Enquanto algumas cerimonialistas defendiam que a noiva não deveria inibir seus

desejos para um *dia único*, outras, como Regina, procuravam sutilmente fazer as clientes desistir dessa opção. Assim, em uma das mostras de noivas que frequentei durante a pesquisa de campo, um cerimonialista carioca, considerado uma referência nacional em seu campo de atuação fez questão de dar sua opinião a respeito, em uma palestra realizada em 2015, em Porto Alegre. Ele criticou o que considerava excessos na padronização dos cortejos familiares, enquanto apontava fotos de cerimônias religiosas:

Algum problema? Alguém: “Ai, tá feio, tá assimétrico?”. Por favor, eu espero que os cerimonialistas daqui não estejam pedindo para todas as madrinhas irem da mesma cor, né, e tal. Que eu acho esse tipo de imposição, cuidado, que as madrinhas vão virar madrastras, né, vão ficar com raiva de vocês, de ainda ter que impor a cor”.

Às noivas que a procuravam para orçamentos, Regina argumentava que, entre as vantagens de contratá-la como cerimonialista, estava a possibilidade de ter alguém a quem responsabilizar caso as madrinhas não compreendessem as demandas de sua função. "Se vierem fazer confusão, você pode colocar a culpa de tudo sempre na cerimonialista", ela dizia, em tom de brincadeira. Para suas clientes, Regina havia preparado ainda um material impresso com explicações sobre as obrigações a serem desempenhadas pelos padrinhos e madrinhas nas várias etapas da cerimônia. Além disso, a cada casamento que realiza ela repete, aos padrinhos que se preparam para entrar no templo, um discurso didático com as principais regras sobre como se portar durante o cortejo e na festa.

#### **LEMBRETE PARA PADRINHOS**

Vimos por meio deste primeiro contato, comunicar que é um prazer imenso para o casal de NUBENTES tê-los como PADRINHOS. Ser PADRINHO e MADRINHA de CASAMENTO é representar para os NUBENTES uma parcela de pilar, onde você será um intercessor pela VIDA e UNIÃO deste casal. Acolherá quando houver dificuldades e orientará quando houver tribulação. A SUTILEZA CERIMONIAL, comunica que todos os PADRINHOS deverão estar na IGREJA, com meia hora de antecedência do horário que está informado no CONVITE, para que sejam passadas as devidas informações de CORTEJO para os PADRINHOS, pois os mesmos NÃO PARTICIPAM do ENSAIO. O Cerimonial estará no local, aguardando, com todo suporte devido aos PADRINHOS.

#### **TRAJES**

Informamos também que NÃO É PERMITIDO o uso das cores para VESTIDO das MADRINHAS: branco, preto ou marfim. Ressaltamos que a GRAVATA dos PADRINHOS poderá ser PRATA ou da mesma cor do VESTIDO da MADRINHA e a camisa de dentro do terno poderá ser BRANCA ou MARFIM. Se os nubentes tiver oferecido a GRAVATA aos PADRINHOS, personalizando-os para o grande dia, a mesma é que deverá ser usada no evento. Para casamentos noturnos, devem ser usados ternos escuros como: preto

e azul marinho. Para casamentos diurnos, devem ser usados ternos claros ou tons pastéis.

**DICAS DE LOCAÇÃO DE VESTIDOS E TERNOS:** [Indicações de oito lojas, com diferentes faixas de preço].

**POSTURA DE CASAL DE PADRINHOS NO CORTEJO**

No CORTEJO todas as MADRINHAS deverão permanecer do lado esquerdo do PADRINHO, aconselhamos que todas as joias que forem usadas em braços, pelas MADRINHAS, deverão ser colocadas no braço esquerdo para que ganhem destaque nas fotos, pois sendo assim usadas no braço direito ficarão escondidas. A bolsa também deverá ser carregada na mão esquerda. O PADRINHO deverá estar com os 2 primeiros botões do terno abotoados e o último poderá ficar aberto, sua postura no CORTEJO é colocar a Mão esquerda segurando na altura do umbigo e a MADRINHA deverá segurar firme no BRAÇO esquerdo do PADRINHO.

Durante o caminhar no CORTEJO, deverão olhar para frente, sorrir, não podendo assim, olhar para cima, para o chão e fazer os gestos políticos, como acenar para as laterais. Os CELULARES deverão estar desligados ou no silencioso.

Os PADRINHOS DO NOIVO, que serão os primeiros a entrarem na IGREJA, deverão ficar nos primeiros bancos, reservados, do lado DIREITO, na posição de frente para o altar.

Os PADRINHOS DA NOIVA, que serão os primeiros a entrarem na IGREJA, deverão ficar nos primeiros bancos, reservados, do lado ESQUERDO, na posição de frente para o altar.

Cada CASAL que for entrando nos BANCOS deverá permanecer de pé até a entrada da NOIVA ou até o início da LITURGIA. E as MADRINHAS sempre do lado ESQUERDO do PADRINHO.

Para maiores informações a assessoria do evento estará disponível para ajudar-lhe onde você poderá entrar em contato com o CERIMONIAL por telefone ou e-mail. Agradecemos desde já a sua atenção.

[TEXTO EXTRAÍDO DO MATERIAL IMPRESSO DISTRIBUÍDO POR REGINA AOS PADRINHOS E MADRINHAS].

Todas as orientações feitas por Regina aos padrinhos e noivos são voltadas para a performatização satisfatória de um tipo de ritual no qual ela é especializada. Embora sua função profissional não seja a teorização a respeito do ritual, Regina mobiliza, para realizar seu trabalho, seus próprios conceitos sobre o matrimônio como instituição, os ritos de casamento de religiões cristãs e a função que deve exercer cada personagem neles envolvidos. No que concerne à função dos padrinhos, Regina costuma assessorar seus clientes em duas frentes: em primeiro lugar, aconselhar o casal de noivos para a escolha das "pessoas certas" e, em segundo lugar, orientar os escolhidos para o correto desempenho de seus papéis durante a cerimônia.

Para orientar os casais na escolha dos padrinhos, Regina inclui o assunto entre os tópicos das reuniões. Ela defende que os noivos escolham um número de pessoas tão pequeno quanto possível, e que priorizem aqueles com os quais tenham verdadeira intimidade. Para

ela, os padrinhos de casamento devem exercer função de orientação e aconselhamento do casal ao longo da trajetória de casados.

Mais de uma vez a vi sutilmente fazer uma noiva desistir da ideia de ter mais de uma dúzia de padrinhos, número considerado muito alto. Para reforçar seu argumento, ela conta uma experiência desagradável vivida por uma noiva, sua cliente, que ignorando as orientações da cerimonialista insistiu em ter mais de quarenta pessoas como padrinhos. Depois de ter esperado por muito tempo até que todos chegassem ao local da cerimônia, a noiva teve sua entrada na igreja ainda mais atrasada, já que o cortejo numeroso acabou sendo mais demorado que o usual. Aborrecido com o atraso, o padre que celebrava a cerimônia fez um comentário irônico, repetido por Regina quando contava a história: "parabéns a esse casal, que consegue ter mais de quarenta pessoas em quem confiam tanto, quarenta pessoas a quem irão confidenciar as questões do casal nessa nova fase!". Apresentando a história, Regina completava: "ela estava consciente que os padres não gostam de padrinhos em excesso, eu tinha avisado".

Mesmo com os conselhos, ela me dizia, as noivas pareciam ter dificuldade em restringir o número de padrinhos. A grande quantidade, reclamava Regina, refletia desconhecimento do “significado verdadeiro” da função dos padrinhos, mas também dificultava o trabalho da equipe de cerimonial, uma vez que era multiplicado o número de pessoas a orientar, enfileirar e reunir para fotografias e para a entrega de objetos. Em campo, ouvi ainda outras críticas ao costume de chamar muitos padrinhos. Em uma feira do mercado de casamentos, em Porto Alegre, o assunto foi abordado durante um *talk show* entre organizadoras de eventos. Assim como a cerimonialista de Fortaleza, as profissionais gaúchas reunidas naquele evento apontavam as dificuldades operacionais que o excesso de padrinhos acrescentavam ao trabalho dos organizadores e os custos adicionais implicados para os noivos. A especialista em eventos que mediava daquele debate criticava o excesso de padrinhos relacionando-o a "um exagero no *show off*"<sup>135</sup> e "uma coisa extremamente *over*"<sup>136</sup>.

---

<sup>135</sup> Show off: Exibição, ostentação.

<sup>136</sup> Over: Algo exagerado, mas também fora de moda, de mau gosto.

Ela citava um casamento religioso realizado em São Paulo, que havia contado com 36 casais de padrinhos. Nesse estado do Sudeste, assim como no Rio Grande do Sul, vale lembrar, é costume que os padrinhos participem da cerimônia também no altar, e não sentados em bancos das fileiras próximas aos noivos, como acontece no Nordeste. A tarefa de acomodar os padrinhos no espaço do altar, em pé ou em cadeiras dispostas nesse espaço, é também uma atribuição da equipe de cerimonial contratada, que deverá ainda ordenar, ao final da cerimônia, antes do cortejo de saída, a fila para que cada um dos padrinhos cumprimente ambos os noivos com um abraço e beijos no rosto - um costume que se repete em São Paulo e nos estados do Nordeste, mas que não existe no Rio Grande do Sul<sup>137</sup>. Além da ideia de *exibição*, a especialista atribuía o aumento no número de padrinhos nos casamentos à *competição* entre pares. Ela faz uma comparação entre os casamentos de um passado idealizado, que descreve como menores e mais simples, e o que considera exagero nos eventos atuais:

Então, quando chegava na igreja, ficava um funcionário com os músicos e eu e a senhorinha da igreja abríamos a porta da igreja, dava tudo certo. Agora, são trinta e seis casais de padrinhos. Agora, são doze pajens e aias. Duas pessoas pra cuidar dos padrinhos. Então, temos que ter duas babás pra aias. Agora, não são mais músicos, a gente tem uma mini orquestra, então, você coloca mais dois [funcionários do cerimonial] lá. Então, a igreja já virou um evento. Então, eu acho que a minha maior dificuldade nesse momento é dizer pras pessoas que pensem mais, que a festa vai ficar incrível, que ela tem que montar do jeito que ela imagina, mas dentro do orçamento, também que ela imagina, e não: "ah, porque minha amiga tinha trinta e seis, então eu tenho que ter quarenta e dois".

A fala citada acima, dita para uma plateia de organizadoras de eventos e noivas, foi aplaudida pelo público que concordava, paradoxalmente, com a crítica ao consumo conspícuo em casamentos - ou pelo menos aos aspectos dessa prática considerados excessivos e causadores de complicações à logística do evento. À Regina, em Fortaleza, em um dia em que tratamos do assunto durante a ida a uma reunião, perguntei: "por que convidam tantos padrinhos? É pelos presentes?" Ao que ela respondeu: "não vou mentir, acho que algumas é, sim", acrescentando que "as pessoas não entendem que essa não é a hora de *retribuir favor*".

<sup>137</sup> Talvez por essa diferença regional de costumes, eu tenha ouvido sobre templos religiosos com regras que restringem o número de padrinhos apenas de interlocutoras das regiões Sul e Sudeste, mas não do Nordeste do país, onde as queixas sobre as restrições nas igrejas também existiam, mas não nesse aspecto.

Na prática, entretanto, era exatamente isso que costumava acontecer, e os convites eram em parte dádivas em retribuição a outros convites e favores anteriores.

A dificuldade das noivas em manter uma lista de padrinhos enxuta é algo que fala de consumo conspícuo (VEBLEN, 1980), *ostentação* e competitividade, mas também dos constrangimentos relacionados à necessidade de retribuir ajudas e favores. Além da oportunidade de estabelecer novos laços de parentesco por meio do ritual, as noivas também estão atentas à possibilidade não desejada de romper e enfraquecer elos, caso não exercitem a reciprocidade com o convite. Nas famílias em que a produção do casamento, assim como o consumo a ele relacionado, se tornam tarefas coletivas, o número alto de padrinhos se torna difícil de evitar. Os laços de parentesco firmados nesses casos são *consolidados* no dia do evento, mas já eram cultivados durante todo o tempo em que "a família inteira sonhou junta", e "muitos amigos ajudaram", como no casamento de Katarina. Não apenas o momento da celebração do rito, nesse caso, mas o consumo e a produção que o antecedem, forjam o elo de parentesco que corresponde à função dos padrinhos e madrinhas.

Nesse sentido, é possível compreender o *compadrio* nos atuais casamentos-espetáculo como uma modalidade de **parentesco performativo** (SAHLINS, 2013), em que se tem a extensão de uma relação no tempo, alimentada por atos de cuidado e também de consumo de e produção partilhados. Um tipo de produção de parentesco em que a memória também assume papel essencial, representada na lembrança compartilhada de ajudas recebidas e oferecidas mutuamente. A organização do casamento se configura, assim, como um processo capaz de produzir a "mutualidade do existir" a que se refere Sahlins como "a qualidade distintiva do parentesco". "Pessoas ligadas por parentesco são pessoas que participam intrinsecamente nas existências umas das outras; elas são membros umas das outras. A ideia de 'mutualidade do existir' se aplica tanto à constituição do parentesco por construção social como à formação do parentesco por procriação" (SAHLINS, 2013, p. IX).

Em suma, são formas de relação de parentesco com base nas condições de vida e nas memórias compartilhadas, o que se confirma na importância dada à fotografia do evento e ao registro de cada um dos membros do cortejo e, portanto, da nova família. No trabalho de



Regina, isso se traduz no cuidado da profissional para que "todos saiam bem" em suas respectivas fotos. Assim como outras cerimonialistas experientes, ela não deixa de enunciar um mesmo discurso informal, que repete a cada evento com poucas alterações, com as orientações aos padrinhos no momento anterior à entrada na igreja. O discurso, gravado em um dos casamentos nos quais trabalhei, e transcrito a seguir, tem seu foco nos conselhos sobre a postura e os gestos que devem ser adotados para garantir *boas fotos*.

[...] vocês **tem que sorrir**, demonstrar toda a emoção. Eu vou explicar pra vocês como será a postura de vocês no nosso cortejo. De frente para o altar, na posição que eu to aqui, o lado da noiva é o esquerdo, e o lado do noivo é o direito. Vou pegar aqui um casal modelo pra vocês saberem. Primeiro passo: celulares no silencioso. Desligar é algo **impossível**, né? [Risos]. Porque todo mundo quer postar algo no *Instagram*, no *Facebook*, a entrada da noiva... Vamos colocar só no silencioso. O que é que eu peço pra vocês **não** fazerem no cortejo? Olhar pra cima, olhar pro chão, dar tchau, fazer os "gestos políticos", que eu chamo. Entre sorrindo, olhando pra frente, porque **você está sendo filmado e fotografado integralmente**. E quando nós estamos nervosos, ansiosos, naquela tensão de entrar na igreja, principalmente as mulheres, nós temos um gesto de passar a língua entre os lábios, ou morder os lábios. **Então capriche na sua foto, porque ela só depende de você!** Certo? E os homens, andar alinhado com as mulheres, não deixar a mulher lá pra trás, né, os homens já gostam de andar mais rápido. Andar devagar, sorrindo, olhando pra frente. Vão subir a escadaria da igreja, as mulheres vão estar de longo, tenha paciência, porque ela vai como *lady*, subindo degrau por degrau, ok? A mãozinha do nosso padrinho, na altura do umbigo, e da madrinha, segurando firme no braço dele. E a bolsa pode ser assim, ou pegando por baixo, como ela está segurando [Demonstrando com uma das marinhas]. Certo? Alguma dúvida até aqui? E as mulheres todas do lado esquerdo do homem. [...]

Começou a nossa liturgia. Participem dela respondendo aos responsórios litúrgicos. "O que é isso, Sulamita?" É você dizer: "amém", "glória a vós, Senhor", rezar o Pai Nosso de mãos dadas como vocês rezaram aqui. Vocês são o carro chefe da cerimônia. O que vocês fizerem, toda a assembleia atrás também irá acompanhar. E quando o nosso noivo der aquele beijo de novela das oito na noiva, vocês irão aplaudir o casal com muita alegria, e podem fazer "iurrú!", o nosso padre é super alegre, viu? Fiquem a vontade.

Uma coisa que eu sempre falo e que eu acho importantíssimo: seja você quando você entrar na igreja. Essas orientações é pra que de fato pessoas que não tem experiência, que nunca foi padrinho, nunca

foi madrinha, não sabem como vai ser a condução do cerimonial, certo? Mas sorria, fiquem à vontade, relaxem, aqui não é uma prova de fogo, tá ok? No momento do cerimonial da festa, eu peço também para que os homens, nessa hora, venham com os ternos, que será o brinde, a dança dos recém-casados com vocês. [...] Aí até esse momento, não se desfigurem de ternos, gravatas e as mulheres não desçam do salto. Tá bom? [Risos] Vamos já começar. Muito obrigada.

Pouco antes do horário marcado, junto aos padrinhos reunidos no pátio da igreja, Regina conduzia uma longa preleção em que orientava as reações dos padrinhos para "sair bem na filmagem" da celebração. Enquanto lembrava marcações e posturas corretas, ela tentava também estimulá-los a não deixarem de ser espontâneos. Por fim, a cerimonialista lembrava aos convidados de honra de necessidade de manter os trajes completos até que as fotografias oficiais fossem registradas.

No casamento espetáculo, a fotografia se torna fator importante na constituição de parentesco com base em uma memória partilhada. Assim, em aconselhamento aos clientes, Regina costuma explicar a importância da fotografia por meio de uma comparação:

O evento do casamento de vocês é como uma casa que vocês vão começar a construir. Primeiro, nós vamos cuidar para a casa ter um excelente alicerce, a parte mais importante do investimento: uma excelente gastronomia, uma boa música, e *a melhor fotografia que vocês puderem contratar*. É como as paredes, o chão e o teto. O restante são detalhes que vocês podem investir menos.

A uma noiva com orçamento reduzido, ela aconselhava a economizar em todo o resto, mas não deixar de investir em um bom fotógrafo. "Do casamento de vocês, *o saldo* que fica, o mais importante, são as fotos". A circunstância triste do álbum de Maria, em que ficou registrada a imagem da madrinha que se tornaria depois *persona non grata* em sua família, serve para iluminar esse aspecto. Ainda que posteriormente ao evento a função de padrinho e madrinha não seja exercida, o que pode ser evidenciado pelo uso do verbo no pretérito mesmo para uma amiga querida: "ela foi minha madrinha", a presença no álbum é permanente e parte da consolidação de um laço de parentesco.

### 5.3. A lista de convidados e os *palpites*

Do ponto de vista antropológico, já foi demonstrado o quanto pode ser prolífico explorar a tensão entre o que as pessoas vivem de fato e as fantasias que motivam suas ações. Um olhar atento para as queixas apresentadas pelos sujeitos, seja em tom ressentido ou humorístico, pode fornecer preciosos indícios para compreender o universo pesquisado (OLIVEN, 1997). Em campo, as queixas que ouvi com mais frequência por parte das noivas diziam respeito a duas questões principais: do ponto de vista operacional, elas encontravam dificuldades para definir a lista de convidados. Por outro lado, no que dizia respeito às questões emocionais, elas se queixavam sobre ter que lidar constantemente com perguntas, sugestões e palpites de terceiros sobre a lista de convidados os preparativos de um modo geral. Em ambas as reclamações, se fazia presente a frustração com o fato de que o casamento, embora propalado como o “dia da noiva”, ou “o dia mais importante da vida do casal”, é na prática vivido como um assunto que diz respeito a coletividades.

Por questões de ordem prática, logo no início dos preparativos de um casamento, a preparação de uma *lista* de convidados, ou ao menos uma estimativa do número de pessoas a serem chamadas, se fazia necessária. Como os custos econômicos da festa são calculados em função do número de pessoas presentes, tanto os manuais como os profissionais especializados na organização de casamentos costumam recomendar que seja delimitado de antemão o número de convidados, de modo a adequar o tipo de festa à verba disponível. As decisões relativas ao número de convidados tendem a ser conflituosas, sobretudo, porque impõem conversas sobre o tema do dinheiro.

Os conflitos entre noivos e seus pais se apresentam com frequência no momento da elaboração da lista de convidados da festa, a partir da discordância em torno dos nomes escolhidos. Um conflito típico ocorre quando, para os pais, é indispensável convidar determinadas pessoas de suas relações, cuja presença é indiferente ou indesejada para os filhos. É interessante observar o que dizem, a esse respeito, alguns manuais de noivas. Mais adiante, ainda nesse tópico, veremos como o assunto das listas é tratado em falas de noivas e profissionais e, também, como se torna tema de abordagens humorísticas nas redes sociais.

Lançados pela Editora Gente, em 2011, o "Manual da Noiva" e o "Manual do Noivo" são obras que trazem conselhos de organização de casamentos voltados para mulheres e homens. O tom humorístico de ambos os manuais é fundado em estereótipos de gênero bem definidos, que colocam as mulheres como as grandes interessadas na "festa dos sonhos" e os homens como "naturalmente" menos afeitos ao assunto do casamento. Sobre as dificuldades relacionadas à elaboração das listas, a versão "para mulheres" do manual adverte:

Francamente, esse pode ser um trabalho exaustivo e complicado. [...] Mais que qualquer outra, esta tarefa aparentemente simples pode se transformar em uma enorme guerra familiar, que envolverá você, seu noivo, seus pais e os dele. [...] Não se engane: mesmo que você não tenha visto nem falado com sua tia que mora do outro lado do país nos últimos onze anos, é provável que sua mãe insista em convidá-la para o casamento. Portanto, antes de começar, aproveite a oportunidade para definir de antemão quais são as expectativas de todos em relação à lista de convidados (DENNY, 2011, p. 45).

Na versão "para noivos" do Manual, o autor opta por tratar com humor o contraste entre as supostas expectativas masculinas e a realidade. Novamente, as metáforas belicosas dão o tom da ironia:

Fazer uma lista de convidados para o casamento deveria ser tarefa fácil: você e sua noiva sentam-se juntos com suas respectivas listas de contatos, determinam quantas pessoas poderão ir à cerimônia, escolhem quais pessoas tem prioridade, informam os pais sobre sua decisão e, então, festejam com amendoins e cerveja.

Na realidade, a lista de convidados é a tarefa logística que demanda os esforços da noiva e do noivo, de ambas as mães e, eventualmente, dos dois pais também. No entanto, como diplomatas em duelo, incertos do que o outro trará para a mesa de negociação, é provável que seus pais nunca estejam na sala durante essas discussões. Você e sua noiva farão o papel de representantes de cada família. É isso mesmo, você será um procurador no seu próprio casamento, passando informações, sem, contudo, revelar demais, enquanto tenta convencer a si mesmo de que o casamento ainda é seu (FOWLER, 2011, p. 94).

À noiva, é dada a tarefa de gerenciar com as expectativas de todos. No texto voltado para os noivos, os termos escolhidos remetem à esfera pública em detrimento da familiar: fala-se em "negociação", "duelo", "procuração", "disputa diplomática". É interessante observar que, enquanto representa uma novidade editorial ao apresentar um livro de organização de casamentos dirigido ao público masculino, o manual também volta à clássica

dicotomia de papéis, que assimila as mulheres com o mundo doméstico e os homens com o universo público e profissional.

"Na organização de um casamento, há muito momentos delicados e de difícil decisão, mas nada se compara à lista de convidados. É nessa hora que as discussões - se não existiram ainda - aparecem ou ficam mais evidentes", previne o manual "Casar", da especialista em etiqueta Vera Simão, publicado em 2005. Nesse livro, a relação direta entre o número de convidados e os custos da festa é colocado de forma bastante direta: "é nessa hora que o orçamento pode explodir". Sempre será necessário cortar nomes, por maior que seja a festa, ela previne. A autora aconselha os noivos a manter o controle sobre o processo: "como o casamento é dos noivos, tentem dar prioridade aos amigos e parentes que fazem ou fizeram parte da vida de vocês. Afinal, esse não é o melhor momento para pais e avós retribuírem convites profissionais e outras gentilezas" (SIMÃO, 2005, p. 88). A autora ainda oferece uma fórmula geral para evitar conflitos:

*Matemática sem briga*

Em geral, as famílias dividem igualmente o número de convidados. Caso uma das famílias seja menor ou seus parentes morem longe da cidade em que se realizará a cerimônia, você pode dividir a lista em três partes iguais: uma para a sua família, outra para a família de seu noivo e a terceira para os amigos de vocês (SIMÃO, 2005, p. 88).

Mais adiante, no entanto, ela adverte que há situações em que a posição social ou profissional dos pais os obriga a convidar pessoas de suas relações. Nesses casos, a única solução possível é fazer uma grande festa para que todos possam ser contemplados (SIMÃO, 2005, p. 88). Ao mencionar a economia de retribuições que existe em torno dos convites, esse manual evidencia o fato de que, no planejamento das bodas, o dinheiro empregado não pode ser visto como um simples "equivalente universal", um meio de troca universal e impessoal. O dinheiro dos casamentos, pelo contrário, circula dentro de uma economia que não é monetária, mas antes de dádivas e contradádivas, de dons e retribuições. Como tal, é um dinheiro que serve à criação e consolidação de laços sociais.

Outra "equação" é oferecida por uma cerimonialista de Porto Alegre, durante uma palestra, em uma feira de noivas promovida em abril de 2014:

Uma fórmula muito bacana é vocês, por exemplo, pegarem a lista de vocês e dividirem ela em: 50% são convidados de vocês, amigos, pessoal do trabalho, e tal, e depois vocês podem dar 25% pra família do noivo e 25% pra família da noiva. Isso já ajuda a dizer: 'pai, mãe, vocês vão pagar 25% da festa'. E: 'sogro, sogra, vocês vão pagar 25% da festa'. Então, a lista é a principal coisa que vocês precisam ter.

