

UNIVERSIDAD DE VALLADOLID

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES JURÍDICAS Y DE LA
COMUNICACIÓN**



Universidad de Valladolid

**GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS
CURSO 2017-2018**

**Nuevas tendencias en organización de eventos: las
bodas**

Sofía López García

Tutor: María Merino Bobillo

Índice

Capítulo 1: Introducción

1.1 Justificación del tema.....	6
1.2 Metodología y objetivos del TFG.....	8

Capítulo 2 : Origen y evolución de los eventos

2.1 El concepto de evento y su desarrollo a lo largo de los años.....	11
2.2 Taxonomía de los eventos.....	13
2.3 Principios rectores para la organización de un evento	15
2.4 Nuevas tendencias en organización de eventos.....	21

Capítulo 3: Diferentes tipos de bodas y sus costumbres

3.1 Distintos tipos de bodas según las religiones y culturas.....	26
3.2 Significado de los principales ritos y símbolos de las bodas	31
3.3 Nuevas tendencias en organización de bodas.....	35
3.3.1 Decoración sostenible.....	35
3.3.2 Detalles para los invitados.....	36
3.3.3 La novia.....	37
3.3.4 Gestión de la ceremonia.....	38

Capítulo 4: Conclusiones.....39

Capítulo 5: Fuentes docomuetales.....44

Capítulo 6: Anexos.....47

Capítulo 1: Introducción

1.1 Justificación del tema

Para el desarrollo de este trabajo he elegido como tema la organización de eventos porque mi expectativa de futuro se encuentra dentro de las empresas que realizan este tipo de actividades. Me gustaría dedicarme a la organización de eventos y especialmente a la organización de bodas. Creo que es una profesión vocacional y muy diferente a otras. Requiere la identificación con los gustos, necesidades y deseos de los clientes. Eso exige un trato muy personal para conocerlos bien, comprenderles y poder responder a todas sus expectativas, de manera que pueden confiar con absoluta tranquilidad en nosotros y nuestros servicios para la celebración del evento.

A lo largo de este trabajo explicaré el mundo de la organización de eventos, cuáles son las directrices para organizarlos de manera eficiente y protocolaria basándome en expertos de protocolo, como por ejemplo María Teresa Otero Alvarado. Al mismo tiempo determinaremos cuáles son las tendencias actuales como, por ejemplo, el uso de las nuevas tecnologías. Para introducirnos en ello, iniciamos el trabajo con una revisión bibliográfica sobre la historia de las bodas, haremos una breve exposición de los diferentes rituales que se siguen dependiendo de la cultura y de la religión de los novios, y nos detendremos un poco más en los principales símbolos de las bodas católicas, por ser las más frecuentes en nuestro país.

Junto al interés personal, la elección de este tema para el TFG se justifica por la creciente importancia en los últimos años de la organización de eventos en todos los ámbitos y su presencia en las estrategias de comunicación de los departamentos de relaciones públicas. La comunicación se tiene que reinventar y buscar cada vez nuevos caminos para atraer la atención de sus públicos. En este contexto, los eventos son un elemento clave.

Hasta hace poco un cumpleaños o la celebración de un aniversario, era una simple reunión con amigos. Hoy en día estas fechas se han convertido en celebraciones cada vez más complejas, multitudinarias y que requieren de una planificación. Puede decirse

que en cada día importante en nuestras vidas invitamos a un evento. Según el Estudio de Mercado del año 2018 del grupo *Eventoplus* hay un claro crecimiento del mercado de eventos que se refleja en el número de actos que se organizan. Sin embargo, los presupuestos de cada uno de ellos no aumentan, es decir, hay más eventos, pero no más presupuesto para cada evento.

Tal ha sido el crecimiento del sector, que el grupo de Agencias de Eventos Españolas Asociadas, AEVEA, ha realizado *Informe sobre la situación actual de los eventos en España*¹. Este informe refleja los factores clave que se tienen en cuenta a la hora de contratar una agencia de eventos. El 98% considera que es la creatividad, en segundo lugar, con un 53% el equipo humano y, en tercer lugar, 51%, el precio.

En cuanto al tema que más concretamente nos ocupa, las bodas, en España se celebraron, según datos del INE, 68.769 bodas en el primer semestre del año pasado, el 2017. Los españoles gastan una media de 20.000 euros en su boda, siendo los canarios los que celebran las bodas más baratas, 12.473 euros, y los castellanomanchegos las más caras ya que la media asciende a 32.537 euros. Según el V Monitor anual Adecco sobre salarios 2017 el sueldo medio bruto mensual de los españoles se encuentra en torno a los 1.636 euros por lo que para la celebración de su boda una pareja necesitaría el salario completo de seis meses.

La edad media de las bodas en España es de 30 años y la diferencia de edad media entre contrayentes de tres, aunque la más repetida es de un año entre la pareja. Gradualmente se está incrementando la edad media de los contrayentes y es un dato a tener en cuenta. A más edad, mayor madurez y más capacidad de decisión, la pareja invita a más amigos propios y menos amigos de los padres lo que reduce la edad de los invitados.

“Nos encontramos ante un mercado que poco a poco se vuelve más heterogéneo, consecuencia del incremento de la edad media de los clientes, que provoca que afronten la boda en momentos vitales más variados” (Torrecilla, 2017, p.21)

¹ Anexo 1

En relación con el florecimiento de empresas que organizan eventos, otro dato que es interesante destacar es la existencia de un elevado número de parejas que no dispone de tiempo para organizar todos los avatares que supone la celebración de su boda, pero que tienen un nivel de ingresos medio-alto que les permite contratar los servicios de una agencia especializada en ello, como sucede cada vez más. (Torrecilla, 2017)

1.2 Metodología y objetivos del TFG

Para el desarrollo de este TFG he partido de recursos disponibles como libros, tesis, artículos académicos y páginas web relacionadas con la temática expuesta. He llevado a cabo una investigación amplia sobre el tema, aunque desde el punto de vista académico son pocos los profesionales que han escrito acerca de la organización de bodas. Por ello, he tenido que recurrir a una investigación más periodística, rastreando la actualidad en un gran número de blogs y páginas webs que tratan sobre cómo organizar una boda. Tanto la lectura bibliográfica como la investigación sobre la praxis profesional a través de internet me han permitido una visión global del asunto y he podido obtener datos que iré ofreciendo de manera sintetizada y unida en un relato en los diferentes puntos que conforman este trabajo.

Uno de los resultados de todo ese estudio ha sido el poder definir cuáles son las últimas tendencias en la organización de eventos y concretamente en la de bodas. Del análisis de las principales páginas web del sector, he seleccionado análisis de cinco empresas dedicadas a la organización de eventos: Eventísimo, EDT eventos, Eventoplus, Ineventos y Skyline eventos. Eventísimo, EDT eventos, Ineventos y Skyline eventos. Las cuatro primeras son las mejor valoradas en el sector eventos, mientras que Eventoplus es un portal que premia a los mejores eventos de cada año, organiza una feria, conecta proveedores con organizadores, etc.

En cuanto al análisis de las páginas web y en concreto a la organización de bodas, he seleccionado 10: www.bodas.net, www.zankyous.es, www.elblogdeunanovia.com, www.bodaeventos.es, www.labodaquequieras.es, www.bodasdecuento.com, www.peoniaseventos.com, www.luciasecasa.es, www.noskasamos.com y

www.champagnesupernovia.com. La elección se justifica porque, tras el análisis de muchas webs, he considerado que son las más completas en cuanto al contenido y las más mencionadas en artículos y revistas especializadas del sector. La mayoría están enfocadas al público femenino, al que dedican una gran variedad de contenidos sobre cómo elegir el mejor maquillaje o el vestido y ofrecen un gran número de consejos para la ceremonia y la fiesta. Todas las webs disponen de un apartado en el que explican cuáles son las tendencias actuales e informan sobre un gran número de proveedores que ofrecen esos servicios.

