



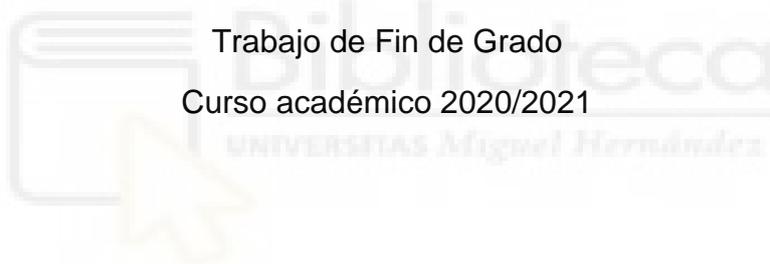
UNIVERSITAS
Miguel Hernández

Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Elche

Grado en Comunicación Audiovisual

Trabajo de Fin de Grado

Curso académico 2020/2021



Trabajo Fin de Grado:

Diseño editorial e identidad corporativa de una revista de moda: Realización de caso práctico ficticio.

Trabajo de experimentación realizado por el alumno Francisco Diego Andreu Gomis para la obtención del título del Grado en Comunicación Audiovisual bajo la tutorización del profesor Dr. Vicente Javier Pérez Valero.

INDICE

1. RESUMEN Y PALABRAS CLAVE	Pág. 2
2. INTRODUCCIÓN	Pág. 3
3. OBJETIVOS	Pág. 4
4. ESTADO DE LA CUESTIÓN	Pág. 5
4.1. Historia del diseño editorial.....	Pág. 6
4.1.1 La imprenta de Gutenberg	Pág. 7
4.1.2 La linotipia y la monotipia.....	Pág. 7
4.1.3 El diseño editorial y la era de la digitalización.....	Pág. 9
4.2 Las revistas de moda	Pág. 9
4.2.1 La tipografía en las revistas de moda	Pág. 10
4.2.2 El color en las revistas de moda	Pág. 11
5. METODOLOGÍA	Pág. 11
5.1. Primera fase: Elección y enfoque del tema	Pág. 11
5.2. Segunda fase: Investigación y análisis	Pág. 12
5.3. Tercera fase: Preproducción	Pág. 14
5.4. Cuarta fase: Producción	Pág. 17
5.4.1. Sesiones de fotos.....	Pág. 17
5.4.2. Maquetación.....	Pág. 18
6. RESULTADOS	Pág. 18
7. CONCLUSIONES	Pág. 22
8. BIBLIOGRAFÍA	Pág. 24
9. ÍNDICE DE FIGURAS	Pág. 25
10. ANEXOS	Pág. 26

1. RESUMEN Y PALABRAS CLAVE

Resumen:

En este Trabajo Final de Grado encontraremos un estudio previo sobre el diseño editorial y los elementos que lo componen. En concreto, se centra en el análisis del diseño de las revistas de moda.

A su vez, pretende hacer una crítica, en cuanto a la semejanza de contenido y forma que tienen actualmente este tipo de revistas especializadas.

Para dicha crítica, se presenta un prototipo de revista de moda, diseñado en su totalidad por los integrantes de este TFG, que pretende seguir el mismo modelo que el resto de las que se encuentran en el mercado.

Como referentes y objeto de estudio, se han tenido a las revistas Vogue, Cosmopolitan, Elle, Glamour y Telva.

Palabras clave: Diseño editorial; Indesign; maquetación; moda; revista; publicidad.

Abstract:

This Bachelor thesis will start by making a preliminary study of the editorial design and the elements and traits that conform it. It will specifically focus on the analysis of the design of fashion magazines.

Furthermore, the study intends to level criticism at the similarity of content and form these types of specialized magazines currently have.

This criticism will be directed by means of presenting a prototype of a magazine that has been designed from scratch and follows the same model as most fashion magazines on the market.

Vogue, Cosmopolitan, Elle, Glamor and Telva have been taken as reference and object of study.

Key words: Editorial design; Indesign; layout; style; magazine; advertising.

2. INTRODUCCIÓN:

El Trabajo de Final de Grado que a continuación se presenta, surge de la necesidad de crear una pieza de diseño donde poder plasmar las habilidades profesionales adquiridas a lo largo del grado.

Este proyecto recoge el proceso seguido para recreación de un prototipo de revista de moda. Para ello, se ha tenido que hacer una investigación del diseño editorial y la identidad corporativa en las revistas de moda españolas, centrándose en algunas de las que más éxito tienen, según un estudio de Statista¹.

Las revistas escogidas para este previo estudio han sido, en orden de más lectoras, Vogue, Cosmopolitan, Elle, Glamour y Telva, revistas especializadas en la industria de la moda y dirigidas al público femenino.

Una vez concluido el estudio de contenido y forma, se diseña y maqueta un número de una revista ficticia que tiene como referencia las tendencias gráficas utilizadas por las revistas elegidas como referentes.

Asimismo, el proyecto por una parte intenta hacer una sátira a la publicidad en cuanto a los nombres de las marcas de moda y belleza. Y por otra, pretende criticar la similitud de contenido y forma de las revistas de moda a partir de la utilización de una misma modelo para todas sus fotografías.

¹ Statista es un portal de estadística en línea que pone al alcance de los usuarios datos de estudios de mercado y estadísticas oficiales. En el año 2020, las 15 revistas femeninas con más lectoras fueron: Pronto, Hola, Lecturas, Diez Minutos, Vogue, Cosmopolitan, Semana, Elle, Mi bebé y yo, Micasa, Glamour, Cuore, Telva, Clara y Casa diez.

