



**UNIVERSITAS**  
*Miguel Hernández*

Facultad de las Ciencias Sociales y Jurídicas

Grado en Comunicación Audiovisual

Trabajo de Fin de Grado

Curso académico 2020/2021

**Fotografía editorial en revistas de moda:**

**Realización de caso práctico.**

Trabajo de experimentación realizado por la alumna Tamara Ortiz Blanquer para la obtención del título de grado en Comunicación Audiovisual bajo la tutorización del profesor Dr. Vicente Javier Pérez Valero.

# ÍNDICE

<b>1. Resumen y palabras clave</b> .....	<b>3</b>
<b>2. Introducción y objetivos</b> .....	<b>4</b>
<b>3. Estado de la cuestión</b> .....	<b>5</b>
<b>3.1 Inicios de la fotografía de moda</b> .....	<b>5</b>
<b>3.2 La fotografía de moda a lo largo del siglo XX</b> .....	<b>7</b>
3.2.1 Modernismo en la fotografía de moda.....	8
3.2.2 Realismo en la fotografía de moda .....	9
3.2.3 Surrealismo en la fotografía de moda.....	10
3.2.4 Década de los 40.....	11
3.2.5 La década de los 50 .....	13
3.2.6 Años 60.....	14
3.2.7 Década de los 70.....	16
3.2.8 Los 80 y 90 en la fotografía de moda .....	17
<b>3.3 La fotografía editorial en el siglo XXI</b> .....	<b>19</b>
<b>4. Metodología</b> .....	<b>20</b>
<b>5. Resultados</b> .....	<b>27</b>
<b>6. Conclusiones y discusión</b> .....	<b>32</b>
<b>7. Bibliografía</b> .....	<b>33</b>
<b>8. Índice de figuras</b> .....	<b>34</b>
<b>9. Anexo: Cronograma - moodboard</b> .....	<b>36</b>

## 1. Resumen y palabras clave

La fotografía de moda es un género que ha evolucionado a lo largo de la historia hasta crear su propia estética donde cada detalle toma un significado, por lo que requiere de un gran dominio de las técnicas fotográficas.

Este trabajo tiene una doble vertiente. En primer lugar, un marco teórico en el que se realiza un estudio de la historia de la fotografía de moda desde sus inicios hasta la actualidad. En cada década, se analiza la evolución de la fotografía junto a alguno de los autores más influyentes.

En segundo lugar, una parte práctica que consiste en realizar una revista prototipo que critique la similitud de contenido fotográfico entre las distintas publicaciones que lideran el mercado de la moda. Para darle un enfoque satírico y resaltar la crítica, se ha prestado una misma modelo para todas las imágenes. Esta parte práctica se ha llevado a cabo en base a las referencias actuales y pasadas de la fotografía de moda.

**Palabras clave:** fotografía de moda, crítica, experimentación, fotografía editorial, revista prototipo.

### **Abstract:**

Fashion photography is a genre that has evolved throughout history to create its own aesthetic where every detail takes on a meaning, which is why it requires a great mastery of photographic techniques.

This work is twofold. Firstly, a theoretical framework in which a study is made of the history of fashion photography from its beginnings to the present day. In each decade, the evolution of photography is analysed together with some of the most influential authors.

Secondly, a practical part that consists of making a prototype magazine that criticises the similarity of photographic content between the different publications that lead the fashion market. In order to give it a satirical approach and highlight the criticism, the same model was used for all the images. This practical part was carried out on the basis of current and past references in fashion photography.

**Key words:** fashion photography, criticism, experimentation, editorial photography, prototype magazine.

## 2. Introducción y objetivos

La fotografía no es solo un medio técnico, sino también un medio de comunicación y expresión cultural a nivel global. Así mismo, tiene diferentes vertientes, entre ellos la fotografía de moda. Fotografía y moda son disciplinas que desde sus orígenes han ido de la mano y que por definición son fundamentalmente visuales.

La fotografía editorial se considera un género en sí mismo que pertenece a la fotografía publicitaria, ya que cumple con las mismas finalidades y características que esta, entre ellas la comercial. A pesar de que se le relacione con esta finalidad mercantil, también incide el factor artístico y creativo de la fotografía para expresar o transmitir significados, haciendo que sea un género difícil de dominar. Estos factores han evolucionado desde su origen hasta la actualidad y a lo largo de este periodo han pasado fotógrafos que han dejado su huella.

La evolución de la fotografía *fashion* o editorial de moda no se puede entender sin analizar la evolución de la moda ya que la fotografía ha contribuido a universalizar las tendencias y en cierto modo complementa y perfecciona el diseño de moda. Por ese motivo, el caso práctico que se presenta a continuación pretende simular una revista prototipo que tendrá como referencia las tendencias actuales en moda y fotografía. La finalidad de este trabajo de experimentación es criticar y satirizar que el contenido de las revistas que lideran el mercado español (Vogue, Cosmopolitan, Telva, Elle y Glamour) es tan parecido que distinguirlo sería complicado para cualquier lector. Para resaltar esos dos objetivos se ha optado por mostrar una misma modelo.

### Objetivos del proyecto:

El objetivo principal es estudiar y categorizar los diferentes tipos de fotografía de una revista de moda y ponerlos en práctica en un trabajo experimental. Como objetivo conceptual, el trabajo tiene la meta de satirizar la semejanza de contenido entre las diversas publicaciones de moda que lideran el mercado español y dar como resultado una revista que en sí misma sea una pieza artística.

Mediante el desarrollo de este trabajo, pretendo llegar además a los siguientes objetivos:

- Analizar las revistas actuales para conseguir realizar una revista prototipo que reúna las características principales de las publicaciones de moda.
- Investigar sobre la fotografía de moda desde los años 20 hasta la actualidad y conocer las figuras relevantes de cada etapa con el fin de demostrar que la fotografía de moda sigue evolucionando.
- Conocer el flujo de trabajo para la realización de fotografías de moda, así como su posterior edición digital. Lo que incluye planificar y organizar de forma óptima la sesión fotográfica.
- Demostrar las capacidades adquiridas en el grado a nivel técnico y conceptual para enfrentarme a todos los desafíos que se plantean en una editorial de moda.
- Crear una pieza en la que mostrar las habilidades técnicas y creativas adquiridas, y que esa misma pieza tenga un espíritu crítico basándome en otras imágenes que han influido en la historia de la moda.

### **3. Estado de la cuestión**

La fotografía de moda no solo abarca la ropa, sino también las joyas, cosméticos y otros artículos relacionados con la moda. A lo largo del tiempo, la fotografía ha desarrollado su propia estética teniendo unos elementos comunes que hacen que sea fácil identificar una fotografía editorial.

En palabras de Jesús del Pozo (2005), diseñador español, “una buena fotografía puede salvar un diseño, aunque éste no sea tan bueno; del mismo modo que una mala fotografía puede estropearlo”. De ahí que el fotógrafo de moda tenga la enorme responsabilidad de captar la esencia del diseñador.

#### **3.1 Inicios de la fotografía de moda**

El nacimiento de la fotografía se ubica alrededor del año 1824. Conforme los fotógrafos fueron experimentando y descubriendo las posibilidades de la fotografía, ésta fue adquiriendo nuevos matices.

Desde principios del siglo XX, fotografía y moda siempre han estado unidas y es que la fotografía es uno de los elementos clave para los diseñadores. En sus inicios, las grandes casas de moda realizaban fotografías a las modelos con el fin de registrar las piezas que iban elaborando. Se mostraban artículos de moda con un fin únicamente comercial. Sin

embargo, fue adquiriendo un carácter artístico y convirtiéndose en un modo de representar la esencia del diseño de moda.