En un tercer momento, mi trabajo se concreta en un análisis de la organización de eventos en general y particularmente de bodas en España. Explicaremos brevemente el origen de algunas de las tradiciones que se siguen guardando hoy, en muchos casos de manera natural, aunque su significado es más profundo u originario.

Los objetivos del trabajo son:

- Conocer, a través de la revisión bibliográfica, los principios rectores sobre cómo tiene que llevarse a cabo cualquier tipo de evento protocolario.
- Determinar cuáles son las últimas tendencias en organización de bodas y en organización de eventos
- Investigar sobre cómo es la organización de las bodas en España, teniendo en cuenta que las tradiciones y la cultura de los contrayentes es un factor clave a la hora de su planificación.

Todo trabajo me ha servido lo he podido realizar gracias los conocimientos aprendidos a lo largo de la titulación en Publicidad y Relaciones Públicas.

Capítulo 2: Origen y evolución de los eventos

2.1 El concepto de evento y su desarrollo a lo largo de los años

El concepto de evento proviene del latín *eventus* y según el Diccionario de la Real Academia Española (RAE, 2017) tiene tres acepciones principales. En la primera sería un suceso importante y programado, de índole social, académico, artístico o deportivo. La segunda hace referencia a una eventualidad, hecho imprevisto, que puede acaecer. La tercera define el evento simplemente como algo que sucede. La primera acepción es la que encajaría con el trabajo que vamos a desarrollar, pues la segunda no prevé la planificación y la tercera es excesivamente global.

El evento como “suceso importante y programado, de índole social, académico, artístico o deportivo”, se remonta a la antigüedad, cuando los pueblos celebraban sus cultos a los antepasados o a los dioses, sus justas, fiestas, etc. Máximos exponentes de ellos son las olimpiadas en Grecia y los juegos con gladiadores en Roma. La grandeza de aquellos acontecimientos era tal, que han llegado a nuestros días hasta las colosales construcciones que levantaron para acogerlos: estadios, circos, anfiteatros, coliseos. Podemos sostener que los eventos nacen de la necesidad que tenemos de reunirnos con gente semejante a nosotros y de pertenecer a algún colectivo, de esta forma este proceso ha ido evolucionando poco a poco hasta convertirse en la industria que es hoy en día (Morrow, 1997).

El desarrollo de los eventos en la época contemporánea tiene como fecha clave 1851, tras la Revolución Industrial, cuando Inglaterra necesitaba demostrar al mundo su gran potencial y conquistar nuevos mercados. Al príncipe Alberto, esposo de la reina Victoria, se le ocurrió celebrar una Exposición Universal que mostrara al mundo los nuevos inventos y avances de la nueva era industrial. Esta exposición, celebrada en Londres y conocida vulgarmente como la “Expo del Cristal Palace” es considerado el primer evento de la historia.

Dos años más tarde, los mismos expositores, se quiso organizar otra edición en Nueva York, pero fracasó, por lo que hasta 1889 no se inauguró la segunda exposición universal

de la historia. Tuvo lugar en París y a la Torre Eiffel como elemento de atracción principal, aunque en un primer momento sufrió un enorme rechazo social y pocos defendían el proyecto. Se acordó que sería desmontada al año siguiente de su construcción, pero el ejército francés descubrió que era un lugar privilegiado para colocar antenas y equipos de radio y por ello la conservaron. Hoy es un símbolo indiscutible de Francia y especialmente de los parisinos.

Estas dos exposiciones están consideradas los antecedentes de lo que conocemos como organización de eventos hoy en día. Por lo tanto, podemos afirmar que la organización de eventos nace de la búsqueda, por parte de las empresas, de herramientas para comunicarse con su público. A finales de los 90 en España había muy pocas que las utilizaran con ese fin (Torrents, 2005) pero poco a poco se empezaron a incorporar en las estrategias de relaciones públicas y actualmente se han hecho indispensables en su comunicación,

“Las ceremonias que conforman estos acontecimientos especiales han constituido desde la más remota antigüedad la gran mayoría de las acciones de relaciones públicas emprendidas a lo largo de la historia, y esta circunstancia ha supuesto la identificación de su gestión con la disciplina en sí misma, tanto por parte de la sociedad en general como por algunos analistas que confunden o identifican la parte con el todo. Del mismo modo que se identifica periodismo con comunicación, las relaciones públicas han sido y siguen siendo sinónimo de organización de actos, hasta el punto de citarse a sus profesionales en ciertos foros como los de las *BBC* (bodas, bautizos y comuniones)” (Otero Alvarado, 2009, p.30)

En los últimos años la organización de eventos se ha consolidado como una industria más y se ha convertido en una importante estrategia de negocio para las empresas porque otorga prestigio y consigue una gran repercusión social.

2. 2. Taxonomía de eventos

El mundo de los eventos es muy amplio y variado, existen muchas clases y diferenciarlos es el punto de partida para su correcta organización. Según Sánchez Jijena (2010), podemos distinguir cuatro grandes campos de acción de los eventos: empresariales, culturales, académicos y formativos, deportivos y sociales. Su ámbito de actuación define al mismo tiempo su finalidad:

- Los empresariales son aquellos con relevancia pública y cuyo fin es algún tipo de interés económico. Dentro de estos cabe destacar los más relevantes:

-Congreso: reunión entre un grupo de personas con los mismos intereses en el cual intercambian opiniones para tomar decisiones, resolver problemas...

-Ferias y exposiciones: permiten a las empresas mostrar sus productos, darse a conocer y demostrar su éxito

-Workshop: es un taller en el que un grupo de personas de un mismo ámbito son formadas sobre un determinado tema de manera intensiva.

-Desayuno de trabajo: se trata de reuniones orientadas a fomentar el diálogo sobre un tema de actualidad mediante debates e intercambio de opiniones. Su duración es de dos horas aproximadamente

-Seminario: reunión con naturaleza técnica o académica con el objetivo de estudiar de manera profunda una determinada materia, llevando a cabo trabajos de investigación, análisis... suelen durar varios días.

-Jornadas: días dedicados a realizar cursos, conferencias... los asistentes participan con los profesionales y suelen finalizar con la realización de talleres acerca del tema tratado

-Lanzamientos de producto: Acto que se realiza para presentar un producto nuevo. En él se discute su eficacia, utilidad y contribución a la sociedad.

-Rueda de negocios: son reuniones de empresas con el objetivo de realizar negocios conjuntos y promover contactos entre sí.

-Entregas de premios: se realizan para homenajear a trabajadores que han alcanzado grandes logros o han mostrado un gran compromiso con la empresa.

-Simposio: reunión en la que profesionales abordan un tema de interés, para finalizar haciendo una recopilación y síntesis del mismo.

- En los eventos culturales, académicos y formativos se transmiten mensajes cuyo fin es incrementar el conocimiento de quienes participan.

- Los eventos deportivos se realizan de manera esporádica y tienen repercusiones positivas en el lugar donde se llevan a cabo: turísticas, económicas, políticas...

- Eventos sociales: tienen como objetivo reunirse, bien sea para celebrar alegrías o compartir tristezas. Están enfocados hacia el ámbito familiar o privado y buscan impulsar los contactos entre personas y grupos. Entre ellos encontramos bautizos, comuniones, cumpleaños, aniversarios etc. Es el apartado donde se clasifican las bodas.

Sánchez Jijena (2009) distingue cuatro tipos de bodas:

a. Muy formales:

- Se celebran por la tarde-noche
- La misa es larga y la recepción se realiza en una sala de fiestas
- El banquete es elaborado, con productos gourmet y un maridaje acorde con el menú
- La ropa de los invitados es de rigurosa etiqueta.

b. Formales:

- Puede celebrarse de día o de noche
- La recepción puede llevarse a cabo en un hotel, jardín, finca...
- En el banquete no pasa de cuatro servicios y se incluye solo un tipo de vino
- La ropa de los invitados es formal

c. Semiformales:

- Puede ser de día o de noche
- Se realiza en un jardín o en una casa particular
- El banquete es de 3 servicios y con un solo tipo de vino
- La ropa de los invitados es de tipo coctel.

d. Informales:

- Estilo relajado
- Buffet sencillo
- Ropa de los invitados informal

Actualmente el tipo de bodas que se realizan no siguen un patrón concreto. Son una fusión de los cuatro tipos citados por Sánchez, R. J. (2009). Podemos encontrarnos bodas realizadas en un jardín de noche, con un banquete de seis servicios y en las cuales los invitados lleven ropa informal.

