

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ
FACULTAD DE CIENCIAS Y ARTES DE LA COMUNICACIÓN

TRABAJO GRUPAL

Título: Los criterios estéticos empleados en el apreciar y seleccionar un vestido de novia

Nombres:

Nancy Bugarin

Astrid Ventocilla

Sandra Arellano

Franchesca Quezada

Curso: Estética y Comunicación

Profesor: Victor Casallo

SEMESTRE 2015-1

Los criterios estéticos empleados en el apreciar y seleccionar un vestido de novia



1.
1.
1.
1.
1.
1.
1.
1.
1.
1.
1.
1.

Introducción

En la siguiente investigación se desarrollara el tema de “ los criterios estéticos empleados para apreciar y seleccionar un vestido de novia”. Para realizar dicha investigación se tuvo que recurrir a distintos tipos de herramientas de tipo cualitativo, entre ellas: observación participante, entrevistas al público objetivo, modistas y diseñador de las tiendas que ofrecen vestidos de novias y elementos relacionados a este.

La investigación cuenta con la caracterización y comparación de la experiencia desde dos niveles socioeconómicos opuestos, que son NSE A-B y NSE-D-E . Los cuales se eligieron con el fin de contrastar dos sectores que son percibidos como totalmente diferentes entre sí. Por ello se recolectó la mayor cantidad de datos posibles en ambos casos en busca de encontrar nuevos aspectos que nos ayuden a entender la percepción de las novias de ambos sectores de lo “bello” y “hermoso”.

Para llevar a cabo la investigación se decidió por escoger dos distritos de la ciudad de Lima que representaran de forma más general cada uno de estos sectores, es así que, se eligió el Centro Comercial de Gamarra, en el distrito de la Victoria, para representar los sectores de NSE D-E. Mientras que, para representar el sector económico de NSE A-B, se eligió la tienda departamental de Novissima, en Miraflores.

En el transcurso de la investigación los hallazgos nos motivaron a cuestionar la clasificación inicial planteada. Por ello, primero se introducirá brevemente el tema de los niveles socioeconómicos en nuestro país, su construcción y validez en la actualidad.

1.2. Los problemas del uso de la clasificación por NSE

Conceptualmente, las clasificaciones socioeconómicas en América Latina responden a un criterio social y no tan solo económico, según los estudios realizados por Rolando Arellano. Esto implica tan solo la clasificación por NSE no aporte al estudio de la sociedad peruana. Por ello más que una clasificación estricta y clásica es necesario considerar los estilos de vida, los cuales atraviesan las diferentes clases socioeconómicas y describen mejor a nuestra sociedad.

En el imaginario popular las clase altas corresponden a personas de muy alto ingreso (generalmente sobre-estimado), de alto nivel educativo, ciudadanos, modernos, tecnológicos, bien educados, limpios, honestos y con atributos raciales específicos (blancos caucásicos) (APEIM, 2014: p3). Ello no sería un problema si la descripción no fuera tan específica, pero el principal error es que paralelamente implica una definición de las clases bajas por contraposición a ella. Y claro, esos estereotipos corresponden a la realidad social latinoamericana alguna vez desarrollada, pero hoy no responden a los inmensos cambios sociales ocurridos en los últimos 50 años en nuestra capital. Sin embargo; se puede decir que estos supuestos estereotipos son aún aceptados por la mayoría de la población de forma inconsciente.

Las tiendas escogidas para la investigación Modalissa, Melchor Vega y Novissima, se clasifican según la Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercados, de la siguiente manera, las dos primeras dirigidas a un público de nivel socioeconómico principalmente C, D y E, mientras que en el caso de la tercera, el público objetivo se encontraría entre los sectores A y B.

A continuación, se caracterizará cada una de las tiendas visitadas considerando su ubicación, ambiente, material gráfico, atención al público y público usual. Además de entrevistas realizadas a las personas involucradas en este proceso: novia, modista, diseñador y vendedora. Con todo ello se realizará el análisis de lo hallado.

2. Características de Tiendas visitadas

2.1. Modalissa

Al ingresar a la galería “Centro de Gamarra” fue la distribución de los vestidos dentro de la tienda; el espacio de ésta tenía que ser obligatoriamente grande para mostrar los vestidos (en maniqués), para esto usaban una organización tanto de forma lineal como circular. Esto debido a que, según comentaba la empleada de la tienda, la organización de los vestidos se realiza por el precio de cada uno de ellos. La trabajadora sostenía que muchas de las novias que llegan se dirigen de frente a observar el vestido en oferta en la parte frontal de la tienda, y en la mayoría de los casos termina en acción de compra. Las novias que más compran estos vestidos no toman mucha importancia a los acabados o detalles, y accesorios que se usarían.

La tienda escogida para el desarrollo de esta investigación fue el puesto número 360, que lleva por nombre Modalissa. La tienda ofrece vestidos de novia, de quinceañeros y vestidos para damas de boda. Esta tienda fue escogida como representante del nivel socioeconómico D-E.

Se ubicaba en el tercer piso y destacaba en comparación a otras por su lugar al medio de la rotonda de la galería. Las tiendas aledañas a este stand, en el momento de la visita se encontraban cerradas, por lo que la presencia de Modalissa sobresalía.



Modalissa, al igual que la mayoría de tiendas en la galería “Centro de Gamarra” es espaciosa, lo cual, permite que los vestidos de gran volumen, en su mayoría, llamen la atención del público.