Moda y fotografía pertenecían y se desarrollaban en clases sociales altas y simultáneamente empezaron una evolución artística y social.

En la primera década del siglo XX, las fotografías fueron incluidas en las revistas gracias a los avances de la imprenta. Hasta entonces, los diseños eran representados a través de ilustraciones, pinturas o pictografías. La fotografía de moda se desarrolla por primera vez en las publicaciones francesas como *La Mode Pratique* (figura 1), siendo París la cuna de la alta costura. Paralelamente, en Estados Unidos, Nueva York, nace la que se conoce hoy en día como “la Biblia de la moda”, la revista *Vogue*, contribuyendo al origen de la fotografía *fashion*.

Se considera que la primera sesión fotográfica de moda fue llevada a cabo por el fotógrafo Adolph de Meyer a Elizabeth Arden (figura 2), por lo que se le atribuye ser el primer fotógrafo de moda de la historia. Además, fue el responsable de llevar el Pictorialismo a la moda, lo que conseguía que la fotografía fuera percibida como un arte. Con la llegada de la I Guerra Mundial, Meyer se vio obligado a emigrar a Estados Unidos y se convirtió en el dueño de *Vogue*.



Figura 1. Página de *La Mode Pratique*. Fuente: fototendencia.wordpress.com



Figura 2. Adolph de Meyer, *Elizabeth Arden*. Fuente: cultura fotografica.es

Una vez terminada la guerra, Adolph Meyer pasó a trabajar para la gran rival de Vogue, Harper's Bazaar, ambas liderando el campo de la fotografía editorial durante los años 1920 y 1930.

Otros fotógrafos relevantes de este periodo fueron Emil Otto Hoppé que conseguía captar la esencia del modelo en sus retratos (figura 3) y Joel Feder cuyo trabajo era similar al de Meyer, diferenciándose únicamente en el uso de una luz más directa (figura 4).



Figura 3. Emil Otto, *Vera Fokina*.  
Fuente: maestrosdela fotografia.com



Figura 4. Joel Feder, *Lucile Ltd.* Fuente:  
Pinterest

### 3.2 La fotografía de moda a lo largo del siglo XX

La moda es un fenómeno que se renueva cada año y, por lo tanto, la fotografía ha ido renovándose a su paso para dar una respuesta estética a los cambios y novedades de los diseñadores. Alemania fue, durante un corto período, la líder en la fotografía de moda y Berlín fue el centro de la moda junto a París.

Durante la década de los años 20 y 30, Vogue y Bazaar comenzaron a retratar a la mujer de una forma distinta, innovando en las poses y el ambiente de la fotografía, mucho más cercano a la consumidora final. Por ello, las revistas de moda empiezan a tomar más importancia y a comunicar las novedades de grandes diseñadores, atrayendo una cantidad mayor de mujeres.

En Europa, los fotógrafos alemanes como Edward Steichen, Horst P. Horst o el fotógrafo británico Cecil Beaton transformaron la fotografía de moda en una forma de arte.

### 3.2.1 Modernismo en la fotografía de moda

En las primeras décadas del siglo XX, los fotógrafos comienzan a desvincularse de la pintura y ensalzan la libertad creativa, lo que supuso el advenimiento de un nuevo estilo de fotografía.

Los años 20 fueron una revolución tanto para la moda como para la fotografía. Los diseñadores como Coco Chanel empezaron a hacer piezas más cómodas para la mujer, dando prioridad a lo práctico y funcional. Por su lado, los fotógrafos modernistas rompieron con todo lo anterior. Tanto en la moda como en la fotografía, empieza a predominar la sencillez y la elegancia.

En esta época, destaca la figura del fotógrafo de moda Edward Steichen quien trabajó en revistas como Vanity Fair o Vogue. Influenciado por Meyer, Edward encontró su propio estilo dando paso al modernismo y poniendo fin al Pictorialismo. Por ello, su principal característica era el uso de la luz artificial, jugando con las luces y las sombras, alejándose de la naturalidad y buscando el impacto en el público (figura 5).



Figura 5. Edward Steichen, *Dolores del Río*. Fuente: doctorojiplatico.com



### 3.2.2 Realismo en la fotografía de moda

Hasta este momento, la fotografía de moda se limitaba a su función publicitaria. Sin embargo, en los años 30, la prensa se consolida como medio, la publicidad se refuerza, y se produce una liberalización del proceso creativo. Comienzan a incluirse fotografías con bañadores en las revistas de moda, siendo *Vogue* la primera en encabezar este movimiento. Además, la sociedad empieza a preocuparse más por su imagen y la moda se vuelve más importante. Con el fin de acercarse más a su público, el estilo realista inunda la fotografía de moda.

En 1934, *Harper's Bazaar* publica en su revista fotografías de Martin Munkácsi, mostrando una mujer más moderna y dinámica. Munkácsi consiguió darle una perspectiva diferente a la fotografía de moda donde la prenda deja de ser un accesorio inmóvil para convertirse en un elemento vivo que acompaña a la modelo (figura 6). Por ello, sus imágenes dan la sensación de instantáneas en las que las mujeres actúan y se mueven a diferencia del estatismo del Modernismo.

Para desafiar al estilo anterior, resalta la cotidianeidad y naturalidad de la mujer, representando así la vitalidad (figura 7). La espontaneidad se convierte en la nueva técnica fotográfica. Fue así como Munkácsi introdujo la fotografía contemporánea en la moda y sentó las bases para las tendencias posteriores, marcando un antes y un después en la fotografía de moda.



Figura 6. Martin Munkácsi, *Lucile Brokaw*. Fuente: [howardgreenverg.com](http://howardgreenverg.com)



Figura 7. Martin Munkácsi, *Harper's Bazaar April*. Fuente: [dreamideamachine.com](http://dreamideamachine.com)

### 3.2.3 Surrealismo en la fotografía de moda

El Surrealismo es una corriente artística que convive con el Modernismo y el Realismo. Hasta entonces, la fotografía se había relacionado con la obtención de la realidad. Sin embargo, el gran reto de este período era adentrarse en una realidad diferente a la observable. En la fotografía de moda se dan una serie de manifestaciones: la ausencia de barreras y la expresión propia e individualizada como objetivos prioritarios. Los elementos de las escenas y los objetos que aparecían en ella empiezan a sacarse de contexto generando una nueva realidad (figura 8). Esto conlleva un proceso de manipulación que hace desaparecer la espontaneidad y la instantaneidad del Modernismo.

Los fotógrafos icónicos del Surrealismo son Man Ray y Horst P. Horst. Ambos incorporaron estilos más teatrales a la vez que cuestionaron la idea de la belleza (figura 9). Técnicas como la larga exposición, la distorsión y el *Efecto Sabatier*<sup>1</sup> daban resultados originales nunca vistos. En esta época que triunfa la creatividad y la visión de lo individual el público se siente atraído por el mundo interior de los fotógrafos.



Figura 8. Man Ray, *Peggy Guggenheim*.

