

# TFG

---

## PROYECTO EDITORIAL EL RESURGIR DE LA ILUSTRACIÓN DE MODA EN EL PROTOTIPO IMPRESO DE LA REVISTA *IDENTITÉ.*

Presentado por Lucía Navarro Palazón  
Tutor: M<sup>a</sup> Ángeles Parejo Sánchez (Geles Mit)

Facultat de Belles Arts de Sant Carles  
Grado en Bellas Artes  
Curso 2018-2019



UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA



UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA  
FACULTAT DE BELLES ARTS DE SANT CARLES

## RESUMEN

Este trabajo de fin de grado se centra en la maquetación, el diseño y el desarrollo que conlleva la elaboración de una revista impresa de moda. Se hace referencia a conceptos intrínsecos al diseño, la fotografía y la ilustración dentro de este sector.

Se emplean todos los conocimientos adquiridos a lo largo del grado, con el valor añadido que supone la necesaria profundización en el ámbito del diseño editorial y la ilustración en moda.

Por otro lado, este proyecto, tiene por finalidad accesoria la incorporación al portfolio personal.

## PALABRAS CLAVE

Diseño editorial, revista, maquetación, fotografía, ilustración, moda

## ABSTRACT

This Fine Arts degree work is focused on layout, design, development and creation of a printed fashion magazine. One refer to intrinsic concepts to design, photography and illustration.

This magazine is a basis to apply the knowledge acquired at the degree and an investigation of the editorial design and fashion illustration.

In addition, this project aims adding new projects to my portfolio in order to obtain more experience.

## KEYWORDS

Editorial design, magazine, layout, photography, illustration, fashion

## AGRADECIMIENTOS

Me gustaría agradecer a toda la gente que ha participado de una forma u otra en hacer posible este proyecto.

Especialmente a mi tutora Geles Mit, por su confianza e implicación en mi trabajo y sobre todo por transmitirme su pasión por el diseño editorial.

Para finalizar, agradecer a mi familia por apoyarme siempre y particularmente a mi hermana Celia por su dedicación.

# ÍNDICE

<b>1. INTRODUCCIÓN</b>	<b>5</b>
<b>2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA</b>	<b>6</b>
<i>2.1. Planteamiento y objetivos.</i>	6
<i>2.2. Metodología y proceso de trabajo.</i>	6
<b>3. CONTEXTUALIZACIÓN</b>	<b>8</b>
<b>3.1. Documentación</b>	<b>8</b>
3.1.1 El nacimiento de las revistas de moda.	8
3.1.2. La inclusión de la ilustración en revistas de moda.	11
3.1.3. Directores de arte en el diseño editorial.	13
<b>3.2. Análisis de referentes.</b>	<b>16</b>
3.2.1. Referentes editoriales.	16
3.2.2. Referentes ilustradores.	18
<b>4. DESARROLLO DEL PROYECTO</b>	<b>19</b>
<b>4.1. Aspectos conceptuales de la revista.</b>	<b>19</b>
4.1.1. Concepto y contenido.	19
4.1.2. <i>Naming.</i>	19
4.1.3. Cabecera.	20
<b>4.2. Aspectos formales de la revista.</b>	<b>20</b>
<b>4.2.1. Maquetación portada.</b>	<b>20</b>
4.2.1.1. Tipografía de portada.	20
4.2.1.2. Formato y características técnicas.	21
4.2.1.3. Estructura de continuidad.	22
4.2.1.4. Estructura del número especial.	24
<b>4.2.2 Maquetación interiores.</b>	<b>25</b>
4.2.2.1. Retícula.	26
4.2.2.2. Tipografía en los interiores.	26
4.2.2.3. Contenido y secciones de la revista.	27
4.2.2.4. Elaboración de ilustraciones.	29
4.2.2.5. Proceso de realización de los pósteres.	31
<b>5. IMPRESIÓN DEL PROTOTIPO</b>	<b>33</b>
<b>5.1. Elección del papel y materiales.</b>	<b>33</b>
<b>5.2. Encuadernación.</b>	<b>33</b>
<b>5.2. Pruebas de impresión.</b>	<b>34</b>
<b>5.3. Presupuesto. Costes.</b>	<b>35</b>
<b>6. CONCLUSIONES</b>	<b>37</b>
<b>7. BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>38</b>
<b>8. ÍNDICE DE FIGURAS</b>	<b>40</b>
<b>9. ANEXO: PDF DEL PROTOTIPO</b>	

# 1. INTRODUCCIÓN

El presente Trabajo Final de Grado presenta un proyecto editorial centrado en el diseño, la ilustración y el proceso de elaboración del prototipo impreso de una revista de moda.

En su desarrollo se explotan los conocimientos adquiridos a lo largo del grado de Bellas Artes, con el valor añadido que supone la investigación y profundización en los distintos recursos empleados.

IDENTITÉ, es una revista trimestral cuyo público objetivo incluye a cualquier persona interesada en moda, ilustración de moda, diseño, arte, cultura visual y comunicación.

Comencé a plantearme este proyecto tras cursar la asignatura de Elementos del diseño. A través de la experiencia de maquetación de un artículo creativo concluí que lo que más me interesaba del amplio abanico artístico era el diseño, y concretamente el diseño editorial.

El diseño me resulta especialmente atractivo por su íntima conexión con el resto de elementos que conforman las Bellas Artes. Es esa asociación con otras especialidades la que abre la puerta a un mundo de posibilidades infinitas del que se nutre la creatividad. Fue eso mismo lo que me impulsó a ampliar mi formación con la materia de diseño editorial. Esta asignatura me fascinó desde sus comienzos, y alimentó mi curiosidad por conocer más del campo del diseño gráfico y del diseño editorial.

Una vez planteado el proyecto de elaboración de una revista por nosotros mismos, decidí ir más allá y enfocarlo como el inicio del que sería mi TFG.

La elección de la temática de la revista, la moda, responde a un interés personal por el sector desde que tengo uso de razón, que además se ha ido acrecentando con el paso de los años. Antes de comenzar el grado en Bellas Artes, barajé la opción de iniciar los estudios en diseño de moda. De hecho no descarté ampliar mis conocimientos en la materia en un futuro. Por eso, consideré una buena idea combinar estos dos intereses y utilizar mi TFG como una investigación sobre ambas áreas.

La elaboración de esta revista tiene por finalidad la investigación personal tanto en el campo del diseño como de la ilustración de moda, además de servir como ampliación del portfolio profesional.

Los objetivos principales de este proyecto son la elaboración de una revista de moda en su conjunto y de sus distintas etapas compositivas: la elección del  *naming* , portadas de continuidad, números especiales, maquetación de artículos, entrevistas, etc.

Uno de los puntos fuertes de este proyecto es la inclusión y papel protagonista de la ilustración de moda en revistas. Para ello se ha completado su diseño e impresión de la revista con una serie de láminas en formato cartel, impresas mediante técnica serigráfica. Pretendiendo así recuperar este método de tremendo auge años atrás, que vuelve a ser tema de actualidad.

## 2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

### 2.1. PLANTEAMIENTO Y OBJETIVOS

El objetivo general de este Trabajo Final de Grado es la elaboración de un proyecto editorial. Se pondrá especial énfasis en el empleo de instrumentos, técnicas y demás medios adquiridos durante el estudio del grado en Bellas Artes. Además, se le otorgará una doble utilidad al resultado, puesto que será incluido en el portfolio profesional.

El objetivo principal del proyecto es la producción del prototipo impreso de una revista de moda, materializado en un número especial de la revista *IDENTITÉ*, en el que se incorporará la ilustración de moda en portada, interiores y se elaborará una serie de carteles.

Durante las distintas etapas del proyecto se han ido implementando los siguientes objetivos:

#### **Objetivos específicos:**

- Profundización en el diseño editorial y publicaciones impresas.
- Elaboración de una propuesta congruente y atractiva.
- Elección del naming y diseño de cabecera de la revista.
- Definir aspectos formales de la revista (tipografías, formato)
- Definición de aspectos conceptuales de la revista (temas, monográficos).
- Búsqueda de contenido atrayente.
- Elaboración del contenido (ilustraciones, entrevistas, fotografías).
- Estructuración de las secciones de la revista de forma coherente.
- Diseño de un esquema de continuidad versátil.
- Diseño de un esquema de discontinuidad o edición especial.
- Composición de una maqueta base, que permita una jerarquía visual y ritmo.
- Asunción del rol de director de arte, integrando texto, fotografía e ilustración.

#### **Objetivos secundarios:**

- Gestión de un proyecto editorial en su totalidad.
- Generación de contenido propio: entrevistas, ilustraciones.
- Uso de técnicas manuales y digitales.
- Perfeccionamiento de la técnica de serigrafía.
- Gestión de la dirección de contenidos.
- Toma de decisiones en la impresión y elección de materiales (presupuesto, packaging).

### 2.2 METODOLOGÍA Y PROCESO DE TRABAJO

En la imagen siguiente se muestra el calendario de trabajo. Sin embargo, algunas fases se han ido trabajando conjuntamente durante el desarrollo del proyecto.