Nem todos os conflitos, contudo, podem ser expressos em números de forma precisa. Marina e Lúcio, um casal de Fortaleza, entrevistado para essa pesquisa, oferecem um bom exemplo de como a preparação da boda deixa de ser um assunto do casal para se tornar matéria de interesse de toda a família, algo que fica claro a partir da elaboração da lista de convidados. A planilha dos custos do casamento, alimentada com todos os gastos relacionados à festa e mostrada a mim pela noiva, registra que aproximadamente 40% do custo total, de aproximadamente vinte e dois mil reais, fora doado por parentes e amigos. As ajudas dadas pelos familiares eram indexadas a serviços determinados, de modo que cada parente que se dispunha a contribuir o fazia com a quantia em dinheiro correspondente ao pagamento de algum fornecedor contratado pelos noivos. As dádivas recebidas, contudo, também implicaram na demanda de contrapartidas, sobretudo referentes à inclusão de nomes na lista de convidados. Em função desses pedidos, os noivos, que pretendiam convidar cerca de duzentas pessoas, acabaram enviando convites para aproximadamente quatrocentas. O caderno em que a noiva registrou as anotações referentes aos preparativos do casamento, que me foi mostrado em encontros que precederam a gravação da entrevista, fornece indícios da dificuldade enfrentada na elaboração da lista de convidados. Na brochura, a listagem se organizava em uma sequência de páginas escritas e reescritas a lápis, em que várias setas indicavam convidados que saíam ou entravam na lista ao longo dos dias. “Várias vezes a gente foi coagido, assim, entre aspas, a colocar algumas pessoas que a gente não tinha interesse em convidar. Pessoas que eu só conheci no dia do casamento e que, se eu passar na rua, eu não tenho a menor ideia de quem são”, contou Lúcio. A noiva entrevistada descreve a elaboração da lista, com os sucessivos cortes e substituições de convidados, como o aspecto mais complexo da preparação do casamento:

Era muito complicado. A família dele é muito grande, e tem também muitos amigos dos pais dele. A minha família não é grande, mas tem muitos 'agregados', primos de terceiro grau, que vivem junto da família da minha mãe e do meu pai, e que moram fora do estado. Quando a gente fez a lista, eu quis tirar pessoas que só tinham me visto quando eu era criança, mas que eram amigos da minha mãe, que eram muito importantes para minha mãe e meu pai. E era um 'Deus nos acuda': 'não, você não vai tirar, você vai mandar o convite'. Acabava que eu tinha que mandar. Foi uma das partes que a gente se estressou mais, essa questão de lista.

Vale destacar que, por expressarem temas difíceis de serem tratados, sob pena de agravar conflitos familiares, as reclamações das noivas não são feitas em qualquer momento, nem tampouco diante de qualquer pessoa. Por esse motivo, é em páginas das redes sociais, sobretudo naquelas que funcionam como grupos restritos para noivas, que as queixas costumam circular, seja no tom ressentido dos "desabafos" ou em conteúdos humorísticos compartilhados em imagens, como as charges e os *memes* sobre casamentos.

É impossível refletir sobre o "dinheiro dos casamentos", de um ponto de vista antropológico, sem estabelecer comparações entre essas ocasiões festivas e os *potlatches*, rituais de destruição de riquezas postos em prática por tribos do noroeste americano (MAUSS, 2003). Nessas ocasiões, por meio da demonstração de poder proporcionada pela dissipação de riquezas acumuladas, posições de chefia eram conquistadas ou mantidas. Da mesma forma, por meio de tais rituais, eram estabelecidos ou reforçados laços sociais, já que os participantes se viam socialmente coagidos a retribuir e superar a prodigalidade do anfitrião. Pela infinidade das trocas que envolvem, as festas de casamentos também eram consideradas ocasiões de *potlatch* por tribos do noroeste americano, como os Kwakiutl e os Nootka (SCHULTE-TENCKHOFF, 1986, p. 104). Também nas festas de casamentos observadas nesta pesquisa, é possível identificar as prestações e contraprestações de caráter agonístico, definidos por Marcel Mauss como os principais elementos que caracterizam os rituais de *potlatch*. Assim, o sentido de disputa no estabelecimento de hierarquias e posições sociais também pode estar presente nos casamentos. A "obrigação de retribuir" convites, mencionada em trechos de manuais citados acima, é um dos aspectos do circuito de dádivas e contradádivas envolvido nos casamentos. A desigualdade de posições pode ficar ainda mais evidente quando a preparação da boda envolve a impossibilidade de retribuição de uma das

partes. Novamente, trata-se de uma questão que pode vir à tona no momento da elaboração da lista de convidados, e que é exemplificada no manual "Livro Branco do Casamento":

A divisão do número de convites entre as famílias dos noivos pode causar algum desconforto entre as partes, principalmente se for apenas um dos pais (tradicionalmente são os pais da noiva) a convidar e a pagar todas as despesas, deixando o outro lado *em situação de favor*. Idealmente, repartem-se as despesas entre os pais do noivo e da noiva e dessa forma ninguém fica devendo nada a ninguém. Caso não seja possível, quem convida deve oferecer um determinado número de convites ao outro lado da família (TANGER, 2013, p. 33).

Nesse caso, a autora chama a atenção para o fato de que a oferta de convites, sem a contrapartida da contribuição financeira, pode gerar constrangimentos. Ao pontuar o fato ela está, em última análise, explicitando os mecanismos de uma economia que obedece antes a uma lógica da dádiva que a princípios de uma racionalidade econômica e instrumental.

Ainda sobre a comparação entre os casamentos atuais e os *potlatches* tribais, é fundamental afastar a interpretação de ambos os tipos de eventos como ocasiões de dissipação inútil ou mera ostentação. Nesse sentido, uma chave interpretativa importante é dada por Isabelle Schute-Tenckhoff. Observando diferentes olhares teóricos sobre os *potlatches* tribais do noroeste americano, a autora chama a atenção para o etnocentrismo contido na visão que considera tais rituais como “destruição sem sentido de bens úteis”. Para a autora, a análise antropológica não poderia negligenciar o papel dos *potlatches* para a construção e fixação de significados sociais: "ao marcar os eventos chave da vida individual e coletiva pela festa e pelo dom, o *potlatch* será um meio de validar e tornar públicos tais momentos" (SCHULTE-TENCKHOFF, 1986, p. 105).

Em suma, as queixas das noivas falam da tensão entre a expectativa de ter controle sobre o próprio casamento, e a realidade em que isso não ocorre. Até a festa, os noivos viviam sua união como um assunto de interesse estrito do casal, no qual as duas famílias não se envolviam. É o anúncio do noivado que dá à união do casal um alcance social generalizado. É a partir desse momento que se concretiza a prerrogativa de os pais de ambos os lados se envolverem, inclusive, em questões econômicas dos futuros cônjuges - algo que se evidencia nas interferências na própria boda. Também é frequente que, desde esse momento, os amigos



mais próximos e a família estendida se percebem no direito de se envolver em assuntos referentes à união, apresentando conselhos e sugestões para a festa que se deve realizar a seguir. A novidade do envolvimento dos familiares e amigos em assuntos que até então eram considerados privativos do casal não é vivida sem conflitos, mas pode ser percebida como intromissão que as noivas registram na forma de queixas trocadas entre si. A ideologia romântica reforça a noção da vida de casal como um idílio amoroso, algo que pode ser vivido na coabitação, mas que as noivas logo percebem que pouco tem a ver com o planejamento das bodas. Casar continua sendo um assunto de coletividades, mais que de individualidades, especialmente em uma sociedade que dá grande importância às relações familiares.

## 6. CONSUMINDO UM RITO DE PASSAGEM

### 6.1. Um rito de passagem contemporâneo

Em sua análise clássica, Van Gennep (2013) propõe o conceito dos "ritos de passagem", fundamental quando se pretende estudar espetáculos, cerimônias, rituais. Publicado originalmente em 1909, o trabalho desse autor trata sobre os ritos de passagem, atos formais que marcam transições sociais, ou seja, mudanças de posição de um indivíduo, ou de um grupo de indivíduos, dentro da coletividade. Assim, diversas sociedades humanas costumam marcar, com esse tipo de ato, os momentos como o nascimento, a gravidez, o parto, a adoção, a chegada à idade adulta, as uniões, a morte.

Coube a esse autor identificar um mecanismo próprio dos ritos de passagem, o fato de que esses se desenvolvem a partir de uma sequência envolvendo, necessariamente, três fases: separação, margem e agregação. Embora as fases sejam invariáveis, o autor propõe que a ênfase sobre cada estado pode variar conforme os diferentes tipos de transição social. Assim, no caso dos casamentos, tem maior destaque os ritos de agregação enquanto, em cerimônias fúnebres, é enfatizado o caráter de separação (VAN GENNEP, 2013, p. 16). O período de margem, conforme proposto pelo autor, remete a um estado de transição, e encontra um bom exemplo no caso do noivado, margem entre casamento e a vida de solteiro. O fator temporal, assim, se constitui como um elemento-chave para a interpretação dos rituais proposta por Van Gennep.

A pertinência em se tratar os casamentos contemporâneos como ritos de passagem já foi objeto dos questionamentos de outros pesquisadores dessa temática. Após uma série de pesquisas no contexto francês, a antropóloga Martine Segalen (2002, 2003, 2006) chegou à conclusão de que os casamentos já não poderiam ser descritos como "ritos de passagem" no sentido proposto por Van Gennep (2013). Para essa autora, as mudanças sociais relacionadas às conquistas feministas e ao ingresso da mulher no mercado de trabalho marcaram a consolidação de uma nova ordem matrimonial. Nesse contexto, em que a oficialização das uniões não raramente sucede a coabitação e o nascimento dos filhos, os casamentos teriam se

tornado ritos que publicizam um compromisso já vivido e que celebram o sucesso de uma a união já consolidada. Para essa autora, "o casamento não consagra mais, como já foi o caso, uma 'passagem' de um estado social a outro, de uma casa a outra" (SEGALEN, 2006, p. 163). Opinião semelhante é defendida pela antropóloga Sharon Boden (2003), que estudou as bodas nos Estados Unidos. Para essa autora, o casamento na atualidade já não se impõe como um rito de passagem necessário, mas é consumido como um evento cultural (BODEN, 2003, p. 18).

A partir dos dados por mim obtidos em campo, optei por não tomar como pressuposto o argumento acima apresentado, de que os casamentos contemporâneos não seriam mais ritos de passagem. Percebi que, se já não o são, em muitos casos, ritos de passagem clássicos do ponto de vista material, os casamentos continuavam a ser *vividos* e *simbolizados* como tal pelas mulheres que pesquisei.

Nas entrevistas realizadas para essa pesquisa, com mulheres que haviam recentemente passado pelo rito do casamento, obtive respostas que sinalizavam que, para elas, a cerimônia foi, sim, vivida como uma "transformação". Para as entrevistadas, a participação no rito efetivamente demarcou transformações afetivas, materiais e sociais. Nessa dinâmica, o consumo assume um papel central, em que os bens são utilizados para estabelecer e reforçar significados culturais, marcar transições e criar delimitações de tempo e de espaço. É nesse sentido que o consumo pode ser considerado, como proposto por Mary Douglas, como uma atividade ritual (DOUGLAS, 2004).

Diante do quadro aqui apresentado, um questionamento importante se coloca: quais *passagens*, materiais e simbólicas, marcam os ritos de casamentos contemporâneos? Nas representações das mulheres pesquisadas, o casamento surge como o momento em que se institui uma nova família. Dessa forma, a passagem simbolizada pelo rito do casamento representa, para o casal, uma demarcação entre o não-ser e o ser, tanto quanto a apresentação do recém-nascido ao grupo social por meio do batismo. Para essas mulheres, a coabitação não é percebida como um compromisso sólido, enquanto o casamento é visto como algo mais sério. A etapa de preparação da boda, analisada como parte da sequência que culmina no

casamento, também sinaliza uma mudança material: o momento a partir do qual os casais e famílias se sentem permitidos a discutir o assunto *dinheiro* - matéria que, na cultura brasileira, é cercada de um tabu, como visto em capítulo anterior desta tese. No mais, como consequência das transformações simbólicas e materiais citadas, o casamento sinaliza, para os próprios noivos e para os grupos sociais dos quais fazem parte, o momento em que a união do casal ganha alcance social generalizado.

## **6.2. "Amizades de noiva": consumo, liminaridade e *communitas* em um rito de passagem contemporâneo**

A inserção de uma noiva no "universo dos casamentos" é algo que acontece por meio do consumo, mas que também se pauta por uma lógica própria aos rituais de transição. Sabe-se, com Victor Turner, que é próprio dos processos rituais, em diferentes sociedades, que os sujeitos em fase de transição sejam reunidos em grupos de forte coesão interna (TURNER, 2013). É esse processo que passo a analisar, como forma de compreender, a partir da experiência das noivas que organizam grandes casamentos, como se relacionam dinâmicas de consumo e elementos próprios à liminaridade ritual.

Para algumas das entrevistadas desta pesquisa, a experiência da organização do casamento poderia ser descrita como uma jornada solitária, marcada pela incompreensão dos familiares e amigos com o momento *sui generis* vivido pela noiva. Parte de minhas interlocutoras relatou ter encontrado apoio e compreensão, ao longo dos preparativos, em amizades feitas com outras noivas. As "amizades de noiva", citadas pelas pesquisadas, são laços criados entre mulheres que estão preparando seus casamentos, e que costumam ser vínculos marcados por grande intensidade. Apesar de poderem ter continuidade, comumente se arrefecem após a passagem da festa, quando cessam os assuntos relacionados à necessidade de contratar fornecedores e comprar produtos para o evento.

Assim como já foi sugerido com relação ao processo de tornar-se uma mãe, assumir o papel de noiva significa, nos dias de hoje, e para aquelas que organizam casamentos como os

aqui descritos, desenvolver-se enquanto "consumidor informado" (SEVIN e LADWEIN, 2007, p. 16). Ao iniciar sua incursão no "universo dos casamentos", a noiva costuma ser surpreendida pela quantidade de decisões de consumo a serem tomadas, e por todo o trabalho de pesquisa que será necessário fazer de modo a orientar essas escolhas. Nesse processo, a interação entre as noivas assume fundamental importância. Em campo, acompanhando uma cerimonialista de Fortaleza, pude observar essa dinâmica. A união entre noivas costuma acontecer não de modo aleatório, mas em torno de um determinado fornecedor.

Em minha pesquisa de campo, descobri que o horário "aberto ao público" das casas de eventos, em Fortaleza, constituía em um momento privilegiado de interação entre as noivas. Inserida no mercado como auxiliar de cerimonialista, aprendi, assim como as noivas logo descobrem, que é praxe que os salões de evento abram as portas do espaço decorado, para que o público interessado possa conhecer o local. A abertura para a visita não dura mais que uma hora, e os locais por vezes anunciam o horário nas redes sociais. O *local da festa* costuma ser a primeira contratação feita pelas noivas, já que somente depois do local escolhido se tem condições de imaginar e contratar uma série de serviços relacionados à cenografia. Para as noivas, a contratação do espaço físico do evento demarca, assim, o primeiro passo percebido como concretizado, materializado, em um processo que não é individual nem gerido por uma racionalidade econômica, mas que é vivido coletivamente e movido por um forte componente imaginativo. É na contratação do "salão" ou do *buffet* que o casamento vislumbrado começa a tomar forma.

Em campo, mais de uma vez ouvi os profissionais se referindo aos *buffets* como "caixas brancas", ou "telas em branco". A comparação tem como motivo o aspecto dos locais, que frequentemente adotam uma estrutura fixa tão neutra quanto possível, de modo a possibilitar a realização de trabalhos cenográficos adaptados às exigências de cada cliente. Sem decoração, todos os *buffets* são muito parecidos, com suas paredes de pé direito preferencialmente alto e com salões amplos, quase sempre desguarnecidos de mobiliário fixo. A diferença entre os eventos realizados em uma mesma casa fica por conta dos pacotes de

decoração, oferecidos em diferentes categorias, que variam conforme o grau de luxo e elaboração.

Como experimento etnográfico visitei, por muitas vezes, alguns desses espaços decorados abertos ao público. Eu buscava, para essas visitas, locais nos quais não havia ainda trabalhado junto à equipe de cerimonial, com a intenção de não ser identificada como “profissional”, e assim poder me engajar mais livremente nas interações entre noivas. Em todas essas ocasiões, fui abordada por outras mulheres que, me identificando como uma potencial cliente do estabelecimento, me faziam muitas perguntas: se eu pretendia realmente contratar o espaço ou se estava apenas começando a conhecer as opções, se eu tinha alguma informação sobre a *real* qualidade dos serviços prestados, se eu já havia ido a uma festa no local. Mencionavam a existência de um grupo de *WhatsApp* feito para a troca de informações entre as noivas contratantes e me perguntavam, interessadas, se eu já participava. Os *grupos*<sup>138</sup> eram, como ficaria claro ao longo da minha pesquisa, o principal meio de trocas de informações entre noivas e, como tal, espaço privilegiado de construção das “amizades de noiva”. Cada vez mais, os “grupos” se evidenciam como agentes coletivos com grande protagonismo nesse mercado. Pela recente popularização dos mesmos, tomava forma um novo tipo de dinâmica emocional coletiva no mercado de casamentos.

Ao longo dessas visitas, informei algumas vezes o meu número de telefone para ser adicionado em grupos, conforme me era pedido por noivas interessadas em arregimentar mais colegas para discutir ideias e trocar informações. Nessas interações rápidas, mesmo que eu oportunamente informasse que estava realizando uma pesquisa antropológica sobre o mercado de casamentos, era o meu próprio *status* de noiva, identificável pela aliança dourada na mão direita, que eu havia recentemente começado a usar, que estimulava o interesse das noivas na minha figura. Assim, no final de 2015, na última fase da minha pesquisa de campo, o meu próprio noivado se tornava uma questão para as pesquisadas, que me viam como uma outra *noivinha* e, portanto, uma novata a quem deveriam ajudar a ingressar nas redes de relações com os fornecedores, assim como nos grupos de “amizades de noivas”.

---

<sup>138</sup> Já descritos no capítulo II desta tese.

Rapidamente, embora eu não estivesse conduzindo uma pesquisa de etnografia virtual, os grupos se tornaram, para mim, uma importante ferramenta de pesquisa. Interagindo neles, eu tinha acesso a noivas e profissionais que se dispunham a conceder entrevistas e conversar sobre as questões do mercado dos casamentos com uma pesquisadora interessada no tema. Além disso, participar das pautas dos grupos logo se revelou uma forma excelente de compreender quais questões eram relevantes no meu universo de pesquisa, assim como de me manter atualizada sobre os assuntos da vez no mercado de eventos.

Vale a pena narrar, aqui, um dos momentos mais interessantes em que me foi oferecido acesso a um grupo de noivas. Conheci Clarissa durante um evento que se diferenciava das demais feiras que eu havia observado, por ser voltado especificamente para os *noivos* – personagens costumeiramente negligenciados por um mercado que tinha as *noivas* como público alvo. O evento era o lançamento de um serviço de barbearia e corte de cabelos voltado para atender os noivos, no dia do casamento. Regina, cerimonialista que eu acompanhava, e de quem Clarissa era cliente, nos apresentou. Enquanto a profissional, que estava trabalhando no evento de inauguração, demonstrava ao noivo as vantagens do serviço, Clarissa me explicava que estava na etapa final dos preparativos. Em uma apresentação rápida, em meio à música alta e a todo o burburinho do evento, Regina me identificou inicialmente à Clarissa não como uma pesquisadora que a acompanhava, mas apenas como outra *noivinha* da Delicadeza<sup>139</sup>, acrescentando que eu ainda não havia de fato começado a organização do *meu* próprio casamento. Foi essa forma de apresentação que fez com que Clarissa, animada com a notícia, se oferecesse para me mostrar o "caminho das pedras" do mercado de casamentos. Antes de seguir com o noivo para conhecer o restante do espaço, ela mencionou os grupos de *WhatsApp* dos quais participava, e me deu seu contato: "Me adiciona! Adoro ensinar, tenho a maior paciência com *quem está começando*". Na solicitude de uma noiva experiente para com a colega novata, a resposta de Clarissa evidenciava o fato

---

<sup>139</sup> Naquele evento específico, Regina havia me pedido para me apresentar como noiva e cliente, para não termos de explicar sobre a pesquisa a cada uma das outras profissionais que também estariam presentes. Mais tarde, em um momento mais calmo no evento, ela mesma contou a algumas colegas, empolgada, sobre a pesquisadora que a acompanhava naquele dia.

de que ser noiva, no universo do casamento espetáculo, significa adquirir um *repertório* de lugares, fornecedores, pessoas<sup>140</sup>.

Ser "noiva tradicional", hoje, é adquirir um conhecimento que é situado, que se compõe a partir das referências de negócios e produtos existentes em uma determinada cidade. É essa imersão no universo local que as noivas "novatas" ainda não tem. Ouvi de algumas pesquisadas uma distinção importante entre duas fases do planejamento de um casamento. Na primeira, elas descreviam, o casamento era apenas imaginado pela noiva, que passava a "coleccionar referências na *Internet*". Tornar-se noiva, e interagir com outras noivas, as conduzia à etapa seguinte, em que tinham início uma série de trocas de informações relativas ao universo local, proporcionadas pela inserção em redes de noivas. Ao se inserirem no universo para elas desconhecido do mercado de casamentos, e ao constatarem que se trata de um contexto no qual a confiança é percebida como escassa, as noivas buscam, nos grupos, se municiar de informações para nortear suas escolhas. Os grupos adquirem, no mercado de casamentos, o papel de balizador dos nomes e da reputação das pessoas que as noivas cogitam contratar.

Participando dos grupos, as noivas buscam baratear os custos do casamento, como me explicou Linda, advogada, de trinta anos, uma das clientes de Regina. Ao falar sobre como procurou economizar em cada um dos itens contratados para o casamento, ela mencionou a participação nas *rodadas de descontos*, muito citadas por outras noivas. Realizadas pelas

---

<sup>140</sup> Impossível não lembrar do processo de transformação vivido pela personagem Emma Bovary, protagonista do romance *Madame Bovary*, escrito por Gustave Flaubert e publicado na França, em 1897. Considerado a primeira obra entre os romances realistas, o livro narra as desventuras da protagonista, uma pequeno-burguesa que vive o conflito entre sua natureza sonhadora e os limites estritos do casamento com um homem pacato, ao qual se sente presa. Para seus anseios de liberdade, Emma busca alívio no adultério, mas também em uma escalada de consumo que termina por prendê-la em uma complicada trama de endividamento e manutenção de aparências. Em campo, nessa pesquisa, me ocorreu a lembrança de Bovary sempre que me vi diante de noivas que manifestavam sentimentos de ambivalência, angustiando-se entre o fascínio por um universo de consumo até então desconhecido e que se lhes abria de forma inesperada, mas que também se viam diante do receio de contrair dívidas em função dessa mesma empolgação. Eu também via Bovary ao contemplar o movimento em que as noivas de classes medias, ou de classe C, buscavam *referências* visuais em revistas e blogs que retratavam casamentos da alta sociedade, assim como em sites de forte influência angloamericana, como o *Pinterest*. Nas moças que tentavam emular padrões e estéticas que conheciam por meio do acesso a fluxos internacionais de informação característicos desse mercado, eu identificava semelhanças com a personagem de Flaubert. Criada em uma cidade pacata do campo, Bovary aprendera sobre a vida dos ricos de seu tempo por meio da literatura romântica, e fantasiava, com ajuda do consumo, reproduzir o universo que aprendera a admirar. Assim também, as noivas de minha pesquisa buscavam reproduzir lembranças a partir de ideias de *wedding favors* vistos na rede social *Pinterest*, assim como adotavam em suas cerimônias as *demoiselles*, um papel destinado às amigas da noiva, que reinterpretavam a performance das *bridesmaids* vistas em comédias românticas norte-americanas.



noivas reunidas em grupos virtuais, as rodadas eram iniciativas informais para obtenção de descontos coletivos. Linda explicava: "Tipo, querem contratar um bolo, aí se juntam 20 pessoas pra contratar aquele bolo, aí elas ganham 20% de desconto naquele bolo, parcelado, ou trinta por cento à vista". Dela, voltei a ouvir uma frase muito repetida pelas noivas de Fortaleza: "Meu casamento foi todo de rodada". Assim como as "rodadas", eram articuladas nos grupos outras estratégias de obtenção de descontos. Ao contratarem fornecedores para seu próprio casamento, noivas ativas nesse tipo de grupos virtuais costumavam negociar com os vendedores a possibilidade de trocar a divulgação dos serviços nos grupos por descontos para as clientes que se identificassem como participantes. Assim, era comum que uma noiva, ao fechar contrato com um determinado profissional, avisasse às colegas de grupo que o fornecedor estava disposto a oferecer desconto às que se identificassem como suas amigas de grupo.

Além das ações mais pragmáticas, representadas pelas iniciativas para diminuição de custos, os grupos também representam, para as noivas, espaços de ajuda emocional mútua. É o que enfatizam as falas de Josiane, engenheira e professora universitária, que conheci participando de um dos grupos nos quais me haviam adicionado<sup>141</sup>. Após concordar em narrar sua experiência com os grupos, ela me explicou, em uma série de conversas por áudio, como outras noivas interessadas em descontos se tornaram, para ela, "verdadeiras amigas". Ela explica que, com o tempo, ficaram "amigas, de a gente todo dia discutir, tomar café da manhã comendo e gravando áudio, falando no grupo, entendeu?". Desde março de 2015, ela participa de um grupo chamado "noivas livres para sonhar". Para ela, o grupo é um espaço para se sentir à vontade e que, por isso, tem poucas regras. Uma delas é que todas devem se ajudar mutuamente. A outra norma tem a ver com as condições de privacidade das interações. "Lá também tem uma outra regra que é: 'o que a gente fala no grupo morre no grupo', já que o grupo é de amigas, né, nos tornamos amigas, então, assim, desabafo com relação a fornecedor, com relação a problemas pessoais, tudo morre lá". As regras, ela diz, são levadas

---

<sup>141</sup> O grupo no qual conheci Josiane tinha mais de duzentas participantes e era, assim, menos restrito e mais voltado a trocas rápidas de informações sobre o mercado local. Nesse espaço, ela me falou sobre seu grupo "somente de amigas", do qual não cheguei a participar, mas cujo funcionamento e regras ela me descreveu nessa entrevista.

a sério, e o descumprimento ocasiona desligamento das integrantes, sem explicações. A preocupação com o segredo é intensificada pelo fato de este ser um grupo pequeno e seletivo. Enquanto os grupos abertos, de convite irrestrito, como aqueles aos quais fui integrada sem maiores cerimônias, chegam a ter mais de 250 participantes, este conta apenas com dezoito. Para preservar a privacidade, estipulou-se, no grupo de Josiane, que seriam desligadas as noivas que "sumissem" sem dar satisfações, pois as participantes entendiam que naquele grupo não era justo que alguém apenas lesse o que era exposto pelas demais, sem efetivamente integrá-lo.