Fuente: Pinterest

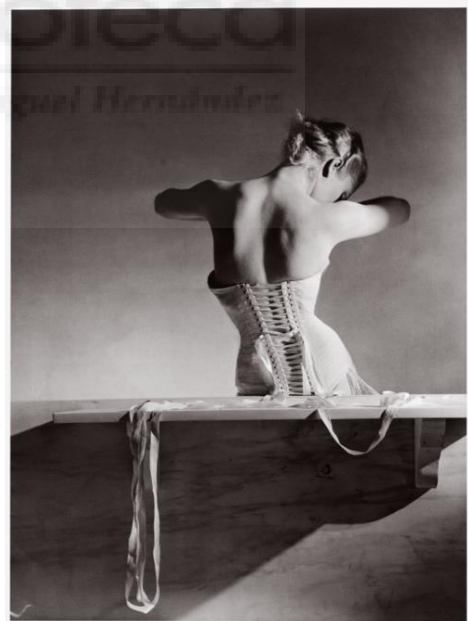


Figura 9. Horst P. Horst, *Mainbocher Corset*.

Fuente:

[elobservadorindiscretodotcom.wordpress.com](http://elobservadorindiscretodotcom.wordpress.com)

---

<sup>1</sup> El Efecto Sabatier o también llamado solarizado es un fenómeno fotográfico en el que la imagen sobre un material sensible a la luz invierte su tono de un modo total o parcial. De esta forma se consigue que las zonas oscuras se aclaren y las zonas claras se oscurezcan. <https://www.classphoto.es/blog/fotografos-el-efecto-sabatier-y-man-ray/>

### 3.2.4 Década de los 40

En los años 40, tras la II Guerra Mundial, la industria de la moda cambió y la fotografía intentó salir a flote. En este clima de penuria y en una Europa destruida, gran parte de los artistas que se encontraban en París emigraron a EE. UU. En 1940, en Francia, el bando alemán controlaba la alta costura y consideraron trasladar la industria de la moda a Berlín. La escasez de materiales, el bloqueo internacional y el uso de fibras sintéticas, incentivaron que las prendas fueran más funcionales, resistentes y baratas. Terminada la guerra, los vestidos pasaron a ser más alegres y femeninos, y se dio lugar al tacón de aguja.



Figura 10. Louise Dahl – Wolfe, *Natalie con abrigo*. Fuente: Barnebys.se

A pesar de las circunstancias, las editoriales de moda pudieron salir a flote. La publicación *Vogue París* consiguió mantenerse gracias al editor y director artístico Michael de Brunhoff, mientras que la revista *Vogue EE. UU.* seguía publicando sin problemas y Gran Bretaña pasó a tener una línea más realista y práctica.

Los fotógrafos de moda, terminado el conflicto bélico, empezaron a transformar sus imágenes en consonancia a la situación económica y social del momento (figura 10). Las imágenes de moda de la fotógrafa Louise Dahl – Wolfe retrataban de forma intimista y elegante a la mujer (figura 11), mientras que Lee Miller optaba por un estilo más documental, donde el escenario reflejaba las consecuencias de la guerra (figura 12).



Figura 11. Louise Dahl – Wolfe, *Portada Harper's Bazaar*. Fuente: Barnebys.se



Figura 12. Lee Miller, *Women in fire masks*. Fuente: theguardian.com

En el otro extremo tenemos al norteamericano John Rawlings, el cual utilizaba técnicas más surrealistas que resultaron muy atractivas y publicitarias (figura 13).



Figura 13. John Rawlings, *American Vogue*. Fuente: lingenuite.com

### 3.2.5 La década de los 50

La fotografía de moda se convierte en el gran espectáculo de masas, llegando a miles de mujeres. La moda viene acompañada de la tendencia *New Look*, lanzada por Christian Dior, que junto a Pierre Balmain y Balenciaga relanzan la alta costura. En Estados Unidos, se presenta como antítesis al lujo un estilo más urbano con pitillos y zapatillas planas que empieza a coger fuerza en Europa y grandes modistas se interesan por reproducirlo.

Se produce una evolución técnica y del color en la fotografía, y las cámaras son más ligeras con objetivos intercambiables, lo que da resultado a una fotografía más creativa y atrevida.

Comienzan las colaboraciones entre diseñadores, directores de cine y grandes fotógrafos. La estética cinematográfica invade las publicaciones de moda, con actrices que representan el glamour y la sofisticación. Los artistas dejaron de lado sus métodos rígidos y optaron por un estilo mucho más libre.

Destaca el trabajo de Irving Penn y Richard Avedon, quienes influyeron en la generación posterior de fotógrafos de moda. Por un lado, Irving Penn buscaba la perfección y la belleza en sus imágenes, con una composición muy cuidada y nada espontánea. Con él, las modelos se convirtieron en las protagonistas de la imagen (figura 15). Por otro, Richard Avedon mezclaba la fotografía de calle con la fotografía de moda reflejando una filosofía basada en el disfrute de la vida, manteniendo la elegancia y un estilo clásico (figura 14).



Figura 14. Richard Avedon, *Audrey Hepburn*.

Fuente: The Richard Avedon Foundation



Figura 15. Irving Penn, *Cubierta de Vogue Abril, Jean Patchett*.

Fuente: Pinterest

### 3.2.6 Años 60

La estética de los sesenta invade las portadas de revistas, lo joven y lo desenfadado conectan con el espíritu rebelde del momento. Por ello, la fotografía recurre a métodos expresivos capaces de captar las nuevas propuestas. Técnicamente, la fotografía experimenta un cambio con composiciones más atrevidas, como el fotomontaje, y se contemplan juntamente con los recursos plásticos tradicionales.

El desnudo aparece como reclamo publicitario y el cuerpo femenino como recurso artístico, donde se busca un cambio, una libertad sexual y social. A finales de la década de los 60, en EEUU surge un movimiento social joven que impactaría en todas las artes, incluida la moda: el movimiento Hippy.

Todos esos cambios provocados en la sociedad fueron captados por el fotógrafo londinense David Bailey quien supo retratar la naturalidad de las modelos (figura 16). Siguiendo esta línea con un toque revolucionario, la figura de Diane Arbus rompió con lo establecido y separó las convenciones de la moda haciendo que su obra fuera poco convencional (figura 17).



Figura 16. David Bailey, *Jean Shrimpton*. Fuente: artsy.net



Figura 17. Diane Arbus, *A Young man in curlers at home on West 20th Street*. Fuente: moca.org

En esta época, cabe mencionar los retratos de Bert Stern, que se centra en un mensaje lleno de humor y de ironía (figura 18), en la que los pocos elementos que aparecen en la imagen son simbólicos (figura 19).



Figura 18. Bert Stern, *Retrato La Twiggy*. Fuente: Pinterest



Figura 19. Bert Stern, *Shirley MacLaine*. Fuente: vistalacalle.com

### 3.2.7 Década de los 70

En la fotografía de moda de los años 70, ésta se convierte en un arma imprescindible para las grandes casas comerciales, las cuales contaban con grandes personalidades de la fotografía del momento. Por este motivo, los fotógrafos fueron un referente para la sociedad y pasaron a tener un papel fundamental.

Toda la libertad que se había implantado en los años sesenta explota en esta década a un nivel mucho más creativo donde la deformación y exageración están presentes en las imágenes; el color, la óptica, la escenografía, la iluminación, los recursos y efectos de laboratorios, etc. Por lo que, cualquier novedad de estilo, quedaba asociada a la preocupación técnica, perdiendo cualquier espontaneidad y prevaleciendo lo misterioso, icónico y deseado.

La fotografía utilizaba el escándalo para ser innovadora y llamar la atención. Su objetivo era incitar al espectador a participar, a pensar sobre lo que estaba viendo, a inquietarle y movilizarle, a pesar de que eso le incomodara.