2.3 Principios rectores para la organización de un evento

Desde una perspectiva profesional y académica, todo acto protocolario debe regirse por 10 principios rectores y según la normativa vigente en España, Otero Alvarado (2009). Estos explican los distintos pasos que se deben seguir para la correcta planificación estratégica de las ceremonias y para dotar de coherencia al evento. Se trata de una guía práctica para su correcta organización, aunque no todos los actos pueden ni deben ceñirse rigurosamente a ella. Pasamos a describir cada uno de ellos:

Designación de la titularidad del evento

La naturaleza de un acto lo atribuye siempre el organizador y los medios utilizados para llevarlo a cabo y no su carácter, ni la categoría de los asistentes. Anteriormente hemos clasificado los eventos en función de su ámbito y objetivo –empresariales, culturales, académicos y formativos, deportivos y sociales– pero si tenemos que clasificarlos de manera científica, la naturaleza de un acto lo atribuye siempre el organizador y los medios utilizados para llevarlo a cabo y no su carácter, ni la categoría de los asistentes. De este modo, la primera clasificación se haría entre si se trata de un acto oficial o no oficial:

-Actos oficiales: hay que aplicar el Real Decreto 2099/1983 que establece la Ley General de Precedencias del Estado. Se clasifican en dos bloques:

-De carácter general: organizados por instituciones del Estado. Se trata de conmemoraciones o acontecimientos nacionales, de las autonomías provinciales o locales. Las autoridades se organizan como ordene el Real Decreto.

-De carácter especial: correspondientes al ámbito específico de las distintas instituciones. Las autoridades se ordenan según el Real Decreto, pero de acuerdo con la normativa específica, sus tradiciones y sus costumbres.

-Actos no oficiales: mayor flexibilidad y capacidad de gestión

Definición del carácter del acto

Una vez identificado el emisor y que tipo de medios van a utilizarse, hay que definir qué tipo de acto se va a realizar. En cada uno, las organizaciones y las circunstancias son diferentes por ello hay que determinar las variables que se deben tener en cuenta ante la lista de posibilidades.

Para que se realice con éxito, los responsables del evento deben tener en cuenta todos los elementos antes de empezar con la organización.

En el caso de las bodas, por ejemplo, debemos determinar si los novios quieren una boda muy formal, formal, semiformal o informal, Sánchez, R. J. (2009), o una fusión de todos los tipos.

Identificación de los objetivos a alcanzar

Algo primordial a la hora de la organización de un acto es fijar los objetivos que queremos conseguir, estos pueden ser:

- Crear notoriedad en los medios de comunicación
- Aumentar la popularidad de las organizaciones
- Rendir un homenaje a un alto cargo
- Conmemorar un acontecimiento
- Sellar un acuerdo o alianza
- La declaración de nuevas políticas
- Presentación de nuevos directivos
- Dar a conocer nuevos productos
- Inaugurar instalaciones o servicios
- Provocar una reacción en la competencia

Una vez fijados los objetivos se puede determinar el éxito o el fracaso del evento dependiendo de distintos factores, como pueden ser:

- El número de asistentes al acto
- La repercusión del evento en los medios de comunicación
- El aumento de la popularidad
- Las opiniones y críticas sobre el acontecimiento

El objetivo de una boda sería el de sellar una alianza para posteriormente conmemorar el acontecimiento y el éxito del evento dependería del nivel de satisfacción de los invitados.

Definición del mensaje a transmitir

Una vez establecidos los objetivos hay que concretar el mensaje que se va a transmitir con claridad. Para ello hay que prestar atención a:

-El material de comunicación verbal oral y escrito: como son los carteles, memorias, invitaciones, folletos... ha de repasarse tanto el estilo como la legibilidad y redacción de estos.

-La definición espaciotemporal de comunicación no verbal: ceremonial, etiqueta y protocolo. Elección del tema en torno al que va a girar la decoración del evento, el tipo de música, las presidencias...

Además, siempre hay que ser consciente de la finalidad del acto para concretar de manera más eficiente el mensaje a transmitir.

Enumeración de personas e instituciones que han de acudir y a qué niveles

Hay que saber quiénes son los públicos y a quién nos dirigimos, tanto internos como externos, qué grado de importancia tiene cada uno, si son principales o secundarios y

en qué condición vienen, si son particulares, representantes de alguna personalidad o institución, por compromiso... y, por último, determinar su ubicación según el protocolo.

En el caso de las bodas, no hablaríamos de públicos sino de invitados. La costumbre es que se coloquen en una mesa presidencial los contrayentes y los padres de ambos y el resto según el criterio de los anfitriones, los novios.

Armonización entre anfitriónazgo, presidencia y presidencias

En las bodas los anfitriones son los novios y por ello serán los encargados del coste de la celebración, para Fuente Lafuente (2007): “Todo acto tiene un anfitrión a quien corresponde asumir la responsabilidad organizadora, convocar a los posibles invitados, recibirlos y despedirlos. Y, desde luego, hacerse cargo generalmente de los gastos que implique su celebración”.

Las responsabilidades básicas del anfitrión son:

- Ejecutivas: promueve y convoca el acto, ordena a los asistentes, marca el inicio y el final, ostenta la presidencia y concede los turnos y cierra las intervenciones.
- De comunicación: supervisa el proceso comunicativo y se encarga de la articulación del mensaje.
- De atención institucional: contacto, recepción y despedida de los invitados.

La figura que ocupa la presidencia es la persona más importante de la ceremonia, por ello siempre será la autoridad que la organiza, salvo que acuda un invitado de honor. En este caso será el que presida el acto y el anfitrión se colocará en el lugar inmediato a la presidencia. La distribución de los puestos de las demás autoridades se hará según las precedencias. Si coinciden varias personas del mismo rango se impondrá siempre la de la propia residencia del lugar donde se desarrolla el evento.

En las bodas la mesa presidencial suele estar ocupada por los novios y sus padres. En las mesas más cercanas se coloca a los familiares más próximos, como hermanos y abuelos

y el resto de los invitados se distribuyen de acuerdo con el criterio y gusto del anfitrión (Sánchez Jijena, 2009).

Elección del lugar y tiempos de la ceremonia

A la hora de elegir el lugar donde se va a desarrollar el acto es importante no olvidar que lo mejor es moverse en un entorno conocido o propio, pues otorgará grandes ventajas organizativas.

Por otro lado, debemos valorar todos los factores que puedan influir a la hora de fijar la fecha y hora del evento. Hay que evitar coincidir con otras actividades similares o competidoras, así como con eventos deportivos o culturales que muevan a grandes masas. También hay que tener en cuenta el horario laboral de nuestros invitados potenciales, las costumbres del lugar de celebración, etc.

Las bodas católicas en España se celebraban por tradición en la parroquia de la novia, pero esta costumbre cada vez es menos común y los novios eligen el lugar de la ceremonia siguiendo su deseo personal, gusto, conveniencia, o por cualquier razón personal. Es importante tener en cuenta que acudir a templos que estén de moda en ese momento requiere prever la boda con mucha antelación, pues al estar muy solicitadas su disponibilidad es menor (Sánchez González, 2011).

Distribución de los espacios y tiempos

El organizador del evento debe utilizar el espacio como si se tratase de un plató, otorgando a cada lugar un ambiente diferente para que los asistentes sean capaces de diferenciarlos y asociarlos con su determinada función. Para ello puede utilizar diferentes recursos como son la iluminación, distintos tipos de asientos, los colores...

Además, hay que tener en cuenta el principio de jerarquización que establece las categorías necesarias para la correcta ubicación de elementos y personas. Esta jerarquización puede ser:

- Material: la que ordena símbolos e instrumentos
- Personal: la que ordena personas dentro de los espacios que se establecen (autoridades, público...)