Las trabajadoras del lugar, mencionaron que su tienda tiene un concepto muy similar a las tiendas de novias de alrededor; sin embargo, hay otras donde se resalta la exclusividad o la variedad de modelos con detalles y accesorios diferentes, siendo estos más caros, por lo que, el proceso de compra es distinto. Con esto, sostienen que la parte económica es vital para convencer a la novia del vestido indicado, pero que la cuestión estética de la conformación del vestido también toma relevancia.

En el stand escogido si bien el espacio era amplio , como se puede observar en las fotografías siguientes, esto no significaba que fuera cómodo, y mucho menos acogedor, ya que, la posición en la que los vestidos estaban organizados hacía que el espacio se redujera y que las novias tengan que pasar por medio de los vestidos de forma muy incómoda. La sobrecarga de presentación de vestidos en la mayoría de las tiendas de la galería presentaban este mismo problema.

Por otro lado, el criterio que ofrecía la tienda se basaba en la idea de demostrar que Modalissa ofrecía una variedad de modelos, y que la novia podría tener una mayor gama de modelos en comparación a otras tiendas del mismo rubro .Incluso, el precio de cada uno de ellos es accesible para el bolsillo del público, además de que, el servicio que brinda es bueno.

En lo que respecta a los elementos perceptibles del ambiente dentro de la tienda, se pudo observar, que en lo que refiere a la parte auditiva, si bien la mayoría de tiendas presentaron

un patrón en común de música de ambiente (cumbia), en el caso de esta tienda esto era ausente. Asimismo, los espacios, dentro de la tienda, generalmente estaban decorados con elementos brillantes, con un gran espejo en el lado del mostrador, así como también, con imágenes de modelos de vestidos de novia en la sección de probadores.

Por otro lado, en lo que respecta a la iluminación, en casi todas las tiendas visitadas se presentaba como factor en común, el uso de luz blanca dentro de las tiendas. En algunas las lámparas eran más sencillas que en otras en las que se ponían lámparas tipo “araña” para reforzar la idea de elegancia, en otros se usaba esferas de cristal a modo de un salón de fiesta (tiendas que también ofrecen vestidos para 15 años).

En el caso que se quisiera sobresalir algún elemento, se observó, que se tendía a poner una luz blanca encima de los vestidos, de manera que, a primera impresión, era el que más resaltaba.



En la tienda escogida, se podía observar que la iluminación no pretendía destacar a uno en particular, sino que toda la habitación estaba iluminada por igual, de tal forma que, los vestidos se lucieran sin competir entre ellos por cual es el “más agradable”, sino por cuestión de precio. El único factor que los diferenciaba al principal vestido de la tienda, que se ubicaba en la parte frontal de la tienda, era por cuestión económica, como ya se ha mencionado.

Al momento de hablar acerca del manejo del trato que le daba la trabajadora a las clientes, la trabajadora mencionó que se inclinaba más por un trato especial a las novias, pero sobretodo, se tenía muy en cuenta lo económico, por lo general lo que hacía era brindarle un descuento adicional. El trato que las novias reciben de parte de las trabajadoras, que se pudo observar en general, es uno que abarca en un punto de inicio con el halago para luego concluir con el descuento especial. El tipo de halago se encontró se daba en distintos grados, por lo que dependiendo de la intención de compra de la novia y su capacidad adquisitiva, las trabajadoras se inclinaban más por halagar a la novia, hasta el punto de pedir opiniones de otros clientes en la tienda para sustentar su elogio. Este método si bien no se vio en la tienda elegida, la trabajadora nos aseguró que era una forma muy común de tratar de sentir a la novia cómoda y segura de su decisión, y que más allá de que solo tenga un vestido para la boda, se lleve la alegría que adquiere algo “bonito” y que le “queda bien”.

A partir de esto, se empezó a observar cual era la clientela que visitaba la tienda y las reacciones que había por parte de las novias para con los vestidos de esta tienda. Es así que, se pudo observar que el público era variado, de niveles socioeconómicos diversos y de edad entre los 19 - 50 años. Por medio de algunas consultas a la vendedora y la observación de otras tiendas paralelas, también se pudo obtener datos acerca de los tipos de vestidos que se escogen con mayor frecuencia y el porqué de esta situación. En el caso

de la tienda Modalissa, la elección de los vestidos se inclinaban a vestidos más tradicionales o por el contrario de escote pronunciado , dependiendo de la edad de la novia.

Asimismo, el tema del color del vestido, blanco, perla o ivory (los más comunes) siempre estaba presente. Al parecer una tonalidad más clara guarda mayor relación con la juventud , mientras que tonos más cálidos como el perla se inclinarán a novias de edad superior a los 40 y con hijos. Este factor se observó en casi todas las tiendas, y la única conclusión a la que se pudo llegar es que la elección de las novias se basan en percepciones de sí mismas y que si el vestido poseía esa carga significativa, la inclinación o elección estaba hecha.



2.2. Melchor (diseñador

Vega independiente)

También se visitó la tienda “Melchor Vega” ubicada en la misma galería “Centro de Gamarra”, la cual, se caracteriza por brindar un servicio, según el diseñador: “exclusivo, elegante y personalizado a todas sus clientes”.

Melchor Vega Cribillero, es el diseñador de Modas peruano, cuya marca “CHRISMEL” se posiciona como una marca de alta costura y de calidad. Tiene como objetivo resaltar la silueta de la mujer, empleando telas exclusivas, bordados lujosos y colores vivos.

Su tienda ubicada en el 7mo piso de la galería se caracteriza por tener un estilo rústico, puesto que, la decoración dentro de ella evoca a lo tradicional mediante el uso de exhibidores de madera. Además que la intensidad y dirección de las luces marcaban una gran diferencia a comparación de otras galerías, haciendo lucir el lugar más elegante. El espacio era pequeño pero adecuadamente dispuesto para que todos los vestidos puedan ser observados.



