



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



FACULTAT DE BELLES
ARTS DE SANT CARLES

UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

Facultad de Bellas Artes

EXPLORANDO LAS ESTÉTICAS DE JEAN PAUL
GAULTIER: UNA MIRADA EXPERIMENTAL A TRAVÉS
DEL DISEÑO EDITORIAL

Trabajo Fin de Grado

Grado en Bellas Artes

AUTOR/A: Sansaloni Tormos, Vera

Tutor/a: Berenguer Frances, Francisco Jose

CURSO ACADÉMICO: 2023/2024

RESUMEN

Este Trabajo de Fin de Grado propone la creación de una revista experimental que explora las diferentes estéticas de Jean Paul Gaultier, destacando sus icónicas creaciones de moda. La publicación pretende fusionar las tendencias contemporáneas de diseño editorial y gráfico con la singularidad del estilo de Gaultier. Se trata de una publicación innovadora que incorpora elementos visuales provocativos, reflejando la audacia del diseñador. El proyecto nace de la necesidad de crear una plataforma que busca la intersección entre moda, fotografía y diseño, ofreciendo una experiencia de lectura inmersiva y única. El objetivo final es rendir homenaje al legado del diseñador, mientras se integra y experimenta con perspectivas frescas y actuales

Palabras clave: Publicación experimental, Diseño editorial, Fotografía, Producción de moda, Dirección creativa.

ABSTRACT

This Final Degree Project proposes the creation of an experimental magazine that explores the different aesthetics of Jean Paul Gaultier, highlighting his iconic fashion creations. The publication aims to merge contemporary trends in editorial and graphic design with the uniqueness of Gaultier's style. It is an innovative publication that incorporates provocative visual elements, reflecting the boldness of the designer. The project was born from the need to create a platform that seeks the intersection between fashion, photography and design, offering an inverse and unique reading experience. The ultimate goal is to pay homage to the designer's legacy, while integrating and experimenting with fresh and current perspectives.

Keywords: Experimental publishing, Editorial design, Photography , Fashion production, Creative Direction.

A la meua familia, per recolzar des de menuda la meua voluntat de dedicarme al món creatiu i per tot l'esforç que han fet durant aquestos anys. En especial a ma mare, el meu pilar fonamental.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	5
2. OBJETIVOS	6
3. METODOLOGÍA	7
4. PREPRODUCCIÓN CREATIVA	8
4.1. CONCEPTUALIZACIÓN DE LA IDEA	8
4.1.2. <i>Desarrollo y enfoque teórico del concepto</i>	8
4.2. SELECCIÓN Y ANÁLISIS DE REFERENTES CREATIVOS	9
4.2.1. <i>Directores creativos y estilistas influyentes</i>	9
4.2.2. <i>Fotógrafos influyentes</i>	10
5. PLANIFICACIÓN Y EJECUCIÓN DE LA SESIÓN FOTOGRÁFICA	11
5.1. PLANIFICACIÓN Y DIRECCIÓN DE LA SESIÓN	11
5.2. ELECCIÓN DE EQUIPOS FOTOGRÁFICOS Y TECNOLOGÍAS	12
5.3. ELECCIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LOS ESTILISMOS.....	12
5.4. ILUMINACIÓN Y COMPOSICIÓN	13
5.5. POSTPRODUCCIÓN FOTOGRÁFICA	13
6. PROCESO EDITORIAL	14
6.1. REFERENTES	14
6.1.1. <i>Revistas referentes</i>	14
6.1.1. <i>Análisis de revistas contemporáneas y su influencia</i>	15
6.2. MAQUETACIÓN Y TRATAMIENTO GRÁFICO	16
6.2.1. <i>Estructura de las partes</i>	16
6.2.1.1. <i>Estructura externa</i>	16
6.2.1.2. <i>Estructura interna</i>	17
6.2.2. <i>Justificación y jerarquía de las tipografías</i>	17
6.2.3. <i>Elección de la gama cromática</i>	18
6.2.4. <i>Composición gráfica de las páginas</i>	19
6.2.5. <i>Imágenes y recursos visuales</i>	19
6.2.6. <i>Cubiertas y lomo</i>	20
6.3. CONTENIDOS TEÓRICOS	23
7. IMPRESIÓN Y ACABADO	23
8. DISTRIBUCIÓN Y PÚBLICO OBJETIVO	23
9. CONCLUSIONES	25
10. BIBLIOGRAFÍA	26
11. ÍNDICE DE IMÁGENES	29
12. ANEXO	30

1. INTRODUCCIÓN

Este proyecto de final de grado presenta como objetivo principal la realización de una revista experimental de moda que retrate de forma gráfica y visual el estilo y las creaciones icónicas del diseñador Jean Paul Gaultier. Pretende involucrar al lector en una experiencia de lectura única donde se capte la esencia provocadora y transgresora del *Enfant terrible* de la moda a través de las tendencias contemporáneas de diseño editorial y gráfico. Esta publicación se plantea como una plataforma que experimenta con formatos innovadores de expresión editorial.

Para el posible desarrollo de la revista, se ha seguido un detallado proceso que implica el seguimiento de ciertos pasos a seguir de forma lineal, para poder llegar al prototipo final.

En primer lugar, se ha llevado a cabo la fase de preproducción creativa, que ha podido ser resuelta gracias a la anterior conceptualización de la idea principal.

Para este proceso ha sido necesario realizar una selección y análisis de diversos referentes, que han permitido elaborar un enfoque fundamentado a nivel estético y conceptual. Este último, se ha definido gracias al término *Enfant Terrible*, que ha servido de nexo teórico a lo largo de todo el proyecto.

Por otra parte, la ejecución de la sesión fotográfica, ha significado un paso clave para la producción de fotografías que han contribuido en la creación de un discurso visual reconocible y distinguible. Cabe destacar la atención depositada en la elección de los equipos fotográficos utilizados y tecnologías, así como los estilismos, los modelos y la iluminación composición. Del mismo modo, es relevante resaltar la fase de postproducción de las imágenes.

Para la elaboración de la maquetación, se ha recurrido primeramente al análisis de revistas referentes dentro del panorama actual que suponen influencias relevantes en el propio proyecto por la propuesta experimental y alternativa que presentan. Asimismo, las tipografías escogidas han seguido una estructura determinada por su funcionalidad y jerarquía. Paralelamente, se ha definido una gama cromática concreta, que dota al resto de elementos gráficos de una sintonía visual. Por otro lado, los contenidos teóricos que se integran en ella, describen la figura del diseñador y sus icónicas creaciones.

Este trabajo culmina con la fase de impresión y acabado del prototipo, así como de su posterior distribución a través de medios digitales como redes sociales, teniendo en cuenta su público objetivo.

2. OBJETIVOS

El presente trabajo está determinado por una serie de objetivos. Uno de sus principales es la creación de una revista experimental que, dentro del contexto de la fotografía y del diseño gráfico, recoja y exponga el legado del diseñador de moda Jean Paul Gaultier, junto la influencia que tuvo y sigue teniendo su figura y sus creaciones en la escena cultural del momento.

Siguiendo con lo expuesto, dicho proyecto presenta una serie de objetivos específicos que complementan y definen lo que hemos mencionado con anterioridad. Entre ellos, destaca la aplicación y puesta en práctica de los conocimientos adquiridos durante la etapa de aprendizaje universitaria en disciplinas como diseño gráfico, dirección creativa y dirección de fotografía. Para la autora, este trabajo ofrece la posibilidad de demostrar su capacidad de ejecutar con cierta libertad creativa y de forma real un proyecto editorial de inicio a fin.

Del mismo modo, el desarrollo de este proyecto presenta ciertos objetivos secundarios que permiten comprender y ejecutar todas sus etapas. Por lo que se refiere, a la dirección creativa del proyecto, es esencial determinar una visión que asegure que todos los elementos, tanto visuales como textuales sigan la misma línea temática y tengan coherencia.

Seguidamente, en cuanto a la sesión de fotos se refiere, se pretendía resumir la esencia de las creaciones del diseñador a través de la fotografía. Para ello, resultó esencial, una previa planificación que incluyese aspectos como la elección de las cámara, el espacio o la iluminación.

Otro propósito a destacar es el tratamiento gráfico presente en la publicación. Para conseguir el diseño final idóneo, se propuso utilizar técnicas avanzadas de maquetación, complementadas con la gama cromática y las tipografías adecuadas. Para tal efecto, fue necesario la experimentación con diferentes técnicas y estilos, que además de innovadoras, fuesen coherentes con el contexto. Además, los textos que se incluyen dentro de dicha maquetación, se plantearon con la finalidad de ofrecer al lector una lectura estructurada que explicase con claridad la esencia del diseñador.

El propósito final trató de identificar al público objetivo de la revista, de modo que a la hora de ser distribuida, se seleccionasen de forma precisa y adecuada los medios, como las redes sociales, en este caso.

Por último, es importante remarcar que este proyecto está creado para servir como tributo y homenaje a la carrera del diseñador. En él, se da reconocimiento su contribución en el mundo de la moda y se celebra la influencia que tuvo en la escena pop del momento.

3. METODOLOGÍA

Para llevar a cabo de forma óptima este proyecto se ha decidido desgranar en varias fases la estructura del mismo, ejecutando cada una de ellas cuidadosamente. Además, se ha desenvuelto simultáneamente la parte práctica junto con la teórica.

Desde un primer momento, la idea base pretendía fusionar diseño y moda. Por ello, se inició un proceso de investigación y análisis sobre los máximos referentes de moda y diseño de los años 80 y 90, dando como resultado de búsqueda, entre otros muchos, la figura de Jean Paul Gaultier. Posteriormente, se efectuó un detallado estudio sobre el impacto de su obra en la industria, recurriendo a artículos de periódicos, revistas, exposiciones,...