Para que haya una jerarquía unos tienen que estar antes y otros después en la sucesión de un orden a partir de un primero. La presidencia del acto es lo que representa esta centralidad en el espacio y en el tiempo.

Los turnos de palabra también deben estar jerarquizados. El último que hace uso de la palabra en un acto es el presidente o anfitrión, la máxima autoridad.

Aplicación de los criterios sistemáticos de ordenación

Todo acto debe atender a unos criterios de ordenación que garanticen la imagen institucional ante posibles acusaciones de favoritismo por parte de aquellos asistentes que no estén satisfechos con su ubicación en el evento. En los actos oficiales los criterios de ordenación están regulados por las normativas estatales, autonómicas y locales, en los no oficiales se regulará según la normativa interna, si esta no existe, se ordenará a los asistentes de la manera que mejor beneficia a la organización (orden alfabético, volumen de facturación, antigüedad...).

Evaluación

Para terminar, se deberá realizar un análisis del acto ya realizado, para elaborar un dossier que servirá como guía para ocasiones futuras. Este puede incluir puntos como:

- Listado de asistentes e invitados potenciales
- Documentos emitidos para el evento (nota de prensa, invitación...)
- Guion del acto

- Gráfico de presidencias
- Documentación audiovisual
- Noticias aparecidas en medios
- Otros detalles de interés

2.3 Nuevas tendencias en organización de eventos

La organización de eventos ha estado formada siempre por un triángulo en cuyos vértices se situaban la comunicación, la seguridad y el protocolo. En los últimos años este triángulo ha dado paso a un cuadrado con un nuevo e importante punto: la creatividad. Se deben conjugar estos cuatro vértices a la hora de organizar un acto para conciliar y afrontar las exigencias de todas las vertientes.

Cada vez son más las empresas que optan por realizar eventos por los innumerables beneficios que estos aportan. En España cada año se celebran miles y la industria se ve obligada a explotar su creatividad con nuevas técnicas para destacar por encima de los demás. Tras la investigación de las distintas páginas web del sector, he llegado a la conclusión de que las tendencias actuales en organización de eventos son las siguientes:

-Utilización de las redes sociales: hoy un evento no es lo mismo sin las redes sociales. Estas forman parte del día a día de todo ciudadano en los países desarrollados y por ello son una poderosa herramienta para promocionar los actos. Según el último informe de la Asociación para la investigación de Medios de Comunicación (marzo, 2018), el 85,6% de los internautas españoles utilizan Facebook y el 47,1% Instagram. Además, ha aumentado considerablemente el número de personas que pasan más de una hora al día (15.7%) y más de dos (15.2%) en las redes sociales.

TIEMPO DEDICADO AL DÍA A LAS REDES SOCIALES (%)

BASE: ACCEDEN A UNA RED SOCIAL ÚLT. 30 DÍAS



Ilustración 1 Fuente: AIMC

Algunas de las formas más eficaces de sacarlas partido son:

-Utilización de hashtags: estos se han convertido en los últimos años en una gran herramienta para la creación de contenido y el aumento de la participación de los usuarios. Twitter fue la primera red social que los utilizó y tuvo tanto éxito que poco a poco los fueron introduciendo el resto de las redes sociales. Crear un hashtag para que se utilice en todas las redes sociales el día del evento es una gran idea. Colocarlo en todas las publicaciones que colguemos relacionadas con el evento hará ganar alcance en la marca, aumentar la presencia, que sea más fácil para las personas encontrar contenido y ofrecerá la posibilidad de que los usuarios creen también contenido.

-Producir un vídeo con imágenes de los eventos anteriores, con buenos efectos especiales y una música acorde al evento, animará a la gente a asistir. Para que alcance a un mayor número de personas debemos subirlo a nuestras redes sociales, así como a las principales plataformas de videos (YouTube y Vimeo). Antes de crearlo tendremos que tener en cuenta cuál es nuestro público objetivo.

-Utilizar testimonios reales de los asistentes al evento en años anteriores también es una buena forma de incitar a la gente a participar. Las

declaraciones favorables sobre los ponentes o el evento en general son una muestra de la eficacia del acto y debemos aprovecharlas. Una buena forma es creando imágenes con las citas y comentarios para que luego sean compartidas por Redes Sociales. Este tipo de imagen también se pueden realizar con citas relevantes de los propios ponentes para conseguir una mayor exposición.

-Desarrollar una *app* para el evento. Según la *Global meeting and events forecast 2018*², el uso de las aplicaciones antes, durante y después del evento crecerá durante 2018 en todas las regiones, siendo Europa la región con el crecimiento más acusado. La principal función de las aplicaciones móviles es facilitar información concreta acerca de un tema al usuario. Creando una *app* para nuestro evento lo que conseguiremos es fidelizar nuestra imagen de marca y que los participantes puedan tener toda la información del evento condensada y a un solo click. También podemos utilizarla para que los usuarios conozcan en vivo datos acerca de cómo se está desarrollando el evento, curiosidades o perfiles de los asistentes.

-Personalización. Personalizar el evento es el factor más importante si queremos que sea recordado, aquí es donde mejor se va a ver reflejada la creatividad. Hoy en día no vale con organizar un evento convencional, las personas ya empiezan a estar saturadas de tantos eventos y la mayoría de las veces no captan los mensajes que se quieren transmitir porque encuentran todos parecidos. La creatividad tiene que adquirir un sentido y formar parte del mensaje que queremos transmitir, para ello hay que conocer muy bien la misión, visión y valores de marca para que la decoración, el entorno, los colores... la reflejen perfectamente.

-Eventos híbridos: ofrecen de manera simultánea experiencias físicas y virtuales. Son una gran solución para evitar problemas a la gente que no pueda asistir físicamente a ellos. El objetivo de estos eventos es el ahorro de costes para los organizadores, que el alcance sea mayor y el impacto que generen más duradero. Por ello cada vez son más las empresas que apuestan por este tipo de eventos.

² Estudio realizado por la empresa American Express Meetings and Events sobre el turismo de reuniones, incentivos, congresos y exposiciones.

-Influencers: la presencia de un influencer a un acto no es ninguna novedad, pero en los últimos años el número ha aumentado e incluso se ha profesionalizado el concepto. Su asistencia hará que aumente el impacto del evento y con ello la notoriedad de marca. Debemos conseguir que el sujeto disfrute del evento para que posteriormente transmita su experiencia en las redes sociales de manera natural. Hay que centrarse en los influencers que sean de nuestro sector, aquellos que a sus seguidores les interesen nuestros productos o servicios. También hay que tener cuidado, porque los errores también serán transmitidos.

-Sostenibilidad: un evento sostenible es el que se organiza pensando en minimizar al máximo posible los impactos negativos que su celebración pueda causar en el medio ambiente. En una sociedad cada vez más preocupada por el medio ambiente debemos crear eventos que lo respeten ya que esto puede influir en las percepciones de los asistentes.

Capítulo 3. Diferentes tipos de bodas y sus costumbres

3.1 Distintos tipos de bodas según las religiones y culturas

Según el Diccionario de la Real Academia Española (RAE, 2017) una boda es “la ceremonia mediante la cual se unen en matrimonio dos personas y la fiesta con que la que se celebra” Y define matrimonio como la “unión de hombre y mujer, concertada mediante ciertos ritos o formalidades legales, para establecer y mantener una comunidad de vida e intereses”. Se trata pues de un acto público, por el que se establece una unión particular de vida y que establece deberes y derechos. Lo que nos interesa de la definición es que el acto requiere unas formalidades legales, unos ritos, y que eso se realiza de manera pública y en un clima de fiesta, de compartir y de celebración.

El mundo de las bodas se encuentra rodeado de cantidad de costumbres y simbolismos que al tiempo que se conservan, se van actualizando con el paso de los años. Muchas de las prácticas que hoy en día se siguen realizando en las bodas provienen de culturas muy diferentes (Coontz, 2009). Vamos a acercarnos de manera somera a algunas de ellas.