Aparecieron fotógrafos como Helmut Newton o Guy Bourdin que incorporaron en sus imágenes la crítica e influencia de lo que ocurría en el mundo, donde la mujer asumía los valores de independencia y fortaleza. Ambos compartían el gusto por la controversia y estilización. Guy Bourdin apostaba por el uso del color, por el romanticismo y el *glamour*, en sus creaciones el misterio y el desconcierto son el foco de atención (figura 20). Mientras que las imágenes de Helmut Newton trataban la liberalización sexual a través de un contenido basado en el sexo (figura 21) y la violencia.



Figura 20. Guy Bourdin, *Mujer con el retrato de John Travolta*. Fuente:

artnet.com





Figura 21. Helmut Newton, *Rue Aubriot*  
*Paris*. Fuente: artnet.com

### 3.2.8 Los 80 y 90 en la fotografía de moda

Son los años de las grandes modelos, el imperio del diseño define a una mujer cosmopolita, independiente, tanto formal como informal. Por ejemplo, la imagen de Eva Herzigova anunciando el Wonderbra da la vuelta al mundo, convirtiéndose en un icono fotográfico de finales del siglo XX (figura 22). O la de Claudia Schiffer anunciando los vaqueros de la marca Guess. Por lo que es la fotografía o el modelo de mujer lo que vende un producto y lo que provoca que el público desee consumir dicho producto para alcanzar ese estilo de vida. La fotografía de moda y la publicidad comienzan a influir en la sociedad como nunca se había visto antes.

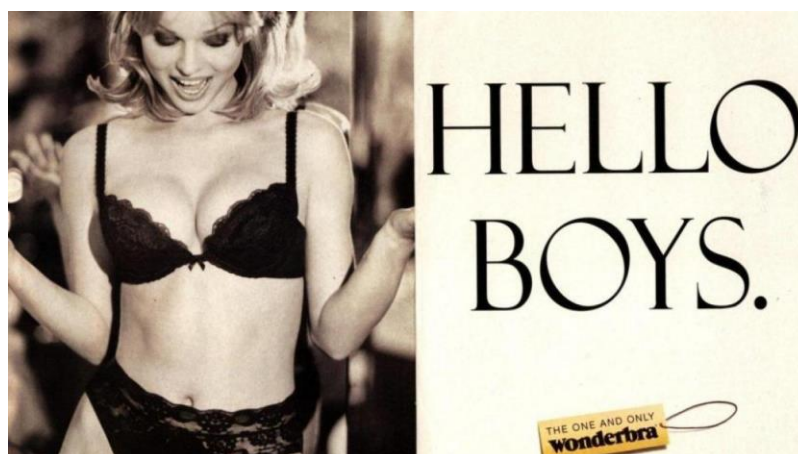


Figura 22. Campaña de *Wonderbra* de Eva Herzigova. Fuente:  
lavanguardia.com

La fotografía de moda y la invasión de la publicidad dan lugar a nuevas formas de comunicar. No se trata tanto de enseñar un diseño o una prenda, sino de transmitir una emoción, una manera de ser y de vestir, incluso de pensar. Por ello, la fotografía tiende a la dramatización y exaltación de los sentimientos, con una gran capacidad narrativa. La fotografía asume su función publicitaria y exhibicionista para conseguir llamar la atención y, junto a una buena calidad de imagen y mucha creatividad artística, controla las tendencias publicitarias.

Durante esta época, existe una tendencia a mirar al pasado para inspirarse en autores de décadas anteriores con el fin de reproducir e interpretar sus obras. Esto daba lugar a trabajos con una gran complejidad técnica.

Destacan los trabajos de Bruce Weber, Ellen Von Unwerth (figura 23) y, en el contexto español, el trabajo de Manuel Outumuro (figura 24).



Figura 23. Ellen von Unwerth, *Claudia Schiffer Morocco 1989*. Fuente: [dazeddigital.com](http://dazeddigital.com)



Figura 24. Manuel Outumuro, *Blanco y negro*. Fuente: [graffica.info](http://graffica.info)

### 3.3 La fotografía editorial en el siglo XXI

A finales de los 90, tienen lugar los primeros avances informáticos que dan paso a un proceso fotográfico totalmente digitalizado, desde la captura de la imagen hasta la forma de mostrarla al mundo. La aparición de Internet va a suponer un cambio en la forma de consumir y de diversificar los modos de comunicación.

La fotografía en sí misma ha ido evolucionando desde sus inicios rudimentarios hasta la fotografía digital actual, y esa es una de las primeras y más evidentes diferencias entre la fotografía de moda de antes y la de hoy en día.

En los últimos años, las revistas de moda como son Vogue, Harper's Bazaar, Elle, Telva, Glamour o Vanity Fair, aunque no han abandonado su edición impresa, no han podido quedarse al margen de la nueva era digital. Por lo que, hasta grandes publicaciones, no están exentas de sufrir la crisis de los medios de comunicación impresos. Cada vez más revistas de moda apuestan por contenidos que sólo se puedan consumir a través de sus webs o perfiles de redes sociales como forma de acercarse a una sociedad digitalizada. Las redes sociales son el nuevo medio de entretenimiento y de comunicación en el que la imagen reemplaza a la palabra escrita y son las redes sociales y blogs las que dictan las tendencias, y no tanto las revistas.

A pesar de que la crisis digital ha afectado a los medios tradicionales, la prensa femenina en soporte papel sigue registrando cifras importantes de ventas<sup>2</sup>.

El siglo XXI ha supuesto una revolución y un “boom” para la fotografía de moda. Y es que la fotografía se convierte en una parte esencial de la vida cotidiana ya que cualquier persona dispone de una cámara en el móvil que le permite capturar cualquier imagen en cualquier momento y con una calidad muy similar a la de una cámara profesional.

La moda se ha diversificado tanto como sus exponentes fotográficos, de modo que no existe ni una sola tendencia ni técnica predominante. Sin embargo, en los últimos años, el minimalismo ha cobrado gran importancia en todos los ámbitos de la sociedad. Se vuelven a llevar prendas sencillas, colores planos que combinan con todo, la decoración minimalista está más de moda que nunca y, por tanto, la fotografía minimalista, poco

---

<sup>2</sup> Información extraída de <https://reporting.aimc.es/index.html#/main/revistas>

recargada, pero con una clara atención a la composición de colores, también está en auge (figura 25).

Algunos referentes en la fotografía actual son David Sims, Tim Walker, Steven Klein, Inez & Vinoodh. Terry Richardson, Steven Meisel y Patrick Demarchelier. Y en el panorama español, el fotógrafo de moda Miguel Reveriego que trabaja para revistas como Vogue (figura 26) y el cineasta y fotógrafo Eugenio Recuenco cuyo estilo personal es muy cinematográfico y pictórico.



Figura 25. Patrick Demarchelier, *Chrisy*. Fuente: atlasgallery.com



Figura 26. Miguel Reveriego, *Mi España*. Fuente: smoda.elpais.com

#### 4. Metodología

Una vez realizada la revisión bibliográfica expuesta en el apartado anterior que forma parte de la metodología, se han comparado las distintas revistas de moda que lideran el mercado español. De las editoriales de moda seleccionadas (Vogue, Cosmopolitan, Elle, Glamour y Telva) se han observado y analizado las imágenes para la recreación posterior de una publicación ficticia.

Las fuentes más utilizadas en este trabajo son:

1. La observación directa de las fotografías de moda que se encuentran en las editoriales de moda.
2. El análisis de estas fotografías.

### 3. Libros y vídeos sobre el retoque fotográfico en fotografía de moda.

Las fases para llevar a cabo el proyecto experimental se detallan a continuación.