Más adelante, dimos con el concepto de *Enfant terrible*, atribuido al diseñador y que acaba sirviendo de *leitmotiv* a lo largo de toda la obra gráfica. Además, este concepto nos sirve de pretexto para introducir el marco teórico, desarrollado alrededor de la vida y obra de Gaultier

Paralelamente, se fue indagando acerca de diseñadores gráficos, directores creativos y fotógrafos referentes cuyo estilo sirviese de inspiración para poder aportar personalidad, valor y credibilidad a la revista.

En cuanto a las fotografías, se planteó una planificación clara y detallada anteriormente a la sesión para tener todo organizado y concretado los dos días que duró la sesión. Para ello, fue imprescindible aspectos como las cámaras que se iban a utilizar, los focos y otras tecnologías. Asimismo, se le asignó de antemano a cada modelo unos estilismos y horas de trabajo determinadas. Todo lo anterior fue clave para obtener de manera eficaz el resultado esperado.

De forma más concreta se empezó a dar forma a la maquetación mediante el software de Adobe Indesign, fijando de forma inicial, la división y estructura interna. *A posteriori*, se escogió una gama de colores y unas tipografías en concreto que definieron el estilo general y que, a su vez, completan con el característico carácter del trabajo de Gaultier.

Al mismo tiempo, se fue indagando en el posible lector potencial de la revista, estimando su rango de edad, género, ubicación geográfica, ... Dicho análisis fue determinante a la hora de escoger los medios de distribución idóneos.

Para la impresión, decimos seleccionar el tipo de papel teniendo en cuenta su gramaje, calidad y durabilidad. Todo este proceso, conlleva a realizar una gran cantidad de pruebas de impresión previas cruciales para alcanzar el proyecto final.

4. PREPRODUCCIÓN CREATIVA

4.1. CONCEPTUALIZACIÓN DE LA IDEA

Para entender el contexto que envuelve la revista, es esencial comprender de dónde nace el término *Enfant terrible* (niño o niña terrible) y por qué se ha decidido utilizar como recurso conceptual a lo largo del proyecto.

4.1.1. Desarrollo y enfoque teórico del concepto

Se trata de una expresión que proviene del francés y que se utilizó por primera vez a mediados del siglo XIX para referirse a aquellos niños que solían ser desobedientes y que, con sus comentarios impredecibles, ponían en evidencia a sus adultos. Se trataba de una época determinada por el acatamiento a la autoridad, donde era muy mal visto tener conductas revolucionarias o contestarias. Por eso, este término, durante mucho tiempo, se utilizó para referirse a alguien de forma despectiva (*un niño cuyos comentarios inoportunos causan vergüenza*¹).

No obstante, con el paso del tiempo y gracias a prodigios creativos y disruptivos como el poeta surrealista Arthur Rimbaud o el artista mexicano José Luis Cuevas, miembro de la Generación de la ruptura, se ha logrado transformar la interpretación de este concepto, cambiando su connotación negativa inicial y convirtiéndola en un reconocimiento a su ingenio y capacidad de romper con las reglas establecidas.

Obviamente, entre estos genios del arte, localizamos a Jean Paul Gaultier, quien fue bautizado como el *Enfant terrible* de la moda. Consiguió consolidarse como una fuerza de transgresión social² a través de sus creaciones vanguardistas. Dichas prácticas, lo establecieron como un prodigio; sin embargo, no permaneció exento de las críticas reaccionarias de los sectores más convencionales de la industria. A pesar de ello, es innegable que la excentricidad e innovación diseñador lo han catapultado como pionero en la creación de nuevas tendencias y vertientes de la moda, como la ropa 'non gender' o sin género, que propone la libertad a la hora de vestir sin importar el sexo o la identidad de género. Comprometido con la inclusividad en las pasarelas, el modisto se convirtió en todo un referente como defensor de la diversidad al incluir en sus desfiles *modelos de diferentes tallas e identidades*³.

Por eso, para poder transformar el mundo que nos rodea, es necesario reconocer y entender el potencial de los presentes y futuros *enfants terribles*, pues gracias su compartimiento revolucionario y su capacidad de generar

¹ Definition of ENFANT TERRIBLE. En: *Merriam-Webster: America's Most Trusted Dictionary* [en línea]. Tandem Library, 2001.

² EITA, Hagar. L'Enfant Terrible Bien-Aimé, Jean-Paul Gaultier. SACLÀB.

³ MAR, Rocabert Maltas. Jean Paul Gaultier: "Siempre me ha disgustado el concepto de mujer objeto". *EL PAÍS*.



Paloma Wool, 2023. Publicación de Instagram anunciando su colección AW23 en un pop up en Seoul.



Maya Soul, 2023. Proyecto de estilismo para *Issue* magazine.

discursos, que en ocasiones, pueden llegar a ruborizar a más de uno, se consigue desarticular ciertas jerarquías impuestas y reconfigurar la realidad común.

4.2. SELECCIÓN Y ANÁLISIS DE REFERENTES CREATIVOS

En este punto de la memoria, procederemos a exponer los referentes creativos a los que se ha recurrido para poder conceptualizar visualmente el proyecto editorial en cuestión.

4.2.1. Directores creativos y estilistas referentes

Entre los directores creativos y estilistas tomados como inspiración o referencia encontramos los siguientes:

Jonathan Anderson (Director creativo de Loewe):

A pesar de que su estética se aleja bastante del estilo de Gaultier, su visión de la moda desde un punto de vista vanguardista e innovador, ha definido profundamente la parte conceptual de la revista. En poco tiempo ha sido capaz de alejar la marca de un público más cerrado y convencional, a ser una de las marcas del momento. *Considerado un firme defensor de la transversalidad, para él, no existen diferencias entre la moda “masculina” y la “femenina”. Además, sus creaciones están repletas de referencias a la cultura pop, el cine, la televisión y la música⁴.*

Mowalola Ogunlesi (Directora creativa de Mowalola):

La joven diseñadora incluye en sus creaciones influencias de la música punk y se inspira en diversos aspectos como la política o el sexo. Se considera a sí misma como una mente destructiva, que aboga por el caos como punto de partida para crear. Sus diseños innovadores incorporan elementos urbanos definidos por la identidad y diversidad cultural.

Paloma Lanna (directora creativa de Paloma Wool):

La ética y estética experimental que caracterizan su marca han inspirado enormemente la producción visual y creativa de gran parte de esta producción. Pese a que la marca de moda presente una estética mucho más relajada y artesanal, hemos tomado como inspiración sus campañas experimentales y conceptuales, caracterizadas por mostrar sus diseños en un ambiente donde se cuida el mínimo detalle, y todo presenta una correlación y sentido, desde la cámara escogida para capturar las creaciones, hasta los muebles que se ven en la parte trasera de las fotografías. Creando, de este modo, una identidad visual diferenciable.

⁴ BIANCHI, Martin. “Cómo Jonathan Anderson ha convertido Loewe en la marca del momento aquí y en China”. *EL PAÍS Semanal*.



Jamie-Maree Shipton, 2023. Proyecto de estilismo para Jean Paul Gaultier *Archive Special*.

Maya Soul (Estilista en la revista *Issue*):

Maya posee la capacidad de desarrollar proyectos vanguardistas con un toque ecléctico. Escoge estrategias estilísticas que combinan elementos cotidianos e innovadores, consiguiendo una estética única y propia. A su vez, consigue desarrollar estilismos generalmente simples por la elección neutra de la gama de colores, pero que analizados con detenimiento, resultan ser redondos, por la lección de los volúmenes, dimensiones y texturas.

Jamie-Maree Shipton (Directora creativa de *Pull Letter Magazine* UK y estilista):

Su enfoque futurista y psicodélico, ha propiciado la colaboración con grandes revistas de moda como *Vogue*, *Número* o *Dazed Magazine*, y la creación de la suya propia; *Pull Letter Magazine*. Por otro lado, cabe recalcar que recientemente, ha trabajado para la marca de Jean Paul Gaultier, en una editorial donde se presentaban prendas de archivo junto la nueva temporada (*Jean Paul Gaultier Archive Special*). Sus creaciones son cuanto menos tímidas o limitadas, destacando las capas, las texturas y sobre todo los colores. Suele recurrir a prendas sexis, junto con otras más holgadas y propias de lo urbano.

4.2.2. *Fotógrafos referentes*

Vito Ferricola:

Ha trabajado para revistas de renombre como *Vogue Italia* o *032c* y para grandes marcas como The Attico. Para él, es importante adaptar el tipo de fotografía según la demanda de cada proyecto, combinando la fotografía analógica con la digital y experimentando con las diversas técnicas de edición de imagen. Estas mismas estrategias se han llevado a cabo en la revista *L'enfant terrible* y por eso lo adoptamos como referencia.

Steven Meisel:

Meisel es considerado uno de los fotógrafos más reconocidos en la industria moda. Su estilo, provocativo, controversial y a menudo político, nos recuerda al de Gaultier. Ambos, supieron captar la esencia de Madonna y consiguieron romper con la imagen tradicional de "macho alfa" asociada a los hombres. Por eso, hemos considerado su trabajo como guía, especialmente en sus retratos muy contrastados y en blanco y negro, protagonizados por modelos desafiantes que invitan a la reflexión.