Católicas

Las bodas católicas son las más comunes en España. Su celebración tiene lugar en una Iglesia pues para los católicos es uno de sus siete sacramentos, por lo que suele realizarse dentro de la ceremonia de la Misa³, oficiada por un sacerdote. Este se convierte en el testigo cualificado del matrimonio, pero no es el que casa, como comúnmente se dice, sino que los actores principales son el hombre y la mujer, que se casan al dar su consentimiento libre. Al expresar en voz alta su consentimiento, todos los asistentes son testigos de la nueva comunidad de vida que comienza. La pareja es la que confecciona el sacramento del matrimonio, según el término técnico empleado por el Derecho Canónico. Ello implica que parte principal y fundamental de la boda es cuanto

³ El 73,4% son ceremonias religiosas con Misa completa. Por lo tanto, la importancia de los ritos y las tradiciones sigue vigente y debe ser tenida en cuenta por el sector de la organización de eventos (Torrecilla, 2017).

acontece alrededor de la celebración del sacramento. De ahí nacen las diferentes costumbres que se explican más adelante.

Según Sánchez González (2011), toda boda católica comienza con una petición de mano⁴ en la cual las familias de los novios se conocen, suele realizarse unos meses antes de casarse y la organizan los padres de la novia. Esta petición suele consistir en una comida, cena o una reunión festiva en la que se ofrece algo de comida y bebida. En la petición de mano, el novio regala el anillo de compromiso a su prometida y la novia le obsequia con otro tipo de regalo, como un reloj, una corbata... según los gustos y posibilidades económicas de cada caso.

A la hora de celebrar la boda, lo primero es elegir en qué lugar se va a celebrar y luego la fecha. La ceremonia puede ser de mañana o de tarde.

Cuando se ha decidido día y lugar, se diseñan y envían las invitaciones⁵ con los datos de la ceremonia y del posterior banquete. El diseño de la invitación refleja el estilo de la boda y la personalidad de los novios. Se debe enviar unos meses antes de la celebración e incluir los datos para la confirmación de asistencia

Los invitados suelen obsequiar con regalos a los novios. Estos ofrecen listas de bodas, que indican sus gustos y necesidades. Al mismo tiempo, con este sistema se evita que los regalos se repitan cada vez es más común que se realicen. Por otro lado, los novios también harán entrega de un obsequio a sus invitados durante el banquete como recuerdo de la boda.

El acto en la iglesia los invitados van llegando y el novio entra acompañado de la madrina, para esperar en el altar a su futura esposa que llegará acompañada del padrino y entrará al templo en último lugar. La colocación ante el altar es madrina-novia-novio-padrino.

El rito del matrimonio consta de tres actos:

⁴ En la actualidad en España solo el 9% celebran la pedida de mano con sus padres (Torrecilla, 2017)

⁵ Un 84,1% de las bodas cuenta con invitaciones de boda impresas, mientras que las invitaciones digitales ya alcanzan el 13,4% de las bodas. (Torrecilla, 2017)

-La monición: el sacerdote aclama el deseo de los novios de contraer matrimonio ante los ojos de Dios.

-El escrutinio: los novios asienten a las preguntas de si han decidido contraer matrimonio de manera libre, con la voluntad de guardarse fidelidad y de cumplir las obligaciones del matrimonio.

-El consentimiento: es el acto principal de la ceremonia. Tras manifestar su libre consentimiento y entrega mutua, se intercambian los anillos y se entregan las arras.

Tras el consentimiento se da paso a la comunión, primero de los novios y después del resto. Luego se da paso a una oración, el sacerdote da la bendición final y los novios y testigos firman el acto matrimonial.

Ortodoxas

Se trata de una ceremonia muy similar a la católica. Antes de que comience la ceremonia el sacerdote se viste con la vestimenta correspondiente a los ministros de la iglesia ortodoxa, que llaman la atención por su riqueza ornamental y prepara la ofrenda.

Además de los anillos, también se intercambian unas coronas que simbolizan que los novios son los dueños del gobierno de sus vidas, según el libro Génesis.

Después el matrimonio da tres vueltas al altar, lo cual simboliza a la Santísima Trinidad, de especial devoción entre los ortodoxos, y significa la eternidad de la unión. (Sánchez González, 2009)

Judías

Entre las características de las bodas judías destacan algunos ritos de purificación que realizan los novios los días previos a la boda: el ayuno, y el baño de purificación espiritual que se da la novia antes de la ceremonia.

Por otro lado, según la normativa rabínica “halajá” el matrimonio no puede celebrarse si no han pasado siete días desde el último periodo de la mujer porque durante el mismo, según la cultura, están prohibidas las relaciones sexuales. (Diaz-Mas, 2008)

Lo habitual es que la boda se celebre en la casa de la familia del novio y no en la sinagoga. El encargado de casarlos es un rabino, quien anuncia las condiciones del contrato de matrimonio judío.

Al igual que en las bodas católicas se intercambian los anillos y tras una serie de bendiciones sefardíes, en el caso de los judíos en España, el novio rompe con el pie una copa envuelta en un pañuelo, que simboliza la virginidad de la mujer.

Gitanas

Las bodas gitanas duran tres días. Durante el primero se realiza la prueba del pañuelo a la novia para comprobar su virginidad, en el segundo se celebra la boda y el banquete en el cual la novia baila sobre los brazos del novio mientras los invitados hombres ofrecen billetes a la pareja. En el tercer día se vuelve a celebrar un banquete al que denominan fiesta de la sardina y en el cual participa toda la comunidad gitana (Torres Fernández, 1991)

Hoy en día la elección de la pareja es en la mayoría de los casos libre, pero los padres suelen recomendar sobre cuál sería la más acertada. (Sánchez González, 2009)

Hindúes

Las bodas hindúes son muy ricas en colores y rituales que simbolizan la unión de dos familias. Son los padres de la novia los que eligen el marido para su hija, el matrimonio por amor no está autorizado por la religión.

El brahmán oficia la ceremonia que consta de tres partes: ofrenda al fuego sagrado, unión verdadera en marido y mujer y rito de las siete vueltas al fuego sagrado (Sánchez González, 2009). Las novias suelen vestir de rojo y el novio en algodón y con bordados

Todos los hombres el día antes a la boda y acompañados de su familia y amigos, deben realizar el ritual “*Barat*”, un paseo a caballo hasta la casa de su futura esposa, lo cual simboliza el respeto y la futura unión entre ambas familias.

Durante la ceremonia se prende fuego en un contenedor en el interior del “*Mandapa*”⁶, y frente a él mismo los novios realizarán sus promesas y se intercambiarán guirnaldas de flores.

“Una vez casados, los novios reciben la “lluvia” de arroz como símbolo de prosperidad” (Sánchez González, 2011 p.61)

Chinas

Para los chinos el matrimonio, junto con el nacimiento y la muerte, forma parte de los tres eventos más importantes de la vida. Se suelen casar por amor, aunque siguen existiendo los matrimonios de conveniencia en ciertas zonas rurales.

Entre algunas de las costumbres está la de que la familia del novio lleve a casa de la prometida cajas de color rojo que contienen “*milk money*”⁷ o que la novia realice la llamada “despedida” donde se reúne con sus amigas para llorar por la pérdida de su familia y amigos al dejar la casa familiar. (Sánchez González, 2009)

No suelen ser ceremonias ostentosas si no formas parte de una familia con poder. Toda la ceremonia gira en torno al color rojo, ya que en la cultura oriental lo asocian con la suerte. Es de este color desde el sobre donde los invitados entregan el dinero a los novios hasta el vestido de la mayoría de las invitadas.

Budistas

La religión budista no cuenta con ningún rito matrimonial, celebran lo que denominan la bendición de la pareja que gira en torno a un marco muy espiritual.

⁶ Sala o pabellón exterior sostenido por columnas propia de la arquitectura india empleada para rituales públicos.