3. OBJETIVOS

El objetivo fundamental de este trabajo es producir una revista donde demostrar, a través de un solo proyecto, las diferentes habilidades y capacidades en cuanto a la elaboración de piezas de diseño gráfico. Además, como objetivo conceptual, el trabajo tiene la meta de satirizar la semejanza de contenido entre las revistas de moda españolas más exitosas.

Otros objetivos más específicos a los que se intentará llegar en este trabajo son:

- Investigar acerca del diseño editorial en revistas dedicadas a la moda en España, teniendo como referencia a Vogue, Cosmopolitan, Elle, Glamour y Telva. Así como encontrar inspiración para realizar la identidad gráfica y el diseño del proyecto.
- Analizar y experimentar sobre el proceso de producción en el diseño editorial.
- Profundizar en el manejo de la herramienta de composición digital de páginas, Adobe Indesign.



4. ESTADO DE LA CUESTIÓN

En la actualidad, la moda representa unos de los pilares fundamentales de la sociedad y la cultura centrada en la imagen. Y es que, esta se puede percibir como un instrumento para proyectar lo aspiracional de cada país, a la vez de una estructuración social. Además, reflejamos nuestra propia identidad a través de la moda, por lo que se podría decir que esta se ha convertido en una manera de comunicarnos con el mundo que nos rodea.

Según Carmen Abad (2011), la moda nació, en las cortes europeas en el siglo XIV, con el inicio del capitalismo y el crecimiento de las ciudades. Desde sus principios, la moda estuvo íntimamente ligada con el lujo, pensada como un vehículo para mostrar el poder socioeconómico de las personas, perteneciendo a una clase u otra dependiendo de las prendas llevadas o los materiales utilizados.

El Renacimiento jugó un papel muy importante para la concepción de la indumentaria, ya que se pretendía reflejar los sentimientos de ostentación e individualismo de la época, a través de ella.

Con la llegada del siglo XVIII, en Francia, se empieza a dar nombre a los profesionales de la costura y se comienza a utilizar el término «alta costura». La moda comienza a popularizarse, aunque para las mujeres burguesas se les imponía llevar vestimentas que se centraban en la belleza y no en la comodidad. Además, se seguía entendiendo a la moda como una manera de simbolizar a la clase social en la que se encontraba la persona.

Tras la Revolución Francesa, se demanda una nueva forma de vestir, por parte de Josefina Bonaparte, para dejar atrás las vestimentas incómodas y para semejar más a las clases bajas. Dicha demanda fue necesaria ya que aparentar ser de la aristocracia creaba un sentimiento de rechazo.

Durante los siglos XIX y XX, nos encontramos con un periodo conocido como la *Belle Époque*, caracterizado por la prosperidad económica y social de las naciones.

Según Manuel Álvarez (2015), nace una nueva estética impulsada desde Francia que tuvo influencias en el arte, la arquitectura, la música y la vida cotidiana. París se alzó como capital mundial del arte y la cultura.

Con los cambios sociales acontecidos a lo largo de los siglos XIX y XX, la vestimenta fue perdiendo el significado de distinción y poder y el mercado de la moda se abre a nuevos consumidores como lo eran las clases media y baja.

La estética del vestir se evidenció con más fuerza ya que era más fácil seguir los cánones estipulados. Esto fue apoyado por los medios de difusión y comunicación, universalizaban, y lo siguen haciendo en la actualidad, cada novedad lanzada por un diseñador o por un grupo empresarial (Mendoza; 2010:136).

Actualmente, según un estudio realizado por Forbes, la industria de la moda mueve aproximadamente unos 2,2 billones de euros en el mundo y se ven involucradas unas 75 millones de personas, la mayoría de ellas, mujeres. Como hemos podido comprobar, este sector no ha parado de crecer y de traer consigo diferentes profesiones como: modelaje, patronaje, Ingeniería textil, fotografía, diseño gráfico...

En cuanto al diseño gráfico, la moda tiene una estrecha relación con este. Estas dos disciplinas, se complementan para conseguir el objetivo de atrapar la atención de los consumidores. Centrándonos en una de las ramas del diseño, el diseño editorial y la moda triunfan en la actualidad gracias a la creación de números de revistas femeninas.

4.1 Historia del diseño editorial

Cuando hablamos de diseño editorial, nos referimos a la especialidad en la maquetación y composición de piezas compuestas por texto y elementos gráficos. El germen de esta disciplina se remonta a muchos siglos atrás, cuando los egipcios plasmaban sus jeroglíficos en los papiros. Dichos papiros, la mayoría de las veces trataban mensajes religiosos y exaltaciones a faraones. Para su escritura, se extraía de la planta *Cyberus papyrus* unas tiras finas que dejaban en remojo y se tardaba días para poder utilizarlo.

Posteriormente, en China, se utilizaba el método de la xilografía, en el que se tintaban bloques de madera tallados para luego presionarlos sobre hojas de papel. Cada bloque, correspondía a una página por lo que el tiempo que se dedicaba era bastante considerable.

4.1.1 La imprenta de Gutenberg

En el siglo XV, el alemán Johannes Gutenberg revolucionó la producción múltiple de textos. La innovación más significativa fue la creación de caracteres independientes tallados en metal, llamados tipos móviles, que podían combinarse para crear diferentes palabras.

Con el invento de Gutenberg, se fundían el alfabeto en letra gótica para que se pareciera más al texto manuscrito. Las líneas y columnas se componían en una galera al gusto que se quería imprimir. Una vez hecha la impresión, el iluminador añadía las letras capitulares y dibujos con color.