En primer lugar, lo que llamó la atención en el lugar fue el cómo estaban ubicados los vestidos, ya que, a diferencia de otras tiendas, solo en la parte frontal del local se tenía un solo vestido de novia; entrando a la tienda se exponían dos vestidos más en la parte de recepción, y por último, en el interior del local, se tenían expuestos vestidos de novias y también de quinceañeras. Así también, en esta última parte de la tienda contaba con un probador, espejos amplios y un sillón donde los familiares que acompañan a la novia

pueden esperar para verla al probárselo. Es así que, el espacio se presenta de una manera acogedora, en la que el cliente siente que su atención es personalizada, y profesional (asesorada por el diseñador).

No se identificó ningún aroma en la tienda, ni música presente. La iluminación natural y artificial estaba bien dispuesta de manera que, en conjunto con las paredes del lugar provocaba la sensación de amplitud (aunque no era tan amplia la tienda), elegancia y orden.

Al momento de acercarnos a la tienda, las dos señoritas encargadas del local, nos dieron la bienvenida, preguntándonos sobre qué era lo que buscábamos. Asimismo, el dueño de la tienda, muy amablemente respondió a ciertas preguntas que le hicimos.



La tienda Melchor Vega no se encuentra en un lugar visible o de rápido acceso, ya que, es una de las tiendas en los últimos pisos de la galería. Sin embargo, según lo investigado, el negocio tiene gran afluencia de público, el cual, no es de un solo sector, sino que, novias de diferentes clases socioeconómicas son las que acuden al lugar en busca del vestido perfecto. Incluso, personajes “famosos” visitan a Melchor para la confección de vestidos. Puesto que, el diseñador, está presente en cada una de las pruebas de sus vestidos, lo cual, hace referencia a la su disposición e interés para cada una de sus clientes, a quienes, asesora con las modificaciones en los vestidos con el fin de que la novia concluya su proceso de elección satisfactoriamente.

En esta tienda, las novias encuentran diseños únicos o que pueden confeccionarse de acuerdo su propio gusto. Según Melchor, la mayoría de novias vienen con una idea preconcebida de cómo les gustaría que sea su vestido, o cómo quisieran que se les viera, mientras que hay otras novias que llegan para que él les aconseje. Nos dice que, lo que él busca es que cada novia se sienta única y especial el día de su boda, que se vea estilizada, por lo que, siempre trata de convencerlas de los cortes o diseños apropiados para su cuerpo, de manera que resalte su figura.

El proceso de confección consiste en tres pruebas como mínimo en las cuales, se modifican ciertos detalles, durante estas visitas a la tienda, las novias junto a sus acompañantes se pueden sentir cómodas con la atención brindada, además de que, se venden accesorios complementarios para el vestido. Asimismo, los lugares cercanos a la tienda son también tiendas de vestidos de novias o de quinceañero, en éstas se ofrecen también accesorios para la novia.

Durante la visita a la galería Centro de Gamarra, se pudo notar que, efectivamente, las novias son las que se encuentran en la búsqueda de un vestido que se acomode a su bolsillo y que sea agradable para ellas; sin embargo, una opinión vital en la elección es la de su madre, o algún otro acompañante y en muy pocas ocasiones del prometido. Los vestidos que más se escogen son los clásicos, es decir, los cortes princesa o sirena, de acuerdo a el físico de la novia. El diseñador nos comentó que las novias provenientes de provincia

generalmente proponen diseños bastante recargados, a los que él sugiere cambios a fin de que se diferencien de vestidos que “no son de alta costura”.



2.3. Novissima

La tienda elegida para el NSE-A es la franquicia de Novissima, la cual se encuentra ubicada en Miraflores. La franquicia de Novissima tiene como punto central de ventas en España, pero por cuestiones de apertura de las tiendas a otros países, llegó a Perú ya hace varios años. Su gran presencia en el país ha sido respaldada por premios a los exclusivos diseñadores de quienes se provee anualmente. Alrededor de la tienda se encuentran otras tiendas con servicio adicionales relacionados a la belleza. Entre dichos establecimientos se encuentran varios spa, como también varias peluquerías de renombre.



La estructura arquitectónica que posee su tienda aquí en Perú tiene como base la de una casona antigua. La cual ha sido remodelada y rediseñada tanto en su interior como en su exterior. Es de fácil reconocimiento puesto que posee un título de gran tamaño en la parte frontal del local. Asimismo, su ubicación en una avenida de alto tránsito, genera un rápido reconocimiento a gran distancia por lo que es apreciado fácilmente desde una visión desde un punto de vista tanto de los conductores como peatones.

La tienda de Novissima ofrece como producto principal la venta de vestidos de novia de alta costura con respaldo de Diseñadores Internacionales y únicos en su diseño. En esta misma línea también brinda servicio de asesoramiento especializado a cada una de las novias que deseen realizar una prueba de vestuario con los vestidos de novia que ellas escojan. Para este tipo de servicio se realiza un pago de 40 soles. Este asesoramiento lo da el propio personal de la tienda. La mayoría de las empleadas son diseñadoras o confeccionadoras con cierto nivel de conocimiento del cuidado y diseño de los vestidos de novia que ofrecen y los cortes que mejor favorecen al cuerpo de cada novia.

Por otro lado también brindan el servicio de wedding planning, brindan agenda de contactos, recomendaciones de servicios y productos, como tienda de zapatos exclusivo para novias, entre otros.