Elizaveta Porodina:

Es una de las fotógrafas más punteras actualmente en el mundo de la moda. Se le asocia al surrealismo por su lenguaje visual plagado de teatralidad e imaginación. Presenta un estilo pictórico donde predominan los colores saturados y vibrantes que se ajustan con el estilo *cyber*, propio de Gaultier. Igualmente, nos hemos inspirado en el lenguaje visual de sus fotografías a través de la elección de ángulos, poses y fondo.



Iñigo Awewave, 2022. Fotografía para Paula Canovas del Vas SS23.

Iñigo Awewave:

Es un fotógrafo caracterizado por su gran sensibilidad gráfica, que consigue capturar imágenes provocativas, a la par que elegantes. Lo consideramos un modelo a seguir, no solo por la calidad de sus fotografías, sino también, por la narrativa visual, que junto a su equipo creativo, consigue crear a través de una perspectiva teatral esculpida por la composición, iluminación, escenarios, etc.

5. PLANIFICACIÓN Y EJECUCIÓN DE LA SESIÓN FOTOGRÁFICA

6.1. PLANIFICACIÓN Y DIRECCIÓN DE LA SESIÓN

Para asegurarnos de que la sesión se lleve a cabo de forma exitosa y con los resultados esperados, es imprescindible elaborar previamente un esquema minucioso donde se organicen y detallen varios aspectos esenciales, como la ubicación, el equipo de trabajo, los horarios y los referentes visuales mencionados anteriormente.

En el caso de la ubicación, decidimos escoger los platós de fotografía de la Facultad de Bellas Artes de la Universidad Politècnica de València. Estos platós son espacios amplios que permiten la adaptabilidad de diversos entornos de forma controlada y sencilla. Además, todo el equipo ya estaba familiarizado con el espacio, pues se había trabajado anteriormente allí. Por añadidura, desde esa ubicación, teníamos acceso a una amplia variedad de equipos de iluminación y tecnológicos. Otros factores que influyeron a la hora escoger el estudio como espacio predilecto fueron el control total sobre la iluminación y la posibilidad de concretar esquemas de luces previos sin sorpresas meteorológicas que influyan en el resultado.

En cuanto al equipo de trabajo, contamos con tres modelos profesionales, dos asistentes de fotografía y la directora creativa, quien también se encargó del maquillaje, los estilismos y el diseño del set. Todos los miembros del equipo estaban al corriente de la propuesta creativa y entendieron a la perfección la idea conceptual. Su plena disposición y voluntad, propiciaron un ambiente de trabajo agradable y cómodo para todos los participantes.

Para asegurar que la sesión se llevase a cabo de manera eficiente y se ajustara los tiempos, se programó previamente un cronograma que detallaba los horarios específicos para cada modelo, incluyendo el tiempo para el maquillaje y peluquería, pruebas de iluminación, control de los equipos fotográficos y el montaje y desmontaje del set.

Para cerrar este apartado, como bien hemos desarrollado en el punto anterior, se elaboró una exhaustiva búsqueda de referentes que presentaban similitudes con la propuesta creativa y que ayudaron a orientar el mensaje



Proceso de customización de la



Proceso de sublimación de la camiseta.

visual que se quería transmitir. Estos referentes incluyeron estilismos, tratamiento de la imagen, poses de los modelos, diseño del set y tipo de fotografía.

5.2. ELECCIÓN DE EQUIPOS FOTOGRÁFICOS

La elección de los equipos fotográficos y de las tecnologías necesarias varió según el objetivo estético y técnico que deseábamos alcanzar en cada fotografía.

En primer lugar, recurrimos a la cámara digital Canon EOS 600D con una lente de 50mm, para los retratos. Esta lente nos permite obtener resultados precisos, con gran nitidez y un aspecto natural y sin distorsiones. Además, para las fotografías de plano entero y medio, decidimos utilizar la cámara Nikon D3000 con una objetivo de *zoom* estándar, de 18mm a 50mm, que nos proporcionaba adaptabilidad para diferentes encuadres.

Por otro lado, decidimos empleamos tres cámaras secundarias que nos proporcionaron unos resultados totalmente diferentes a los anteriores. Una de ellas fue la cámara analógica Pricolor 9000D, con la que se obtuvo un efecto mucho más orgánico y artístico, que favorecía la conexión con el pasado, especialmente con la etapa de mayor éxito de Gaultier.

Inspirados en las famosas *polaroids* del artista Andy Warhol, escogimos la cámara instánea Polaroid. La intención era capturar y remontarnos a aquella escena pop del momento, de la cual Gaultier también fue testigo, y plasmar sus estilos más memorables.

Con la cámara compacta Panasonic Lumix DCM-FS6, pudimos obtener, aunque parezca aparentemente contradictorio, un efecto mucho más vanguardista e innovador. Esto se debe a la tendencia *Y2k*, que revive la estética de los años 2000 y que encaja perfectamente con el enfoque estético incluido en la revista.

5.3. ELECCIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LOS ESTILISMOS

Otro paso esencial en la reproducción creativa fue la customización y la elección de las prendas adaptándonos a cada estilo y modelo. Para nosotros, era muy importante recurrir a prendas de segunda mano para la mayoría de los estilismos, debido a su bajo coste y sostenibilidad.

Para el primer estilo, titulado **The Kilt**, decidimos recrear uno de los *looks* más icónicos del diseñador. Para ello, escogimos una camiseta de tirantes básica y blanca, a la que, mediante un proceso de sublimación, conseguimos añadir el logo de Jean Paul Gaultier, para darle un toque más especial. La prenda principal fue la falda escocesa, que combinó perfectamente con el chaleco. Este último pasó por un detallado proceso de customización, ya que originalmente era una americana de traje de segunda mano a la que le cortamos las mangas, deshilachamos los bordes y añadimos detalles metalizados con agujas imperdibles. Culminamos el *look* con el cabello rubio decolorado del modelo, la pulsera de estilo punk y el gorro de esquimal.

El segundo estilismo, apodado **The Scandal** o boxeador, estaba compuesto por la misma camiseta de tirantes blanca, una chaqueta de piel *vintage*, unos pantalones también de piel y de segunda mano, que dejaban entre ver la ropa interior, provocando ese efecto desaliñado y descompuesto propio de los jugadores del ring. El *look* se completó y contextualizó gracias a los guantes de boxeo, que se convirtieron en el elemento principal.

En cuanto al marinero, se conformó por la camiseta del logotipo, unos pantalones de traje azul marino, un pañuelo de la misma tonalidad, un cinturón marrón y una boina. Todo de segunda mano. A pesar de ser simple, se trata de un estilismo que funciona a la perfección, gracias a la correcta elección del modelo; sus rasgos y su actitud, junto con la vestimenta, representan a la perfección la esencia del icónico estilo.

Para representar el espíritu de Madonna, optamos por un *look* basando principalmente en la superposición del blanco y el negro, con un toque de color en las medias, haciendo referencia a su carácter rompedor y rebelde. No podíamos elegir otra prenda que no fuese un corsé encerado y con hebillas, como seña de identidad de la artista.

Para el quinto estilo, era necesario capturar y expresar a través de la vestimenta la teatralidad y controversia de las creaciones del *Enfant terrible*. Para lograr esto, seleccionamos un conjunto que incluyese diferentes elementos procedentes de diversas culturas y religiones. En primer lugar, el pantalón de chándal como emblema de la cultura urbana, seguido del corsé, una prenda sensual reinterpretada como revolucionaria por Gaultier y la mantilla negra junto con el rosario; como símbolos de luto y devoción religiosa.

Finalmente, el ecléctico estilo **Cyberdot** se conformó por un body semitransparente con el estampado característico, las mismas medias azules mencionadas anteriormente, pantalones negros satinados tipo *culotte* y botines negros con detalles metalizados. Para la otra fotografía, decidimos cambiar la parte inferior y agregar una falda corta de tablas, haciendo referencia al estilo de los años 2000, y unas gafas de un diseño similar a la colaboración que hizo la casa Gaultier con la marca británica KNWLS.

5.4. ILUMINACIÓN Y COMPOSICIÓN

Antes de llegar al estudio fotográfico, elaboramos los esquemas de luces a partir de los referentes, para trabajar de manera eficaz y sin contratiempos.

Para los retratos, utilizamos una iluminación lateral y dura, conocida como luz a 90º, con la que logramos un gran contraste de luces y sombras que aportaban expresividad y dramatismo al sujeto.

El otro plan de iluminación que empleamos en el apartado **The Scandal**, constaba de luz una frontal, ubicada frente al sujeto. Junto al *flash*, logramos saturar los colores y conseguir esa sensación de instantaneidad, como si las fotos hubieran sido sacadas directamente del *ring*.



Interior de la revista *Pull Letter Magazine*.

En el caso del último apartado, decidimos utilizar como único recurso lumínico un proyector que reflectaba una obra del artista Victor Vasarely, incidiendo en el estampado característico del estilo *cyber*.

5.5. POSTPRODUCCIÓN FOTOGRÁFICA

La fase que culminó el apartado de preproducción creativa fue la postproducción fotográfica. En esta etapa, se retocaron y prepararon las imágenes mediante Adobe Photoshop y Lightroom, para poder maquetarlas posteriormente.

En algunos retratos, se decidió prescindir del color y pasarlos a blanco y negro. En el caso del estilo marinero, la finalidad de este recurso era transmitir y reflejar la elegancia y dramatismo de los marines franceses que inspiraron a Gaultier durante su infancia.

En la imagen de la portada de **Cyberdot**, ajustamos el color, editando la temperatura, el contraste y la saturación para resaltar mucho más a la modelo, las luces y los detalles del estilismo.