Con este descubrimiento, se redujo el tiempo de impresión y sus costes. Además, fue la primera vez en la que dos libros eran totalmente idénticos. Es por ello, por lo que se dice que Gutenberg sentó las bases de lo que hoy en día conocemos como imprenta.

4.1.2 La linotipia y la monotipia

Con el paso del tiempo, surgieron nuevas necesidades en la imprenta. Se necesitaban nuevos avances para aumentar las copias y modificar la manera en la que se producía.

Anteriormente, con Gutenberg, la preparación de tipos era manual por lo que se perdía demasiado tiempo en componer cada página. “A partir de la Revolución Industrial, las artes gráficas empezaban a ser impulsadas por la mecanización. Si bien, los cambios no alcanzarían su cúspide hasta el siglo XIX” (Garrido, Rodríguez y García; 2015:1).

En 1884, Ottmar Mergenthaler, inventa la linotipia. Esta máquina, tenía un teclado similar al de las máquinas de escribir. Su funcionamiento era simple, se pulsaba una tecla y un molde descendía para juntarse con otras letras y

espacios. Cuando la línea estaba completa, descendía y comenzaba su fundición en metal, convirtiéndose en un lingote.

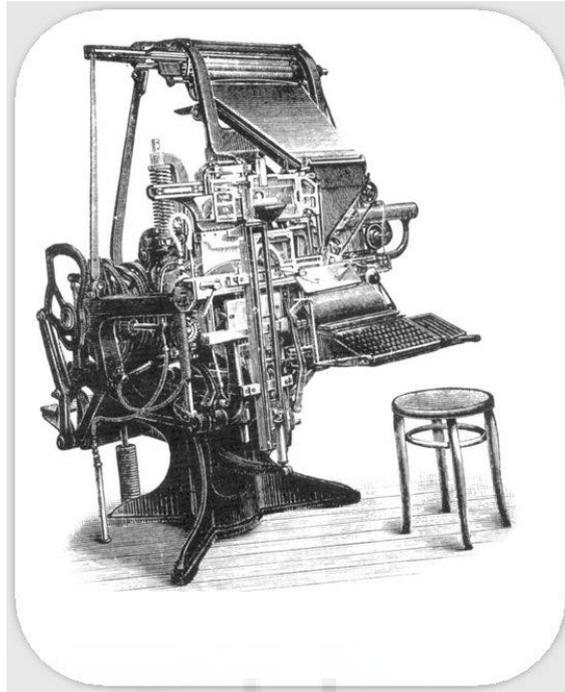


Figura 1. Máquina linotipia. Extraída de la página <https://n9.cl/qiwfe>

En 1887, Tolbert Lanston, inventa la monotipia. Esta maquina utilizaba un teclado similar al de la linotipia y producía una tira de papel con agujeros. Posteriormente, la tira de papel se pasaba por la fundidora y se iba traduciendo cada agujero con cada una de las letras del abecedario. Por cada agujero, se desplegaba un molde que correspondía a la letra que se fundía. Finalmente, las letras, de manera individual, iban pasando a un componedor.

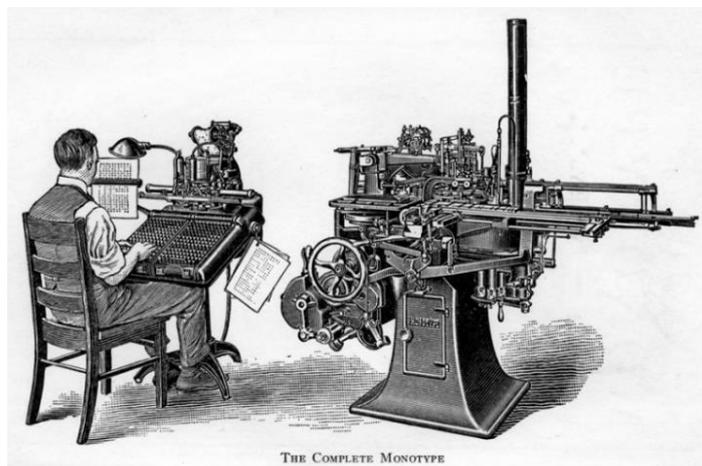


Figura 2. Máquina monotipia. Extraída de la página <https://n9.cl/qiwfe>

Las principales diferencias entre la monotipia y la linotipia eran: en la monotipia, a diferencia de la linotipia, las letras no se fundían entre sí, lo que permitía corregir posibles errores; en la monotipia, el proceso era más caro ya que, se necesitaba de dos operarios y mayor tiempo de ejecución; y, la impresión era de mayor calidad en la monotipia que en la linotipia.

Pese a que estos inventos eran muy similares, se utilizaron cada uno para una cosa. Por una parte, la monotipia estuvo más dedicada a libros por su calidad de impresión y, por otra, la linotipia más a periódicos y publicaciones de mayor tirada por tener menos tiempo de ejecución.

4.1.3 El diseño editorial y la era de la digitalización

Con la llegada de la digitalización, fueron apareciendo softwares de edición que permitieron facilitar la composición y maquetación de las piezas de texto y elementos gráficos. Además, cogió gran importancia para la mencionada evolución, la aparición de internet porque supuso un cambio de concepción del diseño editorial, se pasó de realizar exclusivamente para papel a formatos digitales.

Los medios de comunicación tuvieron que adaptarse al cambio y realizar sus contenidos en formato digital. Según Pablo Boczkowski (2006), en 1999 tan solo dos de los 100 periódicos más importantes de Estados Unidos no tenían presencia en la web.