Porque uma das regras do grupo é que você tem que falar, entendeu, você não pode passar, tipo, duas semanas sumida, sem dar um "oi", entendeu? Tem que opinar, tem que ajudar. Quando uma noiva está desesperada com alguma coisa, aí a gente ajuda, então tem que falar, e se a pessoa se manter calada por mais de três ou quatro dias, sem nem dar notícia, a gente mete a faca, a gente cortava as meninas do grupo, entendeu? Então essa era a única regra, que tinha não, que tem no grupo, né, sempre ajudar uma à outra.

O grupo foi iniciado, Josiane conta, com uma "rodada de chocolates", reunindo as interessadas. Logo, uma das participantes propôs uma nova rodada, dessa vez, de bem-casados. Ao longo dos dias, o grupo se consolidou em torno da troca de confidências relacionadas à experiência dos preparativos do casamento.

O grupo, já tiveram, se eu não me engano, dezoito meninas. Sendo que algumas, é... tipo assim, só queria mesmo *informação de coisa*, entrar em rodadas, né, que a gente sempre se juntava pra criar alguma rodada, alguma coisa, pedir desconto pra gente... mas, *depois que conseguia o que queria saía do grupo, não dava satisfação...* [...] Por isso que hoje em dia, lá, está muito restrito, entendeu? As pessoas que estão hoje em dia lá são as pessoas que estão desde sempre, né, e mantêm, né, a amizade saudável. Inclusive de a gente contar coisas do dia a dia, desabafar, contar particularidade nossa, crise do marido, crise financeira, essas coisas, *tudo as meninas expõem lá no grupo*. Então por isso que é muito restrito, por isso que a gente não adiciona mais ninguém, porque uma pessoa nova não vai entender aquele círculo que existe lá no grupo.

Além do grupo virtual, elas organizam encontros presenciais e se organizam para ajudar umas às outras em questões práticas do casamento. Assim, quando Josiane decidiu preparar alguns itens da decoração artesanalmente, solicitou a ajuda das colegas do grupo, que se dividiram para, cada uma, preparar um certo número de peças, conforme as orientações da colega. Em seu depoimento, Josiane descreve como mobilizou as amigas para materializar um

tipo de objeto que idealizou para a decoração do casamento. Para ela, os *sousplats* feitos de material reciclado eram importantes porque comunicavam a ligação da noiva com a defesa de questões ambientais. Ao se disponibilizarem para ser a mão de obra que tornaria possível a produção do objeto imaginado, na quantidade necessária, as amigas de grupo demonstravam estar imbuídas de uma mesma lógica de pensar e agir, em que pequenos detalhes imaginados, idealizados, assumem grande importância, em função dos valores e sentidos que são capazes de simbolizar.

Pra tu ter uma ideia, eu tenho 250 convidados, então eu tô feito louca, porque eu quero fazer umas coisas ambientalmente corretas, e uma delas é fazer os *sousplats* de jornal, então essas minhas amigas estão pra cima e pra baixo, enrolando, fazendo canudo de jornal, enrolando o jornal, pra fazer os *sousplats*, me ajudando. Então, quando vou em Fortaleza eu passo na casa delas, saio pegando a produção de *sousplats*, então é essas loucuras que a gente passa, e elas me ajudam bastante.

Por ser restrito, fechado, o grupo descrito por Josiane enseja expectativas de reciprocidade elevadas, com o entendimento de que, naquele espaço, confidências poderiam ser trocadas e favores poderiam ser solicitados e prestados. Outro tipo de dinâmica, sem a interação presencial descrita por Josiane, acontecia nos grupos descritos por Linda, maiores e mais abertos. Quando a entrevistei, a duas semanas de seu casamento, Linda também contou sobre suas amizades de noiva, feitas durante os preparativos.

Érika: Você falou de grupos. Eu sei que tem um grupo do *whats*, por exemplo, que é o do seu *buffet*. Você tem amigas noivas, "amizades de noiva"?

Linda: Muitas! Eu não as conheço, mas são minhas *best friends*. Eu só as conheço de grupo de *WhatsApp*".

No dia em que me deu a entrevista, Linda me mostrou a sua conta no aplicativo *WhatsApp*, no seu aparelho de celular, e apontou cada um dos oito grupos de noivas dos quais participava, enquanto comentava que, em alguns, participava de forma mais ativa que em outros. A formação dos grupos costumava acontecer sempre por uma dinâmica semelhante, na qual inicialmente as noivas reuniam-se para obter descontos de fornecedores pela compra conjunta. Assim, entre outros itens, ela conseguiu entrar em "rodadas" para comprar o bolo, os bem-casados, os espumantes e para contratar a decoração e os seguranças da festa. De

alguns dos grupos, ela saía logo que fechava negócio com o fornecedor. Em outros, contudo, ela "ia ficando", atraída pela possibilidade de conversar "coisas de noiva", ou interessada em fiscalizar se o serviço estava sendo prestado a contento nos casamentos das outras contratantes.

Nas falas de Linda, é interessante destacar ambivalência da pesquisada com relação à eficiência dos grupos para os objetivos de redução de gastos das noivas. Em um dos grupos de que participava, formado por noivas contratantes do mesmo *buffet* que ela, Linda conta que se sentia particularmente estimulada a consumir novos itens. Todos os finais de semana, ela me explicava, as noivas do grupo se revezavam nas visitas ao espaço decorado do *buffet*, conforme a disponibilidade e o interesse de cada uma. Aquelas que iam costumavam enviar, ao grupo, fotografias de cada um dos detalhes e novidades preparados para a decoração do evento daquele dia. Eram novos móveis alugados, outros efeitos de iluminação, além de tipos diferentes de cadeiras, guardanapos e suportes de pratos. Linda conta que, ao ver as imagens, se mobilizava para consultar preços e incrementar o seu próprio projeto de decoração. Dessa forma, no dia em que a conheci, semanas antes, acompanhando a cerimonialista Regina na reunião em que a noiva fechava os elementos cênicos da festa, Linda estava imprimindo, no escritório do *buffet*, a terceira versão de seu contrato de decoração, com novos aditivos.

Porque, no grupo de *WhatsApp*, elas aprendem... a gente aprende tudo. Porque elas contam, e a gente fala mesmo, sabe? Fala bem de profissional, fala mal de profissional. Então, tem um lado bom e um lado ruim. Porque às vezes eu fico doidinha por causa de grupos de *WhatsApp*. Talvez, se não fosse o *WhatsApp*, talvez eu tivesse gastado bem menos, porque talvez de muita coisa eu não soubesse. [...] Se eu não sei, eu não sinto falta. Mas se eu sei, eu sinto falta.

Nesse sentido, é interessante observar como os grupos modificavam a forma como as noivas desempenhavam uma série de atividades de consumo relacionado ao casamento. As ocasiões como "visitas ao espaço decorado", idas a "feiras de noivas", e mesmo a participação como convidadas em casamentos de amigos e familiares se tornavam eventos previamente anunciados nos grupos e compartilhados em tempo real com as colegas online. O suporte virtual possibilitava, às noivas ativas nesse tipo de grupo, que as compras relacionadas ao

casamento se tornassem sempre uma ocasião de interação social com outras mulheres vivendo a mesma fase.

O depoimento de Linda sobre os grupos se organiza em torno do que podem ser consideradas *justificativas* para a participação da noiva nos mesmos. Existe, no entanto, uma contradição interna no discurso da entrevistada, que ao mesmo tempo que enaltece as vantagens e barganhas obtidas nesses espaços virtuais, aponta para o fato de que a participação nos grupos, na prática, a estimulou a investir em mais produtos e serviços para o casamento. Se fazem presentes, na fala de Linda, tanto uma racionalidade econômica, voltada para obter o máximo benefício pelo menor custo, como questões voltadas para outras lógicas, com valorações que contradizem o que seria economicamente mais racional.

Nesse sentido, não se pode perder de vista que os grupos reúnem mulheres que, engajadas nos preparativos de bodas grandes e elaboradas, consideram o casamento como a demarcação de uma passagem importante, e orientam sua vivência do período a partir dessa compreensão. Formados por sujeitos que performatizam juntos uma experiência de transição de *status*, os grupos constituem espaços nos quais não é difícil identificar elementos do que os teóricos dos ritos de passagem chamam *communitas* – a congregação de sujeitos liminares em comunidades marcadas por intensa camaradagem e igualitarismo (VAN GENNEP, 2013). Nesses espaços e momentos da dinâmica social surgem, entre os sujeitos em fase de transição ritualizada, fortes laços de união. Trata-se de vínculos intensos, resultantes do apagamento temporário das distinções entre os sujeitos, parte de um processo em que se representa o abandono de antigos atributos pessoais, em prol de um novo papel social ainda a ser incorporado. Por esses motivos, como teoriza Victor Turner, os momentos marcados pela *communitas* opõem-se às divisões por *status* e posições, característicos de fases mais estruturadas da experiência social (TURNER, 2013).

Nas “amizades de noiva” que observei em minha pesquisa de campo, a *communitas* conectada pelos meios virtuais de comunicação não escapava ao propósito de constituir um mundo ritual distante da temporalidade cotidiana, tão característico das transições rituais. Outra entrevistada, Lidiana, enfermeira, de 28 anos, era a responsável pela criação do grupo

de noivas do *buffet* que contratara. Ela assim descreve a relação que desenvolveu com Raquel, uma de suas “amizades de noiva”:

Assim, das meninas, eu tenho uma relação bem bacana com a Raquel. Mas não é uma coisa íntima, assim, ainda, não nos frequentamos. Mas você vê que, por dividir o mesmo momento, né, de vida, a gente acaba dividindo, como se... assim, parece que eu conheço há uns cinco anos. Que é uma pessoa que eu falo certas coisas que a gente não conversa com todo mundo, mas que, por estar vivendo o mesmo momento que você, você acaba dividindo, né, porque noiva é sempre um momento, assim, de muita ansiedade.

Nesse trecho, Lidiana destaca a característica de *intensidade* dos laços construídos no grupo, possibilitada, a seu ver, pelo *status* compartilhado por todas as integrantes. Além disso, ela destacava o apagamento, no contexto do grupo, das diferenças econômicas existentes entre as noivas. Para ela, naquele espaço, mais que as diferenças de orçamento disponível para cada evento, importava a possibilidade de trocar experiências, informações e desabafos. A ênfase no *status* de noiva criava, assim, a possibilidade de se relacionar com outras mulheres a partir desse papel, e ajudava também a definir um *ethos* de grupo:

Eu acho, assim, que o grupo foi bem legal, porque você vê pessoas com vários perfis diferentes - fazendo no mesmo local, mas com vários perfis diferentes, com vários orçamentos diferentes. Apesar de a gente estar fazendo no mesmo local, tem gente que está fazendo com orçamento a metade do meu, tem gente que tá fazendo com orçamento maior do que o meu. Então, a gente tem uma troca muito legal, no grupo.

Os grupos eram citados, nas falas das minhas entrevistadas, como espaços em que lhes era permitido “sonhar”, ou seja, se deixar inspirar pelas trocas de imagens de adereços e elementos decorativos. Mesmo citando os grupos como meios para a busca de descontos e para a pesquisa de preços, havia nas falas das noivas uma acentuação dada ao *sonho*, como quando Linda se dizia deslumbrada com “todas as pompas e circunstâncias” das imagens de casamentos que lhe chegavam pelo grupo a cada final de semana. Pensando ainda em uma lógica própria às experiências de *communitas*, é possível entender os grupos como espaços em que são lícitos exercícios imaginativos de consumo menos providente, menos de acordo com a racionalidade econômica. Nos grupos, como bem assinala o nome daquele do qual participa Josiane, as noivas se sentem “livres para sonhar”. A experiência dos grupos, por suas

características de liminaridade, guarda elementos de inversão normativa, pelos quais se autorizam as “loucuras” do ponto de vista econômico descritas por Linda. A identificação desses elementos, próprios de uma experiência de *communitas*, e estranhos a cálculos econômicos, ajuda a entender, também, as lógicas imaginativas que regem o consumo de casamentos.



Figura 76 Meme faz humor com a comunicação virtual constante entre noivas.



Figura 77 Sobre o mesmo tema, outro meme muito compartilhado. Fonte: grupos de noivas de Whatsapp.

No contexto por mim observado, os grupos produziam um efeito muito semelhante ao que a pesquisadora canadense Dawn Currie atribuiu às revistas de noivas da década de 1990. Para essa pesquisadora, as publicações tinham o efeito prático de aumentar as preocupações, ainda que sob a desculpa de simplificar a festa. Currie concluía que, embora vistos pelas noivas como instrumentos que poderiam simplificar a organização de seus casamentos, os manuais tendiam a precipitar maiores preocupações e ansiedade, bem como tornar maiores os gastos envolvidos. Para a pesquisadora, os manuais e *checklists* eram, curiosamente, responsáveis por criar casamentos "fora do controle". No contexto por mim pesquisado, a emulação com as colegas de grupo exerce um papel decisivo no aumento da dimensão e complexidade dos eventos realizados, já que o desejo é alimentado pelo conhecimento de que outras teriam, em suas festas, os itens que a noiva passou a conhecer no grupo. Além disso, as noivas podiam, agora, fazer comparações não apenas entre o seu casamento e os de amigas e familiares recém-casadas, mas também com as festas de noivas anônimas, que elas nem mesmo conheciam.



Constituídas em torno de atos de consumo, as “amizades de noiva” mobilizam questões materiais como elemento fundante de redes de intensas trocas sociais. Assim, penso que é rentável considerar como o *materialismo*, apesar de associado pelo senso comum com a erosão da vida social, na prática pode se tornar o substrato de relações de sociabilidade (MILLER, 1993, DUARTE, 2010). É também válido lembrar, como já proposto por outros autores, como o consumo se desdobra em múltiplas atividades, para além da simples obtenção de mercadorias com base em uma racionalidade econômica. O próprio ato de *fazer compras*, por exemplo, não se restringe à aquisição de mercadorias, nem necessariamente inclui esse evento, mas diz respeito a todo um processo que pode ou não culminar em uma compra. A atividade de “ir às compras”, como colocado por Shields, “se refere a um processo, uma prática social de exploração e perambulação por locais de forma que se assemelha ao turismo. Esse processo pode assumir a forma de um extenso período de pesquisa” (SHIELDS, 1992, p. 102). Nesse sentido, os grupos de noivas mobilizam agentes sociais engajados em complexos processos voltados para o consumo, em que estão envolvidas lógicas de valoração próprias, assim como atos imaginativos nos quais os objetos buscados exercem a função de materializar relações e sentimentos.

### **6.2.1. Liminaridade e despojamento da aparência pessoal.**

Durante o período liminar, o sujeito que passa pelo ritual vivencia uma condição ambígua, em que já se afastou dos atributos de sua condição anterior e ainda não se apropriou das características próprias do estado futuro para o qual está sendo preparado. Cada sociedade expressa suas fases de transição ritual por meio de símbolos próprios, em geral relacionados com a ideia de indeterminação. Em várias sociedades, as pessoas em período liminar são destituídas de suas vestes, de modo a representar que não possuem atributos indicativos de qualquer posição social. Também nas sociedades complexas, os estados liminares são ocasiões prolíficas na adoção de símbolos que expressam a ideia de indefinição quanto à posição social. Entre minhas pesquisadas, ouvi referências a um período de “vida franciscana”, em que se abandonavam alguns de seus hábitos de consumo, sobretudo aqueles relacionados aos cuidados com a aparência pessoal. Elas descreviam estratégias de corte de

gastos cotidianos que classificavam, naquele contexto, como "supérfluos", com o objetivo de fazer sobrar recursos para a realização do casamento.

Janaína, de 29 anos, psicóloga, de Fortaleza, descreveu o período do noivado como uma fase de sacrifícios. Mesmo com o noivo arcando a maior parte dos custos do casamento, ela conta que se esforçou para ganhar mais dinheiro, de modo a garantir que poderia escolher "os melhores fornecedores". "Consegui um novo emprego, que eu trabalho de sete a uma, de segunda a sexta em um local; aí eu complementei, dia de segunda e quarta, em outro local à tarde". Além do acréscimo de horas trabalhadas, ela também determinou que, até a festa, cortaria de seu orçamento pessoal os gastos com o salão de beleza:

Eu não sei nem qual foi a última vez que eu fiz minha sobancelha! Não sei qual foi a última vez que eu fiz! Não sei qual foi a última vez que eu fiz a minha unha, não sei qual foi a última vez que eu fiz, é... Até contorno! Não sei qual foi a última vez! É... Não vou nem numa praia! Entendeu? Porque o meu foco é o casamento!

Um relato semelhante é feito por Katarina, jornalista, de trinta anos, também de Fortaleza. Para descrever o período de cortes no orçamento, ela escolhe palavras que se aproximam de um campo semântico religioso: foi um tempo "de renúncias", "de sacrifícios". Durante essa fase, ela andou "vestindo qualquer coisa", para não comprar roupas novas, e abriu mão de seu gosto por "calças de marca". Apontando para suas roupas, ela dizia: "essas minhas calças de agora foram compradas 'na feira da madrugada'<sup>142</sup>, por quarenta reais, e é o que eu estou usando agora para trabalhar. Precisei de novas e não quis comprar 'de marca'". No início dos preparativos, ela anunciou à sua mãe: "Eu disse a ela que eu ia viver uma vida franciscana daqui pra frente, porque estou gastando muito dinheiro no casamento".

---

<sup>142</sup> A "feira da madrugada" é uma grande feira de comércio informal ao ar livre, que toma ruas e calçadas nas proximidades da Rua José Avelino, no Centro de Fortaleza, nas viradas de domingo para as segundas-feiras e das quartas para as quintas-feiras. Se popularizou pelo comércio de peças de vestuário a baixos preços, roupas "sem marca", que não oferecem o aparato distintivo representado pelas etiquetas que indicam lojas famosas.



Figura 78 Cartões de crédito com lembretes: "antes de usar, lembre-se de que você vai casar!". Fonte: imagem compartilhada em grupos de Whatsapp.

Do ponto de vista dos custos, é interessante observar que, enquanto abandonava hábitos cotidianos, como as idas ao shopping para comprar roupas e ao salão de beleza, Katarina passou a investir em outras formas de cuidado com a aparência. Não raramente, as entrevistadas buscavam, no período que antecedia ao casamento, por serviços de nutricionistas, educadores físicos e clínicas estéticas, visando ao emagrecimento rápido, assim como pagavam por tratamentos de "clareamento dentário" realizados por odontologistas. Em salões de beleza, conforme se aproximava o casamento, também procuravam tratamentos capilares de preços mais elevados que aqueles costumeiramente pagos por elas. Assim, embora as falas girem em torno de justificativas econômicas, as práticas apontam geralmente para a elevação dos gastos totais com a aparência, e não o contrário. Isso permite pensar que, para além de uma estratégia de racionalidade econômica, se apresentava, no comportamento das noivas, a performance de simbologias relacionadas à vivência de um período liminar, dentre as quais se destacava, nas falas, o despojamento temporário de alguns sinais de distinção.

Nos grupos de noivas dos quais eu participava ativamente, eu observava o interesse das noivas em alguns tipos específicos de investimentos corporais. As injeções faciais de toxina botulínica eram especialmente populares, e as comparações de preços cobrados por diferentes dermatologistas para esse procedimento se repetiam nas conversas. Várias vezes vi circular nos grupos uma imagem que apresentava, lado a lado, duas fotografias da princesa Kate Middleton, registros que mostravam o antes e depois de supostas aplicações de *botox*. Após o compartilhamento desse tipo de imagem, era comum que algumas noivas comentassem ter feito esse tipo de tratamento visando a apresentar uma boa aparência nas fotos do casamento. Outras revelavam que tinham o desejo de fazê-lo, mas que iriam priorizar o pagamento de produtos e serviços contratados para o evento. As próprias noivas faziam circular fotografias suas antes e depois de tratamentos corporais, como a carboxiterapia e a criolipólise. Realizados em clínicas estéticas, os procedimentos consistiam, respectivamente, em injeções corporais de gás carbônico e no uso de nitrogênio líquido sobre algumas áreas do corpo. Em ambos os casos, os tratamentos tinham a promessa de reduzir a gordura corporal, e demandavam um certo número de sessões em intervalos regulares, ao longo de várias semanas. As noivas comentavam os custos e efeitos, mas também as dores e os hematomas temporários ocasionados por alguns dos procedimentos adotados, além de, em alguns casos, eventuais reações adversas como alergias e até mesmo danos ao fígado. Compartilhados nos grupos, vi ainda contatos de cirurgiões dentistas que ofereciam cirurgias de bichectomia, que consistem em incisões por dentro da boca, para retirada da gordura das bochechas, com o objetivo de dar ao rosto um aspecto mais magro. Em busca de atingir metas de emagrecimento a tempo do dia da festa, outras noivas diziam estar recorrendo a medicações anorexígenas<sup>143</sup> como a sibutramina, contraindicadas em muitos casos pela possibilidade de efeitos adversos<sup>144</sup>. Nos investimentos corporais e sofrimentos a que se submetem algumas

---

<sup>143</sup> Fármacos que induzem diminuição acentuada de apetite.

<sup>144</sup> A Sibutramina é um medicamento originalmente desenvolvido na década de 1980, para tratamento de quadros depressivos. Entre os pacientes submetidos ao uso da droga, observou-se inapetência e perda de peso. Em 1997, nos Estados Unidos, a Food and Drug Administration (FDA) autorizou a indicação do medicamento para tratamento de casos de obesidade. A droga foi lançada no Brasil no mesmo ano. No ano de 2010, a European Medicines Agency (EMA), responsável pela regulação da venda de medicamentos na Europa, recomendou a proibição da venda da sibutramina. Pesquisas indicavam relação do uso do remédio com aumento do risco do paciente sofrer derrame e enfarte. Nos Estados Unidos, a droga não foi vetada, mas o FDA emitiu alerta para os

noivas durante o período do noivado, é possível vislumbrar semelhanças com as provas e ordálios a que devem ser expostos os sujeitos que passam por ritos de passagem.

É interessante observar que, junto com as falas que giram em torno de uma racionalidade econômica, se desenvolvem comportamentos que negam esse tipo de lógica. A própria renúncia a parte do consumo considerado supérfluo, em seu caráter provisório, chama a atenção para o fato de que se vive uma relação diferente com o tempo, assim como uma relação extracotidiana com a vida econômica. Pode-se afirmar, utilizando um termo próprio do campo, que os gastos, assim como outras decisões relacionadas ao planejamento da boda, se desenvolvem a partir de uma lógica *do sonho*. Considerado pelas noivas como um "momento único" e "a realização de um sonho", o período do noivado e do casamento assumem sentidos extraestruturais, de um distanciamento temporário e ritualizado de parte das normas sociais. Nessa fase, é dado ao indivíduo distanciar-se, inclusive, das regras pecuniárias próprias de sua posição na estrutura de classes. Dentro dessa "lógica do sonho", é permitido, ou estimulado, que as noivas extrapolem limites econômicos aos quais estão habituadas. Isso explica as reclamações - a exemplo da frase "para noiva, tudo sempre é mais caro", sempre repetida, mas também a disposição, que parte das entrevistadas reconheciam, de pagar preços mais elevados que o usual, para serviços contratados para o casamento. Com humor e resignação, uma de minhas interlocutoras resumia a situação com a frase: "a moeda, em casamento, é múltipla de mil".

---

mesmos riscos. No Brasil, desde 1998, a indicação do medicamento é classificada pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) na categoria de substâncias sujeitas a controle especial. A droga também tem sido relacionada ao risco de desenvolvimento de transtornos psiquiátricos. Em 2002, o Centro de Vigilância Sanitária de São Paulo emitiu alerta terapêutico sobre alterações psiquiátricas relacionadas ao uso da sibutramina, incluindo síndrome do pânico, alucinações, depressão e alterações de comportamento. Fontes: "Alerta terapêutico 03/01 Sibutramina", emitido pelo Núcleo de Farmacovigilância Sanitária de São Paulo. Disponível em:

[http://www.cvs.saude.sp.gov.br/zip/Alerta%20Terap%C3%AAAutico%2003\\_01%20SIBUTRAMINA.pdf](http://www.cvs.saude.sp.gov.br/zip/Alerta%20Terap%C3%AAAutico%2003_01%20SIBUTRAMINA.pdf). "RDC reúne regras para venda dos anorexígenos". Disponível em: [http://portal.anvisa.gov.br/rss/-/asset\\_publisher/Zk4q6UQCj9Pn/content/id/3137431](http://portal.anvisa.gov.br/rss/-/asset_publisher/Zk4q6UQCj9Pn/content/id/3137431)



Figura 79 Na experiência das noivas, a ideia de um temporário "desleixo" figura como uma das simbologias que representam o período liminar e a transição ritual. Fonte: imagem compartilhada em grupos de Whatsapp.

Por fim, é interessante comparar os exemplos anteriores ao de uma terceira noiva, que conheci na fase da pesquisa na qual trabalhei em uma empresa de organização de casamentos. Em uma situação econômica mais afluyente que a das duas noivas anteriormente citadas, ela também enfatizava, em suas falas, o abandono de seus cuidados de beleza cotidianos. No caso dessa noiva, pertencente a uma família da elite local, e que tinha a festa paga pelos pais, o despojamento nos cuidados com a aparência também foi mencionado. Assim, quando apareceu diante dos familiares, no dia do ensaio de sua cerimônia religiosa, ela chamou a atenção para o fato de estar, em suas palavras, "descaracterizada". Ela mencionava que estava desarrumada, despenteada, com as unhas por fazer e justificava, aos parentes, que estava sem tempo para isso, em função dos cuidados com a preparação do casamento. "Amanhã, vocês vão me ver linda, completamente transformada", ela dizia, no ensaio que ocorria na véspera do casamento. Se repete, e dessa vez em um caso no qual a justificativa do "corte de gastos" não se faz necessária, o tema da suspensão de hábitos cotidianos relacionados ao cultivo da

aparência pessoal. De modo mais claro nesse caso, pela ausência das justificativas econômicas, o temporário "desleixo" figura como uma das simbologias que representam o período liminar, relacionadas à destituição de características pessoais durante um processo de transição ritual.