De forma generalizada, se añadió a las imágenes ruido o granulado al 25%, creando una coherencia visual muy sutil entre todas ellas y un carácter único. Aunque pueda parecer paradójico, este efecto ayudó a añadir una pizca de imperfección a nuestras fotografías y un toque de autenticidad.

6. PROCESO EDITORIAL

6.1. REFERENTES

6.1.1. Revistas referentes

Para la maquetación de la publicación editorial, se han seleccionado cuidadosamente como referentes una serie de revistas impresas y digitales. Nos inspira su capacidad para comunicar visualmente, su enfoque innovador en el diseño, la variedad de su contenido y la calidad impactante de sus fotografías, elementos que consideramos esenciales en nuestro proyecto.

Pull Letter Magazine es una revista inglesa de moda que destaca por su estilo contemporáneo y *kitsch*. Emplea una estrategia visual donde la imagen predomina sobre el texto, centrándose principalmente en retratos y planos detalle que destacan por su colorido y toques metalizados. Sumado a esto, resulta inspirador observar cómo frecuentemente incorpora prendas de archivo de Jean Paul en los estilismos de las fotografías.

Por otro lado, *XYZ Magazine* es el título de la revista italiana emergente, de carácter experimental y vanguardista, que utiliza imágenes impactantes de gran carga visual y con poco texto. Un aspecto del diseño de esta publicación que ha influido en la maquetación de la nuestra ha sido el uso recurrente del color rosa combinado con el blanco y negro.



Ejemplares impresos de la revista Issueissue.



Fräulein Magazine (2023). Portada de la edición 36 de la revista Fräulein.



Vogue Portugal (2020). Portada de Vogue emblemática que retrató la crisis del Covid-19.

A pesar de menos conocida, creíamos necesario mencionar la revista *Issueissue*. De origen danés, se trata de una revista independiente que se distingue por su diseño naíf y despreocupado, a la vez que rompedor.

Aunque utiliza colores mucho más desaturados, presenta similitudes estéticas con *Pull Letter Magazine*, empleando diseños minimalistas que se caracterizan por su manejo de los espacios y las imágenes. Destaca por su capacidad para fusionar simplicidad y audacia en sus páginas.

Por último, otro referente es la revista *Fräulein*, que se caracteriza por sus *layouts* estructurados y dinámicos a la vez. Emplea el blanco y negro como colores base y presenta una combinación de tipografías arriesgada, aunque armoniosa, en la que fusiona diversas fuentes incluyendo diferentes estilos de las mismas, como el subrayado, contorno, espaciado, etc.

6.1.2. Análisis de revistas contemporáneas y su influencia

Revistas contemporáneas y de larga trayectoria como *Vogue*, *Dazed Magazine* o *Rolling Stone*, son aclamadas internacionalmente por su habilidad a la hora de comunicar tanto visual como narrativamente. *Su posición en primera línea de la comunicación las ha convertido en una fuente vital y constante de los últimos estilos y técnicas del diseño gráfico*⁵. Estas publicaciones se encargan de documentar tendencias, de reconocer y dar a la luz el trabajo de multitud de creativos y consecuentemente, influir en el ámbito del diseño editorial.

A pesar de que recientemente han emergido nuevas revistas con mucho potencial, es indiscutible que *Vogue* ha sido pionera durante mucho tiempo en el contexto de la moda. Sus portadas, consideradas como verdaderas obras fotográficas y artísticas, han conseguido reflejar la personalidad tanto de la propia revista, como del editor jefe. Por otro lado, su capacidad de adaptarse a la frenética transformación digital, corrobora su inexorable posición en la industria.

⁵ LESLIE, Jeremy; BLACKWELL, Lewis. *Nuevo diseño de revistas*. Gustavo Gili, 2000.



Interior de la revista *l'enfant terrible*.

Siguiendo con lo expuesto, la revista *Dazed*, mucho más disruptiva e innovadora en cuanto a diseño se refiere, explora las diferentes perspectivas de la cultura pop, fusionadas con el universo *underground*. Abarca temas como la moda, la música, el cine o el arte y su diseño destaca por su carácter experiencial en el que recurre a tipografías arriesgadas y colores llamativos. Esta revista, ha sabido conectar a la perfección con su público joven de espíritu inconformista.

Rolling Stone por su parte, más centrada en el mundo de la música y del entretenimiento. Ha influido en el panorama artístico y ha servido de lanzadera para la carrera de muchos artistas. A través de un diseño propio y distintivo, sus profundas investigaciones periodísticas, hacen de su forma de comunicar, un referente a nivel político y cultural.

6.2. MAQUETACIÓN Y TRATAMIENTO GRÁFICO

En este apartado se tratarán los aspectos gráficos que han definido la identidad visual de la revista *l'enfant terrible*. Detallaremos y justificaremos la estructura interna, la composición de las diferentes secciones, las fotografías y otros elementos visuales, así como la elección de la tipografía y de la gama de colores.

6.2.1. Estructura de las partes

La estructura y composición general de la publicación se ha organizado de manera que facilite y asegure al lector una experiencia de lectura coherente y de comprensión clara. Al tratarse de una revista experimental, también descrita como *un híbrido, a medio camino entre el diseño de diarios y el diseño de libros ilustrados, es decir, entre la funcionalidad y la experimentación*⁶, presenta un esquema de contenidos transversal, con partes propias de una revista y otras propias de un libro. En este apartado explicaremos tanto la estructura externa, tratando los elementos físicos del libro, como la interna, donde explicaremos cada una de las partes que componen el interior de la revista.

6.2.1.1. Estructura externa

La estructura externa, en este caso está compuesta por la cubierta delantera, la cubierta trasera, el lomo y las guardas.

En la cubierta delantera hemos decidido incluir una imagen de gran impacto visual de uno de los reconocibles estilos del diseñador francés, el logotipo o título, el número de edición, una pequeña frase introductoria y el código de barras. Nuestra intención era elaborar una cubierta reconocible y que llamase la atención.

En el lomo hemos situado los elementos esenciales de la cubierta; el título, la frase y el número de edición. Para la contracubierta, decidimos insertar una

⁶ SUBIELA HERNÁNDEZ, Blas José. *El diseño de revistas como lenguaje: fundamentos teóricos*. 2010.

breve síntesis e incluimos el título y una fotografía en formato Polaroid, en la que aparece el logotipo de Jean Paul Gaultier.

Por otra parte, diseñamos las guardas para unir la tripa del libro con la cubierta. Formadas a partir de cuatro hojas, dos de ellas se destinaron para cubrir la parte interior de la cubierta delantera y de la cubierta trasera, y las otras dos como páginas cortesía o respeto para proteger el contenido del interior.

6.2.1.2. Estructura interna

El recorrido de la lectura se inicia con las páginas de cortesía, que funcionan como pausa para evitar que el lector se sienta abrumado al principio por un exceso de información. Seguidamente, nos encontramos ante la portada interior, en la que ubicamos otra vez el título y la siguiente frase: “*Most iconic creations of Jean Paul Gaultier*”, utilizada también en las cubiertas. En el siguiente pliego se plasma el índice o sumario que recoge los contenidos que van a ser tratados por número de página. Su función es realmente útil, pues permite manejarse por los capítulos y encontrarlos rápidamente. Sus secciones se han establecido conforme el siguiente orden:

1. “About Gaultier”, de la página 7 a la 10. Explica la biografía y la obra del diseñador.
2. “About the styles”, de la página 11 a la 42. Recoge los diseños más característicos y los explica brevemente.
 - La falda escocesa (**The kilt**).
 - La figura boxeador (**The Scandal**).
 - El estilo marinero (**Le Male**).
 - El universo de Madonna (**New Madonna**).
 - La estética teatral o religiosa (**Like a prayer**).
 - El diseño *cyber* (**Cyberdot**).
3. “The Polaroid Gallery”, de la página 43 a la 46. En ella hemos querido hacer referencia a las *polaroids* tomadas en el *backstage* de los desfiles de moda.
4. “Credits”, de la página 47 y la 48. Donde concretamos las fuentes utilizadas y mencionamos a los colaboradores, reconociendo su trabajo y esfuerzo. También se incluye la información legal pertinente sobre los derechos de reproducción y distribución del contenido.

6.2.2. Justificación y jerarquía de las tipografías

El esquema tipográfico que se ha empleado en el presente ejemplar editorial se ha establecido en función de los títulos, los textos y las notas o comentarios concretos, estableciendo una jerarquía definida y cohesionada.

Para los títulos se optó por una Sans Serif titulada *Impact*, de palo seco, robusta, sin remates y fácilmente legible. Escogimos esta tipografía por su carácter y potencial, asociado habitualmente con la modernidad y lo

transgresor, y por lo tanto, con el tono y el timbre de *L'enfant terrible*. Asimismo, se ha utilizado dicha fuente tipográfica para el logotipo. Este recurso repetitivo se ha llevado a cabo con la finalidad de incidir en el subconsciente del lector y conseguir que se asocie a la marca en cualquier otro contexto.

Por otro lado, para el cuerpo del texto, se escogió una fuente tipográfica de la familia Serif titulada *Bodoni Moda*. Sus remates y adornos en las terminaciones de las letras, además de dotarlas de un valor estético, tienen como función, permitir y facilitar la continuidad y legibilidad en la lectura. Esta fuente tipográfica se caracteriza por ser más sofisticada y elegante, y como bien indica su nombre, está diseñada con la finalidad de narrar una editorial de moda.

En cuanto a las notas o pies de foto, se ha utilizado la tipografía *Arial Black*, también perteneciente a la familia tipográfica de Sans Serif. Su dinamismo, permite ser empleada de diversas formas, en nuestro caso, hemos optado por un grosor de trazo superior.