En la actualidad, la lectura en medios impresos ha decrecido, algo que se ha podido ver agudizado con la pandemia de la Covid-19. Además, en la prensa digital se pueden buscar las noticias relevantes para cada persona y se informa, con contenidos multimedia, con más inmediatez, motivos por los que la gente podría preferir una a otra.

4.2 Las revistas de moda

Como hemos mencionado anteriormente, la moda representa un pilar fundamental en la sociedad actual. Las revistas de moda son la proyección de lo aspiracional de cada sociedad.

Se trata de uno de los pocos productos de la cultura de masas escrito por, para y sobre mujeres, abarca temas definidos culturalmente como femeninos y propaga ideales de feminidad y de belleza. Alrededor del 27% de su superficie consiste en anuncios, normalmente a toda página (Torres, 2007:213)

Gran parte de su contenido está dedicado a vender, de forma directa o indirecta. Esta venta, la mayoría de las veces suele ser a través de publicidad aspiracional, es decir, la que pretende convencer al consumidor a través de situaciones idealizadas. Asimismo, estas revistas suelen maximizar los estereotipos de género y defender el canon de belleza universal.

En cuanto al diseño, las revistas de moda se distinguen de otro tipo de revistas por ofrecer el contenido al servicio de la forma bella, es decir, se le da más protagonismo a la estética que al funcionalismo.

4.2.1 La tipografía en las revistas de moda

Según Griselda Flesler (2019), con la llegada de Mehemed Fehmy Agha a Vogue, se profesionalizó el diseño editorial pasando a formar parte del proceso de producción de la publicación y no simplemente un agregado posterior. Se le comenzó a dar importancia a la elección de la tipografía como símbolo de construcción gráfica/discursiva.

La psicología tipográfica son las sensaciones o emociones que nos puede transmitir una tipografía. La elección de una u otra dependerá de lo que se quiera transmitir con ella. Podemos clasificarlas, según su morfología, en 4 bloques:

- Con serifa o romanas
- Sin serifa o palo seco
- Decorativas
- Manuscritas

Asimismo, fue el nacimiento de una tradición tipográfica de las revistas de moda que respondía fielmente a la necesidad de una “tipografía femenina, elegante, con estilo”. [...] directoras y directores de arte de revistas de moda que adoptaron el lenguaje de las tipografías didonas como sinónimo de elegancia, femineidad y moda. (Flesler, 2019:53-54).

Según lo que nos menciona Flesler, es una tradición “consensuada” el utilizar tipografías con serifa para las revistas que van enfocadas al público femenino. Podemos ver ejemplos de ello en los logotipos de Telva, Elle, Harper’s Bazaar, Woman Madame Figaro...

4.2.2 El color en las revistas de moda

Como con la tipografía, el color también nos puede transmitir una sensación u emoción. La elección de cada color dependerá de su finalidad.

Ningún color carece de significado. El efecto de cada color está determinado por su contexto, es decir, por la conexión de significados en la cual percibimos el color. El color de una vestimenta se valora de manera diferente que el de una habitación, un alimento o un objeto artístico (Heller, 2007:28).

Por lo tanto, el significado de cada color será diferente dependiendo de dónde este se sitúe. Según Manuel Montes (2013), los colores que más se utilizan en las revistas de moda son: el negro (elegancia), el oro (perfección, lujo), el rojo (pasión, amor) y el rosa (lo femenino). Y añade que, el negro, blanco y rojo son la triada de referencia para el texto.

5. METODOLOGIA

5.1 Primera fase: Elección y enfoque del tema

Para la elección y enfoque del tema, se concertó una reunión con Tamara Ortiz Blanquer, la compañera encargada de las fotografías y con Vicente Javier Pérez Valero, el tutor del trabajo. En esta primera tutoría, se presentó la idea que se tenía y qué se quería conseguir con ello.

Tras exponer las ideas que se habían pensado, se abordó cómo podría ser la mejor forma de llevar a cabo el tema y de repartir las tareas. Se acordó realizar una revista de moda que fuese semejante a lo que hoy en día encontramos en el mercado. Asimismo, se le daría un punto diferenciador y de crítica hacia estas.

El proyecto haría una crítica hacia la semejanza de contenido y forma entre estas revistas especializadas. Dicha crítica, se vería reforzada por la utilización de la misma modelo en todas las fotografías, la sátira a los nombres de las marcas publicitarias, la redacción de los contenidos y el parecido *naming* con otra revista del sector.

Una vez claro el tema a tratar y la manera de abordarlo, el tutor nos dio claves para comenzar con la fase de investigación.

5.2 Segunda fase: Investigación y análisis

Siguiendo los consejos recibidos, se comenzó a hacer una búsqueda bibliográfica de libros y artículos que analizasen el tema a tratar, es decir, del diseño editorial. En concreto, se buscaban artículos que hablasen sobre la historia del diseño editorial y sobre el color y la tipografía en las revistas de moda. Para ello, se hizo una búsqueda exhaustiva en los repositorios de documentos académicos: Dialnet y Google Scholar.

Una vez obtenida la información suficiente, se optó por analizar cuales eran las revistas de moda con más éxito en España. Como hemos mencionado anteriormente, las revistas escogidas fueron Vogue, Cosmopolitan, Elle, Glamour y Telva.

Al elegir estas 5 revistas, se creyó conveniente comprar algunos ejemplares de ellas para ver el diseño de cada una.