Em um rito de transição próprio de sociedades complexas e mediado pelo consumo, tão importante quanto o tema da ausência de status, são as simbologias relacionadas ao comportamento humilde considerado apropriado às pessoas em processos de iniciação. O tratamento "noivinhas", comum entre as noivas quando falam umas das outras, é um bom exemplo disso. Preparando-se para ter um "dia de princesa", elas experimentam, juntas, uma condição que é, muitas vezes, descrita como "dura", "sofrida", seja pelas dificuldades próprias da preparação do evento, ou pelos conflitos familiares que o período costuma ensejar.

### **6.2.2. “Noivinhas perigosas”: liminaridade e perigo**

Os profissionais que trabalham no ramo de casamentos em geral desenvolvem uma sensibilidade aguçada com relação aos perigos da condição ritual de suas clientes. Mais de uma vez, em campo, pude observar quando o assunto aparecia nas conversas de profissionais entre si. Sobre uma noiva especialmente criteriosa, que pontuava muitas exigências à gerente do *buffet*, minha pesquisada foi alertada, pela colega: "cuidado com essa noivinha. Ela fala manso, parece calma. Só parece. Cuidado com ela". Em outro episódio, a associação com o perigo apareceu com uma noiva que costumava levar fofocas aos seus fornecedores, na tentativa de ganhar a confiança dos mesmos em troca das informações privilegiadas. Em uma ocasião, ela avisou a uma fornecedora que ouvira, por acaso, seu nome ser difamado em um salão de beleza que frequentava. Na ocasião, enquanto utilizavam os serviços do local, duas outras profissionais do mercado conversavam entre si, reclamando que se decepcionaram com a falta de compromisso da profissional, que estava alugando peças de mobiliário com sinais de uso aparentes. A noiva, que tinha reunião em seguida com a fornecedora alvo da fofoca, decidiu relatar o que ouvira. Quando telefonou, furiosa, para as colegas de mercado que conversavam sobre os seus serviços, a fornecedora ouviu de uma delas: "cuidado com essa noivinha. Ela não é sua amiga. Ela *é uma noiva perigosa*. Na menor falha que você cometer

com ela, ela vai te difamar nos grupos de *WhatsApp*, no *Facebook*". A história me foi contada por *WhatsApp*, imediatamente depois que acontecera, por uma profissional do mercado. Ao me relatar o acontecido, ela implicitamente dava razão à colega que fazia o alerta. Era preciso tomar cuidado com algumas noivas que elas identificavam como especialmente propensas aos temidos *surtos*. Utilizando o vocabulário próprio da teoria antropológica dos rituais, é possível formular que o casamento espetáculo suscitava, no sujeito que por ele passava, uma condição de *liminaridade*. Essa, por sua vez, era identificada como algo indefinido, que carregava certo ar de perigo, na medida em que poderia suscitar ações inesperadas, fora do padrão das regras sociais. Ainda que socialmente aceita, dentro dos limites da duração do ritual - "toda noiva fica um pouco louca", "o surto é normal" - a condição era temida pelas profissionais, conscientes de que arroubos de clientes, justificados ou não, poderiam prejudicar sua reputação a longo prazo.

### **6.3. "Jogando na rede": lógicas afetivas de punição a maus fornecedores**

Os grupos de noivas nas redes sociais, citados na sessão anterior deste capítulo, funcionam como fóruns em que se reforçam coletivamente crenças e sentimentos em torno do casamento. O evento é compreendido como *um sonho*, o que libera as noivas, ao menos nesses espaços, do esforço constante de produzir justificativas em torno da importância e da legitimidade dos esforços empregados para torná-lo real. Por esses motivos, as instâncias virtuais se constituem como espaços privilegiados quando se trata de *fazer justiça* diante da prestação de serviços pouco satisfatórios. Assim, a *vingança* nas redes sociais, com a exposição do nome do fornecedor com o qual estão insatisfeitas, tornou-se uma conduta comum entre as noivas, antes de qualquer providência jurídica. Nessa dinâmica observada em campo, a lógica de ação acionada se relaciona intimamente com a lógica reflexiva própria do universo dos casamentos, um mercado em que se consome um evento único e, mais que isso, "um sonho". Para as noivas envolvidas com a preparação de um evento do tipo, trata-se de uma ocasião em que, caso algo não saia como planejado, o dano sofrido não será passível de resolução por simples restituição financeira. As noivas, então, buscam reparação de forma



passional, como nos casos em que alguém "joga nas redes" o nome de um fornecedor considerado incompetente.

As tensões em torno da sempre iminente ameaça de difamação *online* não passam despercebidas às pessoas que trabalham nesse mercado. Assim, durante uma entrevista, uma cerimonialista de Fortaleza me contou sobre como uma noiva "quase teve um surto" no dia do casamento, ao ser avisada, enquanto era arrumada, que uma das fornecedoras não havia cumprido com o combinado. "Assim, o topo do bolo não deu tempo chegar. Ela encomendou numa *rodada* e, realmente, o topo do bolo é perfeito, é daqueles 'humanizados'. E, no dia do casamento, ela: 'olha, meu noivinho não deu tempo', e estava lá, desesperada, lá no hotel". Após explicar como contornou a crise emocional da sua cliente, e como a acalmou explicando que um detalhe "tão insignificante" não poderia estragar a noite, a cerimonialista acrescentou que a postura da fornecedora permitiu que essa escapasse de ter seu nome "queimado" no mercado local.

A profissional, ela foi muito humilde, sabe, em assumir, que realmente errou, que não deu tempo. Ela tem uma filha, parece, de dez meses, e a filha também ficou doente. Enfim, aconteceu. Graças a Deus que foi uma coisa não tão necessária - aliás, uma coisa não necessária. Foi um detalhezinho besta. Mas que ela teve a humildade suficiente para assumir o erro, e a noiva disse: "a humildade dela foi tão grande, que eu não fiquei com raiva dela". Ficou triste no dia, mas... *É tanto que ela não abriu, não botou ela no Facebook, não expôs.* Ela disse que não teve coragem de expor, por causa da humildade dela. E isso é bom, né. Quando a gente é humilde o suficiente pra assumir o erro da gente. A gente é falho, quem não é?

O caso narrado pela entrevistada evidencia uma dinâmica própria dos grupos *virtuais* de noivas. Nesses grupos, as noivas participam por tempo limitado. Por mais que não sejam convidadas a se retirar, elas sabem que, após o casamento, é de bom tom não permanecer por muito tempo, sobretudo nos grupos que funcionam no limite máximo do número de participantes. É preciso ceder a vaga às noivas da vez, que precisam do apoio que o grupo pode oferecer. Antes da saída do grupo, no entanto, é necessário retribuir a toda a ajuda recebida pela comunidade. A contrapartida esperada é um texto de despedida, que segue um formato previamente estipulado. Ele se inicia com um agradecimento geral ao grupo, e segue

com um *depoimento* em que a noiva cita nominalmente cada um dos fornecedores, apontando os pontos fortes e fracos do atendimento e do serviço prestado. Sobre cada um dos contratados, espera-se que a noiva diga se o recomendaria ou não, e que revele os motivos. Em alguns casos, a revelação acontece sob a condição de que a informação seja mantida em segredo, que "não saia do grupo". Os textos de despedida terminam, convencionalmente, com novos agradecimentos ao grupo e, em alguns casos, com a disponibilização do contato pessoal para esclarecimentos às "noivinhas" que ainda tiverem dúvidas sobre os fornecedores citados. No caso da noiva citada acima, na fala da cerimonialista, a decisão foi de manter a discrição sobre o problema com a fornecedora que não entregou o produto na data combinada.

Com o acúmulo dos depoimentos deixados, além das narrativas e desabafos cotidianos feitos pelas noivas sobre os fornecedores com os quais entram em contato, forma-se uma base comum de conhecimento, a partir da qual se consolidam as boas ou más reputações dos fornecedores. Uma pessoa ou empresa sobre a qual sejam narrados sucessivos problemas e insatisfações se torna, assim, um fornecedor *queimado* no mercado local.

A noiva citada no caso acima se decidiu por poupar a fornecedora da exposição, diante das justificativas apresentadas, que invocavam ao universo da família e conquistaram a empatia da cliente. Nem todos os casos, obviamente, se desenrolam da mesma forma, e alguns fornecedores veem suas reputações rapidamente prejudicadas após sucessões de erros divulgados. Em campo, durante o período em que estive inserida no mercado de casamentos de Fortaleza como assistente em uma equipe de cerimonial, pude constatar que os apelos por segredo, feitos nos grupos de noivas, raramente eram eficazes. A regra era a do compartilhamento rápido de informações, possibilitado pela facilidade e disponibilidade de recursos para encaminhamento de áudios, imagens e mensagens escritas. Entre as cerimonialistas e fornecedores, nos encontros cotidianos, com frequência se comentavam os "vazamentos" de áudios, ou os *prints* que estavam na ordem do dia. Foi assim que fiquei sabendo sobre um áudio que "todo mundo tinha recebido", "o assunto da vez": "já chegou pra ti aquele áudio da cerimonialista?".

Sem autora identificada, o áudio citado me foi enviado por várias das minhas pesquisadas de Fortaleza, em janeiro de 2016. Se tratava de um “áudio vazado”, produzido por uma noiva para uma audição de um grupo pequeno, e que rapidamente se difundiu por meio das redes de noivas no *WhatsApp*, se tornando o assunto do momento. No conteúdo, figuravam queixas da noiva sobre a profissional contratada para fazer a organização de seu casamento, que transcrevo, em trechos, a seguir. Pelo vazamento do áudio, antes mesmo de produzir seu depoimento e compartilhá-lo no *Facebook*, a noiva obteve, involuntariamente, o efeito de divulgar sua insatisfação com os serviços prestados.

**Noiva:** Gente, eu falo pra vocês, é pra vocês não correrem o risco. Eu estou dizendo: eu estou mega chateada, e o meu depoimento vai, sim, ser feito no *Facebook*. Porque tanto eu vou agradecer aos bons fornecedores, como aqueles que não foram bons vocês *podem ter certeza de que eu vou falar*. E o dela foi o que se sobressaiu de forma mais gritante! Gritante! Todos os meus convidados, de ontem pra hoje, foi o meu cerimonial. Do despreparo. "Amiga, essa mulher já fez casamento antes?". É uma coisa que não é minha, são os meus convidados que estão chegando agora pra perguntar: "ela já fez casamento mesmo?", "foi o primeiro casamento?", "quem foi que te indicou?". [...] Então, assim: despreparo total, gente. Despreparo. E a do pajem, coitado, procurando as alianças. Mulher, pobrezinho. No meio da cerimônia, o padre: "cadê as alianças?" E o pobre do menino correndo: "as alianças! Cadê a cerimonialista! As alianças, eu quero as alianças!" Mulher, ele correndo! Foi gritante. Foi gritante! Aí foi que veio uma delas, correndo, com uma almofadinha e uma aliança, pra entregar. Demorou uns cinco... não vou exagerar, mas demorou uns dois minutos pra chegar essa aliança. Vocês não tem noção. O padre esperando e nada. [...] Na hora de iniciar o casamento, os meus padrinhos todos falando que não tinha organização de fila. [...] Então, eu estou falando isso pra vocês, pra vocês não correrem o risco. Cuidado. Não corram o risco. Porque foi um despreparo. Um amorismo. [...] O meu véu enganchava. Não tinha ninguém do cerimonial pra ficar segurando meu véu. Não tinha. Era o noivo que ficava puxando o meu véu.

**Noivo:** Rescindam o contrato, peçam de volta o dinheiro, e façam com outra, porque não vale a pena. É uma dor de cabeça que não tem preço.

**Noiva:** E uma vergonha. Eu estou morrendo de vergonha, com todos os meus convidados falando. Morta de vergonha. Sem mais, meu povo.

(Áudio difundido no *WhatsApp* – 01/2016).

Observando esse tipo de caso, é difícil não lembrar as reações coletivas e passionais descritas por Durkheim, em suas teorias sobre os tipos de punição existentes nas sociedades marcadas por vínculos de solidariedade mecânica. O autor, em sua afirmação de que "todo sentimento profundamente ofendido determina, de forma mecânica, uma reação passional" (DURKHEIM, 2008, p. 471), oferece uma chave interessante para pensarmos a dinâmica da difamação de fornecedores no mercado dos casamentos. Nas redes de noivas, o serviço de má qualidade prestado por um fornecedor no qual se confiou pode ser pensado, empregando um vocabulário durkheimiano, em termos de uma ruptura com vínculos de *solidariedade social*. Para além de uma simples ruptura contratual, o ato corresponde a uma ofensa a *sentimentos fortes e definidos*, presentes em todos os membros de uma coletividade. Isso explica porque a *pena* empregada frequentemente assume a forma não de um bate-boca privado ou de uma vingança individual, mas de um escracho coletivo. Nas redes virtuais formadas por noivas, a solidariedade se baseia no fato de que o sonho de uma é o mesmo de todas as demais.

Trata-se, como fica claro nos exemplos narrados, de um universo empírico permeado por trocas mercantis, mas no qual as práticas dos agentes não poderiam ser explicadas segundo o que a teoria econômica neoclássica chamou de "racionalidade econômica". Não se pode ignorar, é verdade, a existência de esforços no sentido de regulamentar as profissões e as relações de consumo envolvidas na organização de casamentos. É o caso dos projetos de regulamentação da profissão de cerimonialista, da criação de normas de "boas práticas" para os serviços prestados no segmento e até da publicação, pela Fundação de Proteção e Defesa do Consumidor de São Paulo, de um "Manual dos Noivos"<sup>145</sup>. Reeditado anualmente, desde 2011, o livreto oferece orientações aos consumidores sobre as irregularidades mais comuns no segmento. Todas essas iniciativas procuram estabelecer balizas e referências objetivas para a prestação de serviços em um mercado em crescimento.

---

<sup>145</sup> "Procon lança um manual só para noivos". Matéria publicada no Jornal Estadão, em 13 de maio de 2011. Disponível em: <http://www.estadao.com.br/blogs/jt-seu-bolso/2011/05/13/procon-lanca-um-manual-so-para-noivos/>. Acesso em 24/08/2016.

Como afirma a antropóloga Lúcia Müller, nem mesmo em um "mercado exemplar", orientado por fortes regulações econômicas, como é o caso do mercado acionário, por ela estudado, os agentes atuam orientados puramente pela racionalidade econômica. No "jogo" especulativo etnografado por Müller, outras dinâmicas de pensar e de agir se impõem, fazendo com que o mercado de ações "passe a funcionar sob lógicas absolutamente estranhas à racionalidade econômica, porque assentadas numa coletividade que se forma em torno da emoção e que se orienta pela imitação" (MÜLLER, 2012, p. 37). No mercado de casamentos, dada a informalidade das relações estabelecidas, a influência dos afetos se faz ainda mais evidente.

No mercado de casamentos, soluções litigiosas/judiciais anteriores ao evento são evitadas ao máximo, pelo entendimento, por parte dos clientes, de que entrar em conflito com fornecedores seria indesejado. O regime afetivo é o tom pressuposto das relações entre clientes e fornecedores. O trânsito para um regime não-personalista, racional e marcado pelo cálculo, que Boltanski chamaria de "regime de justiça", só ocorre em situações extremas, após inúmeras tentativas de acordo mal sucedidas (BOLTANSKI, 1999).

Em várias das situações presenciadas em campo, me chamou a atenção a forma emocionalmente intensa como os casais de noivos reagiam quando apenas *suspeitavam* que os fornecedores não entregariam serviços nos padrões de qualidade prometidos. Conversas para ajustar expectativas com relação aos serviços contratados, por vezes, assumiam contornos de um bate-boca entre pessoas ligadas por laços afetivos. Narro, a seguir, um bom exemplo desse tipo de momento crítico. A situação ocorreu durante uma reunião em um *buffet* de Fortaleza, em uma segunda-feira, no início de 2016. Na ocasião, eu acompanhava a cerimonialista Regina, que assessorava um casal de noivos, seus clientes, em uma reunião na qual seriam escolhidos o mobiliário e os demais elementos decorativos da festa. Regina já havia me prevenido que a proprietária do local se encontrava em uma situação delicada perante os contratantes. Três noites antes, na sexta-feira, havia chovido intensamente durante a realização de um casamento, e o salão, com goteiras no teto, ficara inundado em plena festa. Algumas das convidadas do evento faziam parte de um grupo de *WhatsApp* formado por

noivas que haviam contratado aquele local para suas festas de casamento. Elas foram as responsáveis por transmitir ao grupo os acontecimentos, com direito a filmagens e fotografias dos estragos. A notícia se espalhou rapidamente e, desde a manhã do sábado, noivas indignadas batiam à porta do local para ver, por si mesmas, o problema do qual souberam por meio das colegas de grupo. Parte das noivas integrantes do grupo havia combinado de irem juntas cobrar soluções à proprietária do local, no final da tarde de segunda-feira. O casal que Regina acompanhava naquela tarde também estava sabendo do incidente. A noiva, que iria sozinha à reunião de decoração, pediu ao noivo que também saísse mais cedo do trabalho e a acompanhasse, para cobrar garantias de que o evento deles não teria problemas semelhantes.

Foi assim que presenciei uma discussão com forte tom emotivo entre o noivo e a dona do *buffet*, quando aquele interrompeu as discussões sobre detalhes decorativos e passou a cobrar soluções. Inicialmente, o noivo explicou que visitou o local no sábado pela manhã, para verificar se era verdade o que estava sendo espalhado nas redes sociais sobre o alagamento no interior do salão. "Quando eu cheguei aqui no sábado de manhã, eu fiquei arrasado! Fiquei destruído. A minha noiva chorou. Aí eu estava pensando aqui. Poxa, legal: 'a festa dos sonhos', a gente se esforçando, e tudo. E se na minha festa chover?". Foi quando, dirigindo-se à noiva, e não ao noivo, que havia feito a pergunta, a dona do *buffet* assegurou que o teto do local seria completamente substituído. E, ainda sem se dirigir ao rapaz, acrescentou que gostaria de saber quem foi *o cliente* que esteve ali sábado e que havia gritado para as noivas que visitavam o local que não fechassem contrato ali. Entendendo a indireta, o noivo respondeu: "eu não tenho esse perfil de sair gritando". Aproveitando a deixa, a fornecedora sustentou que talvez ele não tenha gritado, mas certamente havia falado, já que ela soube disso por uma das moças que estavam ali no dia. "Parece que você disse também que vinham muitas noivinhas pra reclamar na segunda-feira aqui, mas eu só recebi pra fechar [novos contratos]...". Diante da nova acusação, o noivo respondeu que não sabia o que estava sendo falado sobre ele. Contemporizando, a dona do local respondeu que poderiam, também, estar falando de outro noivo. Durante a longa e tensa discussão que se seguiu, não houve em nenhum momento menção à possibilidade de judicializar a questão. Enquanto o noivo cobrava à empresária que investisse em solucionar as goteiras e outros problemas estruturais do local,

ela acusava indiretamente os clientes e a cerimonialista de estarem "queimando seu nome", espalhando aos novos clientes sobre o incidente. Ela acusava também as noivas participantes de grupos de *WhatsApp* de terem feito *terrorismo* com a noiva de sábado, por enviarem fotos do *buffet* alagado no dia anterior. O noivo dizia que não sabia do que ela estava falando, e trazia a discussão de novo para um tom ameno, lembrando à empresária de que o casamento era o sonho de sua noiva e que era isso que ele estava defendendo. Durante a discussão, a noiva permanecia calada e chorava. A dona do local manifestava sua preocupação dizendo a eles que, na sexta-feira, havia chorado "muito mais que a noiva". A discussão teve o tom emocional marcado por *acusações* e *desabafos*. Ambas as partes estavam consternadas com aquilo que consideravam *quebra de confiança*. Do lado dos noivos, a confiança de que o local levava a sério o *sonho* que vendia. Do lado da empresária, a confiança de que os clientes e a organizadora não manchariam a reputação do local comentando os problemas com seus conhecidos. Ao final da conversa, mais calmos, os noivos manifestaram o desejo de que o estabelecimento resolvesse os problemas, e a empresária assegurou que o *sonho* dos noivos não corria riscos. O acordo tácito de confiança mútua parecia ainda vigorar, mesmo que fragilizado após os eventos adversos.

A situação não se resolveria, no entanto, naquele dia. Outros problemas de infraestrutura daquele estabelecimento se tornavam pauta de fofocas e boatos no mercado local. Enquanto circulava entre noivas e cerimonialistas, até mesmo em momentos de descontração, eu ouvia os rumores de como os problemas daquele *buffet* seguiam preocupando as noivas. As cerimonialistas comentavam entre si que já não recomendavam o local às suas novas clientes. O motivo eram problemas relativamente simples, mas cuja solução era postergada pelos proprietários. Um deles, por exemplo, era um vazamento existente na suíte destinada ao descanso dos noivos no intervalo do cerimonial da festa. No banheiro reservado aos noivos, um defeito fazia com que a água que enchia a caixa de descarga jorrasse para o chão, em vez de descer pelo vaso. Ao usar o banheiro, a equipe de cerimonial tinha de lembrar à noiva sobre o defeito. Se ela esquecesse e acionasse a descarga, a água escorreria sob seus pés e a equipe de cerimonial precisaria correr para erguer a barra e evitar que a noiva saísse dali com a saia molhada – o que gerava tensão na equipe a cada ida

da noiva ao banheiro. Um problema simples, cuja solução as cerimonialistas que realizavam casamentos no local cobravam havia meses.

Dessa forma, quando fiz minhas últimas incursões em campo, em julho de 2016, e mais uma vez trabalhei no local acompanhando uma equipe de cerimonial, eu pude perceber que os problemas se agravavam. As noivas com as quais eu conversava traziam à pauta, espontaneamente, o nome do local: para manifestar preocupação por terem o contratado, ou para contar histórias de amigas que tiveram problemas ali. Cerca de dois meses após o incidente narrado acima, a minha pesquisada chegou a cortar em definitivo as relações de trabalho com o local. Depois de mais problemas em um dos casamentos, ela reuniu as suas clientes que tinham contratos no local e expôs a situação, recomendando firmemente que trocassem de *buffet*. "Será um investimento em sua tranquilidade", ela dizia. "De que adianta você pagar um 'dia de noiva' com massagem relaxante, banho de banheira e outras coisas, pra chegar ali e ficar completamente tensa? Melhor pagar a rescisão de contrato e investir em outro estabelecimento".

O rompimento entre a cerimonialista e a proprietária do *buffet* foi antecedido de discussões em que Regina, depois de enumerar os problemas da casa e cobrar soluções, permanecia a maior parte do tempo calada, enquanto a dona do lugar acusava "certas cerimonialistas" de estarem "queimando seu nome". Regina saía dessas reuniões cada vez mais indisposta com a postura da empresária: "ela deveria me agradecer por levar os problemas da casa abertamente até ela, para que ela possa corrigir".

O desgaste chegou à culminância no dia seguinte a um casamento organizado por Regina e realizado no local. Insatisfeita com atrasos na montagem do evento e com a decoração que não saíra conforme combinado, a noiva havia desabafado para outras clientes, no grupo de *WhatsApp* que reunia noivas contratantes daquele estabelecimento. Ela dizia, entre outras coisas, que sua cerimonialista a avisara anteriormente de que os serviços do local estavam deixando a desejar. O rumor provocado chegou ao conhecimento da pessoa citada nos áudios, a proprietária da casa de festas. Por meio de uma amiga que também fazia parte do grupo - uma *infiltrada*, como ironizou uma das noivas ao me contar a história - ela teve



acesso aos áudios. Após essa sucessão de rumores a respeito das falhas do serviço no *buffet*, no dia seguinte ao casamento, Regina foi surpreendida, ao acordar, com uma série de mensagens enviadas a ela pela dona da casa de festas. A empresária a acusava de *difamá-la* e dizia que agora tinha um áudio de sua cliente, como prova. As queixas que a empresária dirigia a Regina transitavam entre um registro comunicativo personalista e outro mais formal. Ao mesmo tempo que acusava a cerimonialista de "falsidade", "diante de tudo que já vivemos", e a amaldiçoava - "aqui se faz, aqui se paga", "desejo que lhe aconteçam coisas três vezes piores" - ela também a ameaçava com a possibilidade de abrir um processo judicial: "vou agora pra Justiça". Para a empresária, Regina respondeu que estava decepcionada com sua falta de "visão": "você deveria aproveitar o *feedback* para melhorar", mas sustentava que seu primeiro dever de fidelidade era para com as noivas, para as quais não poderia continuar recomendando uma casa de festas que lhes traria problemas. Regina defendia seu direito de prevenir às noivas que assessorava sobre os riscos de contratar um local que passara a apresentar problemas com frequência: "meu compromisso não é com *dono de buffet*, é com as minhas *pérolas*".

Após o conflito, em várias ocasiões, Regina *desabafava* com suas clientes sobre a decepção com a dona do *buffet* em questão. Em suas conversas com as noivas, ela defendia que a dona do *buffet* estava errada: "ela gosta de se vitimizar, ela foi prevenida por mim que o nível do serviço estava piorando. A culpa da situação chegar onde chegou é dela". Regina chamava a atenção, assim, para outro aspecto do trabalho do cerimonialista: a indefinição das atribuições desse profissional. Ela acusava a dona do *buffet* de ter o hábito de tirar folga nos finais de semana em que a *Delicadeza* estava à frente de eventos no local. "Quando sabe que eu vou estar lá, ela larga o *buffet* na minha mão e viaja para a casa de praia, para descansar". De fato, quando a equipe realizava eventos naquele local, as funcionárias se desdobravam para, além de suas funções, pressionar os funcionários do *buffet* para que a decoração fosse feita a tempo e com todos os itens contratados pela noiva. De modo geral, havia mais imprevistos a gerir, e a tensão envolvida no trabalho se fazia sentir de forma mais intensa.