#### **Fase 1:** Elección del tema.

En la búsqueda del tema, se tuvo en cuenta que el trabajo tuviera una base práctica, la fotografía, puesto que es una de las formas de comunicación más potentes de la actualidad y que se extiende por todo el mundo, una forma de lenguaje universal. Dentro de la propia fotografía, el género escogido fue fotografía de moda.

Tras una reunión con el que ha sido el tutor de Trabajo de Fin de Grado, se decidió realizar una editorial de moda que no solo sirviera para exponer las habilidades profesionales sino también como portfolio de cara al mundo profesional.

Para darle una perspectiva diferente y que cumpla con un objetivo más conceptual, el proyecto tiene la meta de criticar las diferentes publicaciones de moda que lideran el mercado español. Por lo que la idea inicial y la que se ha llevado a cabo es realizar una revista prototipo que sirva para reflejar y satirizar la semejanza de contenido entre las revistas de moda.

Para llegar a dicha finalidad, la revista debía mostrar un mismo rostro que representara todos los estereotipos que suelen encontrarse dentro de las publicaciones y que, a su vez, el contenido escrito potenciara esa sátira utilizando anglicismos y palabras de origen francés como guiño a la industria de la moda.

#### **Fase 2:** Equipo humano: Pre-producción.

En primera instancia, el trabajo estaba concebido para hacerlo de forma individual, por lo que toda la producción recaía sobre una misma persona, tanto realizar las fotografías, como editarlas y posteriormente maquetarlas. Finalmente, el Trabajo de Fin de Grado se ha llevado a cabo junto a otro compañero que se ha dedicado no sólo a la maquetación y diseño de la revista, sino también como auxiliar en las sesiones fotográficas. Convirtiéndose así en un proyecto más ambicioso y profesional.

De manera conjunta, se pensó en el tipo de modelo que podía encajar en este proyecto. Debía ser una persona que tuviera la soltura y la práctica de posar delante de la cámara como una modelo profesional, a la vez que tuviera disponibilidad para la realización de

las sesiones fotográficas. Por ese motivo, la modelo escogida para la revista cuenta con experiencia profesional en el modelaje.

Se eligió a una misma modelo para representar las personalidades que suelen encontrarse en las revistas de moda de tal forma que resaltaría aún más la crítica hacia otras revistas. También, se contactó con una maquilladora que se encargara de maquillar a la modelo. Sin embargo, no se contó con la ayuda de ningún estilista que se encargara de los *looks* de las sesiones, por lo que la elección de vestuario fue llevada a cabo por la propia autora de este trabajo e hizo que la fase de preproducción fuese mucho más laboriosa.

## **Fase 2: Investigación y análisis: Pre-producción.**

En esta fase, se empezó con la recopilación de información consultando páginas webs, libros y artículos que me ayudaran a comprender más a fondo la historia y características de la fotografía de moda.

Una vez conseguida la información, se analizaron las fotografías que se encuentran dentro de revistas de moda con más éxito en España que son: Vogue, Cosmopolitan, Elle, Glamour y Telva. Se eligieron estas revistas para imitar su contenido y buscar las diferencias y similitudes entre ellas. Además, se contó con la colección propia de revistas de Vogue desde el año 2018.

Al analizar estas revistas, se hizo una clasificación de las distintas fotografías que se encuentran dentro de las publicaciones de moda. De tal forma que se elaboró la siguiente lista:

- Fotografía de campaña: son aquellas imágenes que se realizan para las marcas cuyo objetivo no es solo vender, sino transmitir los valores de la marca.
- Fotografía de desfiles y eventos de moda: se incluyen fotografías de catálogo en la que se muestran productos de la marca y como se pueden combinar y vestir. Además de *Lookbooks*, moda en la calle o *Street style*.
- Fotografía de moda: realizadas por la propia revista para dar publicidad a marcas. Las portadas o *covers* hacen referencia a esos reportajes, por lo que son las más codiciadas.

- Fotografía de producto: como bien dice su nombre se trata de fotografiar el producto que comercializa una marca como ropa, perfumes, joyas, maquillaje, cosmética o incluso comida.

### **Fase 3:** Planificación de la estructura de la revista: Pre-producción.

Para realizar la estructura de la revista prototipo se tuvo como referencia las publicaciones anteriormente mencionadas. Al analizar, se llegó a la conclusión de que todas ellas tenían un orden de contenido muy similar.

La revista prototipo debía adecuarse a un número de páginas real y asequibles, por lo que se decidió realizar una revista de moda de 48 páginas, es decir, 24 pliegos más portada y anteportada en la que la mayor parte del contenido debía ser publicidad. Una vez decidido el número de páginas, distribuimos el contenido en cuatro secciones: Editorial, Tendencias, Agenda y Belleza.

A continuación, se realizó un desglose de la revista y se pudo observar qué recursos de texto e imagen eran necesarios para rellenar las páginas. De esta forma, fue mucho más sencillo saber qué tipo de contenido fotográfico que se requería. Esta fase junto a la anterior ha sido fundamental para la preparación y realización de las sesiones fotográficas.

### **Fase 4:** Preparación previa a la sesión fotográfica: Pre-producción.

Sin duda esta es la fase con mayor peso y a la que más importancia se le ha dado ya que se debía aprovechar al máximo el tiempo y la disponibilidad de la modelo.

El primer paso fue diseñar cada fotografía antes de la sesión, es decir, pensar y editar mentalmente la imagen antes de su toma. Tener en cuenta las necesidades de la revista y en el objetivo que debía responder la imagen. A partir de ahí, considerar las localizaciones, el vestuario y el tipo de fotografía que se buscaba.

El segundo paso fue estudiar e identificar los valores de las marcas que se iban a representar como Gucci, Dior o Chanel para que el resultado final fuera lo más real posible. También hubo una fase de investigación e información sobre algunos fotógrafos referentes en la historia de la moda que querían destacarse en la revista. De este proceso, se elaboró un panel de tendencias o *moodboard* para visualizar la idea de las sesiones fotográficas (Ver Anexo).

El último y tercer paso, fue elaborar un cronograma en el que aparecían las fechas y horarios de las 4 sesiones fotográficas que se han llevado a cabo, detallando todas las necesidades: prendas de ropa, maquillaje, peluquería, cambios de vestuario, localización y el tipo de fotografía (retrato, producto, foto conjunta...) De tal forma que, gracias a ese *planning*, se optimizó al máximo los recursos y el tiempo de la sesión.

#### **Fase 5: Realización y edición de fotografías**

La realización de las fotografías consistió en 4 días de trabajo, el primero el 12 de marzo y el resto durante los meses de abril y mayo, coincidiendo en su mayoría con el domingo, único día disponible de la modelo. Las localizaciones escogidas se eligieron en base a los escenarios observados en el análisis de las revistas.

12 de marzo: La primera sesión se organizó exclusivamente para realizar las fotografías de producto, sin la modelo y en el plató de la Universidad Miguel Hernández de Elche. Por las circunstancias del Covid-19, sólo disponíamos de 2 horas para realizar todas las fotografías de producto.

29 de abril: La segunda sesión fue en el centro de Alicante y se enfocó en el contenido de las secciones y publicidad. Comenzó en el puerto de Alicante, se continuó por el casco antiguo de la ciudad, siguiendo por la Rambla y la Explanada y se terminó con la foto a la directora en una oficina.

16 de mayo: La tercera sesión fue entre la Cala del Xarco situada en Villajoyosa y en la casa de campo de la autora de este trabajo en el Bacarot, un pueblo entre Alicante y Elche. En la primera localización, se llevó a cabo el primer reportaje fotográfico de la sesión y en la segunda, se realizaron las fotografías de publicidad de Chanel, Bulgari y Gucci.