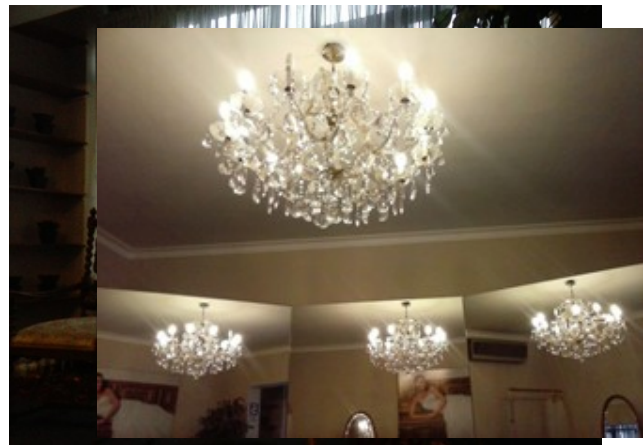
En lo que respecta a los interiores de la tienda, el espacio es amplio y acogedor en cada una de las habitaciones de los dos pisos que está conformada la tienda. La estructura de una casa antigua en conjunto con la decoración brinda la sensación de hogar y confianza. En lo que respecta a cosas características que resaltan de la experiencia de visita de la tienda, se puede rescatar el uso de aromas dentro de cada uno de los ambientes. La cuales se caracterizan por ser agradables y de tendencia a lo dulce, específicamente, aromas derivadas a la vainilla.

Siguiendo con este punto, la música dentro de las habitaciones era algo presente en todo momento. Esto se puede notar desde el primer momento en que se entra a la tienda. La fuente principal es ubicada en el salón de recepción. El sonido poseía un sistema envolvente sin ser molesto ni ruidoso. El género de la música era de tipo balada, y habla tanto inglesa como castellana.

Por el lado del tema de la decoración se puede observar que las paredes del primer piso están forradas con papel tapiz dorado con crema, mientras que en las habitaciones superiores el color blanco abundaba. En lo que va a tema del decorado, en las paredes se puede observar gran cantidad de cuadros de novias, los cuales están presentes en gran

parte del ambiente de ambos pisos del local. Asimismo también se pudo ver que la decoración no solo se valía de imágenes sino que también de gran cantidad de adornos de material tipo cristal, entre otros.

En lo que refiere a la iluminación, la tienda poseía dos tipos de iluminación. La primera en el cuarto de presentación de los vestidos. Esta se mostraba por medio del uso de una iluminación con luces con base más frías, blancas por ejemplo. Mientras que en el segundo piso (lugar de los probadores), la luz tendía a poseer bases colores más cálidos, como amarilla. Este tipo de iluminación, vale la redundancia, hacía más cálido y acogedor el ambiente, pese a ser de gran tamaño y de gran uso de mobiliario de tendencia vintage.



Los vestidos que Novissima ofrece se caracterizan por ser únicos y confeccionados especialmente para cada novia. La línea por vestido consta solo de tres tallas por vestido, es por esto que a lo mucho en el cuarto de muestrarios (ubicado en el primer piso del local), solo se encuentra a lo mucho 8 modelos exclusivos. Esto depende de la línea que haya sacado el diseñador que provee a la tienda, como también de la temporada.

La ubicación de los vestidos de novia se encuentra en un salón especial de la tienda. Este espacio está organizado de tal forma que los vestidos de encuentre en ciertos aparadores (con un parecido a armarios abiertos) donde cada vestido tiene su propio espacio y medio de iluminación. La distribución general de esta habitación se caracteriza por lo siguiente: vestidos organizados de forma lineal, pegado a las paredes , para generar así un espacio de descanso (muebles decorados) en el medio.

Cada vestido se muestra como único y original, por lo no existe competencia por atención entre uno u otro. La percepción de los vestidos no cambia en absoluto por su posición, es más, la organización no da preferencia a sobresaltar uno más que otros, sino que todos se encuentran a un mismo nivel de percepción de belleza. La sensación que se lleva la novia al elegir y probarse cualquiera de los vestidos, es que se lleva algo exclusivo, único y de alta costura.

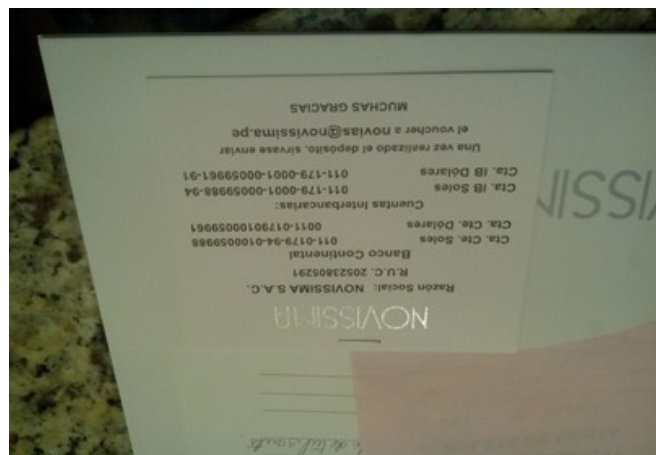
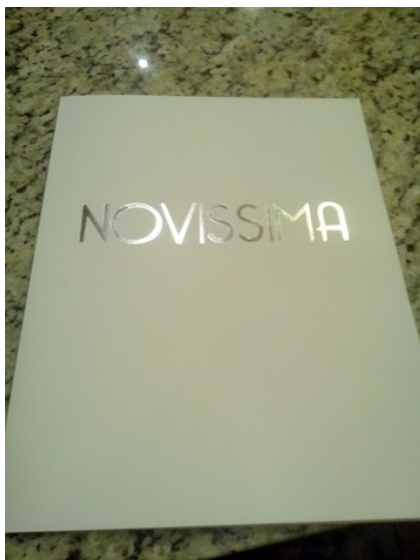
Otro aspecto importante que es necesario resaltar es la atención que recibe la novia de parte de las asesoras o vendedoras del lugar. La vendedora (o asistente) no realiza ningún tipo de halago, más bien tiende a dar sugerencias de vestidos de acuerdo al tipo de cuerpo