O regime afetivo que norteava as ações de Regina, em sua vida profissional, ficou ainda mais claro nesse episódio. Se, diante da dona da casa de festas, ela mantinha uma postura relativamente mais formal, diante das noivas seu discurso era marcado pelo tom emotivo. Ela reagia de forma passional àquilo que considerava uma *traição* às suas *pérolas*. Se revoltava com a dona daquele estabelecimento, fazia longos desabafos comigo sobre a falta de compromisso da empresária com *o sonho das suas pérolas*, e sobre como a confiança estava quebrada e ela não voltaria atrás. Desabafava também com as noivas e com as funcionárias do cerimonial. O vocabulário usado, assim como a forma tomada pelas queixas, me lembravam as reclamações típicas de um término de relacionamento amoroso: "acabou. Não tem volta. Não quero mais". Como em outras situações que pude observar, nas relações que envolviam o mercado de casamentos, quer entre clientes e fornecedores, ou entre os profissionais, a emoção e o personalismo falavam antes da racionalidade instrumental. Profissionalismo, nesse contexto, não era compreendido pelos agentes como sinônimo de uma conduta impessoal, mas antes de uma postura *apaixonada*. A postura profissional significava, antes, estar disposto a fazer todo o possível pelo *sonho* da cliente, que um segmento rigoroso de regras e determinações contratuais.

Assim, em uma das reuniões para organização de um casamento, presenciei quando a noiva contou a Regina, aliviada, que a casa de festas por ela contratada havia finalmente substituído a gerente que não lhe agradava. "Trocaram aquela gerente, graças a Deus. Ela era racional demais, só falava do casamento, não oferecia umas cortesias, não dava desconto. A nova, dona Maria, é um amor. Conversa de outras coisas, fora o casamento. Faz logo amizade. Deixou nossa decoração de 14 mil por 10 mil. *É uma mãe*". Em outra ocasião, após seu casamento, uma cliente de Regina, contratante de outra casa de festas, confia à cerimonialista estar decepcionada com a gerente do local. "Ela teve coragem de *cobrar* à minha amiga quatro pessoas a mais que apareceram na festa dela". Em vários episódios da pesquisa de campo, pude constatar que, de fato, existe uma expectativa das noivas de que os profissionais ofereçam itens além daqueles contratados. Essa também é uma promessa que ouvi com frequência os decoradores fazerem às suas clientes: "vou colocar mais coisas do que você contratou". Cobranças rigorosas, em que se contabiliza cada detalhe, são malvistas pelas

noivas, que em geral tem uma expectativa de pequenos gestos de gratuidade por parte dos profissionais contratados. Profissionais que são duros na negociação, que se atém a rigores contratuais, não são apreciados pelas noivas. Da mesma forma, os profissionais esperam, por parte das noivas, que não exerçam uma cobrança excessiva sobre o cumprimento dos contratos. Sobre as barganhas feitas pelas noivas, Regina explica: "Tudo depende do perfil de humor da noiva. Porque, se for uma noiva chata, todos os profissionais, o que eles puderem cobrar dela, eles irão cobrar. Entendeu? 'Ela não cobra? Pois a gente vai cobrar também'. É aquele negócio, 'olho por olho, e dente por dente'".

#### **6.4. Celebrando as amizades de noiva: os chás de panela.**

No universo dos "casamentos espetáculo", os eventos prévios ao casamento adquirem muita importância. Entre as noivas por mim entrevistadas, pude observar que, quanto maior o orçamento previsto para a festa, maior era a probabilidade de serem organizados eventos prévios. Noivas com orçamentos restritos citavam, nas entrevistas, a possibilidade de não realizar o chá de panelas, como forma de evitar mais gastos com a recepção das amigas. Em alguns casos, as últimas se cotizavam para proporcionar esse momento à noiva. Em Porto Alegre, por outro lado, ouvi de uma organizadora de casamentos que, entre as noivas com eventos de orçamento elevado e com longos períodos de planejamento, estavam entrando em moda os eventos conhecidos como "festa dos cem dias". Eram "baladas para os amigos", com a finalidade de divulgar que só faltavam cem dias e elevar as expectativas de todos para o evento. A partir das falas dessa pesquisada, é possível compreender como os eventos prévios ao casamento são atividades tão orientadas para o consumo quanto a própria boda, ainda que os gastos ocorram em menor escala, e que a participação de profissionais seja menos buscada. Somente nos *chás*, ou nas *festas de 100 dias*, a cerimonialista Clara me explicava, os noivos "arriscavam" ter as fotografias feitas por um amigo menos experiente, em vez de um profissional reconhecido no mercado local. O evento não tinha o mesmo peso e importância da boda, quando não se poderia trabalhar com a possibilidade de algo dar errado.

Entre as noivas que entrevistei, assim como entre aquelas com as quais interagi enquanto integrava uma equipe de organização de casamentos, observei a grande

popularidade dos “chás de panela”. Nessa modalidade de evento, se homenageia a noiva, em uma recepção oferecida preferencialmente por uma amiga. Participam, como convidadas, as amigas e parentes da noiva, mas também podem participar mulheres da família do noivo. Trata-se de um ritual feminino, em que os presentes materializam a celebração da solidariedade entre as mulheres de um mesmo grupo social.

Ao contrário da boda, que hoje é um ritual bastante comodificado, em que se prioriza a contratação de profissionais, o chá de panela ainda dá lugar à participação ativa de parentes e amigas na preparação da festa. Em vez de um salão alugado, a recepção tende a acontecer na casa da noiva ou de uma conhecida. Foi o que aconteceu no evento de Ana Patrícia, advogada, de Porto Alegre. Quando a entrevistei, ela falou com empolgação do chá de panela preparado para ela pelas amigas e parentes.

Foi no salão de festas do edifício da minha sogra, a minha mãe fez todas as lembrancinhas, a minha sogra fez as toalhas pra mesa e a gente que encomendou os salgados e tudo o mais, a minha mãe e a minha sogra que pagaram. Os espumantes meu pai deu, e as minhas madrinhas levaram os doces. E eu não imaginava o que elas iam aprontar. [...] Então, tipo, a minha mãe, minha sogra e minhas madrinhas que fizeram a maior parte das coisas.

Autores que se dedicaram a analisar essa etapa dos ritos contemporâneos de casamento observam que os *chás* são úteis para enfatizar a importância do evento principal, e ajudam a engajar os convidados nas atividades de consumo relacionadas a esse processo ritual. Desse modo, “não são apenas os casamentos que abastecem a indústria, mas o processo de preparação e as atividades que tanto constroem a energia para o grande evento quanto atuam como oportunidades para o consumo” (MONTEMURRO, 2006, p. 133). A ocasião dos chás demarca o engajamento das convidadas do casamento em uma série de prestações materiais à noiva, que começa nessa oportunidade com a doação de utensílios domésticos, e segue com a compra de um presente mais caro por ocasião da boda. Também se podem incluir, entre essas prestações, os gastos previstos com a roupa para a festa, assim como as eventuais despesas com penteado e maquiagem para a ocasião.

Assim como o costume das *bridesmaids*, os chás de panela se popularizam a partir de uma tradição norte-americana. Os chás de panela surgem nos Estados Unidos, no começo do

século XX, como um tipo de recepção oferecida à noiva nas semanas que precediam o casamento (GIRARD, 1998). Com a nomenclatura de “bridal shower”, ou “kitchen shower”, se enfatizava, então, a *chuva* de presentes que deveriam ser dados à noiva, todos voltados para a realização de trabalhos domésticos (BAKER, 1977, p. 44). Nas primeiras décadas do século XX, em que se supunha a transição da noiva diretamente da casa dos pais para a do marido, o *shower* tinha a função de suprir a noiva com presentes úteis para a nova casa e também a de oferecer-lhe orientação e suporte afetivo para sua nova posição social (MONTEMURRO, 2006). O costume surge, portanto, com foco específico na socialização das noivas para o papel de esposa e dona-de-casa (OTNES e PLECK, 2003). A tradição de marcar esse momento com um *chá* entre mulheres, amigas da noiva, foi registrada pela historiadora Denise Girard, que pesquisou a difusão desse costume no Canadá, no período entreguerras (GIRARD, 1998). No Brasil, a adoção e reinvenção desse tipo de rito feminino adota a temática do *chá*, que se confirma na opção decorativa comum por pequenas xícaras e acessórios de mesa.

Ao contrário do observado no contexto canadense, em que transformações nos papéis ocupados pelas mulheres levaram, nas últimas décadas, a uma menor popularidade dos chás pré-casamento (GIRARD, 1998), o costume não parece estar se arrefecendo no Brasil. Ao contrário, os chás se popularizam, como mais uma das etapas de um longo processo ritual entre noivado e casamento. Entre as noivas que entrevistei, aquelas que ainda moravam com os pais reportavam interesse nos mesmos como estratégia para garantir a posse de utensílios básicos de cozinha, em um período em que tinham de priorizar os gastos assumidos para a realização da festa de casamento.

As mudanças nas relações entre os sexos se refletem, entretanto, na multiplicação de *temáticas* para a realização de chás, escolhidas conforme a seleção de presentes desejados e o público convidado. Existem, hoje, além dos chás “de panela”, “de cozinha” e “de casa nova” – que remetem ao universo doméstico e não raro o associam à “feminilidade” –, variantes como o “chá-bar”, em que são homenageados, juntos, o noivo e a noiva, com presença de familiares e amigos de ambos os sexos. Outras modalidades incluem trocadilhos com ocasiões

festivas – “cháversário”, charraia” – e ainda os “chás de lingerie”, também exclusivamente femininos, e nos quais os presentes são roupas íntimas ou itens eróticos.

É interessante observar como a expressão “chá de panela” implica em uma contradição de significados. De um lado, tem-se a ideia do “chá”, uma modalidade de recepção identificada com o lazer das camadas sociais elevadas e, de outro, a materialidade mais prosaica dos utensílios de cozinha. Os objetos presenteados em um chá de panela, predominantemente, não se destinam aos atos de receber e entreter convidados, mas a desempenhar os trabalhos diários de cozinhar e manter a limpeza da casa. São presentes de menor custo, com relação àqueles dados por ocasião das bodas. Além de panelas, podem ser simples utensílios plásticos e outros objetos considerados de primeira utilidade. Diferentemente dos *presentes de casamento*, que cumprem de forma mais destacada o objetivo de expressão do gosto e da identidade da pessoa que presenteia, os presentes do chá comunicam antes o suporte dado à noiva na sua decisão de casar e no novo papel de responsável pelas tarefas domésticas que se supõe, conforme este costume, que ela assumirá.

A partir de uma pesquisa etnográfica sobre os chás de panela no Rio de Janeiro do início da década de 1980, Roque de Barros Laraia conseguiu registrar um padrão de mudança nos chás pré-casamento. O autor explica que esses eventos deixaram de ser reuniões em torno do enxoval, como acontecia das primeiras décadas do século XX, e até aproximadamente a década de 1960, para se transformarem em um tipo de rito “marcado por fortes procedimentos agressivos, dotados de conotações simbólicas bem manifestas” (LARAIA, 1980, p. 140).

A sua forma atual é bastante diversa da existente há cerca de vinte anos, quando ocorria uma reunião entre a noiva e suas amigas, durante a qual além das conversas padronizadas sobre o casamento havia uma exibição do enxoval. Na ocasião, a moça recebia presentes destinados a equipar a sua futura cozinha, caracterizados por serem suficientemente baratos e, por isto mesmo, inadequados para serem dados como presentes de casamento. Atualmente, os refrigerantes e principalmente as bebidas alcólicas substituíram o chá que era de fato servido às participantes durante a reunião” (LARAIA, 1980, p. 140).

A partir da constatação de que, nessas ocasiões, não se servem *chás*, Laraia traz um interessante questionamento sobre os possíveis significados da persistência dessa

denominação. Explorando o conteúdo semântico da palavra, ele lembra expressões que relacionam o chá a algo que deve ser suportado, como um "chá-de-cadeira", assim como outras em que se atribui ao chá a propriedade de corrigir falhas de personalidade, como em "tomar chá de juízo". O autor conclui que a expressão reforça papéis femininos tradicionais, ao significar que, com o casamento, a noiva deverá encarar as panelas. Além da acepção do *chá* como sinônimo de atividades demoradas e indesejadas, como apontado por Laraia, penso que também está em questão, nessa nomenclatura, a persistência da simbologia feminina relacionada à palavra. Nesse sentido, a pesquisa realizada pela antropóloga Tânia Lima destaca a importância dos aparatos de chá na sociedade do Rio de Janeiro do século XIX. Já à época, se difundiam as reuniões femininas em torno da infusão, apropriadas pelas classes dominantes como instrumento distintivo e de construção de uma identidade de gênero ligada ao espaço doméstico (LIMA, 1997). Assim como Laraia, essa autora constata transformações recentes no costume do chá de panela, destacando o teor sexual e jocoso assumido pelo rito nas últimas décadas. Em tom moralizante, a antropóloga lamenta as transformações do rito: "Último estertor da cerimônia na sociedade contemporânea, o rito do chá de panela assumiu uma feição inversa (e perversa), que sintetiza a penosa e humilhante trajetória histórica da mulher em sua busca por novas posições" (LIMA, 1997, p. 118).

No período em que me inseri na equipe de organização de casamentos da cerimonialista Regina, fui convidada para um dos muitos chás de panela para os quais a profissional costumava ser chamada. Aquele evento era especial para mim, enquanto pesquisadora, já que ali eu encontraria muitas das clientes de Regina, algumas das quais eu já conhecia de outras ocasiões ao longo da pesquisa. A noiva Germana, homenageada daquela tarde, teve seu chá organizado por um grupo de amigas liderado por Janaína, a noiva já citada nesta tese, da qual se tornara amiga por intermédio de Regina. Elas tinham constituído, de fato, uma "amizade de noivas", cujas trocas giravam em torno do casamento e seus preparativos.

Como Janaína havia me explicado antes, aquele grupo, composto por seis mulheres em torno dos trinta anos, se conhecera por meio de Regina. Elas tinham em comum os

preparativos do casamento, e rapidamente se tornaram muito próximas. Ao se convidarem para os casamentos umas das outras, elas também se atribuíram papéis de destaque nas cerimônias. Cada uma convidou as demais para serem *demoiselles*, ou damas de honra adultas, que entrariam na igreja como parte do cortejo, usando vestidos iguais. Assim como estava começando a acontecer em vários outros casamentos, durante o período dessa pesquisa as amigas da noiva, destacadas para a função de *demoiselles*, assumiam um papel muito semelhante àquele das *bridesmaids* norteamericanas. As amigas escolhidas para esse papel, tão propagado pela indústria cinematográfica, deveriam não só providenciar roupas iguais para a cerimônia, mas também se encarregar da organização de eventos pré-nupciais, a exemplo dos chás de panela. O grupo coeso de *demoiselles* parecia, então, ser um fator que elevava as expectativas da própria noiva e das convidadas mais próximas, com relação ao chá. A concentração das seis amigas noivas, em torno dos seus respectivos casamentos, mas também com os preparativos umas das outras, alimentava um interesse crescente em eventos prévios complexos e elaborados, que não desmerecessem a grandiosidade esperada para o dia da boda. Era preciso manter um certo padrão, e o chá deveria ser "um sucesso", prenunciando um pouco da pompa do casamento que estava sendo preparado.

Para homenagear a amiga, Janaína havia preparado o evento seguindo uma sequência ordenada de jogos, que ela elaborou a partir de sua experiência em outros chás de panela, e também de pesquisas na Internet. Logo depois de chegar, sentada à mesa junto com a cerimonialista e suas clientes, constatei que as conversas giravam em torno dos preparativos do casamento. As noivas e recém-casadas discutiam sobre os custos da festa, os formatos possíveis para contemplar os familiares no cortejo, os fornecedores mais indicados e aqueles que deveriam ser evitados. Além disso, se comentava a decoração do chá e as brincadeiras que deveriam ser realizadas. As mais tímidas comentavam que gostariam de estar em uma mesa mais ao fundo do salão, mais distante de onde seriam realizadas as brincadeiras com a noiva, pois não gostariam de ser chamadas a participar. A festa estava sendo realizada no



salão de festas do prédio de uma das *demoiselles* de Germana<sup>146</sup>. O espaço havia sido decorado para a ocasião, com mesas com toalhas cor de rosa claro para as convidadas, além de um balcão com aperitivos e uma mesa de doces e lembrancinhas. É interessante observar como o chá era uma ocasião familiar. Reunidas ali, era possível identificar três ou quatro gerações da família da noiva. Estavam presentes meninas de dois ou três anos, filhas das primas da noiva, assim como a mãe da noiva e tias mais velhas.

Na sequência ritual que se seguiu, era possível identificar claramente as etapas de separação, margem e agregação que, como proposto por Van Gennep, caracterizam os ritos de passagem. O rito em si teve início algum tempo depois da acomodação das convidadas, quando as amigas providenciaram a *separação* da noiva do grupo, recolhendo-a a um quarto reservado. Ali, a arrumaram com acessórios providenciados para a ocasião. A noiva, que usava um vestido curto, foi enfeitada com acessórios oferecidos pelas amigas: um par de meias rendadas e véu, ambos brancos; máscara e chicote pretos e uma estola de plumas cor de rosa. Um pastiche de elementos burlescos que evocavam tanto a ideia de sensualidade como a de ocultamento da personalidade. Além disso, também a maquiaram com um batom vermelho, que aplicaram com manchas e borrões propositais. Arrumada desse modo, ela surgiu para as convidadas da festa ao som de uma música que anunciava sua entrada: "luz na passarela, que lá vem ela". Na plateia, como costuma acontecer nos chás de panela, estavam as amigas da noiva, suas madrinhas de casamento, as mulheres de seu lado da família, e também a mãe do noivo. Cada uma havia comprado presentes de uma lista deixada pela noiva em uma loja de utilidades domésticas. Dessa forma, a maioria das convidadas não chegou ao salão trazendo presentes, mas podia identifica-los em uma pilha de pacotes, todos embrulhados pela loja em um mesmo tipo de papel de presentes e entregues no local do evento. A encarregada da organização do chá, e que também atuava como mestre de cerimônias, avisou à noiva que ela seria vendada, para que as brincadeiras começassem. A

---

<sup>146146</sup> A noiva e a amiga que fazia o papel de anfitriã sabiam de minha presença no papel de pesquisadora. As demais presentes me consideravam mais uma convidada. Não seria possível nem conveniente identificar-me a todas naquele momento.

partir desse momento, iria acontecer uma *inversão* dos comportamentos socialmente esperados, tanto no que diz respeito ao recato da noiva quanto ao papel protetor das amigas.

Depois de amarrar uma faixa ao redor dos olhos da noiva, a amiga que fazia as vezes de anfitriã convocou a futura sogra, enquanto anunciava ao público: "ela deverá lhe oferecer a bebida". A mestre de cerimônias, então, serviu cachaça em uma caneca de porcelana que, em vez de uma alça, tinha um bico em formato fálico, com um furo na extremidade, por onde a bebida deveria ser tomada. A caneca foi entregue para a mãe do noivo, provocando risos das convidadas. Balançando a cabeça em desaprovação, mas também rindo, a sogra passou então a caneca para as mãos da noiva, que ouvia as risadas das amigas e perguntava: "o que é isso aqui, hein?". Nesse momento, a venda foi tirada dos olhos da noiva, que gritou e riu ao ver o formato da caneca. "Gente, eu não autorizei as brincadeiras, vou logo dizendo!", ela se desculpava, diante da sogra. As brincadeiras, contudo, costumam ser acordadas antes entre a noiva e a amiga organizadora. Essa, embora tente guardar surpresa de alguns dos jogos, busca sondar a noiva sobre os limites por ela tolerados para o constrangimento envolvido nos jogos. Desse modo, a jocosidade e a obscenidade envolvidas nos jogos ocorrem de forma prescrita, dentro de limites acordados, mesmo que tacitamente.

Para o início das brincadeiras de adivinhação, a noiva foi novamente vendada. Sem os sapatos, mas ainda de meias, e sem poder ver, ela deveria tatear e sacudir com os pés os embrulhos fechados dos presentes, tentando decifrar o conteúdo. As amigas, que estavam sóbrias e enxergando, e portanto tinham melhores condições de adivinhar os objetos, se divertiam soprando dicas falsas. Quando errava a resposta, a noiva tinha a venda tirada dos olhos para tomar bebida da caneca em formato fálico, enquanto as amigas gritavam frases obscenas como "isso mesmo, bebe o leitinho", e outras referências a atos sexuais. A não-*virgindade* da noiva era matéria de outros comentários lançados pelas amigas. Assim, no chamado jogo da "boquinha da garrafa", quando a noiva, já alcoolizada, foi obrigada a dançar se agachando sobre uma garrafa plástica, as amigas ironizavam, em tom jocoso, a falta de equilíbrio da noiva: "que é isso, já esqueceu como faz?", "agora você não sabe mais?". É interessante observar que os atos sexuais simbolizados nas brincadeiras não faziam referência

ao primeiro ato sexual, nem tampouco à perda da virgindade. Assim, alguns dos jogos incluíam perguntas indiscretas que supunham a vida sexualmente ativa do casal. Em uma delas, a noiva foi perguntada sobre onde foi a sua primeira relação com o noivo. Nesse momento, vendo que a noiva já estava bastante alcoolizada, algumas das amigas tentaram cancelar a brincadeira: "não precisa responder essa!". Outras gritavam que ela respondesse e que a sogra tapasse os ouvidos. A noiva respondeu: "é lógico que foi no motel, na casa dos pais é que não ia ser, pessoal".

Em outro momento, a noiva tinha de adivinhar as respostas do noivo para uma série de perguntas sobre o relacionamento dos dois. Depois de dizer à plateia o que supunha que ele havia respondido, a amiga encarregada da organização exibia vídeos curtos, que haviam preparado, com o noivo dando suas respostas para as perguntas. Quando sua resposta não coincidia com aquela apresentada pelo noivo, a noiva tinha, novamente, que tomar uma dose de bebida.

O tema da inexperiência da noiva com os cuidados domésticos - e da responsabilidade exclusivamente feminina sobre esse trabalho - motiva as brincadeiras em torno da adivinhação dos presentes. No chá de Germana, enquanto a noiva falhava em suas tentativas de adivinhar o conteúdo dos pacotes, as parentes mais velhas, presentes na festa, se divertiam e gritavam provocações: "ela não sabe nem fritar um ovo!", "esse noivo vai morrer de fome!".

Outras brincadeiras não eram de cunho sexual, mas tinham como tema a complexidade e a tensão envolvidas nos preparativos da boda. Assim, em um dos jogos, as amigas formavam times com quatro mulheres de cada lado. Em cada equipe, uma das participantes, que estivesse usando roupas mais justas ao corpo, era designada como modelo de prova. As outras três deveriam, no tempo de um minuto, preparar-lhe um vestido de noiva utilizando para isso um rolo de papel higiênico. Elas então se dividiam para apressadamente enfaixar a modelo da equipe, improvisando corpete, saia longa e até um véu, presos à roupa ou com acessórios de cabelo. Enquanto isso, a plateia pressionava: "mais rápido", "não vai dar tempo". A noiva deveria então assistir ao desfile dos modelos e escolher o mais completo. Se

não quisesse tomar mais uma dose de bebida, a noiva tinha a alternativa de narrar à plateia uma intimidade do casal, sorteando perguntas anotadas em pedaços de papel.

A sogra havia sido incluída também em outros momentos. Em uma das brincadeiras a noiva, já bêbada, era chamada a fazer uma declaração de amor à futura sogra, imaginando que ela fosse o noivo, e a pedi-la em casamento. Quando a noiva se ajoelhou, com dificuldades, para perguntar se a mãe do noivo a aceitaria em casamento, as amigas passaram a gritar, dirigindo-se à sogra: "se vingá!", "dá um fora nela!".

É interessante observar como, depois de tantos jogos que tematizavam a humilhação e a maculação da noiva, o chá teve, como momento final, uma sessão de homenagens à mesma, quando foram exibidos vídeos curtos, gravados pelas amigas que por algum motivo não puderam estar presentes. Em um dos vídeos, a amiga de Germana dizia que, por ser uma pessoa de bom coração, sempre disposta a ajudar, ela merecia tudo o que as amigas haviam preparado para ela. As brincadeiras, mesmo obscenas, são vistas como provas de afeto à noiva, na medida em que demandavam dedicação e custos de planejamento. Ao final do chá, o noivo foi chamado ao salão, e entregou flores à noiva, que o recebeu envergonhada de seus trajés e pediu desculpas: "amor, eu fiquei bêbada!", enquanto ele ria do estado de Germana. Os maridos das mulheres presentes também puderam entrar, e as brincadeiras foram encerradas, marcando a reagregação da noiva no grupo mais amplo.

Pode-se, à primeira vista, atribuir um caráter contraditório a um evento como esse, em que se misturam a todo momento as temáticas dos afazeres domésticos e da vida sexual prévia ao casamento. A contradição se revela apenas aparente, contudo, quando se tem em mente a delimitação temporal do evento, que cria o momento para a performatização coletiva de uma obscenidade *prescrita*. O chá de panela, em nossa sociedade, é uma das ocasiões ritualizadas em que certos tipos de comportamentos obscenos, embora proibidos em condições normais, são aceitos e performatizados coletivamente, de forma estereotipada e com função de reforço da norma (EVANS-PRITCHARD, 1965, P. 311). Como a expressão da indecência, por palavras e gestos, em vez de práticas reais, a performatização da obscenidade canaliza a emoção humana, em períodos de crise, para vias de expressão permitidas. Dessa forma, como

dito por Victor Turner, "esses ritos revelam um aspecto do ritual que é um meio de colocar a serviço da ordem social as próprias forças da desordem" (TURNER, 2013, p. 96).