30 de mayo: La última sesión se llevó a cabo en la playa de Los Arenales del Sol. En este día se realizó el segundo reportaje y las fotografías restantes que completaban las secciones y el contenido publicitario.

En cuanto al material utilizado, para todas las sesiones se empleó una cámara réflex Canon 77D con los objetivos 18-135 mm y el objetivo fijo 50mm para fotografías de retrato o en las que se quería tener menos profundidad de campo. En las sesiones de exterior, se utilizó un reflector plegable para evitar sombras en el rostro de la modelo.



Respecto a las dificultades, el mayor conflicto fue concentrar un gran contenido fotográfico en cuatro días, con muchos cambios de vestuario y localizaciones muy dispersas. Por ese motivo, el cronograma fue imprescindible para poder organizar las sesiones de la forma más eficaz.

Por último, la edición de las fotografías fue llevada a cabo únicamente con el programa de Adobe Photoshop, utilizando herramientas para la corrección de luz (niveles, curvas, pincel de sobreexponer y subexponer, brillo y contraste), la corrección de color (corrección selectiva, equilibrio de color y blanco y negro) y el retoque de la piel (pincel corrector puntual, herramienta parche y las capas de ajuste con filtro de desenfoque de superficie y paso alto).

La parte de la corrección de piel es esencial para darle a la imagen un aspecto mucho más profesional y que transmita la sensación de ser una fotografía que pertenece a una editorial de moda.

A continuación, se expondrán algunas imágenes originales junto a su posterior edición, de tal forma que se aprecie al detalle el trabajo de postproducción digital y se intuyan las herramientas utilizadas durante el proceso.



Figura 27. Foto de portada sin edición. Fuente:  
Elaboración propia



Figura 28. Foto de portada con edición. Fuente: Elaboración propia



Figura 29. Foto de Bulgary sin edición. Fuente:  
Elaboración propia.



Figura 30. Foto de Bulgary con edición. Fuente:  
Elaboración propia.



Figura 31. Foto de Chanel sin edición. Fuente:  
Elaboración propia.



Figura 32. Foto de Chanel con edición. Fuente:  
Elaboración propia.

## 5. Resultados

La revista prototipo finalmente consta de 48 páginas y 4 secciones repartidas en Editorial, Tendencias, Agenda y Belleza. El total de fotografías utilizadas para la revista ha sido de cuarenta, además de las veinte fotos de producto.

Las imágenes que se muestran a continuación están ordenadas por fecha de realización y todas ellas están retocadas digitalmente. Para ver el resultado completo de la editorial de moda se puede acceder desde este enlace: [Enlace revista prototipo.](#)



Figura 33. *En el puerto.* Fuente: Elaboración propia



Figura 34. *Casco Antiguo.* Fuente: Elaboración propia



Figura 35. Publicidad crema. Fuente: Elaboración propia



Figura 36. Guiño a Helmut Newton. Fuente: Elaboración propia

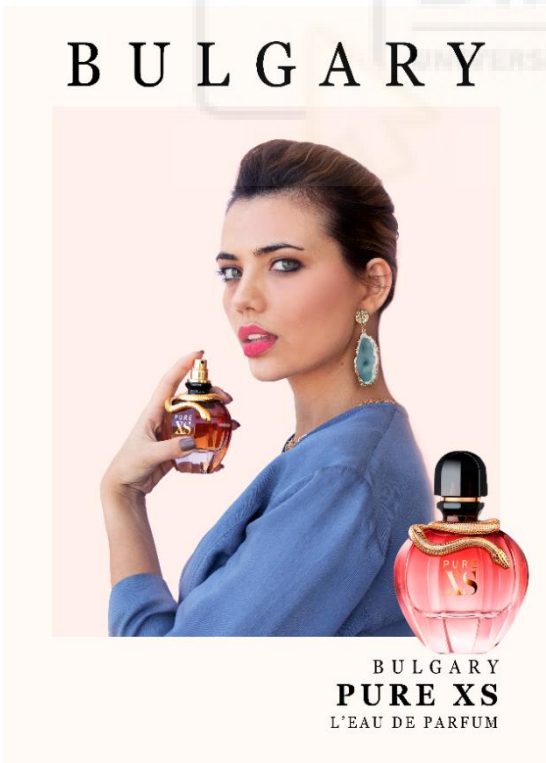


Figura 37. Publicidad Bvulgary. Fuente: Elaboración propia



Figura 38. Gucci. Fuente: Elaboración propia.



Figura 39. Publicidad Chanel. Fuente: Elaboración propia



Figura 40. Marquesina, el reflejo. Fuente: Elaboración propia.



Figura 41: Colaboradora. Fuente: Elaboración propia.



Figura 42. *Reportaje en la Cala, retrato.* Fuente:  
Elaboración propia

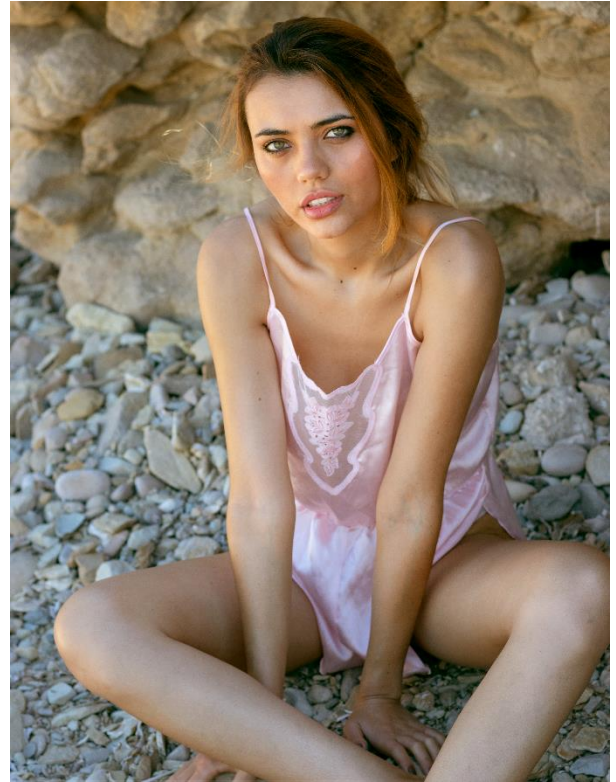


Figura 43. *Reportaje en la Cala, tierra.* Fuente: Elaboración  
propia



Figura 44. *Reportaje en la Cala, agua.* Fuente:  
Elaboración propia

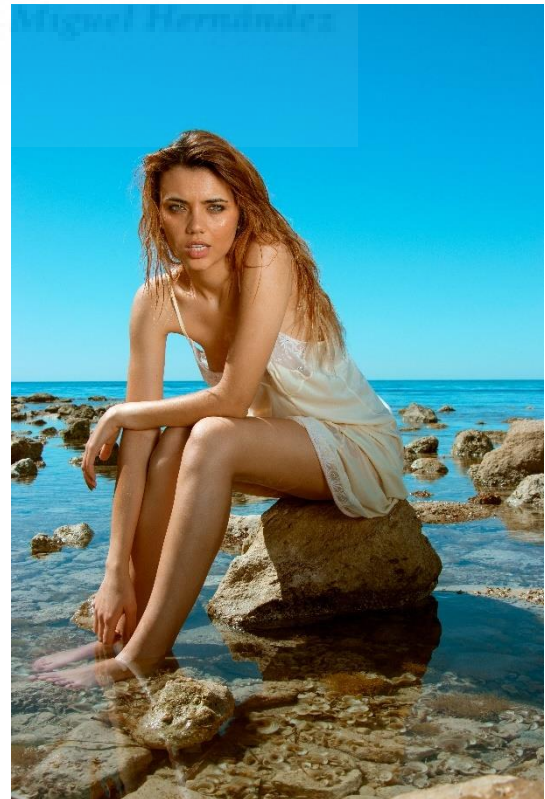


Figura 45. *Reportaje en la Cala, expresión.* Fuente:  
Elaboración propia



Figura 46. *Reportaje en Arenales, dunas.* Fuente: Elaboración propia



Figura 47. *Reportaje en Arenales, rayas.* Fuente. Elaboración propia.