La combinación entre las dos primeras tipografías, que son las más utilizadas durante el ejemplar, ha sido pensada con una clara intención tanto estética como funcional. La suma tipográfica de la Sans Serif y una Serif, es una elección segura y que visualmente resulta armoniosa y cohesionada. La primera, destinada para llamar la atención mediante los titulares, y la segunda, para guiar la mirada a través del texto. Por otro lado, con tal de no romper dicha coherencia visual, se ha empleado el mismo tamaño de interlineado para todo el texto y se han utilizado no más de tres tamaños tipográficos.

6.2.3. Elección de la gama cromática

La gama cromática se basa principalmente en la combinación del blanco y negro, con la introducción del color rosa (C=6 M=27 Y=9 K=4) para romper la monotonía y añadir dinamismo al conjunto. La elección de cada color ha sido influenciada por su valor estético y simbólico. Además, el sistema de color empleado ha sido el modo CMYK, con colores pigmento destinados a ser impresos sobre papel.

Por lo general, en el ámbito del diseño editorial, obtenemos un equilibrio gracias al blanco, que impide la sobrecarga visual. El negro, por su parte, actúa como elemento potenciador de la información y añade un toque de seriedad y profesionalidad.

En el contexto de *L'enfant terrible*, el blanco se ha empleado para los fondos y algunos textos, con la intención de que las páginas sean pulcras y despejadas. De este modo, facilita su legibilidad y conseguimos que los otros elementos gráficos destaquen. En cuanto al color negro, se ha utilizado mayoritariamente para los textos y elementos de gran carga visual, consiguiendo contrastarlos notoriamente entre sí y obteniendo una mejora de la estructura visual conjunta de la publicación.

Respecto al color rosa, ha sido aplicado de manera estratégica en títulos, subtítulos y detalles gráficos para añadir frescura, aportar contraste al blanco y



Fotografía de archivo del diseñador Jean Paul Gaultier.

negro y un toque disruptivo al diseño. Además de su función estética, el rosa ha sido escogido por su valor simbólico. Su uso hace referencia a la incorporación de las faldas como prenda masculina en las pasarelas de Gaultier, pretendiendo en ambos casos, acabar con los estereotipos de género y desafiar las convenciones tradicionales.

Por eso, en esta revista, no solo se ha procurado por la correcta elección y composición estética, sino que también, consideramos fundamental que cada elemento tenga un trasfondo y contexto que reflejen la filosofía de Jean Paul Gaultier.

6.2.4. Composición gráfica de las páginas

La composición gráfica de la revista sigue un esquema visual definido a partir de la jerarquía y la estructura de los elementos. Los títulos cobran mucha importancia en el diseño conjunto, ya que lo dotan de personalidad gracias a su tamaño y estilo de fuente. Dicha fuente tipográfica contribuye a la jerarquía de las páginas, marcando el inicio de las diferentes secciones.

Por otro lado, se han empleado letras capitulares al comienzo de algunos párrafos que ayudan a resaltar el punto inicial del capítulo o sección y rompen con su homogeneidad. Además, de su funcionalidad, también presentan un valor estético añadido que aporta elegancia y sofisticación la página.

Del mismo modo, se han organizado los textos más extensos en pequeños bloques a partir de una retícula de varias columnas.

Con relación a la foliación, la encontramos situada en los extremos izquierdo y derecho de los pliegos y nos indica el número de página en el que nos encontramos. Así mismo, se encuentra discretamente dispuesta para que no distraigan al lector de la información principal.

Las anotaciones, por su parte, presentan un estilo tipográfico diferente y de menor tamaño que proporciona información adicional y favorece a la contextualización del conjunto.

Siguiendo con lo expuesto, si observamos con detenimiento, vemos que se muestran espacios vacíos en algunas páginas. Su objetivo es evitar la sobresaturación de información y dotar al diseño un aspecto limpio y cómodo para la lectura.

El uso de la repetición de algunos elementos gráficos como recurso visual posibilita y favorece la coherencia óptica de todo el ejemplar. Entre ellos encontramos los títulos, la disposición de las fotografías, los espacios, los colores, etc. Gracias a ello, el lector se habitúa a la disposición y estructura del conjunto y mejora su flujo de lectura.

6.2.5. Imágenes y recursos visuales

Si por algo destaca esta revista, es por el predominio de las fotografías sobre el texto. Se trata de un tipo de comunicación icono-verbal en la que las imágenes no solo atraen la atención del lector, sino que también ilustran los temas principales, contextualizando la información y mejorando su



Vista de las páginas 25 y 26 de la revista *l'enfant terrible*.

comprensión. Al contrario de muchas publicaciones editoriales, en *L'enfant terrible*, son los textos los que apoyan a las imágenes.

En el caso de las fotografías del diseñador utilizadas, han sido obtenidas de archivos de imágenes libres de derechos de autor como GettyImages. Podemos encontrarlas en las primeras páginas de nuestra publicación donde hablamos sobre la vida y obra del diseñador francés (p.8/ p.10).

Por otro lado, imágenes como las del pliego que introduce a los estilismos (p.11/ p.12) han sido extraídas de webs de artículos de diseñador como 1stDIBS y de la web oficial de la marca de Gaultier, contribuyendo a a la representación auténtica de su visión y estilo. Todas ellas, han sido silueteadas e incluidas en el documento sin fondo, a modo de recorte. Este recurso se utiliza para resaltar y dar importancia a las prendas.

Cabe añadir que algunos recursos visuales como los utilizados en las páginas del índice (p.5/ p.6) o en la página 25, son imágenes que han sido modificadas mediante Photoshop. Esta última, es una fotografía de un plano detalle de un producto de la marca Jil Sander, en la que se ha retocado su etiqueta y sustituido su logotipo por el de Jean Paul Gaultier.

Las imágenes restantes han sido tomadas por la autora y pretenden aportar su visión creativa y personal desde perspectivas inexploradas en otro tipo de imágenes como las de archivo o web oficial.

La gran mayoría de las mencionadas son fotografías a sangre que abarcan hasta el borde del documento sin dejar espacio de margen. Son de gran calidad y tamaño, y aportan un aspecto de infinitud y continuidad.

6.2.6. Cubiertas y lomo

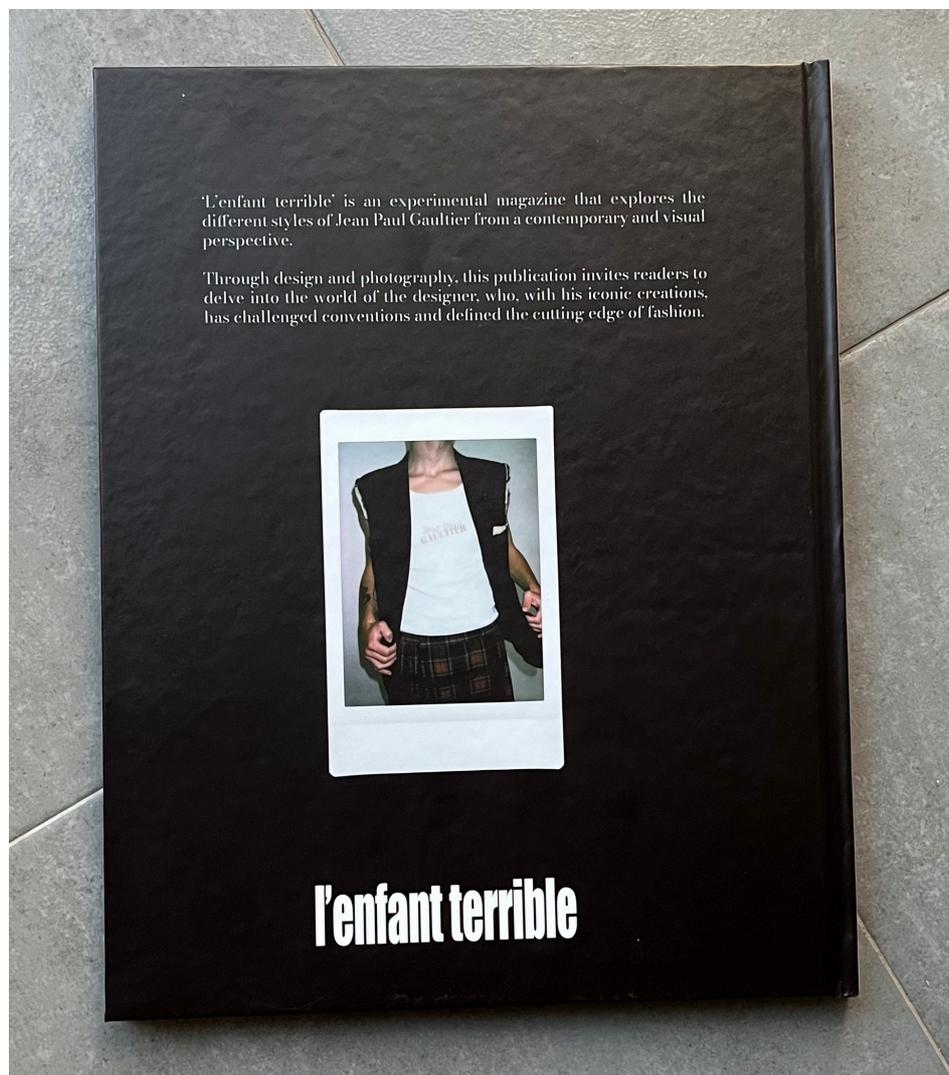
El diseño de las cubiertas supone un elemento crucial a la hora de captar la atención de los lectores y promover su comercialización, teniendo en cuenta el contexto de saturación de las imágenes en el que nos encontramos. En ellas se manifiesta el tono y la intencionalidad de la publicación, junto con la expresividad creativa del autor. Yolanda Zappaterra describe así los aspectos esenciales que debe cumplir una cubierta:

“Ha de ser llamativa y sobresalir entre sus competidoras de manera que logre atraer la atención del lector [...], tiene que resultar familiar a sus lectores habituales y ser también lo suficientemente distinta de su predecesora como para que pueda advertirse que corresponde a un nuevo ejemplar. Debe atraer a nuevos lectores sin perder el apoyo de los que ya tiene. Además, ha de expresar el carácter de la editorial, pero también el contenido del número en cuestión. Después, tiene que seducir a los lectores potenciales para que se aventuren en su interior”⁷.