O chá de Germana foi considerado um grande sucesso. Janaína foi muito elogiada pelas amigas, pelo empenho em pesquisar as brincadeiras, planejar tudo e providenciar os materiais necessários. Ao final, os agradecimentos emocionados de Germana confirmavam o caráter ritualístico das humilhações e despojamentos infligidos à noiva. Sabe-se, a partir das teorias sobre ritos de passagem, que os significados dos chamados ritos de humilhação costumam estar relacionados a transições do sujeito para status considerados hierarquicamente superiores. Em diferentes sociedades, etnógrafos verificaram a repetição do tema da humilhação imposta a quem deverá ascender socialmente em seguida, como estratégia para reforçar a solidariedade social, reprimindo comportamentos antissociais posteriores. Nesse sentido, a intensificação das provas e constrangimentos impostos à noiva nos lembram o quanto, em nossa sociedade, se valoriza o status de mulher casada sobre o da solteira, e como o casamento ainda é valorizado como uma conquista importante na vida de uma mulher. Por fim, nos atuais chás de panela, o paradoxo de se terem, tão próximas, as temáticas dos afazeres domésticos e da vida sexual do casal, se revela apenas aparente. Tanto quanto nas reuniões de amigas do início do século XX, em que se exibia o futuro enxoval da noiva, os chás contemporâneos representam ritos de reforço da solidariedade entre indivíduos de mesmo sexo, diante da mudança de status de um deles. Assim como nos chás de panela das primeiras décadas do século passado, o ritual permite vislumbrar o que se espera de um determinado papel social. Antes uma ocasião de exibição de prendas domésticas, hoje os chás também acrescentam, como valores adequados a uma esposa, a capacidade de ser uma boa parceira sexual e de exercer o papel de consumidora. Nesses novos temas, os chás seguem celebrando o que a sociedade valoriza como "feminilidade", mas integrando novos valores em torno do amor, do consumo e da vida a dois.

#### **6.5. A "amiga falsiane": competição e inveja entre noivas.**

Tendo se desdobrado para preparar um chá de panelas como sua amiga desejava, Janaína pode ser apontada como uma pesquisada que havia vivido intensamente a experiência

das “amizades de noiva”. Por isso, chamou-me atenção quando ouvi, de Janaína, em sua entrevista, a narrativa do aspecto oposto, de animosidade com outras noivas, que ela percebia como acirradas desde que havia começado a preparar seu casamento.

Janaína contou-me sobre como se sentiu invejada por uma amiga de faculdade, logo ao avisá-la de que iria casar. Ao ser desencorajada pela amiga a fazer gastos com a festa, ela interpretou que no fundo a mesma estivesse ressentida por sempre ter desejado casar e não ter conseguido realizar o intento. “Eu acho que ela ficou meio assim porque ela arranjou uma pessoa e ele não casou com ela no religioso. Tipo, eles casaram no civil, mas não casaram no religioso”. Mesmo assim, ela explica, a amiga foi convidada para ser sua madrinha de casamento, porque “percebi que soube lidar com a inveja dela”. Com o sentimento de que estava conquistando algo que a amiga não conseguira, Janaína equacionava suas próprias emoções. A questão da inveja voltava à tona quando a entrevistada falava de uma de suas primas, a quem se referia como uma pessoa que afetava uma atitude carinhosa e ao mesmo tempo agia de forma competitiva, “a amiga *falsiane*<sup>147</sup>”. Janaína narrava uma longa história de competitividade entre ela e a prima, que se estendia desde o tempo do colégio, e se agravou quando, há quatro anos, a prima ficou noiva. Logo fica evidente que as escolhas do casamento da prima foram percebidas por Janaína como propositalmente ostentatórias:

Janaína: Existia uma prima, que ela é mais velha do que eu 3 anos, que ela casou há 4 anos atrás. E quando ela casou, eu tava solteira, certo? E ela fazia questão de ficar se *amostrando* pra mim, dizendo como é que é casar, que não sei o quê... Só pra tu ver, ela casou, aí eu fui pro casamento dela e tal, aí quando, é... Terminou o casamento dela e tal, ela foi pra uma noite de núpcias num hotel, e tomaram o café da manhã, o que foi que eles fizeram? Eles vieram pra cá! Vieram aqui pra casa! Ela e a mãe dela, que é a minha tia falsa! Aí, elas começaram a falar: '*Ai, Janaína...*'. Começaram a tirar onda com a minha cara! Tipo assim, '*e aí tu gostou do casamento?*'. '*Gostei! Foi ótimo!*'. '*E aí, e tu comeu chocolate?*'. '*Comi! Trouxe até o chocolate pra cá!*'. '*Tu gostou?*'. '*Gostei!*'. Ela: '*Chocolate puro, não tinha como você não gostar!*'. Tipo assim, é...

Érika: Tripudiando?

---

<sup>147</sup> “Falsiane” é um neologismo utilizado para descrever uma pessoa que finge uma amizade com intenções de prejudicar alguém.

Janaína: É! Tipo isso, entendeu?! E antes do casamento a minha tia ficava ligando pra cá, se amostrando pra minha mãe: *'Aí, porque a Eva fechou isso! Aí, porque a Eva fechou aquilo! Nhenhenhenhé.* E eu, nem aí...

É interessante observar que, ao mesmo tempo em que diz não se importar, a entrevistada relembra que, na época do noivado, a prima se divertia dizendo à família que Janaína, que ainda não havia casado, “terminou no caritó”. A expressão tem sentido pejorativo, e compara a mulher que não casou a algo esquecido e de pouco valor. Era muito utilizada no Nordeste, assim como a palavra “vitalina”, com o mesmo sentido depreciativo. Como explica a escritora cearense Rachel de Queiroz, em uma crônica sobre os significados dessas expressões, publicada no final da década de 1950, na revista *O Cruzeiro*:

[...] pouca gente saberá o que é vitalina e o que é caritó. Caritó é a pequena prateleira no alto da parede, ou nicho nas casas de taipa, onde as mulheres escondem fora do alcance das crianças, o carretel de linha, o pente, o pedaço de fumo, o cachimbo. Vitalina, conforme a popularizou a cantiga, é a solteirona, a môça-velha que se enfeita - bota pó e tira pó - mas não encontra marido. E assim, a vitalina que ficou no caritó é como quem diz que ficou na prateleira, sem uso, esquecida, guardada intacta (QUEIROZ, 1959).

Para Janaína, e também sua mãe, dar não apenas uma grande festa, mas também fazer um evento maior que o casamento da prima, se tornou um ponto de honra.

Eu nunca esqueci o que ela fez! Pra mim marcou, entendeu? E aí, não vou mentir, que no momento que eu noivei, eu quis, de certa forma, é... Como é que eu posso dizer? É... Isso interferiu nas escolhas do meu casamento! Tipo, o que é que eu tava escolhendo para colocar no meu casamento, que não podia ser pior do que o dela! Tinha que ser melhor do que o dela! Bem melhor! Entendeu?! Só porque ela fez isso comigo! Então assim...[...] Aí esse fato, que eu não esqueci, interferiu nas minhas escolhas pro meu casamento. É... Por exemplo, eu querer que tudo fosse o melhor de comida, por exemplo, foi uma coisa que interferiu! O meu buffet tinha que ser melhor que o dela! Tudo tinha que ser melhor que o dela! Entendeu?! Não que, não que fosse só isso que tivesse me influenciando, eu tenho personalidade! (Claro!). Então, eu também tenho o meu bom gosto! Não foi só por conta dela! Mas foi também! Não vou mentir! (risos). Foi também!

Ao falar, com ar vitorioso, o quanto a prima estava “chateada porque o meu casamento vai ser melhor que o dela”, Janaína deixava claro o quanto também desejava provocar a inveja da prima. O casamento, assim, se tornava uma ocasião de aprofundamento de uma competitividade preexistente, mas que teve o acirramento decisivo quando o status de casada

se tornou matéria de disputa entre as duas mulheres. A importância dada por Janaína ao status de casada mobilizava em grande parte seus esforços para ter uma grande festa de casamento. A valorização desse status, mais comum entre minhas pesquisadas do que eu imaginava no início da pesquisa, justificava tanto a intensidade das relações de amizade, como dos comportamentos de emulação entre noivas.

Acusações de *inveja* e *falsidade*, por parte das noivas contra outras mulheres, também apareceram, além das entrevistas, nas observações de campo. Esse tipo de imputação de culpa apareceu, também, motivado pelo temor da inveja como potencial causadora de doenças. É interessante constatar que, nas entrevistas que realizei, as noivas tendiam a não explicitar o tema da inveja especificamente como causadora de problemas de saúde. É preciso considerar que, mesmo já tendo convivido comigo anteriormente, durante reuniões de organização de seus casamentos, essas mulheres tinham em conta, na ocasião das entrevistas, que estavam diante de uma entrevistadora que coletava informações para uma pesquisa de pós-graduação. É possível, dada essa circunstância, que pudessem inibir declarações mais abertas em torno de crenças que pudessem ser taxadas de antiquadas ou pouco racionais. Além disso, a possibilidade de adoecimentos ou desastres próximos ao casamento não eram questões trazidas nas entrevistas realizadas. Mesmo assim, a observação cotidiana me mostrava que a crença no potencial maléfico da inveja estava presente no imaginário de noivos, parentes e amigos. Foi assim que, um certo dia, ao passar na manicure antes de sair para trabalhar em mais um casamento, ouvi da profissional que “essas festas de hoje eram bonitas, mas chamavam muita inveja”. Espontaneamente, a funcionária do salão me mostrou, em seu telefone celular, a fotografia de seu sobrinho, que estava hospitalizado, com dengue. “Ele casa semana que vem, se conseguir ir”. Ao manifestar sua preocupação com o sobrinho, a manicure expressou também sua indignação com a suposta inveja alheia: “só aconteceu porque ele começou a postar muito no Facebook coisas da festa”. É interessante observar como, mesmo não ignorando a epidemia da doença – “acho que vou comprar repelente”, ela defendia que a culpa da condição desfavorável, no caso do sobrinho que ia casar, estava no “excesso de ostentação” nas redes sociais. Como em outras situações da vida social, mesmo



não ignorando as causas empíricas de um mal, as pessoas não deixavam de formular interpretações sobre efeitos da má sorte ou da inveja sentida por outros.

Em campo, ouvi dois tipos de explicações relacionando a inveja e os grupos de noivas. De pesquisadas que participavam de grupos, ouvi que consideravam o grupo um “ambiente seguro” para partilhar as felicidades e conquistas relativas ao casamento, porque ali todas estavam vivendo a mesma felicidade. Era um raro espaço “livre das invejosas”. Esse tipo de explicação enfatizava a igualdade de condições entre as participantes daquelas comunidades virtuais. Já da cerimonialista Regina, ouvi conselhos a noivas iniciantes para que não ingressassem nos grupos, pela inveja que dominava esses espaços. É interessante observar como o sentimento de Regina a respeito dos grupos colocava em dúvida o sentido oposto, a percepção dos grupos como espaços que reuniam indistintamente pessoas com diferentes condições financeiras. O fato de que Regina considerava os grupos “perigosos” já havia se delineado para mim em várias ocasiões, quando eu tentava sondar sua opinião, como cerimonialista, a respeito. Eu sabia, por meio das suas clientes, que ela já havia mantido um grupo de *WhatsApp* para suas noivas, como fazem muitas cerimonialistas. O grupo foi desativado pela própria Regina, que havia descoberto que os seus comentários a respeito de fornecedores estavam sendo levados às pessoas citadas por alguma das participantes. A opinião de Regina sobre os *grupos de noivas* ficou bastante clara quando, em uma conversa por troca de mensagens, lhe contei que algumas de suas clientes estavam me adicionando nesses espaços de discussão. Ela me respondeu, então, enviando uma mensagem de áudio em que procurava me advertir sobre os perigos dos grupos, não como pesquisadora, mas como *futura noiva*:

É preciso saber com quais pessoas que você vai conversar sobre sua vida. Porque, a partir do momento em que você abre, existem aquelas pessoas que não querem a sua felicidade, porque elas não ficam felizes em saber que você conquistou algo que elas não tem. Inclusive, eu vou até te dar uma dica, uma dica que eu dou para todas as minhas noivas. Não bote em *Facebook*, não comente nada dos preparativos do seu casamento, com nenhuma noiva, com ninguém. Porque, a partir do momento em que você abre essa conversa pra outra noiva, você está dando margem para ela ter inveja do seu evento! Das coisas que você vai ter e tudo. Pra você não ter nenhum problema em relação a isso.

Na primeira explicação, as pessoas ameaçadoras são identificadas com as solteiras, aquelas que não conquistaram a sorte que se associa ao casamento. Nem toda solteira representaria, nessa interpretação, uma ameaça, mas somente aquelas identificadas como amarguradas e infelizes com sua condição. Os grupos são percebidos como espaços seguros na medida em que criam um espaço livre da inveja supostamente sentida pelas solteiras. Na segunda explicação, emitida por uma pessoa de fora do grupo, o perigo é identificado internamente, não em função da sorte afetiva, mas da comparação e inveja em torno de questões materiais. Em cada caso, as suspeitas desencadeiam temores e a prescrição de atitudes para evitar o mal, ligadas às ideias de segredo e discrição. Existe a crença de que é preciso esconder a boa fortuna para não perdê-la. Nos dois casos, presume-se que os sentimentos de inveja existam por parte de outras mulheres, e não de homens. É interessante observar como o ressentimento presumido atesta tanto a proximidade entre as mulheres de um mesmo grupo familiar quanto a competitividade que se espera que exista entre elas. No caso de Janaína e sua prima, a animosidade existe porque mulheres de convívio próximo, com possibilidade de conhecer detalhes do cotidiano umas das outras, tem a possibilidade e o interesse de comparar suas condições particulares de vida. Além disso, só existe porque o casamento é naturalizado, em nossa cultura, como algo extremamente desejável para as mulheres.

#### **6.6. Engajando o noivo.**

O drama social envolvido em um casamento espetáculo tem, como personagem central, a noiva. De uma perspectiva mercadológica, é simples constatar que é para ela que se voltam as publicações, as peças publicitárias e os eventos do setor de casamentos. Mesmo assim, não se pode esquecer que o processo ritual que se desenrola nos casamentos performatiza a união de casais e que, embora com papel coadjuvante, os noivos são personagens indispensáveis. Em campo, e nas entrevistas realizadas, pude perceber uma dinâmica frequente em que a participação do noivo no processo era algo almejado pelas noivas, e que poderia ser, conforme o caso, mais ou menos difícil de obter. O esforço para

conquistar esse engajamento aparecia, então, como a primeira, e às vezes a mais desafiante, tarefa das futuras noivas.

Com a maior parte das entrevistadas dessa pesquisa, a transição do namoro ou coabitação para o noivado teve relação com um processo anterior de engajamento do parceiro no projeto de um futuro casamento. Mesmo de entrevistadas que narraram pedidos de noivado descritos como surpreendentes e inesperados, também ouvi sobre estratégias de convencimento, que me fazem pensar em um processo de *produção de um noivo*.

Antes de examinar processos mais dramáticos de tentativas de *engajamento*, vale a pena explorar os sentidos das falas de Vera, uma noiva de Fortaleza, de 29 anos, socióloga, que se autodescreve como "nada tradicional". Seu argumento se desenrola na narrativa de um noivado que aconteceu por motivações tanto pragmáticas como sentimentais, e que foi produto de uma iniciativa e decisão de ambos, em comum acordo. Desde quando iniciaram seu relacionamento, ela conta, ambos se viram tomados por um sentimento *fulminante*. Se conheceram semanas antes de Vera partir para a França, onde ela estava prestes a iniciar um curso de mestrado, e decidiram que manteriam um relacionamento apesar da distância. Se organizaram para se visitar em intervalos regulares e, durante as férias dela em Fortaleza, passavam todo o tempo juntos. "Então, a decisão de casar, ela veio rápida, eu diria desde o começo, quando a gente decidiu investir muito na relação. Tipo, de ele ir lá pra França, que é muito caro... E ele pensou, enfim. Era uma coisa que você precisava estar levando a sério para fazer". Já no começo do namoro, a ideia de se casarem, ou de morarem juntos, era assunto recorrente nas conversas do casal. O desejo de casar foi manifestado inicialmente por ele, que "sempre foi uma pessoa muito... Família, assim, no sentido de que ele queria casar, ele queria ter filhos, ele queria tudo. E eu sempre deixei claro, que eu não tinha esse plano de casar. Mas acabei mudando de ideia. [Risos]".

Em tom irônico, que enfatiza a inversão de comportamentos de gênero mais tradicionais, ela pontua que *o pedido de noivado* foi feito por ela, e não pelo noivo, como de praxe. Na mesma lógica que inverte expectativas, ela também narra o pedido como um episódio informal, espontâneo, e não *um evento* de caráter planejado. Ela narra o momento a partir de uma recordação do noivo:

Segundo ele, ele tem esse momento. Eu mandei uma mensagem pra ele, de voz, e perguntando, falando assim: "*e aí, vamos casar, então, afinal?*". [Risos]. Ele guarda esse momento para ele, que *eu* pedi ele em casamento.

O riso de Vera, que se segue à sua fala ao noivo, denota o tom parodístico que ela imprime às palavras que, ditas de outra forma, ou em um contexto de conflito, poderiam assumir o sentido de cobrança unilateral. Assim, ela parodia, em sua fala, um comportamento que intui que seja comum. A não-cerimônia dá o tom do restante do relato: eles trocaram alianças em um encontro apenas entre os dois, em um barzinho frequentado pela boemia da cidade. Depois, organizaram um churrasco com família e amigos, em que também celebravam o aniversário de seu irmão e sua despedida, antes de deixar a cidade para voltar aos estudos. "Foi *meio que* uma festa de noivado, mas não foi exatamente, assim". Ao descrever o seu pedido de noivado como a culminância de um processo de decisão que se desenrolou de forma mútua e espontânea, Vera contrapõe sua própria experiência com a de mulheres que vivenciam essa etapa de forma diferente. Ela coloca, como contraponto, a situação de casais nos quais o desejo de casar é revelado apenas pela mulher, que vive a expectativa de que se manifeste o mesmo interesse do outro lado:

Às vezes, eu não consigo entender essas meninas que ficam doidas que alguém peça elas em casamento. Assim, claro, cada um tem a sua experiência, e eu não posso falar das outras pessoas. Mas pra mim, assim. Casamento é uma coisa que os dois tem que estar querendo *mesmo*, e que tem que ser muito evidente. Porque... dá muito trabalho, assim. É uma vida toda! Então, se você não tá tendo muita certeza, ou se tá achando... sei lá, qualquer coisa! Eu não consigo... Eu não consigo entender como é que alguém pode querer casar com alguém que não quer casar com você. Assim: que não deixa claro que quer casar com você. Porque deve ser uma merda!

O modelo de comportamento descrito por Vera, em que a expectativa feminina é contraposta ao desinteresse masculino pelo casamento, apareceu em outras entrevistas dessa pesquisa. É o caso de Linda, advogada, de trinta anos, também de Fortaleza, cujos preparativos de casamento pude acompanhar diferentes momentos, em virtude de ela ser, também, cliente da equipe de cerimonial na qual eu trabalhei como parte do desenvolvimento dessa etnografia. Ela conta que anos de expectativa pelo pedido de casamento a levaram a se sentir "rejeitada" pelo parceiro e provocaram uma crise no relacionamento. Ela diz acreditar

que o desejo de casar seja algo “natural” para a mulher, e não para o homem: “é um lance, mesmo, *do biológico* da mulher”. “Eu não sei, mas eu acho que é mais ou menos a mesma coisa que as mulheres sentem quando querem ter filho, sabe?”. A partir dessa crença, ela descreve um processo pelo qual “o sonho de casar”, que diz que antes não tinha, subitamente se tornou para ela um imperativo muito forte. Ela enfatiza que o desejo surgiu no mesmo período em que muitas de suas amigas da mesma idade começaram a casar com grandes festas. “E, aí, de repente: 'quero casar'. Bateu aquele 'instinto'”. É interessante perceber, no sentido biologizante que se repete nas falas de Linda, a apropriação, pela pesquisada, de expressões comumente associadas à maternidade. Aqui, a metáfora do “relógio biológico”, que o senso comum consagra como responsável pelo desejo feminino de ter filhos, é ampliada e mobilizada como explicação da ânsia pelo casamento.

Linda conta que a vontade de casar-se com o namorado surgiu em 2012, quando ela conseguiu dar entrada na compra de um apartamento, financiando o restante do valor a ser pago. O casal já contava, então, vários anos de um relacionamento que ela caracteriza como “um namoro sério”, “um namoro saudável”. Ela estabeleceu, então, para si mesma, um prazo: ela e o namorado deveriam estar casados até, no máximo, outubro de 2014.

Aí eu não consegui. Eu passei por uma outra crise com ele. Porque a gente foi fazer as finanças e viu que não dava. E, de fato, não dava pra gente fazer uma festa pagando o apartamento. Até porque, naquela época, eu ganhava bem menos do que eu ganho hoje. E ainda ganho pouco, mas ganhava ainda menos do que hoje. E aí ele botou o casamento pra depois. Eu queria casar no dia 14 de outubro de 2014. E aí a gente estava passando por uma crise, porque ele disse que não ia dar pra gente casar, a gente não marcou data, a gente não noivou nem nada. Mas eu queria casar em 2014 e botei isso na minha cabeça. E ele chegou pra mim e disse que não dava, e eu entendi isso como uma rejeição. Sendo que ele é louco por mim. Por isso, a gente passou por uma crise no nosso relacionamento, nessa época.

Contrariando suas expectativas, Linda ficou noiva apenas em abril de 2015. “Ele veio atrás, dizendo que queria casar, e as coisas realmente tinham melhorado financeiramente”. Até então, ela vivia o que descreve como as consequências de “um trauma”. Desde a primeira negativa do noivo, encarada por ela como uma rejeição, Linda passou a denegar o desejo de casar. Ela conta que passou a investir em outros projetos o tempo e os recursos financeiros que seriam utilizados no casamento. Com as reservas que possuía, deu entrada em um

automóvel para sua mãe, e também se matriculou em "um MBA caríssimo, já *pra não ter o dinheiro*, pra não ter que casar, entendeu? Porque eu tinha ficado com um trauma, mesmo. Porque eu senti isso como uma rejeição". Em sua narrativa, ela enfatiza uma reversão do jogo: "depois, , ele vinha atrás e eu não queria". A crise teve fim quando o noivo teve a iniciativa de contratar, ele mesmo, um *buffet* para a realização da festa. "Aí, pronto, aí voltou o sonho, de novo".

A fase de organização do casamento não transcorreu em tranquilidade, mas foi marcada por desentendimentos entre Linda e o noivo. "Eu e meu noivo, a gente nunca brigou, a gente não é de discutir. E a gente tem discutido muito, e muitas vezes relacionado a dinheiro. Porque ficou muito apertado, porque a gente que está pagando a festa e também o nosso apartamento, as duas coisas ao mesmo tempo".

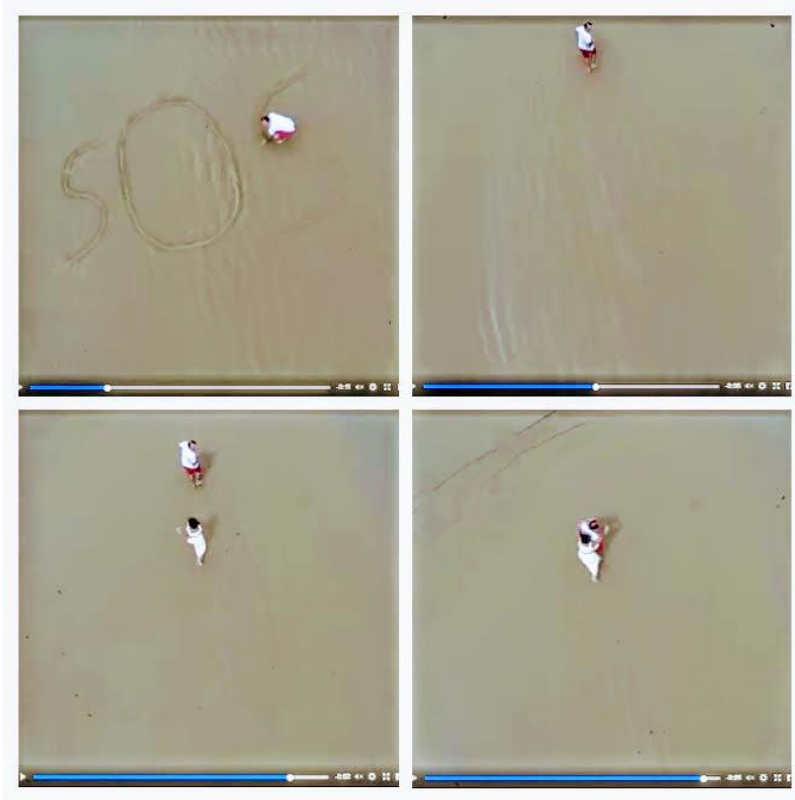
No dia em que transcorreu a entrevista, duas semanas antes da festa, Linda não sabia precisar se estava nervosa ou aliviada. Ela havia acabado de contrair um empréstimo para cobrir as últimas despesas do casamento. "Faltou dinheiro, tanto é que eu acabei de fazer um empréstimo, e eu nunca pensei na minha vida em fazer um empréstimo pra pagar alguma coisa". O noivo se mostrava chateado com o fato e, durante a reunião que antecedeu a entrevista, esteve presente sem participar. A noiva, por sua vez, cobrava que ele participasse. Ela pedia que ele desse opiniões e que se comprometesse a buscar encomendas em fornecedores e entregar os últimos convites. Na entrevista, ela se queixava de que a maior parte do trabalho da organização ficou a cargo dela.

O descompasso do casal com relação ao interesse na festa ganhou ampla vazão em um momento em particular do noivado. Ao contratar a filmagem da festa, Linda aceitou a proposta do *videomaker* para produzir filmes curtos retratando o casal. Assim, eles dedicaram um final de semana na praia a gravar o material que seria transformado em dois produtos: um breve documentário sobre como se conheceram e um vídeo de *save the date*<sup>148</sup>. Com a

---

<sup>148</sup> "Save the date" (reserve a data) é um tipo de material, impresso, em imagem digital ou em vídeo, que os noivos utilizam para divulgar a data do casamento aos convidados, em geral alguns meses antes do envio dos convites.

finalidade de chamar a atenção dos convidados para a data do evento, o segundo material copiava o formato dos *teasers* utilizados em publicidade: um vídeo curto, destinado a ser disseminado nas redes sociais, que deveria instigar a curiosidade a respeito de um assunto específico. Com empolgação, Linda me mostrou, na tela de seu celular, a peça publicada em seu Facebook. Ela e o noivo protagonizavam a peça, um vídeo de 20 segundos, com o título "SOS". Filmado em uma tomada aérea, o noivo era visto em uma praia deserta, utilizando uma pedra para riscar na areia as letras de um pedido de socorro. A música dramática acentuava uma tensão crescente. Antes que pudesse terminar, ele percebia a aproximação de Linda, que vinha correndo em sua direção. Ele iniciava a fuga, mas cortes na sequência mostravam que ela se aproximava cada vez mais, e finalmente o alcançava. Um letreiro então aparecia, anunciando os nomes do casal e a data próxima da festa. Entre os amigos de ambos, a peça causou sensação e provocou risadas. O humor do vídeo, então, dava vazão a um assunto que, de outra forma, seria difícil de tratar.