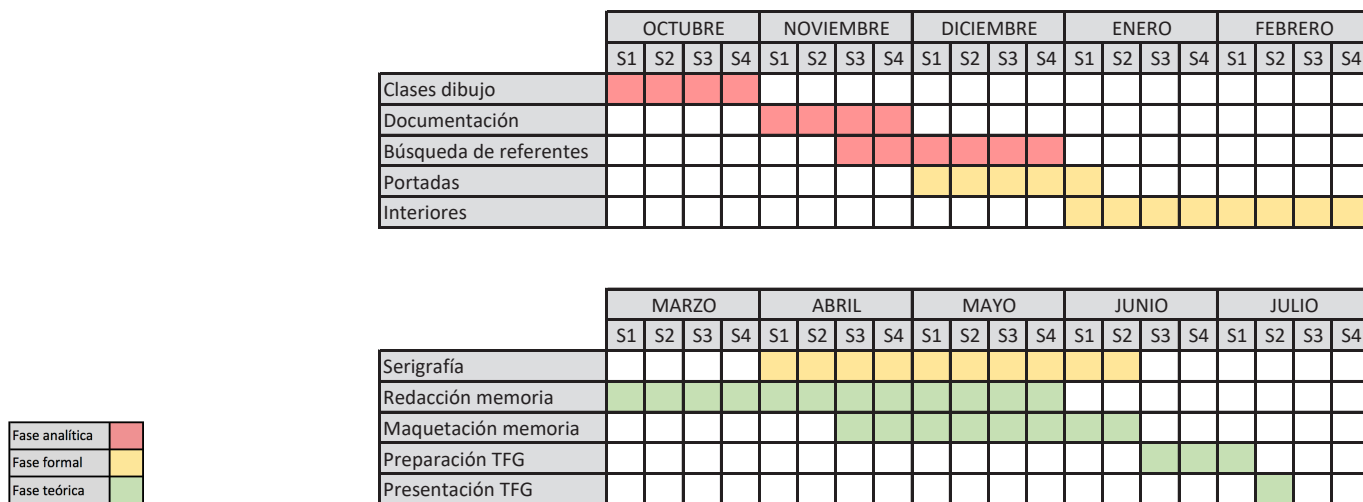


Fig. 1. Calendario de trabajo.

Para la realización de esta publicación, se ha elaborado un calendario que permite una planificación real, organización y estructuración de las fases durante el proceso del trabajo. Existen tres etapas que constituyen el desarrollo de este proyecto:

**1. Fase analítica. Introducción al proyecto.**

- 1.1. Documentación.
- 1.2. Clases dibujo (ilustración de moda).
- 1.3. Búsqueda de referentes.

**2. Fase formal y conceptual de la revista. Experimentación.**

- 2.1. Portada
  - 2.1.1. *Naming* y cabecera.
  - 2.1.2. Elección del formato y estructura.
  - 2.1.3. Diseño del esquema de continuidad.
  - 2.1.4. Colección de portadas.
  - 2.1.4. Diseño del esquema de discontinuidad (número especial).
- 2.2. Interiores
  - 2.2.1. Selección del contenido (entrevistas, reportajes...)
  - 2.2.2. Diseño de otros elementos (sumario, separadores...)
  - 2.2.3. Proceso de maquetación.
- 2.3. Suplementario (serigrafía)
  - 2.3.1. Diseño de ilustraciones.
  - 2.3.2. Selección de materiales.
  - 2.3.3. Primeras pruebas.
  - 2.3.4. Estampación.
  - 2.3.4. Artes finales.

**3. Fase teórica.**

- 3.1. Redacción de la memoria.
- 3.2. Maquetación y revisión de la memoria.
- 3.3. Preparación y presentación pública del TFG.

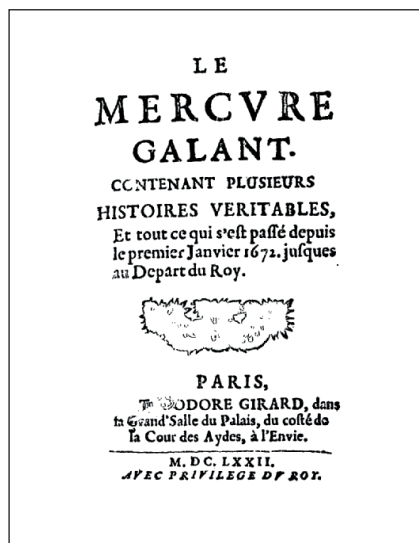


Fig. 2. *Les Mercures Galants*, Enero 1672.

## 3. CONTEXTUALIZACIÓN

### 3.1. DOCUMENTACIÓN

#### 3.1.1 EL NACIMIENTO DE LAS REVISTAS DE MODA

Antes de adentrarnos de pleno en el diseño editorial de moda, sería conveniente plantearnos las siguientes cuestiones: ¿qué es el diseño editorial y cómo podemos diferenciarlo de otras ramas dentro del diseño gráfico?

El diseño editorial es la parte dedicada al diseño, la maquetación y la composición de publicaciones impresas o digitales, como revistas, periódicos, libros o catálogos. En definitiva, toda publicación que pretenda transmitir una idea mediante texto e imagen, precisará de diseño editorial.

La diferencia entre el diseño editorial y otras especialidades dentro del diseño gráfico, es considerarlo como un medio de comunicación visual. Sin embargo, cada persona lo define de un modo distinto. Por ejemplo, Vince Frost, director de arte de *Zembla*, sostiene:

“El diseño editorial es el diseño de publicaciones periódicas: revistas impresas que salen a la venta en más de una ocasión y que, por lo general, tienen una apariencia y transmiten unas sensaciones características y únicas”<sup>1</sup>.

Las revistas son publicaciones mensuales o semanales, que exponen los acontecimientos más destacables del momento. A diferencia de los periódicos, las revistas ofrecen no sólo una mayor calidad, sino que también tratan temas más específicos. De este modo, es preciso que el diseñador editorial se mantenga actualizado constantemente.

Con la aparición de las nuevas tecnologías e Internet, las revistas han ido evolucionando. Actualmente, podemos encontrar revistas web y revistas impresas o revistas que también tienen una versión en Internet. De esta forma, hemos considerado esencial, antes de elaborar este proyecto, saber como nacieron las revistas de moda.

En otros tiempos, para la difusión de la moda había dos medios sociales: los medios artísticos (ópera, pintura, teatro) y los medios técnicos (prensa, televisión e Internet).

La primera publicación donde apareció la ilustración de moda fue *Les Mercures Galants* en 1678, fundada por el escritor Jean Donneau de Vizé en 1672. Esta publicación, difundió los primeros grabados sobre moda, donde las figuras aparecían en poses formales y la prenda tenía gran importancia. *Les Mercures Galants*, dirigida a la alta sociedad, pretendía informarles sobre los acontecimientos sociales del momento y es considerada la primera aproximación a las revistas de moda. No obstante, en Londres no aparecieron hasta mediados del siglo XVIII, con *The Lady's Magazine* en 1770.

<sup>1</sup> CALDWELL, C. y ZAPATERRA, Y. (2014). *Diseño Editorial: Periódicos y revistas / medios impresos y digitales*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, p. 8.





Fig. 3. *Le Cabinet des modes*, 1785.



Fig. 4. *Le Moniteur de la mode*, Septiembre 1890.

Posteriormente a esta publicación, comenzaron a surgir varias revistas de moda, y el mayor auge se dio en Francia: *Le Cabinet des modes* (1785-1786), la primera revista de moda francesa de larga periodicidad y *le Magasin des modes nouvelles françaises et anglaises* (1786-1789), reflejo de la influencia de la moda inglesa en Francia.

En 1790, *Le Cabinet des modes* se llamaba *Le Journal de la mode et du goût*. En esta revista se publicaron más de seiscientos figurines femeninos.

En el resto de Europa, la moda francesa se difundía por los grabados de moda. La publicación inglesa más destacada de la época fue *The Gallery of Fashion*, creada por Niklaus Wilhelm Innocentius, que incluía entre dos y tres figuras y una descripción de las prendas que llevaban. Hacia 1840, las revistas inglesas comenzaron a incorporar grabados de la moda francesa.

Por otro lado, en Alemania, las revistas de moda no se publicaron hasta finales del siglo XVIII, destacaron *Journal der Luxus und der Modern* (1786-1825), *Journal für Fabrik y Manufaktur, Handlung und Mode* (1791-1808).

El interés de la sociedad por la moda creció y la aparición de la litografía, facilitó la impresión de catálogos que mostraban los productos. El coste de las publicaciones de moda se redujo hasta llegar a la media burguesía.

A principios del siglo XIX, se publicaron revistas de moda ya más conocidas como *Petit courrier des dames* (1821-1868), *La Mode* (1829-1855), *Le Follet* (1829-1882), *Le Moniteur de la mode* (1843-1913) y *La Mode illustrée* (1829-1855).

A finales del siglo XIX, aparecen las dos publicaciones más importantes en el diseño editorial de moda: *Harper's Bazaar* (1867) y *Vogue* (1892). Hasta el siglo XX, no se difunden a otros países. *Vogue* alcanza su mayor éxito tras la muerte del fundador en 1909, que pasa a ser asumida por la editorial *Condé Nast*. Por otro parte, en 1910 se crea *Women's Wear Daily*, destinada a los profesionales de la moda <sup>2</sup>.

<sup>2</sup> Este apartado ha sido elaborado a partir de la información extraída del libro: RIERA, M. (2014). *200 años de Ilustración de moda en España*. Barcelona: Comanegra

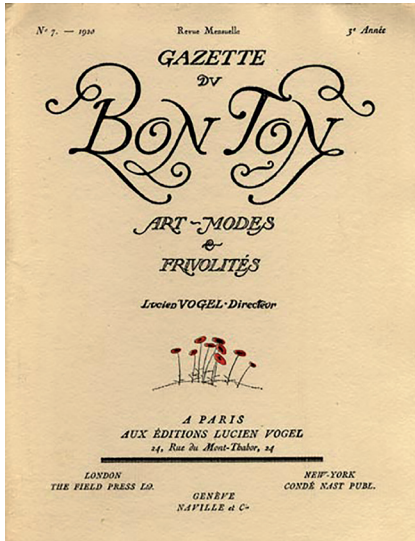


Fig. 5. *La Petit Écho de la mode*, 1933. *La Petit Écho de la mode*, 1933.

Fig. 6. *Monsieur*, Septiembre 1920.

Fig. 7. *La Gazette du Bon Ton*, Septiembre 1920.