## 6. Conclusiones y discusión

Terminado el proyecto, estimo que el objetivo principal de conseguir una revista prototipo de moda se ha cumplido ya que hemos logrado una publicación ficticia cuyo aspecto podría hacerse pasar por una editorial de moda real. Con lo que respecta a la parte conceptual de realizar una crítica, he constatado que ha quedado plasmada tanto en las imágenes como en el texto ya que nos hemos ayudado de recrear diferentes personalidades, pero sin salirnos del estándar de la moda. Además, el resultado ha sido muy similar a la idea original gracias a la preparación previa y la buena comunicación.

Tras analizar la evolución de la fotografía *fashion*, se hace evidente que ésta ha ido adaptándose y adquiriendo nuevas técnicas de realización a lo largo del tiempo. A la vez que la moda ha avanzado, la fotografía editorial lo ha hecho a su paso, por lo que siempre está en constante renovación. Sin embargo, tras este análisis y basándome en las imágenes actuales, la fotografía de moda se ha quedado estancada en la innovación ya que, al igual que la moda, muchas tendencias fotográficas de antes han vuelto.

A través de este proyecto, me he familiarizado con el flujo de trabajo de una sesión fotográfica profesional y con las herramientas de preproducción y postproducción. En las sesiones fotográficas y tras ver el resultado, soy más consciente de que la fotografía de moda responde a un gran control de la técnica y por eso algunas imágenes creo que no están a la altura de una editorial. Este género fotográfico juega mucho con la expresión personal y la experimentación; por lo que requiere un tratamiento multidisciplinar. Por ese motivo, reconozco que ha sido difícil y laborioso trabajar únicamente dos personas en un proceso que requiere de más profesionales como estilistas o productores.

Lo interesante de la fotografía de moda es que todo el tiempo van surgiendo imprevistos y uno tiene que ir viendo cómo resolverlo. El haber trabajado con mi compañero ha hecho que superásemos cualquier problema de material, tiempo o localización y que nos adaptáramos a las circunstancias.

Para concluir, este proyecto ha sido enriquecedor ya que nunca había preparado una sesión fotográfica con tanto detalle y con tanta profesionalidad como hasta ahora. Gracias a este trabajo experimental, he adquirido un mayor conocimiento respecto a la fotografía y he profundizado en el manejo de recursos técnicos y en herramientas de edición, lo que me ha hecho valorar el trabajo tan preciso de los fotógrafos de moda. Además, el



compromiso que hemos tenido con este proyecto ha hecho que este trabajo tome un enfoque más profesional y ambicioso, y que los dos vayamos hacia un mismo camino desarrollando diferentes tareas, pero a la vez complementarias.

## 7. Bibliografía

Ang, T. (2005). Fotografía. *La historia Visual Definitiva*. (pp. 58-100). Hamish Hamilton – inglés.

Casajús, C (2002). *Historia de la fotografía de moda (Aproximación estética a unas nuevas imágenes)*. [Tesis, Universidad Complutense de Madrid]. Recuperado el 6 de mayo de 2021 <https://eprints.ucm.es/id/eprint/2364/>

Constant, I. (2020). *Breve historia de la fotografía de moda*. Domestika. Consultado el 10 de mayo de <https://cutt.ly/KnX2cHI>

García, A.A. (2017). *Evolución de la fotografía de moda estudio teórico y propuesta fotográfica de trabajo de fin de grado*. [Tesis, Universidad de Extremadura]. Recuperado el 6 de mayo de 2021.

Pozo, J., Verdu, V., Gatti, J., Miro, T., Torga, S., & Yanguas, I. (2015). *Jesús del Pozo*. (Slp ed.). Turner (p.75). Recuperado el 8 de mayo de 2021.

Muzzarelli, F. (2012). *La aventura de la fotografía como arte de la moda*. [Tesis, Universidad Complutense de Madrid]. Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación, 44 (pp.159-166). Recuperado el 8 de mayo de 2021 de <https://eprints.ucm.es/id/eprint/39198/>

Reig Martí, N. (2012). *Análisis en la fotografía de moda actual. La Poma fotográfica*. Recuperado el 22 de mayo de 2021 del sitio web <https://cutt.ly/UnX2aCb>

Romero Cruz, C. (2016). *La fotografía como elemento principal en el diseño de revistas. Vogue*. [Tesis, Universidad Complutense de Madrid]. Recuperado el 6 de mayo de 2021 de <https://eprints.ucm.es/id/eprint/39198/1/T37796.pdf>

Sánchez, F. (2003). *Fotografía: Moda y poder. Patrones de personalidad masculinos y femeninos adoptados y consumidos a través de la fotografía de moda*. [Tesis, Universidad de Granada]. Recuperado el 21 de mayo de 2021 del sitio web <https://cutt.ly/dnX06jg>

Sánchez, M. (2014). *Fotografía y actualidad. El instante eterno de la moda*. Asociación Aragonesa de Críticos de Arte, 26 [Ensayo]. Recuperado el 21 de mayo de 2021 de <http://aacadigital.com/contenido.php?idarticulo=918>

Zaiter, M. (2017). *Baron Adolph de Meyer, el primer fotógrafo de moda*. Cultura fotográfica. Recuperado el 7 de mayo de <https://culturafotografica.es/baron-adolph-meyer-primer-fotografo-moda/>

## 8. Índice de figuras

Figura 1: Página de <i>La Mode Practique</i> . (Fuente: fototendencia.wordpress.com) .....	6
Figura 2: Adolph de Meyer, <i>Elizabeth Arden</i> . (Fuente: culturafotografica.es) .....	6
Figura 3: Emil Otto, <i>Vera Fokina</i> . (Fuente: maestrosdelafotografia.com) .....	7
Figura 4: Joel Feder, <i>Lucile Ltd</i> . (Fuente: Pinterest) .....	7
Figura 5: Edward Steichen, <i>Dolores del Rio</i> . (Fuente: doctorojiplatico.com) .....	8
Figura 6: Martin Munckácsi, <i>Lucile Brokaw</i> . (Fuente: howardgreenverg.com) .....	9
Figura 7: Martin Munckácsi, <i>Harper's Bazaar April</i> . (Fuente dreamideamachine.com) .....	9
Figura 8: Man Ray, <i>Peggy Guggenheim</i> . (Fuente: Pinterest) .....	10
Figura 9: Horst P. Horst, <i>Mainbocher Corset</i> . (Fuente: elobservadorindiscretodotcom.wordpress.com) .....	10
Figura 10: Louise Dahl – Wolfe, <i>Natalie con abrigo</i> . (Fuente: Barnebys.se) .....	11
Figura 11: Louise Dahl – Wolfe, <i>Portada Harper's Bazaar</i> . (Fuente: Barnebys.se) ....	12
Figura 12: Lee Miller, <i>Women in fire masks</i> . (Fuente: Fuente: theguardian.com) .....	12
Figura 13: John Rawlings, <i>American Vogue</i> . (Fuente: lingenuite.com) .....	12
Figura 14: Richard Avedon, <i>Audrey Hepburn</i> . (Fuente: The Richard Avedon Foundation .....	13
Figura 15: Irving Penn, <i>Cubierta de Vogue Abril, Jean Patchett</i> . (Fuente: Pinterest) ...	14
Figura 16: David Bailey, <i>Jean Shrimpton</i> . (Fuente: artsy.net) .....	15
Figura 17: Diane Arbus, <i>A Young man in curlers al home on West 20th Street</i> . (Fuente: moca.org) .....	15
Figura 18: Bert Stern, <i>Retrato La Twiggy</i> . (Fuente: Pinterest) .....	15
Figura 19: Bert Stern, <i>Shirley MacLaine</i> . (Fuente: vistalacalle.com) .....	15
Figura 20: Guy Bourdin, <i>Mujer con el retrato de John Travolta</i> . (Fuente: artnet.com) .....	16
Figura 21: Helmut Newton, <i>Rue Aubriot Paris</i> . (Fuente: artnet.com) .....	17
Figura 22: Campaña de <i>Wonderbra de Eva Herzigova</i> . (Fuente: lavanguardia.com) .....	17