**Figura 80** Cenas do "Save The Date" do casamento de Linda.

Por fim, uma estratégia pouco sutil de engajamento do noivo aparece na entrevista de Janaína. Assim como acontece com Linda, está naturalizada na fala de Janaína a ideia de que é preciso convencer o noivo para algo considerado pelas pesquisadas como um desejo feminino evidente. Janaína conta, em um tom entre a brincadeira e a seriedade, que impôs ao namorado, ao completarem um ano de relacionamento, a escolha entre casar-se logo com ela, ou terminar o relacionamento. "Quero saber se você está me enrolando. Se for pra não casar, melhor terminar logo".

Foi assim, a gente fez um ano de namoro em fevereiro de 2013, aí... Como a gente já era mais velho, né, assim, não era tão novinho e tal; aí eu conversei com ele, eu falei: 'Amor, é o seguinte, é... Eu quero construir uma família, você quer?'. Né?! Aí ele: 'quero!'. Aí eu falei: 'Ótimo! Então, quando é que a gente pode noivar?' (Risos). Aí, 'porque eu já tenho 27 anos, né, e eu vou querer ser mãe.



De forma semelhante à entrevistada anterior, Janaína associava a seriedade do compromisso com a boda. Nessa mesma conversa, ela deixou claro para o namorado que *casar*, para ela, significava também "*fazer o casamento*". Ela explicou-lhe que tipo de evento tinha em mente: "se a gente for fazer o casamento, eu sei que casamento é caro e, principalmente, do jeito que eu quero! Né?!". Aí ele: 'Valha, e como é que tu quer, né?!' (Risos). Aí eu: 'Ai, eu quero a igreja, eu quero a festa!'".

Assim como Linda, Janaína também teve que investir tempo e energia em um processo de convencimento do noivo para o projeto do casamento, que ele teria que custear na maior parte, por ter rendimentos superiores aos dela. Enquanto a noiva sonhava com uma grande festa, o noivo propunha outros investimentos para o mesmo orçamento, que ela havia estipulado em cerca de cem mil reais. "A opção que ele deu pra gente foi essa, 'a gente casa no civil, passa um mês na Europa, volta, eu te dou um carro e tá tudo resolvido!'" . Para dissuadi-lo, Janaína argumentou que preferia o casamento, porque a viagem poderia ser feita em qualquer momento futuro, assim como a compra do carro. O casamento, por outro lado, "só acontecia uma vez na vida".

Embora tenha partido de uma iniciativa da noiva, o pedido de noivado foi formalizado com a performance de um roteiro bastante tradicional, que incluiu a pergunta lançada "de surpresa" pelo noivo, em um jantar, durante uma viagem do casal a Gramado. Em contraste com o pedido informal narrado por Vera, Janaína conta como orientou o noivo para que o momento saísse conforme o que ela idealizava. A ideia surgiu quando ambos planejaram a viagem juntos: "eu fiquei pensando e tal... Menina, sabe de um coisa? A gente podia noivar em Gramado! (risos). Pense num romance que seria a gente noivar em Gramado?! Aí ele acatou!". Ela também comunicou ao noivo qual marca de aliança desejava ganhar, e o acompanhou até a loja, para adquirir o par a tempo de viajarem. No planejamento, se ateu a detalhes: como havia feito as unhas das mãos antes de viajar, também preveniu ao noivo que ele deveria surpreendê-la logo nos primeiros dias, antes que o esmalte começasse a sair. Para fazer o pedido, o noivo levou em consideração a presença de uma audiência: escolheu uma noite em que jantariam em um grande restaurante, com um palco. Ali, a performance do

pedido incluiu elementos bem reconhecíveis: o noivo ajoelhado diante da noiva, abrindo a caixa com as alianças e perguntando em público se ela aceitava casar-se com ele. Janaína, que também havia orientado a ele que o pedido fosse "surpreendente" e "romântico", ficou satisfeita.

É interessante observar que o pedido, nesse caso, não tem o sentido de uma real proposta, mas de uma oficialização de um acordo. E, embora o pedido fosse performatizado como uma surpresa, e como uma ação na qual o homem detém a iniciativa, o evento teve, nos bastidores, o planejamento da noiva, preocupada em assegurar que tudo saísse conforme suas especificações. Mesmo assim, para Janaína, conseguir o engajamento do noivo também foi um problema ao longo dos preparativos do casamento.

Janaína: [...] Isso foi um empecilho muito grande pra mim! Né, o meu noivo não quer. Então ele achava que era tudo besteira! Tudo que eu ia atrás ele achava que era besteira. 'Pra quê chocolate? Pra quê o bolo?'

Érika: Vocês brigaram por isso?

Janaína: Brigamos! Eu chorei! Eu, teve um ponto que eu cheguei, que eu disse pra ele que eu não queria mais! Eu falei, 'olha, eu não vejo mais sentido, porque só eu quero! Então, eu não vou casar *comigo*! Então, vamo fazer o seguinte, vamo cancelar tudo! Amanhã eu vou pegar os contratos e vamo cancelar tudo!'. Aí ele se desesperou! Aí ele mudou! Foi depois disso que ele mudou porque ele viu que eu tava desesperada! Que eu tava chorando, que eu não queria mais e tudo. Aí ele mudou comigo, aí ele começou a me ajudar mais... A ir pros locais sem reclamar, sem fazer cara feia, sem achar que é besteira!

De um lado, com Vera, e de outro, com Linda e Janaína, é possível esboçar dois tipos de performance de gênero com relação ao casamento. Vera se aproxima de um modelo em que o casal se coloca, durante os preparativos do casamento, como mais igualitário em seus papéis. Linda e Janaína, por outro lado, se aproximam do modelo oposto, com papéis femininos e masculinos mais divididos e em conformidade com padrões mais tradicionais, segundo os quais o casamento é visto como um sonho para as mulheres e algo de que os homens procuram fugir. No segundo caso, é interessante observar a diferença entre os padrões cotidianos de relacionamento do casal e a mensagem que transmitem ao executar os rituais do

casamento. No ritual do pedido, a performance da iniciativa masculina oculta o interesse e esforço feminino para convencer o parceiro quanto ao projeto do casamento. Na sequência, durante os preparativos, a performance é oposta, de iniciativa feminina. Muitas vezes, em campo, ouvi das noivas: "ele me deixou à vontade para fazer o que quisesse". Noivos muito interessados nos preparativos, que não passavam as reuniões de organização navegando na Internet ou jogando no celular, eram apontados pela cerimonialista que pesquisei como casos à parte. A maioria não chegava sequer a ir às reuniões.



**Figura 81** Imagem compartilhada em grupos de noivas sobre os papéis de noivas e noivos nos preparativos.

Em suma, no segundo tipo de casal observado, se verifica o desenrolar de um drama com papéis de gênero bem fixados. Inicialmente, o noivo recusa a possibilidade do casamento por um longo tempo, até que é convencido pela noiva de que deve casar. É quando ele faz a performance do pedido de casamento, que deve parecer espontâneo, unilateral e inesperado. Na sequência, durante os preparativos, se inaugura um período delimitado de *mando feminino*. Assim, em reuniões com casais de noivos, para organização de seus casamentos, mais de uma vez presenciei brincadeiras nas quais as noivas lembravam aos futuros maridos "quem

mandava". Às vezes, as frases ditas me pareciam fortes: "parece que você ainda não entendeu que quem manda é a noiva!". O noivo sempre aceitava a brincadeira, condescendentemente, entre risonho e constrangido. Em uma das cenas, o caráter paradoxal do comportamento me chamou a atenção quando me dei conta de que as três personagens da interação - noiva, noivo e cerimonialista - eram membros de igrejas neopentecostais, em que a submissão feminina era um comportamento incentivado e valorizado. Eu me indagava como era possível que a cerimonialista Regina, que por motivos religiosos defendia a submissão feminina no relacionamento conjugal, e falava sobre isso com suas clientes, não se manifestasse ao ouvir as noivas dizerem, aos futuros maridos: "querido, fica na sua, aqui você não entende nada". Como pessoas que defendiam papéis conjugais segregados podiam encarar com tanta naturalidade aquele tipo de inversão? O comportamento se esclarece, contudo, quando o analisamos a partir da temporalidade ritual na qual está inserido. Dentro dos limites temporais do planejamento da boda, a performance do mando feminino guarda elementos do que foi definido por Victor Turner como "ritos de reversão de status" ou, ainda "ritos de compensação" (TURNER, 2013, p. 163). O mando feminino - "o casamento é o dia da noiva" -, como parte de um ritual que reforça papéis de gênero tradicionais, se impõe como um paradoxo na classificação social. É um tipo de comportamento cuja explicitação não seria aceita, na ordem cotidiana, por esses mesmos agentes, mas que é permitido, como sátira, dentro dos limites temporais da liminaridade ritual. Nesse comportamento ritualizado, a mulher assume a condição de autoridade *por inversão*, e de um modo satírico que apenas reforça um princípio hierárquico segundo o qual o homem tem ascendência sobre a mulher. Por inversão, ou compensação, era justamente entre os casais que defendiam papéis de gênero menos igualitários que se concedia, à mulher, a autoridade absoluta nas decisões que diziam respeito ao casamento.

## CONCLUSÃO

Ao longo do texto desta tese, o fenômeno da complexificação dos ritos contemporâneos de casamento foi abordado a partir de uma série de diferentes ângulos. A forma como foi estruturada a divisão da tese em partes e capítulos representa uma tentativa de dar conta dos aspectos observados. As três partes em que se divide o texto apresentam o chamado “universo dos casamentos” a partir de uma aproximação crescente, de forma semelhante ao desenrolar da pesquisa de campo por mim realizada. Em “Conhecendo o casamento espetáculo”, a primeira parte deste texto, o leitor tem uma visão mais abrangente do mercado, de modo que possa se familiarizar com o tipo de rito de casamento de que trata a tese. Nessa parte, importa estabelecer que os eventos aqui abordados representam algo novo, de proporções diferentes dos casamentos realizados por famílias de camadas médias nas gerações passadas.

O “sonho do casamento”, categoria êmica, central para esta tese, e o renovado interesse por ele despertado nos últimos anos não representa uma realidade apenas brasileira, nem passou despercebido a pesquisadores de outros países. Assim, as categorias do “casamento espetáculo” e da “inflação ritual”, elaboradas pela antropóloga francesa Martine Segalen, foram operacionalizadas, nesta tese, para a compreensão de uma realidade brasileira, em suas particularidades. Também no Brasil, se constata a produção de ritos contemporâneos de casamentos envolvendo um volume de investimento material e emocional cada vez maior. Essa tendência de valorização das cerimônias e festas de casamentos tem sido mensurada, desde 2012, por pesquisas do Instituto de Pesquisas Data Popular. Em 2012, o Instituto estimou que o lucro do mercado de casamentos no país, no ano anterior, tenha sido de aproximadamente 14 bilhões de reais. Em 2015, mesmo em meio à crise que atingia o país, o Instituto registrou que os lucros do setor haviam crescido e chegaram a 16 bilhões. Os números, assim como as pesquisas recentes conduzidas por outros antropólogos (BODEN, 2003; HOWARD, 2008; MARINS, 2014, 2016; OTNES e PLECK, 2003; SEGALLEN, 2003, 2006, 2012), sobre o mercado de casamentos, dão conta do renovado interesse em um tipo de

ritual que, há apenas algumas décadas, parecia estar fadado a uma progressiva perda de espaço no imaginário das mulheres (DEL PRIORE, 2013).

A experiência etnográfica por mim realizada, ao longo de um ano, quando me inseri em uma empresa de organização de casamentos em Fortaleza, tem um lugar central na segunda parte desta tese, intitulada "Dentro do mercado". A partir dessa incursão em campo, tento iluminar não apenas aspectos técnicos da organização de casamentos, mas a forma com se imbricam, na construção desses eventos, questões afetivas e materiais. Além disso, mobilizei a pesquisa qualitativa para demonstrar que a crença na resiliência do mercado de casamentos às crises, tão propalada em textos noticiosos e nas falas de alguns agentes do mercado, não se apresenta de modo uniforme. Profissionais de segmentos diferentes tem opiniões divergentes a respeito da afirmação de que esse seria um “mercado à prova de crise”. Como acontece com outras profissões tidas como femininas e dedicadas ao desempenho de tarefas de cuidado, o trabalho das cerimonialistas encontra especial dificuldade em obter remuneração compatível com o volume de atividades desempenhadas.

Na terceira parte, “Vida de noiva”, o olhar se volta principalmente à experiência das noivas que se empenham na organização de eventos do tipo aqui tratado. A experiência de campo demonstrou que, mesmo com a assessoria de cerimonialistas ou organizadores, em geral são as noivas que assumem, ao longo dos preparativos, a maior parte da responsabilidade pela organização. O renovado interesse no "sonho do casamento", foco das discussões desta tese, se dá em um momento em que os significados da união conjugal são cada vez mais relacionados aos desejos de satisfação individual dos futuros esposos. As tendências individualistas se refletem tanto nas aspirações dos noivos quanto nos agenciamentos de um mercado que propaga às clientes que "esse é seu dia". Ao longo da realização de minha pesquisa de campo, contudo, se revelou para mim o fato de que, no que diz respeito aos ritos de casamentos, a liberdade para o exercício da conduta individualista é apenas aparente. Também nas sociedades ocidentais contemporâneas, o casamento segue sendo um assunto que envolve coletividades, como as famílias de origem e os grupos de amigos de cada um dos nubentes. É assim que, ao iniciar suas jornadas em busca da

realização de um grande casamento, as noivas se surpreendem ao descobrir que o "seu" dia não é somente delas, mas diz respeito ao ingresso do casal em uma complexa trama de parentesco.

No último ano de doutorado, os casamentos deixaram de ser exclusivamente meu objeto de estudo, para se tornarem também uma preocupação pessoal, quando fiquei noiva, no início de 2016. No semestre final de escrita dessa tese, eu me dedicava paralelamente à organização do meu próprio casamento, marcado para quatro meses após a conclusão do doutorado. A data se aproximava, e os preparativos em atraso começavam a me causar alguma ansiedade. Foram necessárias algumas cobranças de Regina, cerimonialista que foi minha pesquisada nesta tese, para que eu me conscientizasse que, afinal, era necessário dar andamento a uma série de providências. Como as noivas-consumidoras que eu entrevistara, eu tinha como baliza um cronograma mais ou menos rígido a cumprir, assim como produtos, serviços e providências colocadas pelo mercado como necessários, embora – como elas também faziam – eu questionasse uma série deles. Eu estava, afinal, estudando um fenômeno do qual eu fazia parte.

Embora eu tivesse adquirido conhecimento dos termos utilizados e preços praticados no mercado, nessa fase de preparativos eu constatava que não tinha, e talvez nunca chegasse a ter, o mesmo grau de conhecimento de determinadas minúcias do “universo dos casamentos” demonstrado por algumas de minhas pesquisadas. Por um lado, me descobri uma hábil negociadora quando o assunto era a organização do evento. Copiando comportamentos ensinados por minhas pesquisadas, eu tentava não demonstrar aos profissionais meu interesse nos serviços que desejava contratar, barganhava por reduções de preços e acréscimos nos itens oferecidos, e me empolgava quando obtinha vantagem em alguma negociação. O mesmo tipo de habilidade não se revelava, contudo, quando o assunto eram pequenos detalhes envolvidos. Após quatro anos investigando o campo, eu seguia conhecendo menos sobre alguns aspectos cênicos do evento do que muitas das noivas com as quais eu conversava, e seguia acrescentando termos desconhecidos ao meu vocabulário. Em muitas ocasiões, eu solicitava explicações aos fornecedores, que me faziam perguntas envolvendo termos cujo

significado eu ainda desconhecia: “você vai querer doces com camapus?”, “seus bem-casados terão *tags*?”, “você deveria contratar ao menos dez vapores”. Para os antropólogos que estudam populações urbanas, uma expressão muitas vezes ouvida diz respeito à necessidade de se estranhar o familiar. Em certa medida, entre minha recém-descoberta habilidade de barganha e o meu relativo desinteresse pelos detalhes cênicos, o estranhamento de minha parte para com o mercado e seus agenciamentos sempre esteve presente. Eu não poderia, é fato, ser descrita como uma “noiva blasé”; eu tinha autêntico interesse na organização do meu casamento e vivia os preparativos com satisfação. Entre os aspectos mais gratificantes da experiência, estavam as “amizades de noiva” que eu havia descoberto em alguns dos grupos virtuais. Mesmo assim, talvez pelo fato de que me interessava pelo tema principalmente como objeto de pesquisa, eu me via como uma noiva menos fluente no que dizia respeito às possibilidades de cores, modelos e combinações dos detalhes do evento. Assim, o extenso conhecimento adquirido por parte das minhas pesquisadas, ao longo dos preparativos de suas bodas, nunca deixou de me despertar estranhamento e de provocar meu interesse como objeto de estudo.

Ao longo de minha pesquisa de campo ouvi, inúmeras vezes, a expressão “um sonho não tem preço”, que dá título a esta tese. Chamava-me atenção o aparente paradoxo de uma frase que parecia dar por encerradas quaisquer discussões sobre valores monetários, dita no contexto de organização de dispendiosos eventos. “Realizar um sonho não tem preço”, afirmavam minhas interlocutoras, em meio a conversas nas quais o dinheiro era assunto constante. Afinal, como evidenciou um organizador de casamentos de celebridades, a cuja palestra pude assistir, “todo orçamento precisa de cortes em algum momento. Por mais rica que seja a noiva, em algum momento ela precisa cortar alguma coisa”. Nas conversas que aconteciam nos grupos de noivas dos quais eu fazia parte, perguntas das participantes sobre preços dos serviços disponíveis na cidade e comentários em torno de como os preços eram estabelecidos pelos contratados eram frequentes.

Mesmo repetindo que um sonho “não tem preço”, as noivas e cerimonialistas tinham no dinheiro um assunto constante. Era preciso fazer escolhas, eleger prioridades e empregar



recursos da melhor forma possível. Isso não significa, contudo, que eu tenha visto em campo o emprego predominante do cálculo econômico, fundado em uma racionalidade instrumental. Outras lógicas eram mobilizadas pelas noivas, o que é evidenciado pela própria expressão que dá título a esta tese. O argumento do sonho se contrapunha ao cálculo, apresentando uma justificativa moral para um dispêndio que, em termos de uma racionalidade econômica, não seria aceitável. A etnografia por mim realizada me permitiu compreender que, para os sujeitos que vivem o “universo dos casamentos”, os valores monetários relacionados à boda são compreendidos como algo diferente do dinheiro cotidiano. Essa constatação se evidencia nas falas de algumas de minhas entrevistadas, que se referiam aos recursos para o casamento como algo que vinha “da providência divina”, ou que se complementava por “ajudas inesperadas”, que vinham “de onde menos se esperava”, “na hora certa”. Assim como o processo ritual do casamento é vivido como algo à parte da realidade cotidiana, o dinheiro a ele relacionado assumia, para as pesquisadas, algo de mágico ou sagrado.

Em uma das várias palestras às quais assisti, voltadas a noivas, uma autointitulada consultora de organização de eventos defendia que uma festa de casamento não realizada, ou feita muito aquém das expectativas *da noiva*, poderia custar caro a longo prazo. Levando adiante seu argumento, a palestrante defendia que a frustração de *um sonho* tinha custos emocionais que poderiam afetar a felicidade do casal. “Não fazer o casamento pode sair mais caro”, ela dizia de forma um tanto vaga, sem especificar as possíveis consequências que poderiam advir dessa opção. Em sua avaliação, a consultora tentava aproximar o casamento de um ativo econômico, interpretar os custos do evento como investimentos. De modo geral, um discurso semelhante era empregado por cerimonialistas e, em alguns momentos, também por noivas, que empregavam o termo “investimento” e não “custos” ou “gastos” para se referir ao dinheiro empregado na realização da festa. Em entrevistas iniciais com clientes, ao tratar do orçamento da festa, cerimonialistas como Regina ou Clara formulavam perguntas sobre o valor disponível em termos que remetem antes à criação que à dissipação de riquezas. “Quanto você deseja investir?” era uma frase que Regina costumava utilizar, em vez de “quanto você vai gastar?”. Desde o início da pesquisa de campo, percebi que para algumas das entrevistadas o termo “gasto”, em vez de “investimento”, usado por parentes e amigos, era

interpretado como ofensivo. Elas não admitiam que se questionasse o seu direito de ter uma festa tão grande quanto desejassem, de decidir investir em um evento e não na entrada de um imóvel, por exemplo. Para algumas noivas, os esforços para organizar e pagar o casamento eram em grande parte delas próprias, o que explica em parte porque os questionamentos sobre o mérito de promover a festa não eram tolerados.

Há alguns anos, a frase “não tem preço” tem feito parte dos anúncios publicitários de uma famosa rede de cartões de crédito. “Existem coisas que o dinheiro não compra”, repetem alguns dos anúncios, acrescentando que “para todas as outras existe Mastercard”. Partindo do pressuposto da impermeabilidade entre mercadorias e sentimentos, a marca de cartões de crédito distingue, em seus anúncios, entre bens vendáveis e experiências não-comerciais, como os momentos com a família. Mesmo assim, as peças publicitárias não deixam de evidenciar a forma como as trocas materiais são mobilizadas pelas pessoas para simbolizar, construir e solidificar suas relações afetivas – o que acontece, nas propagandas, quando um pai leva a filha ao estádio de futebol, por exemplo.

De uma de minhas interlocutoras, recebi um *meme* que ironizava um conhecido ditado popular: “dinheiro não traz felicidade. Mas paga meu casamento, o que é a mesma coisa”, dizia o breve texto enviado, acompanhado da imagem de uma noiva sorridente que segurava um buquê formado por cédulas. Por meio do humor, a imagem compartilhada evidenciava que nos preparativos de um casamento, assim como em muitas outras situações da vida, as trocas monetárias e afetivas não aconteciam de forma tão separadas entre si. Nesta tese, desejei evidenciar, por meio dos dados etnográficos apresentados, as formas como as pessoas mobilizam objetos e recursos materiais para simbolizar e construir vínculos afetivos. Espero que este estudo tenha contribuído com um olhar realista sobre como as pessoas se relacionam com a cultura material que as cerca, e como ajudam a construí-la.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, José Eustáquio Diniz; CAVENAGHI, Suzana. Tendências demográficas, dos domicílios e das famílias no Brasil. *Aparte: Inclusão Social em Debate*, v. 24, 2012.

APPADURAI, Arjun. *Dimensões culturais da globalização: a modernidade sem peias*. Lisboa: Teorema, 2004.

AREND, Sílvia Maria Fávero. *Amasiar ou casar? A família popular do século XIX*. Porto Alegre: Ed. Universidade/UFRGS, 2001.

BAKER, Margaret. *Wedding customs and folklore*. Rowman & Littlefield Pub Inc, 1977.

BELLENGER, L. *Etre pro. Les clés d'un professionnalisme bien compris*. Paris: ESF, 1992.

BIONDI, Karina et al. *Junto e misturado: imanência e transcendência no PCC*. São Carlos: Universidade Federal de São Carlos, 2009.

BLANK, Marina. *As noivas e eu: reflexões sobre autoantropologia e a dicotomia “eu”/“outrx”*. I Jornadas de Antropologia da USP, 2016.

BODEN, Sharon. *Consumerism, romance, and the wedding experience*. Houndmills: Palgrave Macmillan, 2003.

BOLOGNE, Jean-Claude, PEDREIRO, Jorge Miguel e CARDEAL, Isabel. *História do casamento no Ocidente*. 1999.

BOLTANSKI, Luc; CHIAPELLO, Ève. *O novo espírito do capitalismo*. WMF Martins Fontes, 2009.

BOLTANSKI, Luc; THÉVENOT, Laurent; THÉVENOT, Laurent. *A sociologia da capacidade crítica*. *European Journal of Social Theory*, p. 359-377, 1999.

BOURDIEU, Pierre. *A distinção: crítica social do julgamento*. Edusp, 2007.

BOURDIEU, Pierre. A Ilusão Biográfica. In: AMADO, Janaína, e FERREIRA, Marieta de Morais (Org.) Usos e Abusos da História Oral. Rio de Janeiro: FGV, 1996.

BOURDIEU, Pierre; ORTIZ, Renato. Pierre Bourdieu: Sociologia. Ática, 1994.

BRASIL, Código Civil. Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002. Institui o Código Civil. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, DF, v. 11, 2002.

CALDERARO, Martha. Etiqueta e boas maneiras. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1983.

CALLON, Michel et al. What does it mean to say that economics is performative. Do economists make markets? pp. 311-357, 2007.

CAMPBELL, Colin. A ética romântica e o espírito do consumismo moderno. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

CANCIAN, Francesca M. Love in America: Gender and self-development. Cambridge University Press, 1990.

CANCIAN, Francesca M. The feminization of love. Signs, v. 11, n. 4, p. 692-709, 1986.

CANONICI, CODEX IURIS. Código de direito canônico. São Paulo: Loyola, 1983.

CHERLIN, Andrew J. The deinstitutionalization of American marriage. Journal of marriage and family, v. 66, n. 4, p. 848-861, 2004.

COMAROFF, Jean e COMAROFF, John. Ethnography on an Awkward Scale: Postcolonial Anthropology and the Violence of Abstraction. Ethnography, v. 4, 2003, p. 147-179.

COONTZ, Stephanie. The world historical transformation of marriage. Journal of Marriage and Family, v. 66, n. 4, p. 974-979, 2005.