de la novia presente. Lo que sí se tiende a utilizar es una técnica de generación de perspectiva por el proceso de prueba de los vestidos, en los cuales prefiere dejar el mejor vestido de acuerdo a la elección de la novia. Esto con el fin de que se pueda convencer de cual es el vestido que le conviene más.

Por el lado de la clientas , la mayoría del público que lo conforman son jóvenes profesionales de edad entre 21 a 29 años, las cuales estar cursando cursos de postgrado en la universidad o trabajando. Por lo general se pudo observar que la mayoría de novias, que visitan la tienda poseen un nivel de ingreso superior a los 4000 soles. Al momento de comprar el vestido es común que las novias vengan acompañadas con la madre y con una o más amigas para que les aconsejen en la elección del vestido y reafirmen si es el “indicado”.

En esta elección, entre la variedad de vestido se encuentran disponibles en la tienda, los más seleccionados en la mayoría de los casos son los vestidos con cortes más tradicionales (1), los cuales incluyen colas largas y posee un corte más cercano al “princesa”. En segundo lugar, se encuentran los vestidos asirenados con colas más cortas y velos más largos. El precio de cada uno de los vestidos varía entre los 4000 soles (en temporada de oferta) a 7000 dólares.

La mayoría de clientas de este sector compra los vestidos de acuerdo a un criterio más inclinado “al gusto”, “a lo que me quede bien” y “es bonito y perfecto para mí”. Estos criterios van por delante, antes que el factor económico. En muchos casos lo económico queda ligado a lo exclusivo o “ bonito” que sea el vestido y no es relevante para definir si se realiza o no la compra. Lo importante suele ser “verse deslumbrantemente hermosa ese día”.



3. Análisis de la investigación

Luego de realizar una exhaustiva recopilación de datos acerca de opuestos sectores económicos, como son de NSE A y D-E (basándonos en la fragmentación expuesta en la introducción), se ha podido observar que existen diversos fenómenos de percepción de la

belleza en los vestidos de novia en ambos sectores. A continuación planteamos los fenómenos encontrados, y asimismo posibles razones para sustentar los mismos.

Uno de los primeros fenómenos que se encontró durante la investigación , en los sectores de NSE D-E, al momento de visitar las galería del “Emporio Comercial de Gamarra, fue que las novias por lo general no tomaban en cuenta el factor belleza como primer motor para realizar su compra, sino el precio. Por bello se tomará a un objeto que por su forma resulta atractivo, único y que representa algún valor percibido como positivo, aunque no necesariamente bueno para la persona. Es a partir de esta idea de buscar sobresalir y sentirse halagada , que fue muy particular notar que las jóvenes o señoras de este sector, interesadas generalmente como toda mujer por el lado estético de su persona y más aún en un momento como la envergadura de este tipo de ceremonia, tomen este factor de lo bello en segunda instancia como consecuencia de una limitación económica.

Lo que se pudo notar en los momentos en que se realizaba la observación de este fenómeno, es que si bien el tema de la belleza estaba relegado , no significaba que fuera algo desechado en el momento de compra. Se notó que muchas de las novias si bien escogían un vestido guiadas por el tema económico y las opiniones de sus acompañantes (madre o amigas cercanas a la novia) el deseo de obtener algo bonito, aún permanecía dentro de la misma. Esto se pudo observar en el momento en el que seleccionaban y compraban el vestido, ya que el descontento de que no sea el otro “modelo”, las invitaba a seguir observando en la tiendas y tratar de regatear con la trabajadora del lugar para conseguir el vestido deseado a menos precio.

Lo que pudimos concluir de este fenómeno es que “la idea de lo bonito”, de tener algo “bello”, es propio de toda novia (por no decir del individuo). Es algo normal, como muchas novias comentaron en la entrevista, querer sentirse la mujer mas bella el día de su boda, y pues es algo frustrante para este sector de la población. El tema de lo bello se debe quedar arrimado, por no decir reprimido como un deseo inalcanzable dentro de la novia. Hasta aquí debemos aclarar que decir algo económico no quiere decir que debe dar como resultado algo feo, como se dijo al inicio, no es antónimo de lo bello. Lo que se plantea en este fenómeno es comprender solo la situación por la cual más de 70 % de las novias observadas entraban en el mismo patrón de conducta. Mientras que el otro 30% restante si se le pudo notar una relación de igualdad entre lo agradable del vestido y el precio de costo.

Otro fenómeno que también se encontró en este sector, siguiendo con la línea de el factor económico de por medio y como determinante para la elección es que muchos de los modelos de vestidos que se encontró en la galería comercial del “Emporio de Gamarra” poseían elementos en común. A lo largo de la caminata en busca de la percepción de las novias de este sector, se noto que la mayoría de los vestidos poseía características de diseño y confección casi igual. El tema de repetición de vestidos en masa es algo propio de las grandes industrias que buscan reducir costos al sacar los modelos en series para no invertir en temas de diseño privado ,entre otro aspectos, pero la singularidad de esta propia “masa” de vestidos marcaba una clara tendencia. Esto principalmente porque aun los vestidos más caros del lugar como también los más económicos presentaban algún tipo de elementos que describiremos a continuación. Esto lo hace un descubrimiento de la percepción de lo que consideran “bello” en este sector.

