

CASAIS QUE MORAM EM CASAS SEPARADAS: UM ESTUDO EXPLORATÓRIO SOBRE ESSE TIPO DE CASAL NO BRASIL E A EVOLUÇÃO DO CONSUMO RELACIONAL

***COUPLES LIVING IN SEPARATE HOUSES: AN EXPLORATORY STUDY ON THIS TYPE
OF COUPLE IN BRAZIL AND THE EVOLUTION OF RELATIONAL CONSUMPTION***

PEDRO PAULO SANTOS CAVALCANTE
ESCOLA SUPERIOR DE PROPAGANDA E MARKETING - ESPM

LARISSA LUZ RAPOSO
ESPM

Comunicação:

O XIII SINGEP foi realizado em conjunto com a 13th Conferência Internacional do CIK (CYRUS Institute of Knowledge), em formato híbrido, com sede presencial na UNINOVE - Universidade Nove de Julho, no Brasil.

Agradecimento à orgão de fomento:
CNPQ

CASAIS QUE MORAM EM CASAS SEPARADAS: UM ESTUDO EXPLORATÓRIO SOBRE ESSE TIPO DE CASAL NO BRASIL E A EVOLUÇÃO DO CONSUMO RELACIONAL

Objetivo do estudo

Investigar relações LAT no Brasil e seus padrões de consumo para compreender como autonomia, intimidade e identidade são negociadas fora da coabitação.

Relevância/originalidade

Primeiro estudo brasileiro sobre relações LAT; amplia a teoria do Ciclo de Vida do Lar e contribui para literatura demográfica e de comportamento do consumidor

Metodologia/abordagem

Análise qualitativa de 8 entrevistas com base na Teoria da Cultura do Consumo e na Teoria da Autodeterminação para explorar práticas relacionais e de consumo.

Principais resultados

LAT é uma escolha intencional de estilo de vida que valoriza autonomia, consumo experiencial e maturidade emocional em vez de acúmulo material e coabitação tradicional.

Contribuições teóricas/metodológicas

Incorpora LAT à Transição Demográfica Segunda e ao Ciclo de Vida do Lar como modelo relacional legítimo com identidade de consumo única.

Contribuições sociais/para a gestão

Destaca LAT como um segmento emergente de consumo que desafia estratégias de marketing baseadas em lares compartilhados e promove experiências centradas na autonomia.

Palavras-chave: Consumer Culture Theory, Self Determination Theory, Transição Demográfica, Household Life Cycle, Living Apart Together

COUPLES LIVING IN SEPARATE HOUSES: AN EXPLORATORY STUDY ON THIS TYPE OF COUPLE IN BRAZIL AND THE EVOLUTION OF RELATIONAL CONSUMPTION

Study purpose

Investigate LAT relationships in Brazil and their consumption dynamics to understand how autonomy, intimacy, and identity are negotiated outside cohabitation.

Relevance / originality

First Brazilian study on LAT relationships; expands Household Life Cycle theory and contributes to demographic and consumer behavior literature.

Methodology / approach

Qualitative analysis of 8 in-depth interviews using Consumer Culture Theory and Self-Determination Theory to explore relational and consumption practices.

Main results

LAT is a deliberate lifestyle choice valuing autonomy, experience-oriented consumption, and emotional maturity over material accumulation and traditional cohabitation

Theoretical / methodological contributions

Integrates LAT into the Second Demographic Transition and Household Life Cycle as a legitimate relational model with unique consumer identity.

Social / management contributions

Highlights LAT as a growing consumer segment that challenges marketing strategies based on shared households and promotes autonomy-centered experiences

Keywords: Consumer Culture Theory, Self Determination Theory, Demographic Transition, Household Life Cycle, Living Apart Together