Figura 3. Portada Vogue (marzo 2021)



Figura 4. Portada Cosmopolitan (marzo 2021)



Figura 3. Portada Elle (febrero 2021)



Figura 6. Portada Glamour (marzo 2021)



Figura 7. Portada Telva (marzo 2021)

5.3 Tercera fase: Preproducción y planificación de los contenidos

Para comenzar con los preparativos, se hizo un cronograma que marcaría los tiempos del trabajo que posteriormente se iba a realizar. Además, decidimos utilizar el software Trello para organizar, gestionar y supervisar el trabajo que fuésemos realizando.

Primeramente, se acordó comenzar con las fotografías de producto ya que así no necesitaríamos de personas externas y se podía ir adelantando trabajo. Además, como consecuencia de la crisis de la Covid-19, no podíamos contar en el estudio de la universidad con personas ajenas al grado.

Posteriormente, se comenzó con la búsqueda de una modelo para que fuese la imagen de la revista. Tendría que ser una persona comprometida con el proyecto ya que se le iba a necesitar en varias ocasiones y muchas horas. Se contactó con una chica que tenía bastantes años de experiencia en el mundo del modelaje, tanto de pasarela como de fotografía.

Por otro lado, se creyó conveniente contar con una maquilladora para que se encargase de realizar el maquillaje que llevaría la modelo para las sesiones de fotos.

En cuanto al contenido de la revista, contactamos con un redactor de moda que nos ayudaría a escribir textos sobre nuevas tendencias y a satirizar el sector de la moda. Asimismo, para apoyar al contenido escrito, se barajó la idea de buscar ilustradores de moda para incluir alguna obra en la revista. Se hizo una búsqueda por Instagram a través del hashtag #ilustraciónmoda y se contactó con dos de los artistas que más habían llamado nuestra atención: Gràcia Làzaro (@gracialazaro.art) y Pedro Fernández (@pedro_ilustracion_). Desde el primer momento, se les contó la idea del proyecto y encantados cedieron su obra para la utilización en el trabajo.

Por otra parte, se comenzó a realizar el *flat plan* de la revista (véanse figuras 8 y 9) donde se decidió que serían 48 páginas y 25 pliegos más portada y contraportada, divididas por 4 secciones: Editorial, Tendencias, Agenda y Belleza. Además, se comenzó a pensar el lugar que ocuparía el texto y las imágenes en cada página.

se hizo para hacer una pequeña crítica a los nombres que se les dan a las revistas de moda y que realmente no tienen un significado más allá, como: Vogue que significa moda o Elle que significa Ella...

Para la creación del logotipo, se utilizó la tipografía Playfair display. Esta tipografía presenta un gran contraste entre los trazos, teniendo trazos más finos y otros más gruesos. Además, es ideal para transmitir la elegancia, exclusividad y personalidad que necesitamos para una revista de moda. Cabe destacar que, esta tipografía es muy similar a la utilizada por Vogue, es por una de las cosas que nos decantamos por ella.

REVUE

Figura 10. Nombre revista. Elaboración propia.

Para los títulos se ha utilizado la misma tipografía que el logotipo para así hacer un punto de unión en toda la revista. En cuanto al cuerpo de texto, se ha utilizado la tipografía Minion Pro ya que tiene unas cualidades estético-funcionales que hacen que sea fácil su lectura.

Con respecto a la estructura, se decidió dividir la revista en 4 secciones que eran las que más se repetían y más importancia se les daba en los referentes escogidos.

En lo que respecta al diseño de las páginas, se han jerarquizado los títulos jugando con un tamaño mayor y una letra diferente a los cuerpos de texto. Esto se ha realizado así porque los títulos deben tener un tamaño superior al de los demás elementos para llamar la atención de las lectoras y tentarlas a seguir leyendo.

Los cuerpos de texto tienen un tamaño de 12 puntos en todas las páginas excepto en algunos casos puntuales, como: en los agradecimientos, que el tamaño es de 11 o en las especificaciones de las prendas de *Coming soon*, que tienen 9 puntos. En general, la alineación de los textos ha sido a la izquierda ya

que es la más cómoda para la lectura, pero podemos encontrar excepciones de textos con alineación a la derecha o centrados.

5.4 Cuarta fase: Producción

5.4.1 Sesiones de fotos

Para las sesiones de fotografía, el trabajo realizado fue el de asistente de fotografía. Por lo que era el apoyo de la compañera.

Tal y como se había acordado en el cronograma, comenzamos el 12 de marzo con las fotografías de cosméticos, ropa y accesorios en el estudio de la universidad. Para la realización de esta sesión, dispusimos del estudio 2 horas.

Siguiendo lo estipulado en el cronograma, la segunda sesión de fotos fue el día 29 de abril de 2021. Aprovechando al máximo el tiempo, se dedicó todo un día completo para realizar las fotos en la ciudad de Alicante. Entre los lugares escogidos en la ciudad, encontramos: el puerto de Alicante, el restaurante Titi Gourmet, el casco antiguo, la heladería Borgonese, la Explanada de España y Ridere estudio dental.



Figura 11. Maquilladora con modelo en la segunda sesión de fotos. Elaboración propia

La siguiente sesión de fotos se realizó el día 16 de mayo en la cala el Xarco de Villajoyosa y en el campo de la compañera. Las fotografías que se realizaron

este día fueron principalmente las del reportaje llamado “Aquella cala de ensueño” y las de publicidad.

La última sesión fue el día 30 de mayo en Arenales del sol. Este día se realizaron las fotografías del reportaje “Aliada del verano” y algunas de las fotografías de publicidad que quedaban por hacer.