Las características que se pudo notar que los vestidos poseen en común eran las siguientes:

- Uso abundante de pedrería (en especial en el escote y abdomen)
- Considerable volumen en la falda (Pomposos)
- Corte princesa (anexo C)
- Los vestidos vienen con ramo y velo

Finalmente también nos dimos con la sorpresa de una ruptura del estereotipo basado en el estado socioeconómico. Usualmente se suele sobreentender que las personas de NSE B y C no compran en lugares como las galerías de Gamarra, pero a juzgar por la galería “Melchor Vega” nos dimos con la sorpresa que al emporio Gamarra también van compradores de estas clases pues los vestidos de la galería Melchor Vega son vestidos de alta costura y los precios son a partir de los 1 500 soles , precios que las personas de NSE D y E usualmente no lo pueden cubrir, pero que otros sectores, al comprar en este lugar, lo podrían realizar .

Dentro de los fenómenos encontrados en el NSE A-B, se nota la presencia de servicios sofisticados desde un primer momento, desde la reserva de la cita en la tienda hasta la experiencia estética que ocasiona entrar a cada uno de sus salones decorados con diversos detalles que hacen que el tema de la elección del vestido de novia sea algo único. Desde el momento en que se ve los vestidos hasta la prueba de la novia de cada uno de ellos, se puede observar un ambiente armonizado de todas las formas posibles(musica, imagenes, decoracion, uso de espejos de gran tamaño para admirar mejor los vestidos ,entre otros) para que el vestido y la idea de lo bello que puede verse en ella se pueda apreciar mejor.

En este sector donde el precio de los vestidos, el cual varía entre los 7.000 soles (en tiempo de rebaja) hasta más de 10.000 dólares (según el diseñador de la línea de temporada), no es un factor relevante. Lo importante para las novias de este sector no es el tema económico, sino la presencia de los detalles y la exclusividad que pueda representar el vestido en ellas. En este sector la percepción de lo bello recae en la exclusividad , en lo único que pueda ser el vestido. Lo bello es el vestido que hace resaltar la propia belleza que poseen cada una de las novias y que la haga sentir deslumbrante ese día, como muchas de las novias entrevistadas afirmaron (anexo A).

En este sector los vestidos cumplen con las siguientes características en común:

- Pedrería no muy sobrecargada
- Cortes princesa, tubo y sirena
- Tendencia a los sofisticado
- Detalles personalizados para cada vestido

Como se puede observar la búsqueda de lo bello está en ambos sectores, si bien lo que diferencia a las novias de cada caso son los niveles de capacidad de adquisición económica, la percepción de belleza también cambia. Las características mostradas acerca de los factores en común que presentaba los vestidos de novia en cada sector, refleja un tipo de tendencia.

En el análisis de los dos casos de NSE opuestos, la belleza del vestido y el deseo de sentirme “bella” por parte de las novias , siempre es algo presente en el proceso de decisión

del vestido. En el sector NSE D-E se descubrió que la belleza de los vestidos era sinónimo de algo “llamativo”. Es decir, de uso abundante de pedrería con fragmentos de gran tamaño, vestidos de gran vuelo en la cola, uso de cortes princesa o sirena en su mayoría, entre otros. Mientras que en el NSE A-B, los vestidos eran considerados bellos, en la mayoría de casos, por la presencia de varios detalles (costuras especiales, pedrería fina salpicada en partes pre seleccionadas del vestido, vuelo de la cola del vestido, etc). Todos estos detalles precisos y exactos, dependiendo del corte del vestido y de la personalización del vestido que surjan de los criterios escogidos por la novia.

Conclusiones

Después del proceso de investigación, se llegó a la conclusión de que los niveles económicos no rigen la perspectiva de lo bello, pero abren un camino para encontrar tendencias, cortes, y características de los vestidos. Tal es el caso, del Emporio Gamarra, en donde, también se pueden encontrar vestidos de alta costura, por lo que se puede asegurar que el nivel socioeconómico del lugar de venta no rige el público que lo visita. Si bien tiene características en común según los NSE, no se puede definir completamente a partir de la ubicación de los puntos de venta; esto se ve reflejado con el caso de la tienda de Melchor Vega en Gamarra.

Por otro lado, cabe resaltar que independientemente del NSE al que pertenezcan las novias, la elección del vestido se produce de acuerdo al estilo personal de cada persona, puesto que cada una de ellas tiene una perspectiva distinta de lo bello en relación de la ropa que suele utilizar y en este caso, de las prendas para este tipo de eventos especiales, asimismo, tiene un gran poder de influencia los acompañantes de la novia y el grado de instrucción del asesor de moda, vendedora o diseñador.

También, lo que buscan las novias es resaltar en este día especial y la mayoría de ellas para elegir el vestido ideal, se toman un plazo aproximado de 3 meses, con lo cual, buscan que la pieza las haga sentirse bellas. Para esto, las novias se “preparan” ya sea manteniendo una buena figura, acudiendo a salones de belleza y también están pendientes a los detalles de la organización de la misma, de manera que, ese día se único y especial, lo cual, implica una experiencia estética para ella.