CRAWLEY, Alfred Ernest. The mystic rose: a study of primitive marriage. Macmillan and Company, 1902.

CURRIE, Dawn. "Here comes the bride". The making of a "modern traditional" wedding in western culture. *Journal of Comparative Family Studies*, 1993, pp. 403-421.

DA CÂMARA CASCUDO, Luís. *Antologia do folclore brasileiro*. Global Editora e Distribuidora Ltda, 2015.

DA CÂMARA CASCUDO, Luís. *História da alimentação no Brasil*. Companhia Editora Nacional, 1967.

DEL PRIORE, Mary. *Histórias e conversas de mulher*. São Paulo: Planeta, 2013.

DENNY, Carrie. *Manual da noiva: um guia prático e completo para organizar, sem estresse, o casamento dos seus sonhos*. São Paulo: Editora Gente, 2011.

DOUGLAS, Mary e ISHERWOOD, Baron. *O mundo dos bens*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2004.

DUARTE, Alice. A antropologia e o estudo do consumo: revisão crítica das suas relações e possibilidades. *Etnográfica*. *Revista do Centro em Rede de Investigação em Antropologia*, v. 14, n. 2), p. 363-393, 2010.

DUBY, Georges. *El caballero, la mujer y el cura: el matrimonio en la Francia feudal*. Taurus, 2013.

DUNDES, Alan. Nationalistic Inferiority Complexes and the Fabrication of Fakelore: A Reconsideration of Ossian, the Kinder- und Hausmärchen, the Kalevala, and Paul Bunyan. *Journal of Folklore Research* vol. 22, no. 1, 1985, pp. 5-18.

DURKHEIM, Émile. *Da divisão do trabalho social*. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

ECCLES, Robert G. The quasifirm in the construction industry. *Journal of Economic Behavior & Organization*, v. 2, n. 4, p. 335-357, 1981.

ELIAS, Norbert. *A sociedade de corte: investigação sobre a sociologia da realeza e da aristocracia de corte*. Zahar, 2001.

EVANS-PRITCHARD, Edward Evan. Some collective expressions of obscenity in Africa. *The Journal of the Royal Anthropological Institute of Great Britain and Ireland*, v. 59, p. 311-331, 1965.

FARRIMOND, SARAH et al. *Ritual and Narrative in the Contemporary Anglican Wedding*. Tese de Doutorado. Durham University. 2009.

FAVRET-SAADA, Jeanne. Ser afetado. *Cadernos de Campo*, n. 13, 2005, pp. 155-161.

FLAUBERT, Gustave. *Madame Bovary*. São Paulo: Martins Fontes, 1995.

FONSECA, Cláudia. *Família, fofoca e honra: etnografia de relações de gênero e violência em grupos populares*. Editora da Universidade, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2000.

FONSECA, Cláudia. Pais e filhos em camadas populares do início do século: um outro tipo de amor. In: D'INCAO, M (Org.). *Amor e família no Brasil*. São Paulo: Contexto, 1989.

FOWLER, Shandon. *Manual do noivo: um guia prático para sobreviver e até se divertir no dia mais importante da vida... dela!* São Paulo: Editora Gente, 2011.

FRANÇA, Maria Cristina Caminha de Castilhos. *Memórias Familiares em Festa: Estudo Antropológico dos Processos de reconstrução das redes de parentesco e trajetórias familiares*. Tese de doutorado em Antropologia. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. 2009.

GEERTZ, Clifford et al. Suq: The Bazaar Economy in Sefrou. In: *Meaning and Order in Moroccan Society: Three Essays in Cultural Analysis*. Cambridge University Press: 1979. pp. 123-313.

GIDDENS, Anthony. A vida em uma sociedade pós-tradicional. In: GIDDENS, Anthony; BECK, Ulrich e LASH, Scott. *Modernização reflexiva*. São Paulo, Editora da UNESP, 1997, pp. 73-133.

GILLETTE, Maris. What's in a Dress? Brides in the Hui Quarter of Xi'an. In: DAVIS, Deborah. The consumer revolution in urban China. University of California Press, 2000. pp. 80-106.

GIRARD, Denise. Le "shower": enterrer sa vie de jeune fille. *Ethnologie française*, p. 472-479, 1998.

GOFFMAN, Erving. *Asylums: Essays on the social situation of mental patients and other inmates*. AldineTransaction, 2009.

GOLDENBERG, Mirian. Corpo e envelhecimento na cultura brasileira: o marido como capital. In: \_\_\_\_\_. *Coroas: corpo, envelhecimento, casamento e infidelidade*. Rio de Janeiro: Record, 2009.

GRANOVETTER, M. Ação econômica e estrutura social: o problema da imersão. In: MARTES, Ana C. B. (Org.). *Redes e sociologia econômica*. São Carlos: EdUFSCar, 2009.

HANNERZ, Ulf. Fluxos, fronteiras, híbridos: palavras-chave da antropologia transnacional. *Mana*, Rio de Janeiro, v. 3, n. 1, pp. 7-39, 1997.

HERSCH, Karen K. *The Roman wedding: ritual and meaning in antiquity*. Cambridge University Press, 2010.

HOBSBAWM, Eric e RANGER, Terence (Org). *A invenção das tradições*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984.

HOCHSCHILD, Arlie Russell. An emotions lens on the world. In: HOPKINS, Debra. *Theorizing emotions: sociology explorations and applications*. Campus Verlag, 2009, pp. 29-37.

HOCHSCHILD, Arlie Russell. *The managed heart: Commercialization of human feeling*. University of California Press, 2012.

HOCHSCHILD, Arlie. Emotion work, feeling rules and social structure. *American Journal of Sociology*, v. 85, n. 3 (nov. 1979), pp. 551-575.

HOWARD, Vicki. A "real man's ring": Gender and the invention of tradition. *Journal of social history*, p. 837-856, 2003.

HOWARD, Vicki. *Brides, Inc.: American weddings and the business of tradition*. University of Pennsylvania Press, 2008.

HURST, Dawn. The wedding ceremony-secularisation of the christian tradition. Tese de Doutorado em Filosofia. Loughborough University, 2011.

IBGE. Síntese de Indicadores Sociais: uma análise das condições de vida da população brasileira. 2010.

JEAFFRESON, John Cordy. Bridesmaids and groomsmen. In: *Brides and bridals*. Hurst and Blackett, 1872. pp. 181-199.

KINGSTON, Anne. *A importância de ser esposa*. Rio de Janeiro: Record, 2005.

KOPPER, Moisés. *Arquiteturas da esperança: uma etnografia da mobilidade econômica no Brasil contemporâneo*. Tese de doutorado em Antropologia. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. 2016.

LARAIA, Roque de Barros; MELLO, Maria Zaira Batista de. Chá-de-panela, análise de um rito social. *Anuário Antropológico*, v. 78, p. 140-155, 1980.

LÉVI-STRAUSS, Claude. *O suplício do Papai Noel*. São Paulo: Cosac Naify, 2008.

LIMA, Tania Andrade. Chá e simpatia: uma estratégia de gênero no Rio de Janeiro oitocentista. *Anais do museu paulista*, v. 5, n. 1, p. 93-129, 1997.

MACFARLANE, Alan. *História do casamento e do amor: Inglaterra, 1300-1840*. Companhia das Letras, 1990.



MARCONDES, Glaucia S. Recasamento formal no Brasil: alguns achados do registro civil. *Textos Nepo*, Campinas, v. 58, p. 1-39, 2008.

MARINS, Cristina Teixeira. Quando o céu é o limite: uma análise antropológica do evento de celebração do casamento a partir da perspectiva de cerimonialistas. Dissertação de mestrado em Antropologia. Universidade Federal Fluminense. 2014.

MARINS, Cristina Teixeira. Quando o céu é o limite: Uma análise antropológica do evento de celebração do casamento a partir da perspectiva de cerimonialistas. Rio de Janeiro: Eduff, 2016.

MAUSS, Marcel. Ensaio sobre a dádiva. In: \_\_\_\_\_. *Sociologia e antropologia*. São Paulo: Cosac Naify, 2003. pp. 183-314.

MELLO, Nélon Cunha. Conversando é que a gente se entende: dicionário de expressões coloquiais brasileiras. Leya Brasil, 2009.

MERTON, Robert. Contribuições à teoria do comportamento do grupo de referência. *Sociologia -Teoria e Estrutura*, 1949.

MILLER, Daniel. *Unwrapping Christmas*. Oxford: Oxford university Press, 1993.

MONGER, George. *Marriage customs of the world: from henna to honeymoons*. Abc-clio, 2004.

MONTEMURRO, Beth. *Something old, something bold: Bridal showers and bachelorette parties*. Rutgers University Press, 2006.

MÜLLER, Lúcia Helena Alves. *Economicus & Ludens: lógicas do pensar e agir humanos no universo do mercado de capitais*. *Sociedade em Debate*, v. 8, n. 2, p. 3-44, 2012.

NAYLOR, Sharon. *1000 Best wedding bargains*. Sourcebooks: Illinois, 2004.

OLIVEN, Ruben George. Nação e tradição na virada do milênio. *RESGATE - Revista Interdisciplinar de Cultura*, v. 1, n. 5, 1993.

OLIVEN, Ruben George. O vil metal: o dinheiro na música popular brasileira. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, v. 33, 1997. pp. 206-235.

OLIVEN, Ruben. A parte e o todo. Nação e tradição na virada do milênio. In: *A parte e o todo: a diversidade cultural no Brasil-Nação*. Petrópolis: Vozes, 2006, pp. 17-37.

OTNES, Cele; PLECK, Elizabeth. *Cinderella dreams : the allure of the lavish wedding*. Berkeley: University of California Press, 2003.

PERTIERRA, Anna Cristina. Anthropology that warms your heart: on being a bride in the field. *Anthropology Matters*, v. 9, n. 1, 2007.

PINENT, Lívia Stroschoen. O chinelo que mudou de classe: a trajetória da Havaianas em perspectiva antropológica. Dissertação de mestrado em Antropologia. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. 2012.

PINSKY, Carla Bassanezi. *Mulheres dos anos dourados*. Editora Contexto, 2014.

QUEIROZ, Rachel de. Vitalinas. *Revista O Cruzeiro*, 19 de setembro de 1959.

ROCHEDO, Aline Lopes. Do croqui à academia: a biografia cultural de um vestido. Dissertação de mestrado em Antropologia. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. 2015.

SAHLINS, Marshall. *What kinship is... and is not*. Chicago: The University of Chicago Press, 2013.

SAINT-LAURENT. *Enciclopédia da mulher moderna: Livro da etiqueta*. Editora Fulgor, 1967.

SCHULTE-TENCKHOFF, Isabelle. 'Potlatch' n'est qu'un mot. In: \_\_\_\_\_. *Potlatch, conquête et invention: réflexion sur un concept anthropologique*. Lausanne: Editions d'en bas, 1986, pp. 11-24.

SCOTT, R. Parry. O homem na matrifocalidade: Gênero, percepção e experiências do domínio doméstico. *Cadernos de Pesquisa*, n.73, p.38-47, 1990.

SEGALEN, Martine. *Éloge du mariage*. Gallimard, 2003.

SEGALEN, Martine. *L'invention d'une nouvelle sequence rituelle de mariage*. Hermès - Rituels, Paris, n. 43, 2006, pp. 159-168.

SEGALEN, Martine. *Plasticidade, polissemia, mudança social: o exemplo do casamento*. In: *Ritos e rituais contemporâneos*. Rio de Janeiro: FGV, 2002. pp. 117-138.

SEVIN, Elodie; LADWEIN, Richard. *To Start Being.... The Anticipation of a Social Role through Consumption in Life Transition: The Case of the First-time Pregnancy*. NA-Advances in Consumer Research. Volume 35, 2007.

SHIELDS, Rob. *The individual, consumption cultures and the fate of community*. In: *Lifestyle shopping - the subject of consumption*. pp. 99-113. 1992.

SIMÃO, Vera. *Casar: do planejamento à celebração em grande estilo*. São Paulo: Mescla Editorial, 2005.

SIMMEL, Georg. *Cultura feminina*. In: \_\_\_\_\_. *Filosofia do amor*. São Paulo: Martins Fontes, 2006. pp. 67-93.

STEWART, Martha. *Weddings*. CN Potter, 1987.

STRATHERN, Marilyn. "Os limites da autoantropologia". In: *O efeito etnográfico e outros ensaios*. São Paulo: Cosac Naify, 2014.

TANGER, Vera D'Orey Santiago. *O livro branco do casamento: tudo o que você precisa saber para organizar seu casamento e torná-lo inesquecível*. Rio de Janeiro: Leya, 2013.

TAPPAN, Eva March. *In the Days of Queen Victoria. Yesterday's Classics*, 2007.

TAYLOR, LAYNE e WOZNIAK. *Consuming motherhood*. Rutgers University Press, 2004.

TURNER, Victor. *O processo ritual*. Petrópolis: Vozes, 2013.

VAN GENNEP, Arnold. Os Ritos de passagem: estudo sistemático dos ritos da porta e da soleira, da hospitalidade, da adoção, gravidez e parto, nascimento, infância, puberdade, iniciação, ordenação, coroação, noivado, casamento, funerais, estações. Petrópolis: Vozes, 2013.

VEBLÉN, Thorstein. Consumo conspícuo. In: \_\_\_\_\_. Teoria da Classe Ociosa. São Paulo: Abril, 1980, pp. 48-64.

VELHO, Gilberto. Cultura de classe média: reflexões sobre a noção de projeto. In: Individualismo e cultura: notas para uma antropologia das sociedades contemporâneas. Rio de Janeiro: Zahar, pp. 107-112, 1997.

VELHO, Gilberto. O desafio da proximidade. Pesquisas urbanas: desafios do trabalho antropológico. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, p. 11-19, 2003.

VIRGÍNIA, Bárbara. Poder pode, mas não deve. Edições Loyola, 1993.

WACQUANT, Loïc. Corpo e alma: notas etnográficas de um aprendiz de boxe. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

WALKER, Lisa. Feminists in brideland. *Tulsa Studies in Women's Literature*, v. 19, n. 2, p. 219-230, 2000.

WEBER, Max. Metodologia das ciências sociais. São Paulo: Editora Cortez, 2001.

WOLF, Naomi. Brideland. In: KELLY, Suzanne; PARAMESWARAN, Gowri; SCHNIEDEWIND, Nancy. *Women: Images and realities, a multicultural anthology*. 2008. pp. 58-60.

ZELIZER, Viviana. A negociação da intimidade. Vozes: Petrópolis, 2012.

## ANEXOS

### ANEXO 1 – PLANILHA DE *CHECKLIST* DE REGINA

PLANILHA DE CHECKLIST		
DELICADEZA CERIMONIAL - REGINA		
NOIVOS ( NOMES E TELEFONES ) :	SEPARADOS OU CASADOS?	
MAE DA NOIVA (NOMES E TELEFONES) :		
PAI DA NOIVA (NOMES E TELEFONES) :		
MAE DO NOIVO ( NOMES E TELEFONES ) :		
PAI DO NOIVO (NOMES E TELEFONES) :		
DIAS QUE FALTAM:		
DATA DO EVENTO:		
HORÁRIO DO CONVITE:		
HORÁRIO DA CERIMONIA:		
IGREJA (NOME E TELEFONE ):		
CELEBRANTE ( NOME E TELEFONE ):		
CASAMENTO RELIGIOSO C/ EFEITO CIVIL		
QUANTIDADE CONVIDADOS:		
PROFISSIONAIS NOME DO PROFISSIONAL	DESCRIÇÃO DO SERVIÇO	CONTATO
CONVITES		
BUFFET		
HORA EXTRA ( QUANTAS HORAS EXTRAS )		
SERVIÇO DO BUFFET (JANTAR, MINI JANTAR OU MESA FIXA)		
MESA DE FRIOS		
SERVIÇO DE ALTAS HORAS		
MESA DE CHOCOLATES		
BRIGADERIA		
BOLO ( MODELO )	QUANTOS ANDARES	
O BOLO SERA SERVIDO OU DIVIDIDO ( PARA QUEM )		
TOPO DE BOLO DE BISCUIT		
BEM CASADOS	QUANTAS UNIDADES	
EMBALAGEM DO BEM CASADOS		
BROWNIES		
CUPCAKES		
NAKED CAKE		

MINI BOLOS  
AMENDOAS  
ALFAJOR  
MESA DE SUSHI  
TABULEIRO DE BOLO P/ SERVIR  
DECORADOR DO BUFFET  
COR DA DECORAÇÃO DO BUFFET  
GUARDANAPOS DE TECIDO  
CAIXETAS DE TECIDO P/ OS DOCES  
MENUS P/ MESAS DE CONVIDADOS  
SOUSPLATS  
COR DA TOALHA DA MESA DE CONVIDADOS  
VOAS OU CAPAS DE CADEIRAS DE CONVIDADOS  
CADEIRAS DE CONVIDADOS  
( PLASTICAS , FERRO , MADEIRA )  
CENTROS DE MESA ( CONV. PODE LEVAR ? )  
RESERVAS DE MESA ( FAMILIA DO NOIVO E DA NOIVA )  
ADESIVO DE TABLADO  
ADESIVOS NOS COPOS , TALHERES E PRATOS  
TAÇAS DE CHAMPANHE PERSONALIZADAS  
ESPATULA PARA O BOLO PERSONALIZADA  
VELAS DECORATIVAS  
PORTA RETRATOS DECORATIVOS  
KITS PARA BANHEIROS: F ( ) M ( )  
GERADOR OU TAXA DA COELCE  
GERADOR PARA A IGREJA  
PONTOS DE LUZ  
REFLETORES DE CALÇADA  
REFLETORES DE LED  
MOVING HEADS  
MOVING WASH  
FONTE NA PISCINA  
PALCO - ALUGADO ( ) BUFFET ( )  
TOLDOS  
TABLADO DE VIDRO  
SKY PAPER ( PAPEL PICADO )  
VARAS DE AR  
GERBS  
CANHAO SEGUIDOR  
MAQ DE BOLHAS DE SABAO  
MUSICOS DA IGREJA ( FORMAÇÃO DOS MUSICOS )  
MUSICOS DA FESTA ( FORMAÇÃO DOS MUSICOS )  
MARCHA NUPCIAL  
CLARINADA PARA A ENTRADA DA NOIVA  
ESCOLHA DO REPERTORIO DA CERIMONIA

BANDA DE BATUCADAS

DJ

2a. BANDA COMO ATRAÇÃO MUSICAL

ARVORE DAS DIGITAIS

DIA DE NOIVA

PROVA DO CABELO ( DIA , HORARIO E LOCAL )

PROVA FINAL DO VESTIDO ( DIA , HORARIO E LOCAL )

DECORADORA DA IGREJA

ARRANJOS DA IGREJA ( QTD ) ( CORES )

CADEIRAS PARA OS PAIS NA IGREJA ( DO DECORADOR ? )

PUFES PARA DAMAS E PAJENS (DO DECORADOR?)

QUANTIDADE DE LAPELAS

QUANTIDADE DE BUQUÊS DE DAMINHAS

MODELO DO BUQUÊ DA NOIVA

ROSAS EXTRAS P/ CORTEJO

SININHOS

CANDELABROS

ALMOFADA

TAPETE ( DA IG ) OU ( DA DECORADORA ) ( COR )

GENUFLEXORIO ( DA IGREJA OU DA DECORADORA )

TERÇO PARA A NOIVA ENTRAR NA IGREJA

BROCHE NO BOUQUET DA NOIVA PARA HOMENAGEAR ALGUÉM

VESTIDO DE NOIVA

TRAJE DO NOIVO

ROUPAS DAS DEMOISELLES

ROUPAS DE PAJENS

ROUPA DO PAI DO NOIVO

ROUPA DO PAI DA NOIVA

QTD DE DAMINHAS ( LEVARAO O QUE NO CORTEJO )

QTD DE DEMOSELES ( LEVARAO O QUE NO CORTEJO )

QTD DE PAJENS ( LEVARAO O QUE NO CORTEJO )

QTD DE PADRINHOS

IMAGEM NO CORTEJO ( ) SIM ( ) NAO

LEMBRANÇAS DE PADRINHOS

LEMBRANÇA PAIS

LEMBRANÇAS DE PAJENS

LEMBRANÇAS DE DAMAS

LEMBRANÇAS DE DEMOISELLES

LEMBRANÇAS PARA OS AVÓS

LEMBRANÇA DE CONVIDADOS

OUTRAS LEMBRANÇAS ( PARA OUTRAS PESSOAS )

FOTOGRAFOS

LIVRO DE SCRAPS

MAKING OF DE FOTOS NO SALAO  
BANNER ( TAMANHO )  
"BANNER "" EU FUI """"  
CUBOS DECORATIVOS COM FOTOS  
DISPLAYS COM FOTOS  
VIDEOCLIP DE PRAIA  
BOOK DE PRAIA  
FILMAGEM  
MAKING OF DE FILMAGEM NO SALAO  
MAKING OF DO NOIVO  
HORARIO DO MAKING OF NO SALAO  
TELAO ( O QUE SERA TRANSMITIDO )  
TVS LCD  
MOTORISTA DA NOIVA ( NOME )(HORARIO )(CARRO )  
PLACA DO CARRO PERSONALIZADA  
CHINELAS HAVAIANAS  
CUPIDO  
SÃO JOSE P/ JOGAR  
BUQUÊ DE PIMENTA  
BUQUÊ DE CALCINHAS  
SANTO ANTONIO  
GATA VEIA P/ JOGAR  
SAPINHO P/ JOGAR  
VEUS P/ SOLTEIRAS  
APETRECHOS PARA OS SOLTEIROS  
OUTROS APETRECHOS  
LEQUES P/ IGREJA  
LENCINHOS P / IGREJA  
PÉTALAS PARA A SAIDA DO CORTEJO  
SAQUINHOS DA ARROZ P/ IGREJA  
TERCINHOS NA IGREJA  
BALINHAS PERSONALIZADAS  
LATINHAS MINT TO BE  
HOTEL DA NOITE DE NUPCIAS  
LUA DE MEL

OUTROS ITENS  
NOIVOS ALERGICOS A MARISCOS OU OUTRO TIPO DE COMIDA

BEBIDA DOS NOIVOS NA FESTA



CERIMONIAL DA FESTA

DANÇA DOS NOIVOS ( COREOGRAFADA ) ou ( SIMPLES )

BRINDE COM OS PADRINHOS

HOMENAGENS P/ OS PAIS

NOIVA JOGARA ( BUQUÊ, STO ANT, SÃO JOSE,SAPO )

NOIVO JOGARA ( LAPELA ,GATA VEIA , CX SECA DE UÍSQUE )

BEBIDAS

TIPO FORNECEDOR QUANTIDADE MARCA

COQUETEL

UÍSQUE

CERVEJA

CHOPP

SMIRNOFF ICE

VINHO

ENERGETICOS

AGUA C/ GAS

AGUA DE COCO

TEQUILA

GELO

ESPUMANTES

## ANEXO 2 – ENTREVISTAS EM PROFUNDIDADE COM NOIVAS

Entrevistada	Ocupação	Idade	Escolaridade	Cidade	Coabitação anterior?	Orçamento/ Quem paga	Data
Janaína	Psicóloga	29	Sup. Completo	Fortaleza/CE	Não	R\$ 52 mil. Noivo (maior parte).	Set./15
Linda	Advogada	30	Pós-graduação completa	Fortaleza/CE	Não	R\$ 72 mil. Noivos, com ajudas da mãe da noiva.	Jan./16
Teresa	Pedagoga	22	Sup. Incompleto (cursando)	Porto Alegre/RS	Não	“Em torno de 20 mil”. Pago pela mãe da noiva.	Ago/15
Luísa	Assistente de marketing	27	Sup. Completo	Florianópolis/SC	Sim	“Entre 40 e 60 mil” <sup>149</sup> . Pais da noiva.	Jul./15
Ana Patrícia	Advogada	34	Sup. Completo	Porto Alegre/RS	Sim	“Mais de 50 mil”/ Pais dos noivos.	Out./14
Bete	Bacharel em Ciências da Computação	26	Pós-graduação (cursando).	Porto Alegre/RS	Sim	R\$ 80 mil <sup>150</sup> . Pago metade por cada noivo.	Nov/14
Maria	Educadora física	31	Sup. Completo	Fortaleza/CE	Não	R\$ 20 mil/ Noivo (maior parte).	Dez./13
Vera	Antropóloga		Doutorado	Fortaleza/CE	“Praticamente”	105 mil/ Pai da noiva.	Set./15
Ivone	Publicitária	32	Mestrado	Porto Alegre/RS	Sim	“Acima de 100 mil”.	Nov/14
Lidiana	Enfermeira	28	Sup. Completo	Fortaleza/CE	Não	“Em torno de 40 mil”.	Dez./15
Marta	Jornalista, professora universitária	34	Mestrado	Fortaleza/CE	Sim	“Entre 20 e trinta mil”.	Dez/14
Katarina	Jornalista	31	Sup. Completo	Fortaleza/CE	Não	R\$ 65 mil. Pago pela noiva.	Dez/14
Liana	Jornalista	29	Pós-graduação completa	Fortaleza/CE	Sim	R\$ 40 mil. Pago pela noiva.	Ago/14
Elisa	Relações	Não	Doutorado	Porto	Sim	Não informou.	Mar/14

<sup>149</sup> Entrevistada hesitou em dizer o valor.

<sup>150</sup> Total estimado. Estavam na metade dos preparativos quando da entrevista.

	públicas, professora universitária	<i>infor mou.</i>		Alegre/RS		mil./Pago pela noiva.	
Germana	Arquiteta	29	Sup. Completo	Porto Alegre/RS	Sim	R\$ 60 mil (estimado)/ Dividido igualmente entre noivos e pais.	Out./14
Lígia	Bacharel em Letras, professora	<b>25</b>	Graduação completa.	Fortaleza/CE	Não	“Entre 70 e 80 mil reais”. Noivo (maior parte).	Jul./16
Jessica	Publicitária	29	Pós- graduação completa	Fortaleza/CE	Sim	R\$ 40 mil/ Noiva (maior parte).	Dez/15.
Juliana	Advogada	33	Sup. Completo.	Porto Alegre/RS	Sim	130 mil. 100 mil: pais da noiva, 30 mil: noivos.	Ago/14