5.4.2 Maquetación

Una vez realizada la primera sesión, se comenzó a elaborar en el programa Adobe Indesign la maqueta que se había realizado con anterioridad a mano. Se creó un nuevo documento que le dimos un formato de 210mm x 297mm (A4). A continuación, se compuso una retícula base con unos márgenes de 17 mm a cada lado y una mancheta de 176 mm.

Asimismo, para la maquetación de cada página, se establecieron diferentes columnas para la distribución de los elementos. Las columnas que más se han repetido han sido las de 3 y 5 con un medianil de 8 mm.

Los elementos en la maqueta se fueron incorporando según la compañera los iba editando y los iba subiendo a Google Drive, donde se descargaban y se iban poniendo en su respectivo lugar ya pensado anteriormente.

En cuanto al texto, se decidieron los temas sobre los que hablar en cada apartado y cada página, y se repartieron entre las dos personas responsables de este TFG. Una vez terminados, se revisaron por ambos dos para ver si con los textos transmitían la crítica de semejanza que se quería hacer con el resto de la revista.

6 RESULTADOS

Para poder ver el resultado completo de la revista prototipo, acceded desde este [enlace](#).

El proyecto de revista de moda ficticia cuenta con 48 páginas divididas en 4 secciones dedicadas a Editorial, Tendencias, Agenda y Belleza. Cada una de estas secciones, se encuentra separada con ilustraciones de moda (véase figura 12) con el nombre de la sección que se verá posteriormente.



Figura 12. Separador de sección de Tendencias. Elaboración propia. Ilustración de Pedro Fernández.

La sección Editorial está dedicada a las personas colaboradoras de la revista y a la carta de la directora. Las páginas ocupadas para esta sección son la 10 y la 12.



Figura 13. Página de colaboradoras Revue. Elaboración propia.

En cuanto a la sección Tendencias, podemos observar que las páginas ocupadas son de la 17 a la 22. En esta sección encontramos lugares para visitar, nuevos artistas, colaboraciones con la revista, nuevas tendencias de moda y una entrevista.

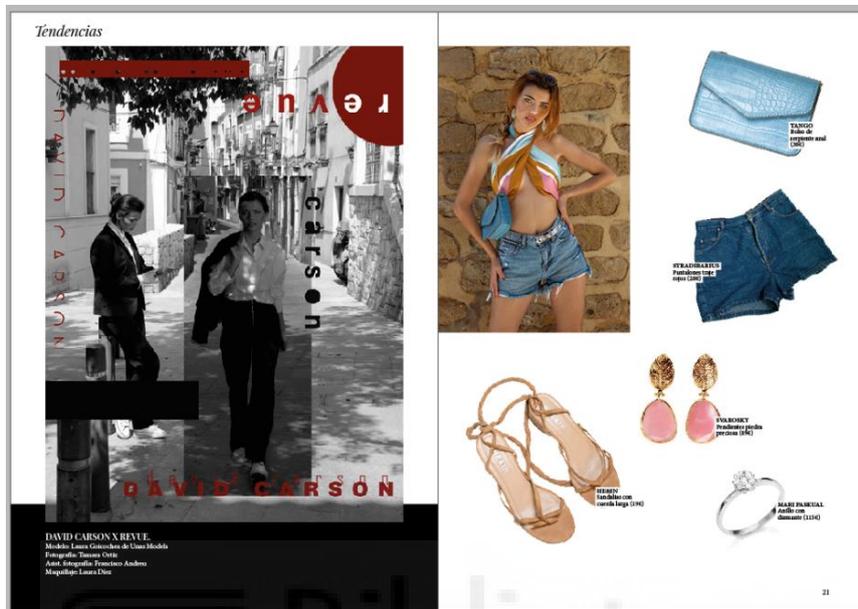


Figura 14. Páginas de Tendencias. Elaboración propia.

En Agenda, la sección más corta de todas, encontramos los eventos de moda próximos.



Figura 15. Página de Agenda. Elaboración propia.

En Belleza, encontramos recomendaciones de productos para el cuidado de la cara y maquillaje, muestra de los artículos utilizados por una actriz y dos reportajes veraniegos.



Figura 16. Páginas de Belleza. Elaboración propia.

Además, encontramos páginas independientes como el horóscopo del mes, la suscripción de la revista o el *coming soon*.



Figura 17. Página de suscripción. Elaboración propia.

En relación a la publicidad, podemos encontrar que un poco más del 20% de ella es contenido dedicado a publicidad en páginas completas.



Figura 18. Ejemplo de páginas dedicadas a publicidad en páginas completas.
Elaboración propia

7 CONCLUSIONES

Una vez realizado el proyecto, he de valorar su resultado final. Conforme al objetivo inicial y principal del proyecto, podría decir que se ha conseguido favorablemente ya que se le ha dado un acabado profesional y bien estructurado, aportándonos una pieza que nos servirá como promoción profesional. Además, la crítica realizada se puede entrever sin haber caído en lo informal.

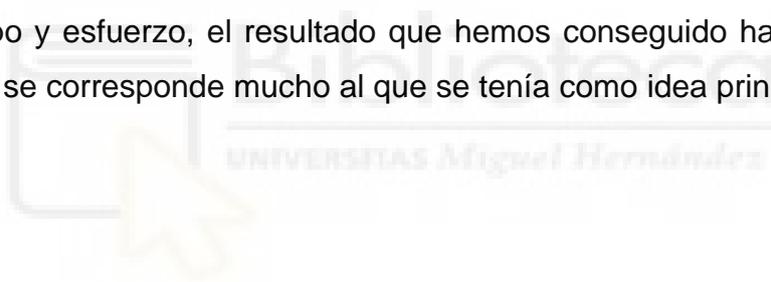
Para la realización del trabajo, se tuvo que investigar acerca del diseño editorial en las revistas de moda, algo necesario para la parte práctica. Para ello, acudí a diferentes buscadores científicos donde encontré algunos artículos, tesis y trabajos finales de grado que han servido como apoyo para la realización de este. Pese a haber encontrado varios, podría decir que no había tantos estudios científicos como los que creía, además no estaban tan focalizados al diseño editorial de las revistas de moda.