⁷ Dinero para compartir alimentos

La ceremonia es dirigida por monjes que previamente han analizado las cartas astrales de los novios, estos se colocan en una postura denominada “*wai*” para recibir la bendición del monje.

Para finalizar se ofrece comida al dios Buda y a los monjes y se unge a los novios de polen y agua sagrada.

Árabes

Como en otras culturas, simbolizan más la unión entre dos familias que entre los novios. Suelen durar de tres a siete días, tres de ellos utilizados para que las féminas de la familia cubran a la novia las manos y los pies con tatuajes de henna que representan amor, prosperidad y fertilidad.

Son fiestas muy coloridas donde abunda la comida típica y los dulces y en las cuales el foco de atención es la mujer a la que honran para hacerla digna del hombre.

Durante la ceremonia la madre del novio entrega a su futura nuera una bandeja con pan, leche y llaves, como símbolo de bienvenida y abundancia.

Tras el enlace, el novio recoge a su esposa con un caballo para llevarla a su nuevo hogar.

3.2 Significado de los principales ritos y símbolos de las bodas

El anillo

El anillo o alianza representa el compromiso entre los novios. El círculo simboliza lo perfecto, y al no tener ni principio ni fin, la eternidad. También es símbolo del centro, el inicio de nuevas aventuras y experiencias (Sánchez Jijena, 2009) En algunas culturas también se cree que los anillos deben ser completamente lisos para que no haya obstáculos en el matrimonio.

Se coloca en el dedo anular porque, según San Isidoro⁸, ahí se encuentra una vena que conduce directamente al corazón.

El vestido blanco

El origen del color blanco en el vestido de la novia data de 1840, cuando la reina Victoria lo utilizó para casarse. No fue la primera novia en usar un vestido blanco, pero sí la pionera en la realeza. El blanco en el vestido de la novia era un símbolo de poder económico y estatus social, solo las novias de las familias con poder vestían de este color. Con el tiempo se ha convertido en un símbolo de la pureza y la castidad de la novia, aunque hoy en día haya perdido este sentido en la mayoría de los casos. En algunos países de EEUU o Inglaterra, las novias se visten de amarillo, color que identifican con la abundancia y el dios del amor.

Respecto a los demás invitados, el protocolo dice que el novio nunca debe ir de esmoquin y el padrino debe de ir vestido igual que él, pero de distinto color, para no hacerle sombra. La madrina llevará vestido corto, si el novio lleva traje y largo, si el novio se pone chaqué⁹. En cuanto a los invitados lo tradicional es que los hombres lleven traje oscuro y las mujeres vayan de corto, si la boda es de día, o de largo, si es de noche. Ni la madrina ni las invitadas irán de blanco, ya que es el color que está reservado a la novia y nadie puede hacerla sombra en su gran día. Se sigue manteniendo la tradición de que el novio no vea el vestido de su mujer hasta el día de la ceremonia (Sánchez González, 2011).

El velo

La tradición se remonta a la antigua Roma, donde tapaban a las novias porque pensaban que podían atraer a malos espíritus y un velo de un color vibrante los alejaba. En la Edad

⁸ Arzobispo de Sevilla, s.VI.

⁹ Se trata de una prenda que gana adeptos a medida que aumenta la renta, de un 5% a casi un 30% (Torrecilla, 2017)

Media el color del velo paso a un segundo plano y se empezó a dar valor a los detalles y riqueza de la tela, ya que eran estos los que mostraban el poder adquisitivo de la familia.

En la cultura oriental la novia lo llevaba para tapar su rostro y ser descubierta por primera vez por su novio en el altar, mientras que en el norte de Europa llevaban velo aquellas mujeres que habían sido secuestradas por sus maridos.

En la época victoriana era una muestra de estatus social y riqueza, pero hoy en día se trata de un símbolo de respeto a Dios y de pureza en las ceremonias cristianas, en muchas ocasiones la novia usa un velo de doble capa para que el novio se lo retire cuando sea entregada en el altar por su padre.

En algunas culturas el color del velo también ha sido utilizado para representar la condición de la novia:

- Azul: la Virgen María. Pureza, castidad.

- Amarillo: la virginidad mantenida.

- Negro: representa a Mahoma o a la celebración de una boda después de haber enviudado.

Tras el intercambio de arras, sería el momento de levantar el velo de la novia, pero se suele hacer a su llegada al altar (Sánchez González, 2011)

El ramo

La tradición del ramo nace en el s. XIV por la peste negra. Este ramo estaba hecho con hojas de eneldo y ajo con el fin de sobrevivir, alejar a los malos espíritus y atraer a la buena suerte.

En la Edad Media se hacían los ramos con flores de fuerte olor, como las de azahar. Las bodas solían celebrarse en los meses de más calor y esta era una forma de esconder el olor corporal de la novia, que llevaba vestidos recargados.

Tras el enlace, algunas novias más devotas ofrecen el ramo a la Virgen para pedirle protección. También es costumbre que el ramo se lance a las invitadas y la que tenga la suerte de cogerlo es para ella una señal de que será la próxima en casarse. Esto se

empezó a hacer porque siglos atrás era costumbre que las mujeres solteras quitasen flores del ramo a la novia como amuleto de la suerte y esta, en muchos casos, acababa golpeada.

Las arras

Se trata de 13 monedas, una por cada mes del año y otra para compartir con los pobres. Con un valor histórico o sentimental que simbolizan la concesión de bienes para el matrimonio (Sánchez González, 2011).

Antiguamente eran un símbolo del premio a la novia por su virginidad y de la fidelidad y del compromiso del novio en el matrimonio (Sánchez González, 2011). A España esta costumbre llegó en la Edad Media.

Hoy en día se entregan tras el intercambio de los anillos y son un símbolo de que el dinero nunca supondrá un problema en la relación y siempre se compartirán todos los bienes, por pequeños que sean.

Las suelen llevar al altar niños cercanos a los novios, como pueden ser sobrinos, hijos de amigos íntimos..., en una pequeña cesta o bandeja. Si no hay niños en la boda son los padrinos quienes entregaran las arras al sacerdote.

La luna de miel

El nombre de “luna de miel” se remonta a una tradición del siglo V en la cual los novios bebían un preparado llamado hidromiel durante la noche de bodas, creyendo que, por sus propiedades afrodisíacas, ayudaría a la mujer a quedarse embarazada.

El inicio de esta costumbre parece que se encuentra en el s. XIX en Gran Bretaña, donde los novios viajaban tras la boda para visitar a aquellos familiares que no habían podido asistir a la ceremonia. No lo hacían solos, sino acompañados de amigos y familia. Hay datos de que, en la década de 1870, los libros dedicados a la organización de bodas recomendaban a la pareja realizar un viaje para disfrutar de su nueva vida. (Cepeda, 2016)

En España este viaje es algo a lo que renuncian aquellas parejas cuya renta no se lo permite, pero sigue siendo un imprescindible en la mayoría de los casos, ya que el 91% de los recién casados lo realizan (Torrecilla, 2017).

3.3 Nuevas tendencias en organización de bodas

Las conclusiones de las tendencias actuales en la organización de bodas tras la investigación son las siguientes:

3.3.1 Decoración sostenible

A pesar de que la tecnología cada vez gane más adeptos en todos los ámbitos, lo natural se ha puesto de moda en los últimos años. Cada vez es mayor el número de personas que toman conciencia de lo ecológico y de los problemas medioambientales actuales y esto es algo que también se observa en la decoración de las bodas. Los expertos dicen que la conciencia ecológica no se trata de una moda, sino de una actitud. Se ve reflejado en varios aspectos, como en el diseño de las invitaciones hechas con papel reciclado o la utilización de elementos naturales como la madera, los asientos de paja o las flores¹⁰, grandes protagonistas que han ido adquiriendo fuerza en los últimos años. Siempre se han utilizado, pero su uso se ha incrementado porque las bodas ambientadas en la naturaleza están de moda y las flores son un elemento decorativo que dota de frescura todo el entorno donde se desarrolle la ceremonia. Se pueden incluir como adornos en las puertas, en las lámparas, en centros de mesa, etc. Van marcadas por la época del año en la que se celebre la boda, porque el objetivo de las bodas ecológicas es potenciar el producto de temporada y de la zona.