En el siglo XX, se publica en Francia *La Gazette du Bon Ton* y casi simultáneamente aparece la edición francesa de *Vogue*; *Vogue Paris* (1916). Por otro lado, unos años más tarde, se publica *L'Officiel*, revista de la alta costura (1922). Sin embargo, hasta después de la Primera Guerra Mundial, la alta costura no se convierte en imprescindible para la prensa, la cual estaba invitada a los desfiles privados de los diseñadores para que sus creaciones aparecieran publicadas en las revistas.

En lo que concierne a la moda masculina, dos grandes nombres se desarrollaron en Francia durante *les années folles* (los años locos): *Monsieur* par Paul Poiret y Adam, y años más tarde en los EEUU, aparece *Apparel Arts et Esquire*.

La alta costura vive su segundo año de oro tras la Segunda Guerra Mundial. El contenido de prensa femenina comenzó a crecer y fue entonces cuando surgieron revistas como *Marie France* o *Elle* en 1945. *Le Petit Écho de la mode*, *L'Officiel* y *Femme d'aujourd'hui*, entre otros, fueron creadas antes del conflicto en la prensa nacional. La *Vogue* americana compite con *Harper's Bazaar* durante varios años. En algunos números, se incluían patrones para que los lectores pudieran realizarlos ellos mismos pero todo cambió con *New Look*, revistas en las que veíamos la revolución *prêt-à-porter* causado por el dinamismo americano con la intención de defender la industria textil nacional. Desde 1952, *Vogue* Francia dedica una sección en la revista a este apartado y otras revistas como *Elle* o *Jardin des modes* también hacen un número sobre esta idea.

En 1937, se funda *Marie Claire* por Jean Provoust et Marelle Auclair, publicada de nuevo en 1954, diez años después de su interrupción.

El siglo XXI, es conocido por la aparición de revistas específicas de moda como *Milk* (2003), *Kids* y *Doolittle*. Durante estos años, se reprocha a muchas publicaciones el uso excesivo de publicidad en el contenido de las revistas.

A partir del 2010, la venta de revistas disminuye debido a las redes sociales.



Fig. 8. *Gibson Girl*, Charles Dana Gibson, 1891.

### 3.1.2. LA INCLUSIÓN DE LA ILUSTRACIÓN EN REVISTAS DE MODA

“La ilustración de moda es una herramienta común, tan potente o más que la fotografía”<sup>3</sup>, sostenía Jordi Labanda en un artículo para *El País* relacionado con la exposición *Fina Estampa* de Madrid. Tras su edad de oro en el siglo XX, la ilustración de moda vuelve a resurgir tanto en revistas como en campañas publicitarias gracias a las redes sociales. No obstante, anteriormente, ya hubo artistas que colaboraron para revistas de gran tirada.

El inicio de la ilustración de moda fue en el año 1890. La ilustración de moda era el reflejo de la sociedad estricta de la época, y “La Gibson girl”, primera ilustración publicada en las revistas de la *Belle Époque*, realizada por el dibujante Charles Dana Gibson, fue un icono principal para el siglo XX.

Posteriormente, el uso de impresiones a color dio una nueva visión a la ilustración. Sin embargo, el cambio se produjo gracias a Paul Poiret, reconocido por ser uno de los mejores diseñadores del siglo XX, responsable de revivir la ilustración de moda.

En 1908, Paul Poiret encargó a Paul Iribe que ilustrara sus diseños: *Les Robes de Paul Poiret*. Anteriormente, la ilustración de moda se caracterizaba por el realismo en revistas como *La Galerie des Modes* o *The Lady’s Magazine*, mientras que Iribe proponía siluetas más sencillas y colores vivos.

La ilustración de moda comenzó a introducirse en revistas importantes como *Vogue* y *Harper’s Bazaar*, coincidiendo con el auge de la moda en los años 20 y 30.

En Francia, *la Gazette du Bon Ton* decidió incluir ilustraciones de diseños de la alta costura. George Lepape apareció en esta revista y fue considerado uno de los principales ilustradores para el siglo XX. Además, realizó más de cien portadas para *Vogue*. También, podemos destacar a George Barbier, miembro del equipo y colaborador de la revista.

En los años 20, apareció Coco Chanel, la mujer que transformó la moda de la *Belle Époque*, creando una nueva línea de confort. Iribe también colaboró con ella para su colección de joyas *Bijoux des Diamants*. Esta nueva época, también quedó reflejada en las ilustraciones de moda.

En 1925, André Edouard Marty, ilustrador que colaboró para importantes revistas, se convirtió en miembro del jurado de Artes Decorativas de París, suceso que daría paso a la corriente *Art Deco*. Por otro lado, Romain de Tiroff, conocido como Erté, bajo el estilo art-decò, colaboró en numerosas portadas para *Harper’s Bazaar* hasta 1938.

En la década de 1930, se dio paso a una figura curvilínea en las ilustraciones de moda<sup>4</sup>.

En esta época, podemos destacar ilustradores como León Benigni (cola-

<sup>3</sup> PORCEL, M. *El arte de pintar la moda* en el País. <[https://elpais.com/elpais/2019/01/18/estilo/1547833780\\_442527.html](https://elpais.com/elpais/2019/01/18/estilo/1547833780_442527.html)> [Consulta: 2 de febrero de 2019]

<sup>4</sup> Este apartado ha sido elaborado a partir de la información extraída de la página web: <<https://smoda.elpais.com/moda/ilustradores-de-moda-del-s-xx-que-nos-siguen-inspirando-hoy/>> y <<https://katarimag.com/revision-obra-de-antonio-lopez/>> [Consulta: 2 de febrero de 2019]

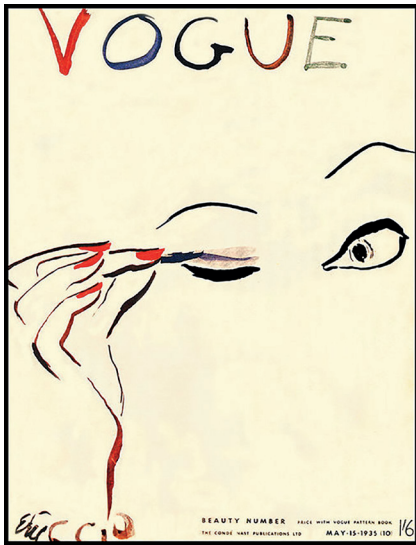


Fig. 9. *Vogue*, Carl Erickson, Febrero 1935.

Fig. 10. *Vanity*, Tony Viramontes, 1981.



borador de *Harper's Bazaar*), Carl Ericsson (introdutor del nuevo realismo en la ilustración de moda), Eduardo García Benito (exponente del art decó, colaborador de importantes revistas y retratista de la clase alta) y René Bouché (colaborador en *Vogue* y retratista de la familia Kennedy).

A finales de los años 30, las revistas comenzaron a sustituir las ilustraciones por las fotografías. Había algunas que las alternaban, pero finalmente, las ilustraciones acabaron desapareciendo. Fueron unos años duros para el sector de la moda. No obstante, al final de la guerra, el diseñador Christian Dior salvó este duro período creando una colección repleta de vitalidad.

Durante los años 40 y 50, destacan ilustradores como René Grau, trabajador para Balmain, Lanvin o Balenciaga y para su amigo Christian Dior. También a Alfredo Bouret que trabajó para revistas como *Vogue* y *Glamour*.

En los años 60, la ilustración de moda comenzó a cambiar de la mano de Andy Warhol. El arte abstracto y sus ilustraciones de zapatos resultaron influyentes para los ilustradores de la época. Sin embargo, la ilustración no logró recuperarse del todo.

En los años 70, el autor estrella para la ilustración de moda fue Antonio López. Influenciado por la profesión de sus padres (escultor y modista) comenzó a pintar. Los años 70 y 80, fueron los responsables de sus ilustraciones coloridas. Sus trabajos aparecieron en las revistas más conocidas como *Vogue* o *Vanity Fair*. Además, trabajó para grandes firmas como *Yves Saint Laurent*. Aunque murió a los 44 años por el VIH, hoy en día, sus ilustraciones y las famosas polaroids que hizo a sus musas siguen estando presentes.

A finales de los 70, la ilustración de moda volvió a resurgir. Coincidiendo con Antonio López apareció Tony Viramontes, un clásico para la ilustración de los años 80.

Actualmente, continúa activo uno de los artistas considerados como mejor ilustrador de la década de los 2000, conocido como David Downton. Ha trabajado con varias revistas y grandes marcas como *Chanel* y *Dior*. Además, de dirigir el *Master of Fashion Illustration*, es el creador de una revista internacional dedicada únicamente a la ilustración de moda llamada *Pourquoi pas?*

No obstante, también existen otras revistas que buscan un equilibrio entre texto, fotografía e ilustración, como *Dash Magazine*. Por otro lado, la editorial Rizzoli, también publicó hace unos años: *Antonio Lopez: Fashion, Art, Sex & Disco*, una monografía sobre el ilustrador más importante de los años 70.

Hoy la ilustración de moda vuelve con un amplio abanico de estilos y posibilidades. Catalina Estrada sostiene: "Creo que no hay un único panorama actual de la ilustración de moda, creo que el universo de la moda es muy amplio y hay campo para muchos estilos" <sup>5</sup>.

<sup>5</sup> RIERA, M. *Op.cit.*, p. 304.

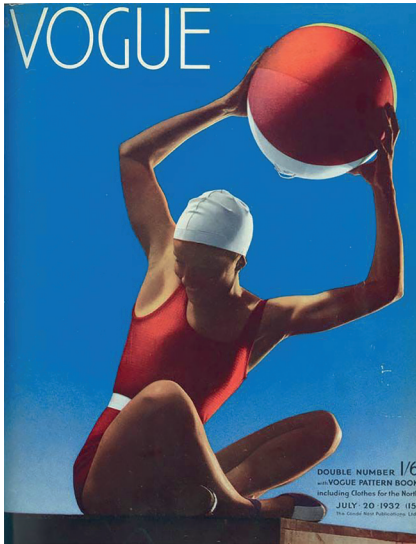


Fig. 11. *Vogue*, M. F. Agha, Julio 1932.