Con respecto al contenido formal de nuestra cubierta delantera, el título se muestra sobre una trama de color rosa que promueve su clara visibilidad y que funciona como guía de la mirada hacia el logotipo. La entradilla o subtítulo:

⁷ CALDWELL, Cath; ZAPPATERRA, Yolanda, et al. *Diseño editorial: periódicos y revistas: medios impresos y digitales*. Gustavo Gili, 2014.

Cubierta trasera de la revista
L'enfant terrible.



"Most iconic creations of Jean Paul Gaultier", sitúa en contexto al lector y proporciona una breve información sobre el contenido del interior del ejemplar. Por otra parte, se ha incluido la palabra *"issue 1"*, que se refiere al número de edición del ejemplar y el código de barras ISBN, que sirve para identificar el libro en el momento de su compra o venta, en nuestro caso, no contiene ningún código numérico, ya que aun no está disponible para ser comercializada. Por una otra parte, se decidió escoger dicha fotografía para la cubierta, por el poder visual que posee y porque consigue ilustrar con exactitud la retórica visual del conjunto.

En cuanto a la cubierta trasera, está compuesta en primer lugar, por un texto sintetizado donde se define la visión global de la publicación y sus aspectos más relevantes, su función es similar a de las sinopsis de los libros. Este está acompañado por una imagen en formato *polaroid* y por el logotipo, en un tamaño menor que el de la cubierta delantera.

Respecto al lomo, el reto era concluir en un espacio bastante reducido, elementos esenciales como el título, el número de edición y una breve cita



Cubierta delantera de la revista *L'enfant terrible*.



Vista del lomo de la revista *L'enfant terrible*.

introductoria, respetando la estética de la publicación. Paralelamente, este espacio debía presentar un un diseño que fuese fácilmente reconocible en el caso de estar situado en una estantería junto con muchos otros libros. Para resolver el desafío, resultó crucial recurrir al color rosa, pues no sólo es identificable, sino que también se ha convertido en un aspecto clave del sello visual de la publicación.

6.3. CONTENIDOS TEÓRICOS

La revista *L'enfant terrible*, destaca principalmente por su estética vanguardista y experimental, sin embargo, sus contenidos teóricos son esenciales para comprender y estructurar narrativamente el conjunto. En ellos se abarcan temas como la vida y obra del diseñador francés o los estilos característicos que desarrolló.

Nació en 1952 en un suburbio de París y desde muy pequeño demostró su talento a través de sus dibujos. Empezó trabajando para Pierre Cardin y años más tarde debutó con su primer desfile. Durante los años 90, diseñó para Madonna, elaborando creaciones míticas como el sujetador cónico. Posteriormente, en 1997, su primer desfile de alta costura lo consagró como un icono de la moda. Sus diseños también traspasaron la gran pantalla al colaborar con directores como Almodóvar o Luc Besson.

Otro de los diseños que le catapultaron a la fama fue la introducción de la falda en el armario masculino, desafiando los estereotipos de género y celebrando su diversidad. Este diseño dio lugar a su icónico *look* compuesto por una falda escocesa o *kilt*, el cabello rubio decolorado y la camiseta a rayas. Esta última está estrechamente ligada con la estética marinera, para la que se inspiró en su infancia, en concreto en la película *Querelle*, del director Rainer Werner Fassbinder.

Por otro lado, fue el encargado de diseñar todo el vestuario de la gira *Blond Ambition Tour* de Madonna. A través de estos estilismos, defendió el empoderamiento femenino e incorporó símbolos relacionados con la religiosidad y a la teatralidad, causando controversia, y como consecuencia, una especie de viralidad que elevó su posicionamiento a nivel global.

Más adelante, en los años 90, inspirado por las obras del artista óptico Victor Vasarely, creó su emblemática colección *Cyber*, en la que proyectó colores muy intensos sobre patrones cibernéticos, propios del Op art.

7. IMPRESIÓN Y ACABADO

Una vez finalizado el proceso de maquetación, se procedió a realizar las pruebas oportunas de impresión para llegar al prototipo final. Para ello, se siguió un proceso meticuloso en el que se tuvo en cuenta detalles esenciales como la calidad de impresión, el gramaje del papel o el tamaño del texto del documento.

Primeramente, se definió el tipo de impresión. En nuestro caso, recurrimos a la impresión *offset* conocida también como impresión litográfica. Se trata de una técnica generalmente utilizada para obtener acabados de alta calidad y en todo tipo de formato y soporte. Asegura una transmisión precisa de los colores sobre el papel y una gran nitidez en los detalles gráficos. Para este tipo de impresión, empleamos el espacio estándar de color CMYK (Cian, Magenta, Amarillo y Negro) o impresión a cuatro tintas que se fusionan entre sí para conseguir los colores deseados.

Con respecto al gramaje del papel, se decidió emplear uno mate de 160 gramos (gr/m²) para el interior del ejemplar. Su grosor permite obtener resultados de calidad y manejables, sin ser extremadamente pesados. El proceso anterior de pruebas de impresión, resultó clave para decantarnos por este tipo de gramaje. En él, se plantearon diversas muestras de 200 gr/m² y de 120 gr/m².

Para el tipo de encuadernación optamos por el encolado, donde se imprimen, juntan y pegan todas las páginas sobre el lomo. Entre sus ventajas encontramos su rápida reproducción, su precio económico y su resultado profesional.

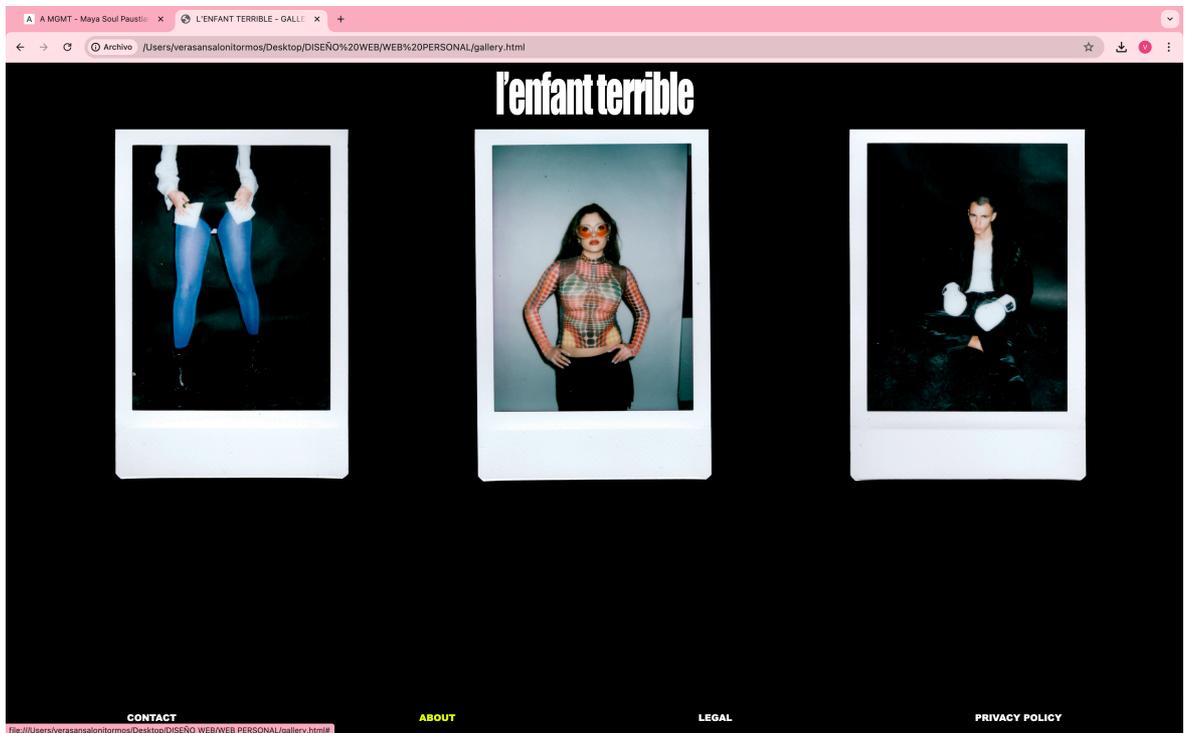
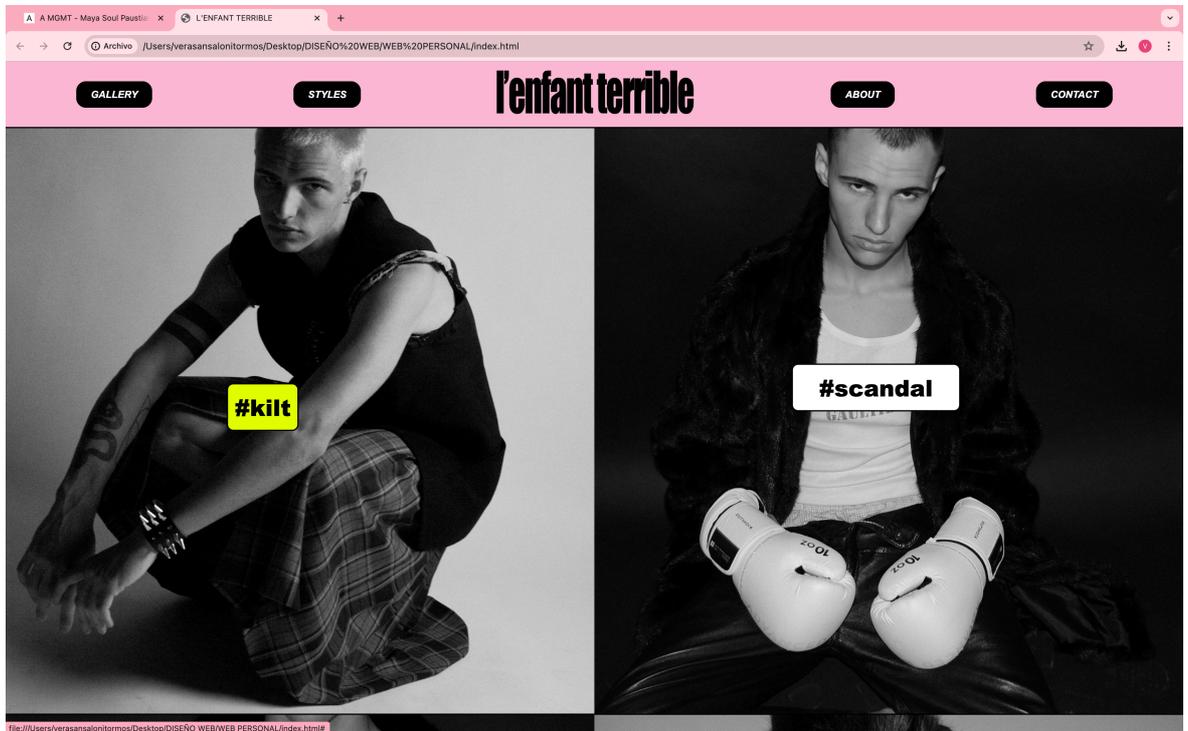
Para poder averiguar el grosor final del documento, y por lo tanto lo que debía medir el lomo, se imprimió previamente todo el interior. Seguidamente, se procedió a la impresión mediante *plotter* de las cubiertas. En primer lugar, se imprimió una hoja de 150 gr/m², que más adelante, utilizamos para laminar y montar sobre un cartón duro de 2mm, asegurando una estructura firme y resistente.