Por otra parte, he de mencionar que he tenido que dedicar bastante tiempo para familiarizarme con Adobe Indesign. Pero gracias a ello, he podido experimentar y profundizar acerca de su manejo y de algunas herramientas que no había utilizado antes en ninguno de los otros programas de Adobe. Además, me ha

servido para conocer más a fondo sobre el proceso de producción del diseño editorial de revistas.

Cabe destacar, que, pese a que hemos trabajado con varias personas para la elaboración de este proyecto, nos hubiera sido necesario contar con más profesionales del sector para poder conseguir un proyecto mucho más ambicioso y profesional. Además, en cuanto al redactor de contenidos de moda, en un principio contactamos con él y estaba dispuesto a colaborar, pero posteriormente, tras insistir varias veces, no recibimos respuesta de él.

En resumen: realizar este trabajo ha sido duro pero muy enriquecedor para mí ya que he profundizado en el manejo de Adobe Indesign y he experimentado el trabajo que realizan los diseñadores para maquetar una revista. Además, he aprendido mucho en cuanto a la preproducción y producción de una revista y de una sesión de fotos gracias a haber trabajado mano a mano con mi compañera, Tamara Ortiz. Pese a haber sido un trabajo en el que se ha tenido que volcar mucho tiempo y esfuerzo, el resultado que hemos conseguido ha merecido la pena ya que se corresponde mucho al que se tenía como idea principal.



8 BIBLIOGRAFÍA

Abad, C. (2011). El sistema de la moda. De sus orígenes a la postmodernidad. *Emblemata*, 17, pp. 37-59. Recuperado el 11 de mayo de 2021 de <https://ifc.dpz.es/recursos/publicaciones/31/78/03abad.pdf>

Álvarez, M. (2015). La Belle Époque. (1870-1914) y el mundo entre los siglos XIX y XX. *RedHistoria*. Recuperado el 10 de junio de 2021 de <https://n9.cl/wj6vv>

Aranda, A. (2020). Esta es la gran amenaza que acecha a la industria de la moda. *Forbes*. Recuperado el 11 de mayo de 2021 de <https://forbes.es/empresas/61773/esta-es-la-gran-amenaza-moda/>

Artes gráficas y sistemas de impresión. (2014). Linotipia y Monotipia [Entrada de blog]. Avión artes gráficas. Recuperado el 13 de mayo de 2021 de <http://avionartesgraficas.blogspot.com/2014/06/linotipia-y-monotipia.html>

Blasco, F. (2019). *La imprenta Blasco: Cien años al servicio de la ciudad de Zaragoza*. (Tesis doctoral). Universidad de Zaragoza. Recuperado el 13 de mayo de 2021 de <https://zaguan.unizar.es/record/78821/files/TESIS-2019-065.pdf>

Boczkowski, P. (2006). *Digitalizar las noticias*. Manantial. Recuperado el 11 de mayo de 2021 de <https://n9.cl/io6um>

Flesler, G. (2019). Marcas de género en el diseño tipográfico de revistas de moda. *Moda, diseño y sociedad*, 76, pp. 49-61. Recuperado el 8 de mayo de 2021 de <https://n9.cl/dzb78>

Garrido, C., Rodríguez, G. y García, B. (2015). *Linotipia y monotipia*. Recuperado el 13 de mayo de 2021 de https://www.academia.edu/32968922/Carla_Garrido

Heller, E. (2007). *Psicología del color*. Gustavo Gili. Recuperado el 15 de mayo de 2021 de <file:///C:/Users/User/Downloads/Psicologia%20del%20color%20-%20Eva%20Heller.pdf>

Mendoza, M. (2010). El vestido femenino y su identidad: el vestido en el arte de finales del siglo XX y principios del siglo XXI. (Tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid. Recuperado el 11 de junio de 2021 de <https://eprints.ucm.es/id/eprint/11982/1/T32416.pdf>

Montes, M. (2013). *Análisis del diseño gráfico de las revistas de moda en España, desde una perspectiva cromática*. (Tesis doctoral). Universidad Rey Juan Carlos. Madrid. Recuperado el 8 de mayo de 2021 de <https://n9.cl/saxm4>

Torres, R. (2007). Revistas de moda y belleza: El contenido al servicio de la forma bella. *Ámbitos*, 16, p. 213). Recuperado el 15 de mayo de 2021 de <https://n9.cl/uqlgu>

Velduque, M. (2011). El arte de componer textos de forma mecánica. *Revista de clases historia*, 212, pp.1-7. Recuperado el 11 de mayo de 2021 de <https://n9.cl/m1r95>