Por último, se llega a la conclusión de que los vestidos de alta costura de los NSE A-B basan sus criterios de belleza en lo exclusivo y único. Mientras que en el caso de NSE D-E basan sus criterios en las modas del momento y en lo llamativo que puede ser el vestido.

Bibliografía

APEIM

2014 "Niveles socioeconómicos 2014". Lima. Consulta: 12 de Junio de 2015.

<<http://www.apeim.com.pe/wp-content/themes/apeim/docs/nse/APEIM-NSE-2014.pdf>>

VIA BODA: PORTAL PREMIUM DE NOVIAS

2015 Consulta: 12 de junio de 2015.

<<http://www.viaboda.com/El-Vestido-de-Novia/tipos-de-vestidos-de-novia-ideales-para-tu-cuerpo.html>>

ARELLANO MARKETING

2013 "Estilos de vida". Consulta: 12 de junio de 2015.

<<https://www.youtube.com/watch?v=3kldHZ2kNY8>>

Anexos

A) Entrevistas a novias

Para el desarrollo de la investigación se decidió entrevistar a dos participantes o novias que hayan pasado por la experiencia de comprar sus vestidos de novias en lugares parecidos, a los expuesto. Esto con el fin de ampliar el panorama del sentir de la novia al momento de elegir un vestido.

Las novias entrevistadas son Paola Campos Jimenez y Jackeline Cáceres Bugarin.

1) Paola Campos Jimenez

Dni: 44516163

Edad: 26 años

1. *¿Por qué escogió esta tienda (Novissima)?*
 - Porque me la recomendaron unas amigas, y porque me aseguraron que podría encontrar los mejores vestidos de alta costura ahí.
2. *¿Qué fue lo que le atrajo de la tienda?*
 - Los diseños exclusivo y el servicio de calidad que brinda la tienda
3. *¿Qué le motivó a realizar su búsqueda en este lugar?*
 - Los vestidos en su página web se veían lindos. Además una amiga encontró su vestido de novias aquí.
4. *En una sola palabra ¿Cómo usted describiría los vestidos que ofrece la tienda?*
 - Preciosos
5. *Al momento de escoger la tienda ¿Cómo realizo la elección del vestido?*
 - De acuerdo a los tipos de vestido más adecuados a mi cuerpo, tomando en consideración la recomendación de las vendedoras

6. *¿Cuáles son los factores que usted utilizó para encontrar el vestido perfecto?*
 - Tome en cuenta primero el Diseño, que me quedara bien el modelos. Y claro el precio.

7. *¿Cree usted que existe un reflejo de su personalidad en el vestido escogido? En el caso que fuera cierto ¿Cuáles serían las características en el vestido que reflejan dicho aspecto?*
 - Si, la simplicidad y delicadeza del vestido (no es muy recargado),

8. *¿Qué sentimientos aparecieron al realizar la búsqueda y elección del vestido?*
 - Alegría y nervios

9. *¿Cómo resumiría esta experiencia de selección de un vestido de novia?*
 - Emocionante. Tratar de buscar el vestido perfecto.

10. *¿Quiénes la acompañan? ¿Por qué?*
 - Mi mama y mis amigas. Por qué son las personas más cercanas que me pueden aconsejar el vestido. Además que son ellas las que me podrían decir sinceramente si me queda bien el vestido, pues conocen mis gustos y deseos.

11. *¿En qué medida el precio del vestido es importante en su elección?*
 - Siempre y cuando no sobrepase el presupuesto no es muy importante

12. *¿Qué es lo que espera usted del vestido?*
 - Que me quede bien: *Si*
 - Que otros me digan que me queda bien (¿Quiénes?): *Si, las personas que fueron conmigo a escoger el vestido*
 - Que sea cómodo: *Si*
 - Que sea el que imagine/soñé: *No mucho*

13. *¿Con cuánto tiempo de anticipación empezó la búsqueda de su vestido? ¿Por qué?*
 - 6 meses antes del matrimonio

14. *¿Te has preparado de alguna forma para la elección de tu vestido? (Dietas, ejercicios) ¿O estas buscando algo que se acomode a ti tal y como eres?*
 - Me he inscrito en el gimnasio y estoy haciendo dieta. Pero creo que el vestido se debe acomodar a mi figura actual.

15. *Si es que ya lo elegiste: ¿Sientes que será necesario cambiar tu rutina (temporalmente) para que el vestido te quede perfecto?*
 - Debería mantener mi rutina de ejercicios

16. *¿Cuántas pruebas piensas hacerte con el vestido (idealmente)?*
 - 3 pruebas

17. *Al elegir el vestido, o al ser persuadido, ¿pesa más su imaginación, cómo quiere recordar ese día?*

- Quiero tener un vestido en el que me vea linda pero que sea comodo y que se vea bien a lo largo de los años (no como una moda pasada)

18. *¿Cómo quisiera que los demás la vieran?*

- Como una princesa

2) Jackeline Cáceres Bugarin

DNI: 70435276

Edad: 26 años

1. *Para la elección del vestido, ¿de qué manera piensas seleccionar la tienda?*

- Como no estoy informada de las tiendas para novias, me he inscrito en Facebook en una página de “Feria de novios”, en esa feria elegiré la tienda en la cual comprare mi vestido.

2. *¿Cómo quisieras que fuera el vestido que escojas?*

- Que sea un vestido ligero, que no tenga una cola tan larga y de color perla.

3. *¿Cree usted que debe existir un reflejo de su personalidad en el vestido que escogerá? En el caso que fuera cierto ¿Cuáles serían las características en el vestido que reflejan dicho aspecto?*

- Que no sea muy escotado (soy recatada al vestirme) y que no sea tan pomposo (soy seria y formal)

4. *¿Cuáles son los factores que utilizará para encontrar el vestido perfecto? (dinero, cortes, telas, persona que lo diseña/venda)*

- El tipo de corte y el precio.