8. DISTRIBUCIÓN Y PÚBLICO OBJETIVO

Con respecto a la estrategia de distribución de la revista *L'enfant terrible*, se ha optado por una estrategia basada en la difusión entre el público objetivo, en este caso de perfil joven y dinámico, manteniendo su interés a través de redes sociales como Instagram o TikTok, así como otras plataformas digitales.

Para la redes sociales, se creará un perfil en Instagram y Tiktok donde se publicaran por una parte, tanto imágenes y videos del proceso de ejecución, como de los resultados finales del ejemplar. Así mismo, se compartirán publicaciones en las que se detallaran datos y curiosidades de la vida y obra de Jean Paul Gaultier.

Siguiendo con lo expuesto, se desarrollará una página web que seguirá la misma línea estética y temática que la revista impresa. En ella, el público podrá navegar a través de diferentes secciones entre las que encontrará un apartado de compra online del prototipo impreso, con varias opciones de pago y envío. También se integrará un blog con artículos sobre la vida y obra del diseñador, y otro apartado donde se difundirán y recopilarán noticias relacionadas con el mundo de la moda.



Diseño web de la revista *L'enfant terrible*.

9. CONCLUSIONES

Este proyecto me ha permitido principalmente acercarme de primera mano al mundo profesional del diseño editorial y de la moda a través de la experimentación de todos los procesos previos a la obtención del resultado

final. De igual manera, esta exploración me ha servido de ayuda para confirmar mi intención de dedicarme profesionalmente a estos ámbitos en un futuro cercano.

Paralelamente, he evidenciado la multitud de conocimientos y capacidades adquiridas a lo largo de mi carrera universitaria, poniéndolas en práctica en un proyecto que fusiona y reclama la puesta en práctica de conceptos relacionados con la dirección creativa, la fotografía y el diseño gráfico.

Si realizamos una visión general del ejemplar, llegamos a la conclusión del peso que ha tenido durante todo el proceso de ejecución, el hecho de plantear una identidad visual que sea diferenciable, y que, por supuesto, represente los valores de la publicación editorial. Para ello, se ha pasado por un proceso en el que ha sido necesario dar paso a las equivocaciones y a los errores. Sin ellos, no hubiera sido posible alcanzar a la correcta elección tanto de la gama de colores, como de la tipografía, fotografías y otros elementos gráficos.

De manera más concreta me gustaría mencionar el papel fundamental de las pruebas de impresión, ya que han resultado cruciales en el momento de comprobar fallos relacionados con el tamaño del texto, los colores o el gramaje del papel.

Para finalizar, aunque resulte algo obvio, con el fin de mantener una correcta fluidez de los diferentes pasos a seguir, ha sido primordial llevar a cabo una planificación previa de aspectos como los materiales, el personal, los espacios y los tiempos de entrega.

10. BIBLIOGRAFÍA

Webgrafía:

GRIMES, William. "José Luis Cuevas, el 'maestro de lo tenebroso' del arte mexicano" (Published 2017). *The New York Times* [en línea]. 15 de julio de 2017 [consultado el 20 de junio de 2024]. Disponible en: <https://www.nytimes.com/es/2017/07/15/espanol/america-latina/jose-luis-cuevas-el-maestro-de-lo-tenebroso-del-arte-mexicano.html>

DE LA GARZA, Alejandro. "¿Quiénes son los niños terribles?" *Milenio* [en línea]. 30 de abril de 2017 [consultado el 10 de abril de 2024]. Disponible en: <https://www.milenio.com/cultura/quienes-son-los-ninos-terribles>

"Descubre cómo hacemos la revista *Gràffica* con MSI". *Gràffica* [en línea]. 24 de noviembre de 2022 [consultado el 7 de mayo de 2024]. Disponible en: <https://graffica.info/descubre-como-hacemos-la-revista-graffica-con-msi/>

Proceso del Diseño Gráfico. *CEI: Escuela de Diseño y Marketing* [en línea]. [sin fecha] [consultado el 6 de mayo de 2024]. Disponible en: <https://cei.es/proceso-del-diseno-grafico/>

FUNDACIÓN "LA CAIXA". "Cinema i moda. Per Jean Paul Gaultier." *CaixaForum* [video]. *YouTube*. 31 de mayo de 2022 [consultado el 5 de marzo de 2024]. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=51mxZ9bU0jk>

Definition of ENFANT TERRIBLE. En: *Merriam-Webster: America's Most Trusted Dictionary* [en línea]. Tandem Library, 2001 [consultado el 30 de abril de 2024]. ISBN 9780613238083. Disponible en: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/enfant%20terrible>

A Management - Maya Soul Paustian. *A Management - Home* [en línea] [consultado el 3 de junio de 2024]. Disponible en: <https://a-mgmt.com/artist/maya-soul-paustian>

Iñigo Awewave. *Artlist* [en línea][consultado el 3 de junio de 2024]. Disponible en: <https://artlistparis.com/artists/inigo-awewave>

Vito Fericola - Photographer. *MODELS.com* [en línea]. [sin fecha] [consultado el 3 de junio de 2024]. Disponible en: <https://models.com/people/vito-fericola>

Modapedia del fotógrafo Steven Meisel. *Vogue* [en línea][consultado el 8 de junio de 2024]. Disponible en: <https://www.vogue.es/moda/modapedia/fotografos/steven-meisel/90>

Alpha Universe. Notas. *Alphauniverse-Latin America* [en línea][consultado el 8 de junio de 2024]. Disponible en: <https://www.sony.com.bo/alphauniverse/stories/conoce-los-mejores-esquemas-de-iluminacion-para-retratos>

Cuáles son las partes de un libro por dentro. *Distribución de papel Castilla y León, S.A* [en línea]. 19 de julio de 2023 [consultado el 11 de junio de 2024]. Disponible en: <https://dical.es/blog/disenio/cuales-son-las-partes-de-un-libro-por-dentro>

Partes de un libro y sus componentes. *La Imprenta* [en línea]. [sin fecha] [consultado el 12 de junio de 2024]. Disponible en: <https://www.laimprentacg.com/partes-de-un-libro/>

“The Life of Jean-Paul Gaultier”. *Brut*. [en línea]. 13 de noviembre de 2024 [consultado el 3 de marzo de 2024]. Disponible en: <https://www.brut.media/us/entertainment/the-life-of-jean-paul-gaultier-1e469308-53c1-47dc-a807-649bd067e2e9>

In Conversation with Jean Paul Gaultier. *Sleek Magazine* [en línea]. 2 de noviembre de 2023 [consultado el 21 de junio de 2024]. Disponible en: <https://www.sleek-mag.com/article/jean-paul-gaultier-2/>

CARRILLO, Isabel. “Jean-Paul Gaultier: ‘Quiero mostrar cómo el cine y la moda cambian la visión de la mujer’”. *La Vanguardia* [en línea]. 11 de julio de 2022 [consultado el 21 de marzo de 2024]. Disponible en: <https://www.lavanguardia.com/cultura/20220711/8400046/jean-paul-gaultier-amodovar-persona-mas-me-gusta-trabajar.html>