### 3.1.3. DIRECTORES DE ARTE EN EL DISEÑO EDITORIAL

Existen distintas labores dentro del diseño editorial, y entre ellas, un papel fundamental lo ejerce el director o editor de arte. Es el encargado de generar ideas y organizarlas, dando una apariencia atrayente a cada publicación. Su labor es supervisar el trabajo de diseñadores, ilustradores y fotógrafos. A diferencia del editor jefe, responsable de los contenidos más textuales, el director de arte se encarga de elaborar una publicación que resulte atractiva visualmente.

Un director de arte puede realizar las siguientes tareas:

- Crear ideas y ejecutarlas desde el concepto hasta el resultado final.
- Diseñar y desarrollar la apariencia general de la publicación.
- Aprobar los diseños de los componentes del grupo.
- Supervisar y coordinar todo el trabajo del equipo.
- Estar presente en todas las etapas del proceso de producción.
- Tener contacto continuo con el cliente.
- Controlar no excederse del presupuesto pactado.
- Ser puntual en la entrega del proyecto.

A lo largo de la historia, el diseño editorial ha contado con grandes diseñadores que decidieron establecer sus propias normas. A continuación, señalaremos algunos directores de arte que han resultado imprescindibles para la evolución del diseño editorial y que iniciaron con enorme creatividad la hoy habitual función de director de arte:

**-Mehemed Fehmy Agha (M. F. Agha)** fue diseñador gráfico y uno de los primeros directores de arte. Trabajó para *Vogue Berlín*, y posteriormente, *Vogue París*. Más tarde, asumió la dirección artística de *Vogue* en 1929. Su llegada desde Europa, supuso la revolución y renovación de la revista, además de su influencia en otras publicaciones como *Vanity Fair* y *House & Garden*.

Las publicaciones de Agha cambiaron la concepción de diseño que había hasta el momento. Agha simplificó el diseño creando una estrecha relación entre texto e imagen. Renovó completamente la imagen de *Vogue* gracias al art decó y el constructivismo. Además, eliminó todos los elementos extraños de portada.

Su estilo se caracterizaba por el uso de collages, fotografías a color y tipografías sin serif como la *Futura*. Agha promovía un estilo innovador, limpio y claro.

En cuanto a los interiores, fue el primero en diseñar los pliegos de doble página y las fotografías sangradas por completo. Además, le gustaba dejar márgenes para poder componer con los blancos, y a la vez, crear resultados distintos.



**Fig. 12.** *Vogue*, Alexander Liberman, Noviembre 1959.



**Fig. 13.** *Harper's Bazaar*, Alexey Brodovitch, Marzo 1959.

-**Alexey Brodovitch** fue un fotógrafo y diseñador gráfico de origen ruso. Es reconocido por su dirección artística en la revista *Harper's Bazaar* y por ser instructor de grandes fotógrafos.

Su traslado a París en 1920, le llevó a trabajar como pintor e ilustrador, y tras ganar un concurso de carteles, comenzó a colaborar en una agencia publicitaria. Posteriormente, se trasladó a Estados Unidos y fue parte del departamento artístico de la Universidad de las Artes, hoy UArts (1930).

En 1934, fue nombrado director artístico de la revista *Harper's Bazaar*, donde estuvo trabajando hasta 1958. Junto a Carmel Snow y Martin Munkácsi mostró el diseño más renovado de la revista. Su simplicidad, elegancia e innovación fueron la clave de su éxito durante estos años.

Brodovitch marcó un antes y un después no sólo en el diseño editorial, sino también en la fotografía, ilustración y tipografía. Su estilo innovador es reconocido por una fotografía más dinámica, diseño asimétrico, maquetación fluida, colores apagados y portadas donde predomina la estética sobre la legibilidad.

-**Alexander Liberman** fue un pintor, escultor, fotógrafo y editor de origen ruso, reconocido por su dirección artística y editorial de *Vogue* en Estados Unidos. Liberman estuvo viviendo en París y formándose hasta convertirse en ayudante artístico de la revista *Vu* en 1929. Un año más tarde fue nombrado director artístico de la publicación, y posteriormente, editor jefe.

En 1941, se trasladó a Nueva York y comenzó a trabajar en el departamento artístico de *Vogue* y *Condé Nast*. Poco después, fue ascendido como director artístico.

Su estilo se caracterizaba por la innovación en sus composiciones, su sencillez, el uso de diagonales, el juego de composiciones en las perspectivas de sus fotografías y el empleo de transparencias y colores.

Hasta su jubilación en 1994 se encargó de la dirección editorial de *Condé Nast*, lo que le permitió conocer a importantes editoras jefe como la actual editora de *Vogue* Anna Wintour.



Fig. 14. *Seventeen*, Cipe Pineles, Abril 1948.



Fig. 15. *Harper's Bazaar*, Ruth Ansel, Abril 1965.

-**Cipe Pineles** fue la primera directora de arte femenina, pionera en impulsar a los artistas plásticos para que ilustraran las publicaciones en 1946.

Su carrera en el diseño editorial empezó en sus primeros trabajos junto a M.F. Agha, el principal director de arte de las ediciones de *Condé Nast*. Este diseñador hizo que Pineles cambiara su forma de diseñar, tomando como punto de partida la esencial relación entre contenido y estética.

En 1942, Pineles se convirtió en la directora de arte de *Glamour*. En esta revista, dirigida a mujeres jóvenes, mostró un estilo moderno y abstracto, haciendo un uso muy variado de las imágenes y tipografías. Continuó desarrollando su estilo hasta que fue nombrada directora de *Seventeen* durante dos años. Trabajó junto a Helen Valentine, escritora y también diseñadora de *Estelle Ellis*. En estas publicaciones, Pineles mostró un estilo más clásico del diseño tipográfico.

En 1950, Pineles trabajó en la revista *Charm*, llamada "la revista para las mujeres que trabajan", donde se centró más en la fotografía. Utilizó páginas a cuatro y a dos colores, como en otros proyectos. Posteriormente, se trasladó a la revista *Mademoiselle*.

-**Ruth Ansel** fue una de las directoras de arte más jóvenes y rompedoras de la historia. En 1962, a sus 24 años, se convirtió en co-directora de arte de la famosa revista *Harper's Bazaar* junto a Bea Feitler. Ambas establecieron un nuevo estándar en el diseño de revistas.

En 1970, Ansel fue la primera directora de arte femenina de *The New York Times Magazine*. Su trabajo durante estos años fue muy innovador para la época y comenzó a ser imitado por otras publicaciones.

En 1980, se convirtió en directora de la revista de *Vanity Fair*, donde Ansel reflejaba completamente su pasión por el arte y la fotografía. Esto último, le llevó a plantear en el diseño propuestas mucho más rompedoras y modernas.

En la década de los 90, Ansel creó su propio estudio de diseño, de donde salieron grandes libros, y continuó diseñando para marcas publicitarias.

-**Terry Jones** es fotógrafo, diseñador gráfico, director y editor de revistas británico. Es conocido como co-fundador de la revista británica *i-D* en 1980. Su estilo callejero y sus temas poco convencionales han tenido una gran repercusión para la publicidad.

Desde el colegio, Jones ya trabajaba para revistas como *Circuit* y *Hip Hip*. En 1970, se convirtió en director de arte de *Vanity Fair*, y hasta 1977, estuvo trabajando como director de arte de *Vogue*, donde desarrolló su estilo más rompedor.

En 1980, Jones crea *i-D*, "el primer emoticono", una revista que muestra el estilo street-style como visión alternativa a la moda de la época. Jones se inspiraba en los fanzines manuales. Su estilo se caracteriza por la manipulación en sus fotografías, collages, la serigrafía, los colores más llamativos y la reducción de legibilidad de sus textos.



### 3.2. ANÁLISIS DE REFERENTES

Cuando nos planteamos cualquier proyecto, en este caso la elaboración del prototipo impreso de una revista, es necesario realizar una previa investigación que nos permita: por un lado, adquirir una visión teórica sobre ese tema, y por otro, conocer la realidad de lo ya publicado en el mercado. La búsqueda de referentes nos sirve no sólo como una fuente de inspiración, sino también de experiencia.

En este apartado, señalaremos los referentes que nos han acompañado durante todo el proceso de elaboración de este proyecto. Hemos dividido este punto en dos secciones: referentes editoriales y referentes ilustradores.

#### 3.2.1. REFERENTES EDITORIALES

En este primer apartado, hemos seleccionado diferentes publicaciones especializadas en moda y en otros campos dentro del diseño. Algunas revistas son *online* y otras en papel, y cada una de ellas nos aporta su propia visión al proyecto. A continuación, aparecen los referentes editoriales que han sido esenciales para este trabajo:

**-Vogue Italia** es la versión italiana de la famosa revista de moda *Vogue*. La revista presenta la edición menos comercial y se define como la más influyente del planeta. Destaca por el uso que hace de sus imágenes. Aparecen fotografías de moda impactantes, provocativas y vanguardistas, no sólo centradas en el sector textil, sino también en el arte y las ideas. No obstante, en cuanto a diseño, es muy tradicional para no restar importancia a sus imágenes.

**-Ocimag** es una revista *online* e impresa que nace en Valencia desde 2007. Con una estética depurada, la revista se centra en todo contenido relacionado con la creatividad: arte, fotografía, música, cine, diseño, moda, festivales.. Además, la revista da gran importancia a la ilustración, ya que difunde la obra de ilustradores nacionales e internacionales conocidos o por conocer. Destaca por sus sorprendentes fotografías y la experimentación que hay en cada uno de sus números. En cuanto a su diseño, utiliza fotografías sangradas, y predomina el blanco y negro en los textos.