9 ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: <i>Máquina linotipia.</i> (Fuente: https://agraficas.wordpress.com)	pág. 8
Figura 2: <i>Máquina monotipia.</i> (Fuente: agraficas.wordpress.com).....	pág. 8
Figura 3: <i>Portada Vogue marzo 2021.</i> (Fuente: Vogue.es).....	pág.12
Figura 4: <i>Portada Cosmopolitan marzo 2021.</i> (Cosmopolitan.com) ..	pág.12
Figura 5: <i>Portada Elle febrero 2021.</i> (Fuente: Elle.com)	pág.13
Figura 6: <i>Portada Glamour marzo 2021.</i> (Fuente: Glamour.es)	pág.13
Figura 7: <i>Portada Telva febrero 2021.</i> (Fuente: Telva.com)	pág.13
Figura 8: Flat plan revista Revue. (Fuente: Elaboración propia)	pág.15
Figura 9: Flat plan revista Revue 2. (Fuente: Elaboración propia)	pág.15
Figura 10: Nombre revista. (Fuente: Elaboración propia).....	pág.16
Figura 11: Maquilladora con modelo en la segunda sesión de fotos. (Fuente: Elaboración propia).....	pág.17
Figura 12: Separador de sección de Tendencias. (Fuente: Elaboración propia. Ilustración de Pedro Fernández)	pág.18
Figura 13: Página de colaboradores Revue. (Fuente: Elaboración propia).....	pág.19
Figura 14: Páginas de Tendencias. (Fuente: Elaboración propia).....	pág.19
Figura 15: Página de Agenda. (Fuente: Elaboración propia)	pág.20
Figura 16: Páginas de Belleza. (Fuente: Elaboración propia)	pág.20
Figura 17: Página de suscripción. (Fuente: Elaboración propia)	pág.21
Figura 18: Ejemplo de páginas dedicadas a publicidad en páginas completas. (Fuente: Elaboración propia).....	pág.21

10 ANEXOS

10.1 Plannings sesión de fotos - moodboard

MAY Domingo 16. SESIÓN DE FOTOS PLAYA 8:00- 21:00

8:00 En maquillaje Natural glow, pelo suelto y liso (pero no muy de plancha)

10:00 Cala el Xarco Lencería blanca o rosa + pantalón corto a conjunto, Cortina blanca - tela semi transparente, Blusa que tengo de pirata - hombros, spray agua pelo *Foto "conjunta"*

11:30 - 11:45 Descanso (Almuerzo + Desplazamiento)

12:10 Casetas playa San Juan Vestido largo, corriendo por la playa, Vaquero corto, Jersey rosa, bolso de playa, sombrero, crema solar, o pareo *Foto "producto" protector solar*

13:00 - 14:30 Descanso (Desplazamiento + Comida)

15:30 Foto "estudio" Joyas llamativas con un perfume (Bvlgari), labio rojo, pelo recogido + parte superior oscura (mini reportaje, diferentes personalidades), Mi camiseta de frutas y verduras, sandía *Guiño a Terry Richardson* *Guiño a Patrick Demarchelier* *Foto "producto" + foto "conjunta"*

17:00 Porche de mi casa Ropa de señora de Marbella, tacones de aguja, un cigarro. *Ahumado de ojos*

17:00 - 17:30 Descanso (Desplazamiento + maquillaje)

17:30 Fuente Maquillaje Gucci, ropa con estampado, muy colorida

18:15 Playa los arenales del sol Paseo madera, dunas... Bikinis, ropa deportiva, botella de agua

MAY Domingo 30. SESIÓN DE FOTOS PLAYA. 9:30- 15:00

9:00 En maquillaje Piel natural y ojos naturales

Paseo de los arenales Vestido/mono largo con gafas de sol *Foto para intro*

10:00 Paseo de madera los arenales Camiseta estampado , bolso marrón, vaquero *Foto para Volver con el verano (1)*
Bebiendo agua con ropa deportiva *Foto para Volver con el verano (1)*

Playa los arenales + Dunas Mi camiseta de frutas y verduras, vaquero, *Foto tendencias (1)*
Falda plantas + top blanco shein *Foto para Volver con el verano (1)*
Jerseys de verano (negro, morado, amarillo, azul...), bikini con braguita negra, bañador, corriendo por la playa, *Reportaje "Un día en la playa"*
Vestido lunares + bikini, echándose crema solar, pintándose las uñas en una toalla *Foto tendencias (4)*

El clot de garbany Foto con un bikini y un sombrero *Foto para Volver con el verano (1)*
Foto con vestido azul y pendientes *Foto para Volver con el verano (1)*
Camisa blanca de lino *Foto colaboración (retrato)*
Top blanco más chaqueta *Foto para Volver con el verano (1)*
lino o mono verde
Labios rojos, como si fuera desnuda, pintalabios rojo, utilizar algo blanco *Foto contraportada* →

APRIL Jueves 29 SESIÓN DE FOTOS ALICANTE 8:30 - 20:30

8:30 En maquillaje Natural con tonos marrones, trenzas pequeñas

10:00 Puerto Postiguet Bikini, ropa de playa, collares largos, gafas grandes, pelo con trenzas, kimono *Foto retrato con gafas (nubli)*

12:00 Descanso (Almuerzo + Desplazamiento)

13:00 Casco antiguo Traje oscuro, Vestido negro ajustado, bolso *Foto "conjunta"*

Casas Casco Antiguo Vestido blanco + Tacones, Blusa roja + pantalón corto, bolso

14:30 Comer

15:30 Cafeteria borgnesse Ropa outside - Mi Jersey a rayas, pantalon ancho y mis tacones plata - gafas Falda, tacones y blusa

17:00 Castillo Santa Barbara (para producto también - bolso) Vestidos que usamos en la sesión, vestido de lunares... Parque de la Ereta Restaurant

19:00 Descanso

19:30 Oficina Mi vestido azul o negro/ Falda de tubo y blusa, revistas Vogue, reloj fino, pendientes finos, pelo recogido