Por otra parte, elegir un color temático para la boda puede ser la clave para conseguir un efecto visual espectacular en decoración porque cada color expresa una emoción. Va

¹⁰ Casi la mitad de las bodas incluye flores en la decoración, independientemente del precio o nivel de la boda. En la mayoría de los casos el coste de la floristería está por debajo de los 500 euros (Torrecilla, 2017)

a predominar sobre todo el ultravioleta¹¹, pero también tomarán protagonismo los colores neutros o pastel.

La que ya algunos expertos en organización de bodas han denominado como “pizarramania” seguirá siendo tendencia. Utilizar pizarras en el photocall y para indicar a los invitados donde sentarse o cuál es el menú es una manera original y útil de que los invitados estén informados de todo el desarrollo de la boda. Además, el uso de las piedras es un elemento natural que ayuda a enriquecer la decoración.

Las guirnaldas, los globos y los farolillos también serán protagonistas en la decoración de las bodas. Se trata de elementos económicos y sencillos, pero muy fáciles de personalizar y de integrar en la decoración de la ceremonia.

3.3.2 Detalles para los invitados

Cuando una pareja celebra su boda quiere que sus invitados disfruten de su celebración y agradecerles su asistencia. En el 95% de las bodas los anfitriones entregaron algún detalle a los invitados. (Torrecilla, 2017). Actualmente no basta con el típico obsequio que dan los padrinos al final del banquete. Hoy en día las bodas están llenas de infinidad de detalles. Si se realizan en verano, se aconseja colocar abanicos para combatir el calor o pequeñas mantas si se realiza en invierno, cubre tacones si el coctel es en un jardín... Además, existen infinidad de maneras para que la ceremonia se convierta en todo un recuerdo, las más utilizadas son las siguientes:

-*Candy bar* son una tendencia cada vez más popular en las bodas. Consiste en una variedad de dulces y golosinas personalizados y colocados en varios tamaños de envases de vidrio que se exponen en una mesa decorada. Pueden estar envueltos de manera individual o con una pinzas o cucharas en cada envase que permite a los invitados que rellenen cajitas o bolsas, para consumirlos en la ceremonia o llevárselos de recuerdo a sus casas.

¹¹ Color del año según Pantone.

-*Beauty corner*: son rincones de belleza donde se habilita un tocador con coloretos, maquillaje, sombras y todos los productos para que las invitadas se puedan retocar durante la celebración. También se suelen incluir pañuelos, toallitas refrescantes o pequeñas muestras de colonia para aquellas invitadas que quieran encontrarse perfectas en todo momento.

-Kits de supervivencia: se trata de pequeñas cajas o bolsas que contienen utensilios que pueden venir bien durante algún momento de la boda. Pueden incluir tiritas, chicles, algún ibuprofeno o paracetamol, horquillas, un paquete de pañuelos...

3.3.3 La novia

El maquillaje y el peinado¹² natural en forma de recogido elegante o trenzas deshechas con detalles de flores naturales son las nuevas tendencias para las novias

Las novias tradicionales han dejado poco a poco pase a las que les gusta arriesgar con un vestido original¹³. Las espaldas al aire, escotadas o transparentes son una de las tendencias que predominará en los vestidos de novia. También tendrán protagonismo las faldas con mucho vuelo y de tul y los hombros al aire, estilo *boho*¹⁴. El velo está dejando paso a las capas con detalles de encaje y pedrería y a los velos-manga, que sustituyen a los tradicionales. También algunos grandes diseñadores como Cherubina¹⁵ quieren que las novias dejen a un lado el vestido tradicional para dar paso al de dos piezas o al pantalón y lo han dejado reflejado en sus desfiles.

En cuanto al gasto de los trajes, antes muchas mujeres guardaban su vestido de novia con la ilusión de que algún día lo podrían utilizar sus hijas, concepto que se ha quedado obsoleto, porque si algo queda claro a raíz de análisis de las webs especializadas en temas nupciales es que las modas cambian año tras año. Hoy en día ya existen portales especializados en la compra y venta de vestidos de segunda mano, una de las más

¹² El coste medio del maquillaje y peluquería de la novia es de 230€. (Torrecilla, 2017)

¹³ Pese a que las novias quieren ser cada vez más originales a la hora de la elección de su vestido, el blanco es el color elegido para el 90%, independiente de la renta (Torrecilla, 2017)

¹⁴ Estilo que se adopta cuando una persona es capaz de tomar riesgos a la hora de vestirse, combinar prendas inesperadas con movimiento y grandes accesorios.

¹⁵ Firma de moda sevillana.

conocidas es www.nuptialista.com y venden esta opción como la más recomendable a la hora de recuperar dinero tras la celebración. Una muestra más del negocio que supone casarse en la actualidad.

Por otro lado, uno de los cambios más radicales en los estilismos de las nuevas novias se ve en los zapatos. Cada vez son más las que apuestan por calzado cómodo con el que aguantar toda la celebración, a la vez que son muchas las que usan un zapato de color que resalte con el blanco del vestido y que pueda volver a ponerse en otra ocasión.

3.3.4 Gestión de la ceremonia

Cada vez son más las parejas que optan por la contratación de una wedding planner que se encargue de toda la organización de la ceremonia, especialmente en casos en los cuales los contrayentes no dispongan de tiempo para organizar la ceremonia por diversos motivos o simplemente, dispongan de un nivel adquisitivo que les permita contratar a un especialista.

También han aparecido diversas páginas especializada en la creación de una página web o una aplicación para la boda. Partiendo de la idea de que cada vez recurrimos más a la tecnología para buscar información de cualquier tipo, hay empresas que se dedican a la creación de una página web personalizada de cada boda para que los invitados tengan acceso a todos los detalles de la ceremonia. En ella los novios pueden poner toda la información que crean que es conveniente acerca del evento, desde un horario con las distintas actividades que van a realizar durante el enlace, un número de cuenta para que los invitados realicen su regalo en efectivo o una lista de deseos para ayudar a los invitados a elegir el regalo de bodas.

Capítulo 4: Conclusiones

Mi interés por el mundo de los eventos ha sido clave para llevar a cabo este trabajo ya que he tenido la oportunidad de trabajar en un gran evento, los Premios Platino del cine Iberoamericano 2017, realizando tareas de organización y protocolo. Fue una experiencia única que me hizo ver hacia donde quería enfocar mi futuro profesional.

Con esta investigación he podido comprobar que la tecnología ha modificado la forma de organización de los actos. Ahora está presente durante toda su planificación, desarrollo y difusión y gracias a ella se desarrolla de una manera mucho más exhaustiva y eficiente. El principal objetivo de la comunicación es conectar la marca con el público. Animar a los asistentes a utilizar hashtags, o a usar las redes sociales son claves empleadas hoy en día en todo tipo de eventos.

También, cabe destacar que la sostenibilidad es uno de los criterios que se tienen en cuenta en la planificación de eventos. Cada vez tenemos más conciencia de que somos dependientes de la naturaleza y que debemos cuidarla, esto queda reflejado en la organización de los actos, que se realizan intentando contaminar lo menos posible y maximizando todos los recursos. En el caso de las bodas, la utilización de elementos naturales en decoración o el uso de piezas que puedan ser reutilizadas también es muestra de que la conciencia ecológica ha llegado al sector.

Por otro lado, la expansión de los medios de comunicación masivos ha contribuido a que se adopten costumbres y hábitos de otros países, especialmente de EE. UU. La idea de crear una página web para la boda o una lista de regalos son conceptos que hemos adquirido gracias a la popularización de estas prácticas en España. Las nuevas tecnologías han contribuido a una mayor globalización de la sociedad y los medios masivos como la televisión han acercado costumbres de los distintos países a las clases más populares.