**-Dash Magazine** es una revista internacional de moda bianual que nació en 2012. Está especializada en moda e ilustración como una forma de arte. Ofrece un enfoque muy alejado de lo convencional y da una gran importancia a la ilustración de moda. Su objetivo es combinar texto, imagen e ilustración. En cuanto al diseño de sus portadas, combina todo tipo de técnicas: collage, fotografía, acuarela, digital, etc.



Fig. 16. *Ocimag* nº 77, 2019.

Fig. 17. *Dash Magazine*, 2012.



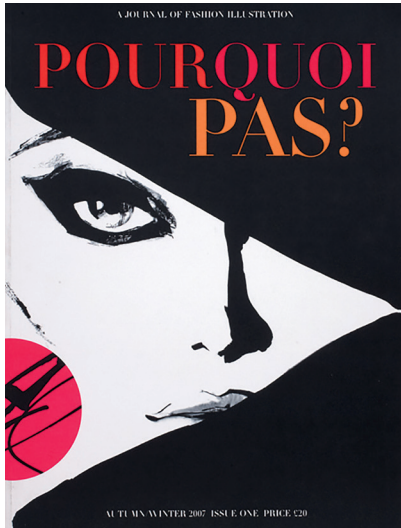


Fig. 18. Edición especial de *H Magazine*, Berto Martínez, 2013.

Fig. 19. *Pourquoi pas?*, David Downton, 2007.



**-It fashion** es una de las primeras revistas de moda *online* de España fundada en 1999. Sus autoras definen el contenido de su revista del siguiente modo: “Tomamos apuntes y reseñamos sobre fotografía de moda, amateur, artística, blogs personales y sorprendentes, ilustradores conocidos u ilustradores por conocer, prendas que no llevaríamos nunca y prendas que tenemos colgadas en el armario, revistas llenas de fotos bonitas, libros para saber un poco más, objetos de decoración que visten la casa y guiños a nuestras debilidades estéticas”<sup>6</sup>. La revista concede un gran protagonismo a la ilustración de moda, a través de artículos sobre la ilustración y difundiendo la obra de varios ilustradores nacionales.

**-H Magazine** era una revista mensual creada por José Manuel Bejarano y Óscar Ferrer, que ha dejado de publicarse. En la revista se mostraba todo tipo de contenido: moda, arte, música, literatura... Su estética era muy vanguardista y atrevida. Esta revista apuesta por el arte y por la ilustración de moda. Es por eso que, en esta publicación es común que aparezcan ilustraciones de moda como las de Berto Martínez a acuarela.

**-Pourquoi pas?** es la revista creada por David Downton, considerado como uno de los mejores ilustradores de moda del 2000, y del momento. En un intento de revivir la ilustración de moda, el artista crea este magazine destinado únicamente a la ilustración de moda. En ella aparecen entrevistas, desfiles y las ilustraciones del propio artista.

### 3.2.2.REFERENTES ILUSTRADORES

A continuación, hemos seleccionado los referentes que han sido cruciales para la elaboración de las ilustraciones de este proyecto:

<sup>6</sup> RIERA, M. *Op.cit.*, p. 253.



Fig. 20. Maxim Sergeev, 2019.



Fig. 21. Prada, Rosie McGuinness, 2016.



Fig. 22. Hubert de Givenchy, Tony Viramontes, 1984.

-**Tony Viramontes** fue el artista puertorriqueño más conocido junto a Antonio López en los años 70 y 80. Viramontes fue uno de los clásicos de la ilustración de moda por sus trabajos junto a grandes diseñadores y las conocidas polaroids que hizo a famosos. De hecho, Viramontes sostiene: "Necesito un modelo para ver y crear. No puedo imaginármelo"<sup>7</sup>.

Viramontes, trabajó para importantes revistas como *Vogue* y *Marie Claire*, pero también realizó la portada de varios discos. Su gran talento en el dibujo le llevó a tener un estilo gráfico inconfundible. En sus trabajos observamos la combinación de varios materiales, una línea suelta y una paleta de colores vibrantes y extravagantes.

-**Rosie McGuinness** es una ilustradora de moda con sede en Londres. Estudió diseño de moda, especializándose en ropa de mujer, pero finalmente decidió dedicarse a la ilustración. Ha trabajado con importantes firmas como *Dior*, *Vogue* o *Condé Nast Italia*, entre otras. En sus dibujos predominan las mujeres y se caracterizan por una línea fluida y espontánea. McGuinness presta mucha atención a la postura de sus modelos y viste a la mujer guiándose anteriormente por las texturas que proporcionan sus prendas.

-**Maxim Sergeev** es un ilustrador ruso autodidacta. Gracias a sus trabajos que añade cada día a sus redes sociales, ha colaborado para marcas importantes como *Louis Vuitton* o *Tiffany & Co.*

En sus dibujos muestra una línea suelta e utiliza gouache, acuarela y lápices de colores. Le gusta combinar todos estos materiales hasta crear collages. Suele dibujar mujeres aunque en ocasiones, también dibuja a hombres.

<sup>7</sup> GAUTIER, J.P. Y MORGAN RHYS, D. (2013). *Bold, Beautiful, and Damned*. Londres: Laurence King, p. 111.

## 4. DESARROLLO DEL PROYECTO

### 4.1. ASPECTOS CONCEPTUALES DE LA REVISTA

#### 4.1.1. *Concepto y contenido.*

IDENTITÉ es una revista trimestral enfocada principalmente a un público apasionado por la moda, pero también a cualquier persona interesada en diseño, arte y cultura visual. Es una revista que permite a sus lectores estar actualizados en el sector de la moda.

IDENTITÉ está dividida en varias secciones: entrevistas a diseñadores, reportajes breves sobre tendencias, apartados de ilustración y recomendaciones de exposiciones.

La revista publica números habituales de forma continua y, cada cierto tiempo, un número especial o monográfico.

En cada número de continuidad, la revista nos muestra una tendencia actual diferente, reflejada en la fotografía de portada y en cada uno de sus monográficos, los cuáles definen en su mayoría el contenido de la publicación.

En el número especial o de discontinuidad, el prototipo impreso elegido para este proyecto, aparece una tendencia como en los números de continuidad. Sin embargo, este número tiene como foco principal el resurgir de la ilustración de moda, integrándola como parte del contenido de la revista.

#### 4.1.2. *Naming.*

El inicio de este proyecto consistió en la elección del *naming*, que se define como el proceso por el que se determina el nombre de una marca. Junto con la cabecera, es uno de los aspectos fundamentales en una revista, puesto que tiene la función de comunicar en que consiste la publicación. Además, debe ser una palabra con sonoridad, legible y fácilmente recordada.

La palabra elegida para esta revista es IDENTITÉ, en español, IDENTIDAD, definida como:

#### **Identidad<sup>8</sup>**

1. *f. Cualidad de auténtico.*

2. *f. Conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad que los caracterizan frente a los demás.*

La palabra está en francés, ya que este idioma nos proporciona una sonoridad elegante, atractiva y diferente. A su vez, la sencilla fonética de este *naming* permite que cualquier persona aún sin conocer el idioma sea capaz de pronunciarla.

La versatilidad de esta palabra nos permite jugar con sus diferentes letras. Es el caso de la "I" y la "D" o la "N" y la "T", de las que nos hemos servido para elaborar la cabecera de esta revista.

---

<sup>8</sup> Definición extraída del Diccionario de la Real Academia de Lengua Española.


 The image shows the title 'identité' written vertically in a bold, black, sans-serif typeface. The letters are closely spaced and the overall appearance is clean and modern.

Fig. 23. Cabecera de la revista *IDENTITÉ*.

#### 4.1.3. Cabecera

La cabecera es el elemento principal para una publicación. Es la que hace atrayente una revista, ya que define y da personalidad desde la portada. Es por eso que es importante que el *naming* tenga sonoridad y sea fácilmente recordado.

En esta revista, la palabra *IDENTITÉ* se ha dividido en dos bloques de letras (*IDEN/TITÉ*). Éstos se han colocado en diferentes cajas haciendo coincidir la letra del final del primer bloque (la "N") y la primera letra del segundo bloque (la "T").

La tipografía empleada para la cabecera es *Trebuchet MS Bold* modificada únicamente en la unión de los dos bloques. Se ha elegido esta tipografía sin serif, para dar un aire moderno y distinto a la revista. De este modo, la cabecera se aleja totalmente de las tipografías con serif más clásicas que se asocian habitualmente a las revistas de moda.

En los números publicados hasta el momento, se ha escogido para la cabecera una composición en vertical y en color negro, puesto que proporciona una fuerza mayor a la portada. No obstante, queda abierta la posibilidad a que la cabecera aparezca en otros colores en publicaciones posteriores.

La cabecera de *IDENTITÉ* ha sido diseñada para aparecer en portada con una altura de 8,17 cm y un ancho de 4 cm. Además, en la parte superior de la cabecera se ha añadido el subtítulo "Diseño, arte y cultura visual". Para este último se ha utilizado la tipografía *Gill Sans Semibold*.