MCKENZIE, Caroline. “Jean Paul Gaultier: Get to Know the History Behind The Designer. *L'Officiel Philippines*” [en línea]. 24 de octubre de 2023 [consultado el 2 de junio de 2024]. Disponible en: <https://www.lofficielph.com/fashion/jean-paul-gaultier-le-beau-le-parfum-madonna-pop-culture-design-history>

EITA, Hagar. L'Enfant Terrible Bien-Aimé, Jean-Paul Gaultier. *SACLÀB*. [en línea]. 21 de junio de 2023 [consultado el 2 de junio de 2024]. Disponible en: <https://saclab.com/fr/designer-profile-jean-paul-gaultier/>

MAÑANA, Carmen. Jean Paul Gaultier: “La moda ya no es divertida, es política”. *EL PAÍS* [en línea]. 21 de febrero de 2022 [consultado el 5 de junio de 2024]. Disponible en: <https://elpais.com/gente/2022-02-21/jean-paul-gaultier-la-moda-ya-no-es-divertida-es-politica.html#?rel=mas>

MAR, Rocabert Maltas. Jean Paul Gaultier: “Siempre me ha disgustado el concepto de mujer objeto”. *EL PAÍS* [en línea]. 28 de febrero de 2024. [consultado el 2 de junio de 2024]. Disponible en: <https://elpais.com/espana/catalunya/2024-02-28/jean-paul-gaultier-siempre-me-ha-disgustado-el-concepto-de-mujer-objeto.html>

BIANCHI, Martin. “Cómo Jonathan Anderson ha convertido Loewe en la marca del momento aquí y en China”. *EL PAÍS Semanal* [en línea]. 12 de abril de 2024 [consultado el 4 de junio de 2024]. Disponible en: <https://edup.ecowas.int/new/2024/04/12/como-jonathan-anderson-ha-convertido-loewe-en-la-marca-del-momento-aqui-y-en-china-el-pais-semanal/>

ULLATE, Sara. “De cómo la moda ha impulsado un cambio hacia la inclusión y diversidad este 2021”. *Harper's BAZAAR* [en línea]. 4 de enero de 2022 [consultado el 10 de junio de 2024]. Disponible en: <https://www.harpersbazaar.com/es/moda/noticias-moda/a38604095/moda-inclusiva-diversidad-tallas-grandes-mujeres-maduras-sin-genero-2021/>

SEWARD, Mahoro. “‘La única manera de cambiar las cosas es destruirlo todo y empezar de cero’: la meteórica carrera de Mowalola Ogunlesi”. *Vogue España* [en línea]. 12 de diciembre de 2019 [consultado el 6 de junio de 2024]. Disponible en: <https://www.vogue.es/moda/articulos/disenadora-africana-vistio-a-naomi-campbell-mowalola-ogunlesi-solange-knowles>

HOBBS, Julia. "Paloma Wool es la firma más deseada de Instagram (y si no que se lo pregunten a Kaia Gerber)". *Vogue World* [en línea]. 9 de mayo de 2020 [consultado el 7 de junio de 2024]. Disponible en: <https://www.vogue.es/moda/articulos/paloma-wool-kaia-gerber-jerseis-consumo-responsable>

MUNSURI, M., 2023. "Elizaveta Porodina y Wes Gordon publican 'Colormania': 'Hemos buscado crear una obra que fuera una carta de amor sin complejos a la belleza, el color y la abstracción'". *Vogue España* [en línea]. 15 septiembre 2023.[consultado el 7 de junio de 2024] Disponible en: <https://www.vogue.es/articulos/elizaveta-porodina-libro-colormania-carolina-herrera-wes-gordon>

GÓMEZ, María José. "¿Por qué la Generación Z está reviviendo las cámaras digitales de los 2000?". *La Tercera* [en línea]. 11 de enero de 2023 [consultado el 1 de junio de 2024]. Disponible en: <https://www.latercera.com/tendencias/noticia/por-que-la-generacion-z-esta-reviviendo-las-cameras-digitales-de-los-2000/KDBO6635BJB57HKV6W6BWJVCOL/>

DÉNIZ, Marta. "VOGUE: Más que una revista, un icono de diseño - BikiniBurka". *BikiniBurka* [en línea]. 20 de marzo de 2024 [consultado el 10 de junio de 2024]. Disponible en: <https://bikiniburka.org/vogue-mas-que-una-revista-un-icono-de-diseno/>

Diseño Gráfico: desarrollo de una correcta composición. *MonoGráfica* [en línea]. 22 de julio de 2017 [consultado el 12 de junio de 2024]. Disponible en: <https://monografica.es/la-composicion-en-el-diseno-grafico/>

Buenas prácticas para combinar tipografías. *GlopDesign* [en línea] [consultado el 12 de junio de 2024]. Disponible en: <https://glopdesign.com/combinado-tipografias/>

Documentos académicos:

SUBIELA HERNÁNDEZ, Blas José, et al. *El diseño de revistas como lenguaje: fundamentos teóricos*. 2010.

CALDWELL, Cath; ZAPPATERRA, Yolanda. *Diseño editorial: periódicos y revistas: medios impresos y digitales*. Gustavo Gili, 2014.

GUTIERREZ GOMEZ, Carla Emma, et al. *INFLUENCIA DE LAS VANGUARDIAS ARTÍSTICAS EN LAS PORTADAS ILUSTRADAS DE LA REVISTA VOGUE*. 2023.

GONZÁLEZ IBÁÑEZ, Eurne. *Ruido visual: la saturación de imágenes en la contemporaneidad*. 2015.

DOÑAMAYOR, Emiliano Blasco. *El valor de la imagen en el diseño gráfico de portadas de revistas: el caso concreto de la edición española de Esquire*. 2017. Tesis Doctoral. Universidad CEU San Pablo.

GARCÍA FERNÁNDEZ, Isabel. *Proyecto II: diseño editorial*, septiembre 2017. 2017.

PANTOJA, María Viviana Enríquez. *Importancia de las imágenes en la lectura. BOLETÍN CEHUMA: "CIENCIA, ÉTICA Y HUMANISMO"*, 2019, vol. 8, no 2, p. 41-46.

Libros:

LESLIE, Jeremy; BLACKWELL, Lewis. *Nuevo diseño de revistas*. Gustavo Gili, 2000.

GARCÉS, Marina. *Un mundo común*. 2013.

LEWIS, Angharad. *¿Quieres publicar una revista?. Autoedición, diseño, creación y distribución de publicaciones independientes*. Gustavo Gili, 2016.

11. ÍNDICE DE IMÁGENES

Fig. 1. Paloma Wool, 2023. Publicación de Instagram anunciando su colección AW23 en un pop up en Seoul. https://www.instagram.com/p/CoDcZm9Mkhe/?img_index=2

Fig. 2. Maya Soul, 2023. Estilismo para Issueissue magazine. <https://a-mgmt.com/artist/maya-soul-paustian>

Fig. 3. Jamie-Maree Shipton, 2023. Proyecto de estilismo para *Jean Paul Gaultier Archive Special*.

Fig. 4. Iñigo Awewave, 2022. Fotografía para la colección SS23 de Paula Canovas del Vas. https://www.instagram.com/p/CjqjcmYDH-k/?img_index=1

Fig. 5. Imagen del proceso de customización de la chaqueta de traje.

Fig. 6. Imagen del proceso de sublimación de la camiseta blanca.

Fig. 7. Imagen del interior de la revista *Pull Letter Magazine*.

Fig. 8. Imagen de ejemplares impresos de la revista Issueissue https://www.instagram.com/p/Cne_gMPsvAS/

Fig. 9. *Fräulein Magazine* (2023). Imagen de la portada de la edición 36 de la revista *Fräulein*. <https://www.instagram.com/p/CzLmqQWLbTb/>

Fig. 10. Vogue Portugal (2020). Portada de Vogue emblemática que retrató la crisis del Covid-19. <https://www.lavanguardia.com/de-moda/moda/20200401/48253958452/vogue-portugal-portadas-visibilizar-coronavirus.html>

Fig. 11 y 12. Imágenes del interior de la revista *l'enfant terrible*.

Fig. 13. Steve Pyke/ Getty Images , 1992. Fotografía del diseñador Jean Paul Gaultier.

Fig. 14. Vista de las páginas 25 y 26 de la revista *L'enfant terrible*.

Fig. 15. Imagen de la cubierta delantera de la revista *L'enfant terrible*.

Fig. 16. Imagen de la cubierta trasera de la revista *L'enfant terrible*.

Fig. 17. Imagen del lomo de la revista *L'enfant terrible*.

Fig. 18. Vista del diseño web realizado para la revista *L'enfant terrible*.

12. ANEXO

ANEXO I. OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

Objetivos de Desarrollo Sostenibles	Alto	Medio	Bajo	No Procede
ODS 1. Fin de la pobreza.				X
ODS 2. Hambre cero.				X
ODS 3. Salud y bienestar.				X
ODS 4. Educación de calidad.				X
ODS 5. Igualdad de género.			X	
ODS 6. Agua limpia y saneamiento.				X
ODS 7. Energía asequible y no contaminante.				X
ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.				X
ODS 9. Industria, innovación e infraestructuras.			X	
ODS 10. Reducción de las desigualdades.			X	
ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles.				X
ODS 12. Producción y consumo responsables.		X		
ODS 13. Acción por el clima.			X	
ODS 14. Vida submarina.				X
ODS 15. Vida de ecosistemas terrestres.				X
ODS 16. Paz, justicia e instituciones sólidas.				X
ODS 17. Alianzas para lograr objetivos.				X