Enfocándome en el mundo de las bodas, tras el análisis de las páginas web puedo afirmar que este sector ha despuntado en los últimos años. Como he señalado en un principio, en España se gastan unos 20.000€ de media en una boda. El sector nupcial se ha modernizado, ahora se busca la originalidad en los variados aspectos de la celebración y evidentemente esta creatividad supone un coste añadido a todos los elementos que

conforman la ceremonia. Existen portales que ofrecen todo tipo de servicios para la organización de la ceremonia y hay un gran número de emprendedores que han sacado partido a todo lo que conlleva la organización de un enlace. Existen páginas de compraventa de vestidos de segunda mano, otras dedicadas a realizar dulces personalizados para el enlace o en crear aplicaciones para el evento, etc.

Las bodas, pues, han pasado a ser objeto de negocio por lo que han surgido empresas que se dedican tanto directa como indirectamente a la creación, producción y distribución de productos para el sector nupcial. No lo es, en cambio, para los novios, pues en ocasiones se baraja la idea de que sacan beneficios económicos de la celebración, algo que puedo rebatir. La mayoría de las webs coinciden en que la cantidad de dinero que se da a los novios por asistir al enlace debe cubrir los gastos del cubierto y un “poco más”. La media de dinero que se regala es de 150€ y, según la investigación realizada por Torrecilla, en Castilla y León el coste medio por invitado es de 161,9€. Si a esto añadimos el coste de los trajes, más la decoración, las invitaciones, etc., se puede afirmar que en la mayoría de los casos los novios no ganan dinero casándose, más bien al contrario, tienen que desembolsar una cantidad importante.

En cuanto a las nuevas tendencias tanto de la organización de eventos en general como de las bodas en particular, el cambio, el desarrollo y la adaptación a nuevas modas es una constante en el sector. Tanto la tecnología como la personalización y la sostenibilidad son las máximas sobre las que se está apoyando la comunicación en los últimos años.

En definitiva, los eventos se han convertido en una característica de nuestro tiempo, tanto para las empresas, marcas y todo tipo de organizaciones que los ponen en marcha para conseguir determinados objetivos de comunicación, como para los particulares. La tendencia apunta a que el crecimiento del sector para el mundo profesional va a seguir en auge. Y lo mismo sucederá con los eventos de las personas particulares, pues a través de ellos se cubre la necesidad innata de celebrar algo, como es el caso de las bodas que hemos tratado. Se convierten estos actos en un medio socialización privilegiado, como expresión de parte de nuestro instinto básico de supervivencia y de conectar con otros

para sentirnos seguros y protegidos. Poco a poco, se van incorporando al modo de celebrar la mayoría de los acontecimientos de nuestra vida. Con ellos reflejamos nuestras inquietudes y buscamos que los asistentes participen de ellas. Por todo esto, los profesionales del sector deben conseguir plasmar las personalidad y emociones de cada uno de los clientes en todos los detalles de la organización, para que se identifiquen con sus objetivos comunicacionales y emocionales.

Capítulo 6: Fuentes documentales

Bibliografía

Coontz, S. (2009) Historia del matrimonio: Editorial Gedisa. Disponible en: <https://docs.google.com/viewer?a=v&pid=sites&srcid=ZGVmYXVsdGRvbWFpbnpbnZlc3RpZ2FuZG9wYXJhbGFhY2Npb258Z3g6MWU1MDkwYTkwoDRmZTgx>

Fuente Lafuente, C. (2005). Manual práctico para la organización de eventos. Madrid, España: Ediciones Protocolo

Fuente Lafuente, C. (2007) Protocolo para eventos: técnicas de organización de actos I: Editorial Protocolo

Marín Calahorro, F. (1997). Fundamentos del protocolo en la comunicación institucional. Madrid: Síntesis

Morrow S. (1997) The art of the show: an introduction to the study of exposition management: IAEM Foundation.

Otero Alvarado, M. (2009). Protocolo y organización de eventos. Barcelona, España: Editorial UOC.

Otero Alvarado, M (2000). Teoría y estructura del ceremonial y el protocolo. Sevilla: Mergablum.

Sánchez González, D. (2011). Fundamentos del ceremonial y del protocolo. Madrid: Síntesis.

Sánchez Jijena R. (2009) Organización de bodas: guía práctica para profesionales y novios, Editorial Nobuko, Buenos Aires

Sánchez Jijena R. (2010). Cómo organizar eventos con éxito. Buenos Aires: Ugerman editor

Torrecilla, C. (2017) Libro imprescindible de las bodas: Bodas.net. Disponible en: [http://proxymy.esade.edu/gd/facultybio/publicos/1499338409640 Libro imprescindible de las bodas.pdf](http://proxymy.esade.edu/gd/facultybio/publicos/1499338409640_Libro_imprescindible_de_las_bodas.pdf)

Torres Fernández, A. (1991) Vivencias gitanas. Barcelona: Instituto Romani.

Webgrafía

Campos G. (2018) El Estudio de Mercado 2018 del Grupo Eventoplus reclama el valor estratégico de los eventos. Blog de Gloria Campos. Recuperado de: <http://www.gloriacampos.me/estudio-de-mercado-2018-del-grupo-eventoplus/>

Campos García, J. y Flores Osoros, L. (2016). Tesis.usat.edu.pe. Disponible en: http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/776/3/TL_CamposGarciaJesus_FloresOsor_esLucia.pdf

Cepeda M. (2016) This Is the Real Reason We Go on Honeymoons. Countryliving. Recuperado de: <https://www.countryliving.com/life/travel/a38889/history-of-honeymoons/>

Colino (2018) Las 9 tendencias de novia que tienes que saber si te casas en 2018: tendencias.com. Disponible en: <https://www.tendencias.com/novias/las-9-tendencias-de-novia-que-tienes-que-saber-si-te-casas-en-2018>

Debayle, M. (2018). Las historias ocultas del matrimonio. Martha Debayle. Disponible en: <http://www.marthadebayle.com/v2/especialistasv2/elisa-queijeiro-especialistas-2/las-historias-ocultas-detras-del-matrimonio/>

DÍAZ-MAS, Paloma (2008). "Las prendas de la novia: canciones de boda en la tradición judía sefardí". En Actas del Curso "Folklore, literatura e indumentaria", pp. 159-173. Disponible en: <http://www.proyectos.cchs.csic.es/sefardiweb/node/20>

Editorial, p. (2018). Celebraciones nupciales Las bodas y sus reglas. Protocolo y Etiqueta. Disponible en: <https://www.protocolo.org/social/bodas/>

Instituto Nacional de Estadística (2018) Matrimonios celebrados en España. Primer semestre año 2017. Recuperado de: http://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176999&menu=ultiDatos&idp=1254735573002

Jordá, J. (2018) 10 Tendencias en decoración en bodas 2018. Judith Jordá. Disponible en: <https://judithjorda.com/10-tendencias-decoracion-bodas-2018/>

Márquez, L. (2018) 17 tendencias y estilos de boda que veremos en 2018 (y que nunca pasarán de moda): bodas.net. Disponible en: <https://www.bodas.net/articulos/17-tendencias-y-estilos-de-boda-que-veremos-en-2018-y-que-nunca-pasaran-de-moda--c4342>

Ortega Nuere, C. e Izaguirre Casado, M. (2010) Los eventos: funciones y tendencias: Universidad de Deusto. Disponible en: http://www.deusto-publicaciones.es/ud/openaccess/ocio/pdfs_ocio/ocio39.pdf

Padilla, A.P. (2018) 10 tendencias de boda 2018: todas las claves para una celebración muy TOP: zankyou.es. Disponible en: <https://www.zankyou.es/p/tendencias-de-boda-2018#10>

Real Academia Española. (2017). Diccionario de la lengua española. Consultado en: <http://www.rae.es/rae.html>

Sierra Jaramillo, S. y Ramírez Morales, X. (2013). Repository.uniminuto.edu. Disponible en: http://repository.uniminuto.edu:8080/xmlui/bitstream/handle/10656/3565/TEPRO_SierraJaramilloSilvia_2013.pdf?sequence=1

Capítulo 7: Anexos

ANEXO1