## 4.2. ASPECTOS FORMALES DE LA REVISTA

### 4.2.1. Maquetación portada

#### 4.2.1.1. Tipografía de portada

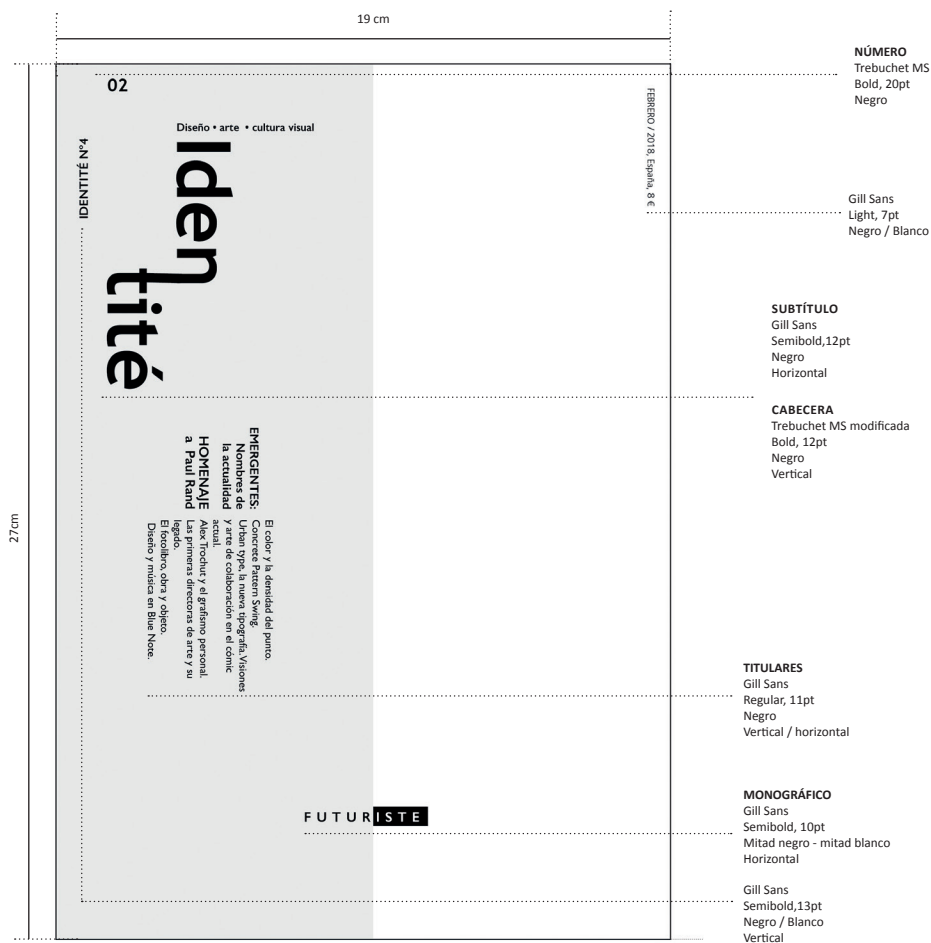
La tipografía tiene un papel esencial dentro de una publicación. Es tan importante como las fotografías que aparecen. No hacer un uso correcto de ella puede hacer que transmitamos un mensaje erróneo.

La tipografía es la encargada de jerarquizar el texto y hacerlo atrayente visualmente. Lleva a cabo este cometido a través del tamaño, peso, color, cuerpo, interlineado...

Actualmente, las tipografías de palo seco son las más usadas y nos proporcionan legibilidad, sencillez, limpieza y modernidad. Principalmente están hechas para titulares, ya que los remates de las tipografías con serif nos ofrecen una lectura más fácil en bloques de textos más grandes.

A pesar de que las tipografías con serif, más clásicas, son las que se asocian habitualmente a las revistas de moda, en la revista *IDENTITÉ* se ha querido hacer algo más transgresor. De esta forma, se han empleado tipografías de palo seco tanto para la cabecera, como para el monográfico y los titulares que aparecen en portada. La tipografía escogida para estos últimos es únicamente *Gill Sans*. Por un lado, se ha empleado *Gill Sans Light* a tamaño 10 para el monográfico, y por otro *Gill Sans Regular* a tamaño 8 para los titulares.

Fig. 24. Estructura de la portada de continuidad de la revista *IDENTITÉ*.



#### 4.2.1.2. Formato y características técnicas

El formato de una revista es parte del diseño de ella. De esta forma, es importante que la elección del formato sea el adecuado para la publicación que se realice. Normalmente los tamaños más utilizados para revistas tienen un tamaño DIN A4 aproximadamente.

La medida de la revista *IDENTITÉ* es 19x27cm, un formato rectangular, usual en revistas e inferior al DIN A4 (21x29,7cm).

A continuación aparece la ficha técnica que se ha elaborado de la revista *IDENTITÉ*:

- Naming*: *Identité*
- Temática: Moda, arte, diseño y cultura visual
- Medidas: 190 x 270 milímetros
- Impresión: CMYK
- Papel cubierta: Mate de 300 gramos
- Papel interior: Mate de 120 gramos
- Encuadernación: Rústica encolada
- Tipografía cabecera: *Trebuchet MS Bold* modificada
- Tipografía titulares y secciones: *Gill Sans Regular* y *Gill Sans Light*
- Precio de la revista: 8€



Fig. 25. Portada y contraportada de la revista *IDENTITÉ*.

#### 4.2.1.3. Estructura de continuidad

La portada es una parte fundamental a la hora de crear una revista, ya que es la primera impresión que transmite una publicación a sus lectores. Son importantes todos los elementos que la componen: cabecera legible y atractiva, monográfico descriptivo del interior, fotografía atrayente y unos titulares que inciten a ver el contenido de la publicación.

En este apartado analizaremos la estructura de continuidad de la revista *IDENTITÉ*. Se trata de realizar un esquema versátil que nos permita realizar pequeñas variaciones en cada uno de sus números y a su vez mantener este mismo patrón.

En la revista *IDENTITÉ* el esquema que se repite periódicamente está compuesto por un fajín en horizontal o vertical de papel vegetal que recorre la portada y contraportada. En él aparecen impresos cabecera, subtítulo, número y titulares. Además, esta banda nos permite ocultar una parte importante de la imagen de portada. De esta forma, el lector puede desprenderse de ella con facilidad y observar la fotografía en su totalidad.

Por otro lado, la cabecera sólo nos da la posibilidad de colocarla en vertical, a pesar de que en los titulares y secciones podemos variar su orientación dependiendo del número.

Las imágenes que aparecen en portada son propias y están colocadas a sangre. Cada una de ellas está retocada de forma que nos conduce hacia un color diferente. De este modo, en la contraportada que se presenta en la revista, aparece únicamente una masa de color igual al tono de portada y el fajín rodeándola.

Por otra parte, al tratarse de una revista orientada a la moda, se ha preferido no sobrecargar la portada con muchos elementos y dar un mayor protagonismo a la composición e imagen de portada.

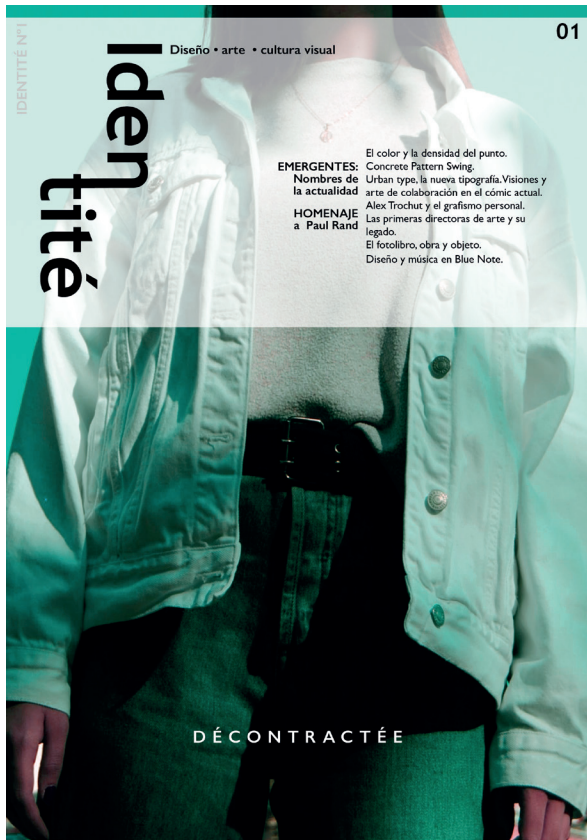


Fig. 26. Colección de portadas de continuidad de la revista *IDENTITÉ*.



Fig. 27. Número especial o de discontinuidad de la revista *IDENTITÉ*, serigrafía.

Fig. 28. *Blowing Kiss*, Lillian Bassman, New York, 1958.



#### 4.2.1.4. Estructura del número especial

Al realizar una publicación completa en todos los sentidos y diseñar las portadas mensuales de una revista es también necesario plantear propuestas de números especiales o de discontinuidad.

Para este proyecto se ha realizado el prototipo impreso de un número especial de la revista *IDENTITÉ*, concretamente el número 4. Se ha escogido esta edición especial para el Trabajo Final de Grado por la especial incorporación al contenido de la ilustración de moda.

En este número de discontinuidad, el esquema establecido es totalmente diferente aunque el formato sigue siendo el mismo.

Por un lado, los titulares y el fajín de papel vegetal desaparecen. De este modo únicamente la cabecera y el monográfico están impresos directamente en portada.

Por otro lado, la cabecera es de gran tamaño. De hecho ocupa hasta la mitad de portada, situándose exactamente en el interior del vestido de la figura. Además, la cabecera pasa de estar en la esquina superior izquierda a la parte inferior.

Desde la portada la importancia que se le da a la fotografía en los números de continuidad es sustituida por la ilustración. En la misma se refleja el contenido principal de la revista. Tanto en la portada como en la contraportada aparece una ilustración de moda diferente pero a la vez similar a una de las que encontramos en el interior de la revista.

Las imágenes de portada están realizadas como homenaje a las fotografías de Lillian Bassman que reflejan a la perfección la llegada del *New Look* de Christian Dior en los años 50. Ambas ilustraciones aparecen a sangre y únicamente en blanco y negro. Asimismo, se han realizado pruebas de la portada y contraportada en serigrafía para dar una mayor calidad y generar texturas diferentes.