5. *¿En qué medida, el precio del vestido es importante en su elección?*

- Es importante porque es uno de los principales gastos dentro de la organización de una boda. El precio del “vestido” también debe incluir los accesorios y los zapatos.

6. *¿Qué es lo que espera usted del vestido?*

- Que me quede bien y que sea cómodo: ambas características son importantes, el día de la boda es un evento único y especial, la novia debe sentirse bien durante todas las horas que durara el evento.

7. *¿Con cuánto tiempo de anticipación crees que debe ser el ideal para la búsqueda de su vestido? ¿Por qué?*

- Entre 6 y 8 meses antes, porque la elaboración de un vestido toma su tiempo. Además la novia debe probarse el vestido en diversas ocasiones.

8. *¿Te has preparado/estás preparando de alguna forma para la elección de tu vestido? (Dietas, ejercicios) ¿O estas buscando algo que se acomode a ti tal y como eres?*

- Estoy buscando algo que se acomode a mí. Yo soy delgada y siempre hago ejercicio, no es algo que me preocupe.

9. *Al elegir el vestido, o al ser persuadido para la elección de éste, ¿pesa más su imaginación, es decir, cómo quiere recordar ese día?*

- No, el vestido de los sueños no existe, así que busco algo realista.

10. *¿Cómo quisiera que los demás la vieran con el vestido escogido?*

- Simplemente que me digan que hice una buena elección.

11. *¿Cuántas pruebas piensas hacerte con el vestido (idealmente)?*

- Unas dos pruebas.

12. *¿Quiénes te acompañarían en la elección del vestido? ¿Por qué?*

- Buscaré primas y amigas para que me den su apreciación.

B)Entrevistas a asesora de modas / modista

Para complementar la información recolectada, se entrevistó a una modista de vestidos de novia, quien nos permitió comprender algunos puntos importantes dentro de la investigación. La modista entrevista es Juana LLuén Guzmán.

1)Juana Leticia LLuén Guzmán

DNI: 03701080

Edad: 45 años

1. *¿A qué se dedica? ¿Desde cuándo?*

- A la confección de ropa, vestidos de fiesta, novias, conjuntos femeninos, blusas, pantalones, etc.
- Hace más de 25 años dedicada a este rubro.

2. *Cuéntanos sobre tu experiencia en relación a tu trabajo*

- Mi trabajo consiste en tener una relación directa con la persona que llega a mi casa (mi centro de labor) para poder saber en qué lo/la voy a ayudar según la molestia que tenga de su prenda. Me relaciono mucho con personas que buscan innovar su estilo, basándose un poco en la moda actual.

3. *En el ámbito de la confección (o diseño) de vestidos de novia ¿qué es lo más común que te piden las novias?*

- La moda actual, lo que llame la atención

4. *¿Consideras que las tendencias de moda tienen gran influencia sobre la elección de un vestido de novia?*

- Sí, porque toda novia escoge su propio vestido según su estilo, teniendo muy en cuenta la moda.

5. *¿Se podría decir que “lo que se considera bello”, con respecto a los vestidos, varían con el cambio de las tendencias de moda?*

- Sí, porque una novia siempre busca lucirse en el evento más importante de su vida teniendo en cuenta la moda actual.

6. *¿Qué consideras que es importante transmitir al momento de diseñar/confeccionar un vestido?*

- Que tenga un buen acabado y que resalten los detalles.

7. *¿Qué buscas ofrecer a la novia por medio de los vestidos que confeccionas?*

- Que se sienta cómoda y hermosa.

8. *¿Qué categorías emplearías para “analizar” un vestido? (cortes, calidad de las telas, detalles, etc)*

- Empezar por la calidad de tela, para facilitar el trabajo de los cortes y detalles.

9. *Los vestidos que diseñas ¿poseen algún sello particular? ¿algo que los haga únicos ante la novia?*

- No poseen algún sello particular, pero cada diseño es personalizado y exclusivo para la novia.

10. *¿Qué referencias usas para elaborar los vestidos?*

- Catálogos de Novias. Sí
- Revistas de Novias (Físicas). Sí
- Revistas online. No
- Páginas web de diseñadores. No
- Otros. No

C)Tipos de vestido

Para profundizar la investigación, se ha desarrollado un pequeño listado o catálogo de los diferentes tipos de vestidos de novia .



Tipo Sirena

También llamados estilo trompeta, tiene como fin acentuar una figura curvilínea, ya que se ciñen

completamente a tus curvas. Estos vestidos son ajustados en el tronco, y se ensancha de las rodillas hacia abajo.



Tipo Línea A

Este tipo de vestido de novia, también llamado vestido princesa, es uno de los favoritos de las novias, ya que se ajusta a varios estilos de cuerpo. Estos vestidos tienen faldas amplias en formas de "A", y son ligeramente entallados en la cintura.



Tipo Imperio

Los vestidos de novia tipo imperio se adecuan con facilidad a muchos tipos de cuerpo, por lo cual es otro de los favoritos de las novias. Posee una cintura alta, se ciñe justo abajo del busto, y su falda cae desde ésta en forma sofisticada.



Tipo Tubo

Los vestidos de novia tipo tubo caen de forma vertical desde los hombros hasta el piso. Estos vestidos tienden a abrazar la figura y acentua la silueta de la novia. Por lo general suele rozar el piso con delicadeza.