Figura 23: Ellen von Unwerth, <i>Claudia Schiffer Morocco 1989</i> . (Fuente: dazeddigital.com) .....	18
Figura 24: Manuel Outumuro, <i>Blanco y negro</i> . (Fuente: graffica.info) .....	18
Figura 25: Patrick Demarchelier, <i>Christy</i> . (Fuente: atlasgallery.com) .....	20
Figura 26: Miguel Reveriego, <i>Mi España</i> . (Fuente: smoda.elpais.com) .....	20
Figura 27: <i>Foto de portada sin edición</i> . (Fuente: Elaboración propia) .....	25
Figura 28: <i>Foto de portada con edición</i> . (Fuente: Elaboración propia) .....	25
Figura 29: <i>Foto de Bulgary sin edición</i> . (Fuente: Elaboración propia) .....	26
Figura 30: <i>Foto de Bulgary con edición</i> . (Fuente: Elaboración propia) .....	26
Figura 31: <i>Foto de Chanel sin edición</i> . (Fuente: Elaboración propia) .....	26
Figura 32: <i>Foto de Chanel con edición</i> . (Fuente: Elaboración propia) .....	26
Figura 33: <i>En el puerto</i> . (Fuente: Elaboración propia) .....	27
Figura 34: <i>Casco Antiguo</i> . (Fuente: Elaboración propia) .....	27
Figura 35: <i>Publicidad crema</i> . (Fuente: Elaboración propia) .....	28
Figura 36: <i>Guiño a Helmut Newton</i> . (Fuente: Elaboración propia) .....	28
Figura 37: <i>Publicidad Bvulgary</i> . (Fuente: Elaboración propia) .....	28
Figura 38: <i>Gucci</i> . (Fuente: Elaboración propia) .....	28
Figura 39: <i>Publicidad Chanel</i> . (Fuente: Elaboración propia) .....	29
Figura 40: <i>Marquesina, el reflejo</i> . (Fuente: Elaboración propia) .....	29
Figura 41: <i>Colaboradora</i> . (Fuente: Elaboración propia) .....	29
Figura 41: <i>Reportaje en la Cala, retrato</i> . .....	30
Figura 42: <i>Reportaje en la Cala, tierra</i> . .....	30
Figura 43: <i>Reportaje en la Cala, agua</i> .....	30
Figura 44: <i>Reportaje en la Cala, expresión</i> .....	30
Figura 45: <i>Reportaje en Arenales, dunas</i> .....	31
Figura 46: <i>Reportaje en Arenales, rayas</i> .....	31

## 9. Anexo: Cronograma - moodboard

# APRIL

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

	<b>8:30 En maquillaje</b> Natural con tonos marrones, trenzas pequeñas	
	<b>10:00 Puerto Postiguat</b> Bikini, ropa de playa, collares largos, gafas grandes, pelo con trenzas, kimono	Foto retrato con gafas (quibi)
	<b>12:00 Descanso (Almuerzo + Desplazamiento)</b>	
	<b>13:00 Casco antiguo</b> Traje oscuro, Vestido negro ajustado, bolso	Foto "conjunta"
	<b>Casas Casco Antiguo</b> Vestido blanco + Tacones, Blusa roja + pantalón corto, bolso	
	<b>14:30 Comer</b>	
	<b>15:30 Cafeteria borgonesse</b> Ropa outside - Mi jersey a rayas, pantalon ancho y mis tacones plata - gafas Falda, tacones y blusa	
	<b>17:00 Castillo Santa Barbara (para producto también - bolso)</b> Vestidos que usamos en la sesión, vestido de lunares... Parque de la Ereta Restaurante	
	<b>19:00 Descanso</b>	
	<b>19:30 Oficina</b> Mi vestido azul o negro/ Falda de tubo y blusa, revistas Vogue, reloj fino, pendientes finos, pelo recogido	


# MAY

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

	<b>8:00 En maquillaje</b> Natural glow, pelo suelto y liso (pero no muy de plancha)	
	<b>10:00 Cala el Xarco</b> Lencería blanca o rosa + pantalón corto a conjunto, Cortina blanca - tela semi transparente, Blusa que tengo de pirata - hombros, spray agua pelo	Foto "conjunta"
	<b>11:30 - 11:45 Descanso (Almuerzo + Desplazamiento)</b>	
	<b>12:10 Casetas playa San Juan</b> Vestido largo, corriendo por la playa, Vaquero corto, jersey rosa, bolso de playa, sombrero, crema solar, o pareo	Foto "producto" protector solar
	<b>13:00 - 14:30 Descanso (Desplazamiento + Comida)</b>	
	<b>15:30 Foto "estudio"</b> Joyas llamativas con un perfume (Bvlgari), labio rojo, pelo recogido + parte superior oscura (mini reportaje, diferentes personalidades), Mi camiseta de frutas y verduras, sandía	Foto "producto" + foto "conjunta" Guiño a Terry Richardson Guiño a Patrick Demarchelier
	<b>17:00 Porche de mi casa</b> Ropa de señora de Marbella, tacones de aguja, un cigarro.	Ahumado de ojos
	<b>17:00 - 17:30 Descanso (Desplazamiento + maquillaje)</b>	
	<b>17:30 Fuente</b> Maquillaje Gucci, ropa con estampado, muy colorida	
	<b>18:15 Playa los arenales del sol Paseo madera, dunas...</b> Bikinis, ropa deportiva, botella de agua	

# MAY

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

	<b>9:00 En maquillaje</b> Piel natural y ojos naturales	
	<b>10:00 Paseo de los arenales</b> Vestido/mono largo con gafas de sol (Foto retrato vertical)	Foto para intro
	Camiseta estampado , bolso marrón, vaquero	Foto para Volver con el verano (1)
	Bebiendo agua con ropa deportiva	Foto para Volver con el verano (1)
	<b>Paseo de madera los arenales</b> Mi camiseta de frutas y verduras, vaquero,	Foto tendencias (1)
	Falda plantas + top blanco shein	Foto para Volver con el verano (1)
	<b>Playa los arenales + Dunas</b> 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)
	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 lino o mono verde	Foto para Volver con el verano (1)
	Labios rojos, como si fuera desnuda, pintalabios rojo, utilizar algo blanco para el fondo	Foto contraportada