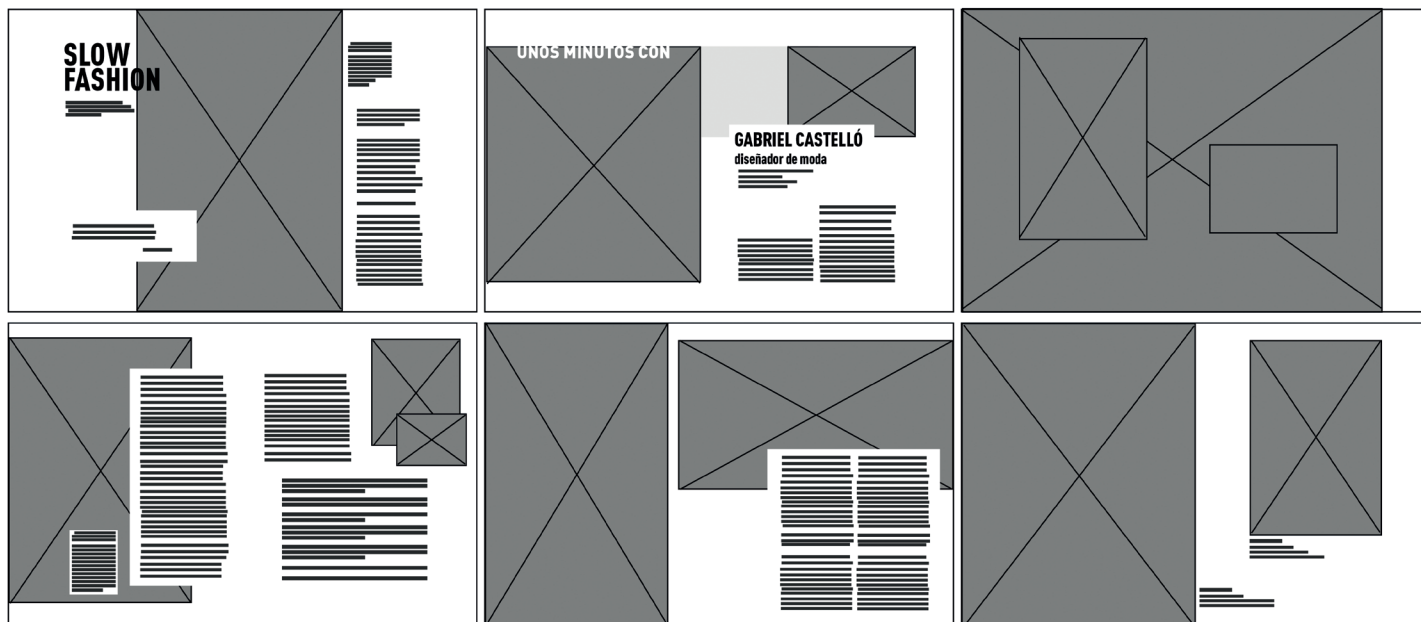


Fig. 29. Maqueta de los interiores de la revista *IDENTITÉ*.

#### 4.2.2. Maquetación interiores

##### 4.2.2.1. Retícula

"La reducción de los elementos visuales y su subordinación al sistema reticular puede producir la impresión de armonía, global, de transparencia, claridad y orden configurador. El orden en la configuración favorece la credibilidad de la información y da confianza" <sup>9</sup>.

La retícula es la subdivisión que se hace en una página teniendo en cuenta los márgenes, columnas y espacio. Este sistema permite al diseñador tener una organización sobre su trabajo. En otras palabras, es como una especie de maqueta que nos garantiza la cohesión entre varias páginas. Normalmente el uso de la retícula se hace cuando hay un gran número de páginas.

Para la revista *IDENTITÉ* la retícula empleada ha seguido un patrón de dos columnas y en ocasiones de una única columna. En el inicio de los reportajes breves se ha empleado el mismo comienzo y lo mismo ocurre con el apartado de *Unos minutos con*. En ésta sección todas las entrevistas comienzan con el mismo esquema: fotografía grande de su trabajo en la página izquierda e imagen de ellos mismos más pequeña en la página derecha.

##### 4.2.2.2. Tipografía en los interiores

Tras realizar una maqueta versátil que nos sirviera para el interior de la publicación, se han hecho pruebas hasta llegar a las tipografías elegidas para los contenidos de la revista.

<sup>9</sup> MÜLLER-BROCKMANN, J. (1982). *Sistemas de retículas. Un manual para diseñadores gráficos* Barcelona: Editorial Gustavo Gili, p. 13.



Fig. 30. Simulación del sumario de la revista *IDENTITÉ*.

Fig. 31. Simulación de la portada de la edición especial de la revista *IDENTITÉ*.



Como hemos comentado en apartados anteriores, el papel de la tipografía es esencial en una publicación, puesto que es la encargada de jerarquizar el texto de tal forma que al lector le resulte fácil la lectura.

Cada tipografía tiene una función diferente. Un diseñador debe ser capaz de diferenciar por ejemplo, las tipografías que están hechas para grandes bloques de lectura de las que están creadas para titulares. En otras palabras, Martin Venezky, director de arte de *Speak*, sostiene:

"Un diseñador tiene que estar dispuesto a leer el material y a discutirlo en profundidad y apasionadamente, así como a desarrollar componentes visuales que expandan la lectura sin dejar de funcionar dentro de la arquitectura de la publicación"<sup>10</sup>.

De este modo, a partir de estas premisas, se ha realizado una selección de tipografías variando los pesos de cada una de ellas.

Para crear una mayor cohesión del proyecto editorial, se han utilizado algunas de las tipografías que aparecen en portada. La tipografía *Gill Sans* es la empleada para el monográfico y los titulares de la portada. En los interiores se ha usado para el sumario y los separadores de cada sección. A su vez, para los titulares del sumario y de los separadores se ha utilizado la tipografía *Din Pro Condensed Black*. Esta misma tipografía también se ha empleado para titulares y subtítulos de todas las secciones.

Por otro lado, para los grandes bloques de texto de la revista se ha utilizado la tipografía *Frutiger LT Std 55 Roman* a tamaño 10. Esta tipografía nació en 1968 de la mano de Adrián Frutiger, tras recibir un encargo de diseñar la señalización del aeropuerto Charles de Gaulle en París. Aunque esta tipografía se diseñó para los carteles de un aeropuerto, es una tipografía que sirve tanto para titulares como para grandes bloques de texto.

En el caso de la revista *IDENTITÉ*, se ha elegido esta tipografía para grandes bloques de texto, puesto que sirve para todos los tipos y además, es sencilla y fácilmente legible para el lector.

<sup>10</sup> CALDWELL, C. Y ZAPATERRA, Y. *Op.cit.*, p. 87.

#### 4.2.2.3. Contenido y secciones de la revista

Al gestionar un proyecto editorial en su totalidad, una de las etapas más importantes es la selección de contenidos que aparecen en la revista. Aunque una portada es lo que habitualmente atrae al lector, finalmente son los contenidos de la publicación los que hacen que se interese por lo que está leyendo.

Como hemos comentado anteriormente, *IDENTITÉ* es una revista destinada a cualquier persona apasionada por el arte, el diseño y la cultura visual, pero principalmente por la moda, puesto que en cada uno de sus números se trata una tendencia diferente.

Los contenidos que se han seleccionado para esta edición especial están organizados en diferentes apartados:

- **De interés:** es una sección que también aparece en los números de continuidad y que muestra tendencias o artículos de interés. En este caso, el apartado está formado por dos reportajes breves, uno sobre el movimiento *Slow Fashion* y otro sobre el empoderamiento femenino en la moda. Estos artículos ocupan cuatro dobles páginas cada uno.

- **L'agenda de la mode:** es una sección donde se recomiendan exposiciones de moda que visitar en este 2019. La extensión es de una página doble.

- **Ilustrando:** es una sección que aparece únicamente en la edición especial de la revista. A modo de reportaje fotográfico, se han ilustrado seis tendencias de la moda haciendo un recorrido por su historia desde la década de los años 20 a los 70. La extensión de este apartado es de tres dobles páginas.

- **Fotografía:** en este apartado como se indica desde su nombre aparece un reportaje fotográfico. El reportaje se llama *Femmes d'aujourd'hui: tendance urbaine* (la mujer de hoy: tendencia urbana), son fotografías de autoría propia realizadas a la figura femenina en un ambiente más urbano y actual. Su extensión es de tres dobles páginas.

- **Unos minutos con:** es una sección en el que aparecen entrevistas a diseñadores de moda actuales o que han trabajado en el sector en el pasado. Se han realizado tres entrevistas en las que los diseñadores nos hablan sobre su trayectoria y sus proyectos futuros. Este apartado tiene una extensión de cuatro dobles páginas.

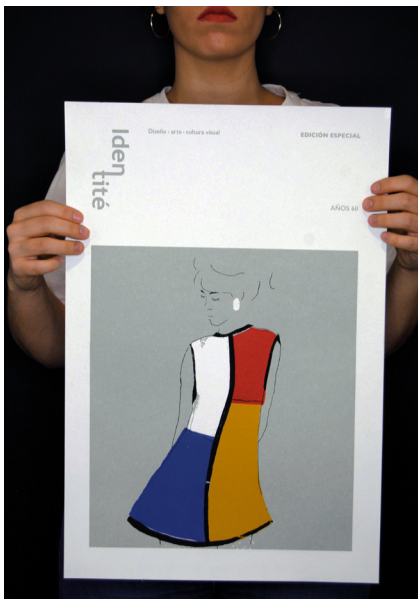
Los textos del apartado **De interés** han sido realizados exclusivamente para la revista *IDENTITÉ* por Celia Navarro Palazón, por encargo nuestro. No obstante, las fotografías que las acompañan han sido seleccionadas por nosotros.

En el apartado de **Ilustrando y Fotografía** aparecen contenidos propios elaborados para la revista. También la sección **Unos minutos con**, ha sido redactada a partir de nuestras entrevistas a profesionales del sector, para la revista *Identité*. Los autores de las fotografías que acompañan las entrevistas quedan especificados en el interior de la revista.

Fig. 32. Simulación interiores *Unos minutos con* de la revista *IDENTITÉ*.

Fig. 33. Simulación interiores *De interés* de la revista *IDENTITÉ*.





**Fig. 34.** Simulación interiores *Ilustrando* de la revista *IDENTITÉ*.

**Fig. 35.** Ilustración digital de los años 60.

**Fig. 36.** Póster original de los años 60, 35x50cm, serigrafía.

#### 4.2.2.4. *Elaboración de las ilustraciones (interiores y pósters)*

La creación de las ilustraciones de moda ha sido una etapa esencial para este proyecto ya que el foco principal del trabajo es el resurgir la ilustración de moda en revistas.

La primera fase fue la asistencia a clases de ilustración de moda. Unas horas que nos permitieron dejar de lado el dibujo más realista de la figura humana aproximándonos al figurinismo. Posteriormente, se eligió el concepto con el que se iba a trabajar. Se barajó la idea de continuar una colección, pero finalmente se decidió realizar un recorrido por la historia de la moda ilustrando la tendencia que se llevaba en cada década. Previamente a la elaboración de las ilustraciones, se realizó un estudio sobre las tendencias de cada época, prendas, fotógrafos, modelos, actores/actrices, diseñadores/as y colores.

Una vez se tuvo toda esta información y a partir de un modelo en directo, se ha creado la ilustración. Primero se ha hecho a lápiz y posteriormente en digital. Se han realizado en total seis ilustraciones de los años 20, 30, 40, 50, 60 y 70. Estas ilustraciones corresponden a uno de los apartados de la revista y están maquetadas a modo de reportaje fotográfico, predominando la imagen sobre el texto.

Por otro lado, por la compra de cada edición especial de la revista se regalará un póster (35x50 cm) en el que aparece una de las dichas ilustraciones del interior. El lector podrá conseguir hasta seis pósters diferentes.

Los pósters originales han sido realizados mediante la técnica de la serigrafía para dar una calidad diferente a la publicación en sintonía a la portada. El esquema de los carteles sigue el mismo patrón en cada década: por un lado, una plantilla blanca que deja ver el color del papel a través de los textos que aparecen como la cabecera, la década y el número de la revista, y por otro lado, la figura en el centro del cartel.



Fig. 37. A cada década su tendencia. De los años 20 a los 70. Serie de pósteres, 35x50cm, serigrafía.



**Fig. 38.** Serie de pósteres, 35x50cm, serigrafía.

**Fig. 39.** Póster original de los años 70, 35x50cm, serigrafía.



#### 4.2.2.5. Proceso de realización de los pósteres

Para el proceso de realización de los pósteres, se ha utilizado la técnica serigráfica. Primeramente, se han elaborado los fotolitos. El fotolito para la plantilla blanca se ha realizado digitalmente, mientras que los fotolitos para la figura central se han trabajado a mano utilizando como técnica la cera, la tinta china y el rotulador. En cada cartel se han empleado técnicas diferentes para cada una de las figuras, dando una mayor importancia a la prenda que a la figura.

Una vez realizada la impresión de los fotolitos, pasamos al proceso de la serigrafía mediante el emulsionado e insolado. Es importante realizar esta etapa correctamente para evitar errores en el resultado final.

Primeramente, se coloca una capa fina de emulsión en la pantalla y una vez seca, se pone en contacto con los fotolitos con la luz de la insoladora. En nuestro caso, ha sido necesario que la emulsión se haya realizado perfectamente en toda la pantalla debido al gran tamaño de los pósteres. Para revelar la imagen después de la exposición, hay que poner agua y una vez obtengamos la ilustración, ya estará preparada para estampar.

Posteriormente, pasamos al proceso de estampación. Tendremos que ajustar la pantalla a la mesa y proteger las zonas que no están emulsionadas. A continuación, se carga la pantalla de tinta y se stampa en el papel.

Para la correcta realización de los pósteres, en primer lugar, se ha estampado la plantilla blanca, ya que al ser una masa de color tan grande es la que más problemas nos ha ocasionado. Posteriormente, se ha estampado la prenda y por último la línea de la figura.

Exceptuando los carteles de los años 60 y 70, se ha empleado únicamente el color blanco y el negro. Sin embargo, al cambiar el papel en cada una de las décadas, nos da la sensación de haber utilizado más colores.

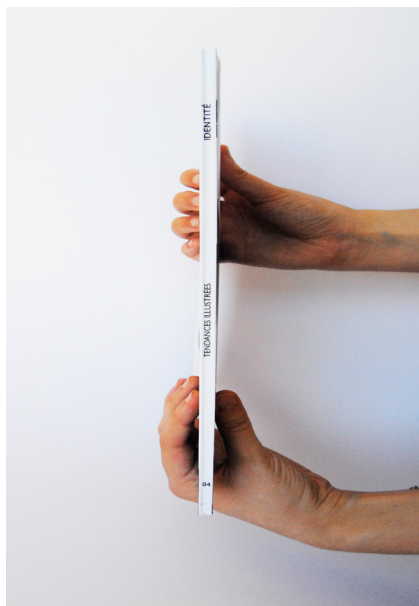
Por último, para guardar los pósteres originales se ha realizado una carpeta entelada en negro, con la cabecera de la revista estampada en blanco.

**Fig. 40.** Prueba portada y contraportada de la revista *IDENTITÉ*, serigrafía.

**Fig. 41.** Carpeta con pósteres originales de la revista *IDENTITÉ*.







**Fig. 42.** Detalle del lomo encolado del prototipo impreso de la edición especial de la revista *IDENTITÉ*.

## 5. IMPRESIÓN DEL PROTOTIPO

### 5.1. ELECCIÓN DEL PAPEL Y MATERIALES

La última etapa del proceso es llevar nuestra revista a la imprenta, ya que nuestro proyecto no estará finalizado hasta que no tengamos el prototipo de la revista impreso. La encuadernación, la selección del papel o de otros materiales que aparezcan en la revista es una decisión que toma el diseñador editorial y que definirá el resultado final de la publicación.

La elección del papel o de otros materiales más especiales es lo que determinan que la revista tenga una apariencia u otra. Existe una gran variedad de tipos de papel con un brillo, textura, mate o gramaje diferente.

Para la revista *IDENTITÉ* en las portadas de los números de continuidad se ha optado por utilizar un papel vegetal donde se han impreso los titulares de la revista a modo de fajín. No obstante, en esta edición especial no se ha realizado este añadido. Se ha empleado un papel blanco mate de 300 gramos en la portada estucada en mate y para los interiores un papel blanco mate de 120 gramos.

### 5.2 ENCUADERNACIÓN

En cuanto a la encuadernación hay diferentes tipos para revistas. Todo depende del lomo que tenga la publicación. El tipo de encuadernación más económica y rápida, si el lomo es inferior a 5mm es la encuadernación con grapas. Para este tipo de encuadernación se utiliza una grapadora de palanca. Es usual en catálogos o revistas pequeñas y permite que sean más flexibles. Sin embargo, el aspecto que genera este tipo es totalmente diferente a otra clase de encuadernaciones cuando el lomo es más grande. Si el grosor de la revista es superior a 5mm, se utiliza la encuadernación en rústica. Existen tres diferentes:

-La encuadernación **RÚSTICA ENCOLADA O FRESADA**: consiste en encolar las páginas. Es muy económica y rápida pero tiene una resistencia menor.

-La encuadernación **RÚSTICA COSIDA**: consiste en coser los pliegos. Es el tipo de encuadernación que nos proporciona una mayor calidad y resistencia. Por eso mismo su coste es más elevado.

-La encuadernación **RÚSTICA PUR**: es un tipo de encuadernación encolada para la que se utiliza una cola más resistente (Poly Uretano Reactivo). Se sitúa entre la rústica encolada y la rústica cosida.

Para el prototipo impreso de la revista *IDENTITÉ* se ha utilizado la encuadernación rústica encolada, puesto que su lomo no es inferior a 5mm y al tratarse de un prototipo este tipo de encuadernación nos proporciona el resultado idóneo.



**Fig. 43.** Sección *Unos minutos con* del prototipo impreso de la edición especial de la revista *IDENTITÉ*.



**Fig. 44.** Prototipo impreso del número de continuidad y la edición especial de la revista *IDENTITÉ*.

### 5.3. PRUEBAS DE IMPRESIÓN

Previamente al resultado final del prototipo impreso de la revista se han realizado pruebas de impresión a lo largo del proceso. En esta fase del proyecto se tuvo en cuenta como se tenía que preparar el pdf de la revista antes de llevarlo a la imprenta, comprobando la resolución de las imágenes, el modo CMYK y el formato.

La primera prueba de impresión se hizo para ver el tamaño que tenían las tipografías de portada y de interiores, ya que en la pantalla del ordenador tienden a dar una sensación diferente a cuando están impresas.

Posteriormente, tras la elección del papel, se realizaron pruebas de impresión de la portada y contraportada para ver si la composición de página era armoniosa. Además, se quería comprobar si la portada funcionaba con el fajín de papel vegetal.

A continuación, se hizo una primera impresión del prototipo de uno de los números de continuidad. Este primer tanteo nos sirvió para descartar la portada estucada en brillo. Este tipo de acabado ha sido el más usual en revistas de moda en los últimos años, ya que llama mucho la atención. Sin embargo, en nuestro caso, al tener el fajín de papel vegetal, no terminaba de cuadrar porque generaba una pequeña elevación en la portada.

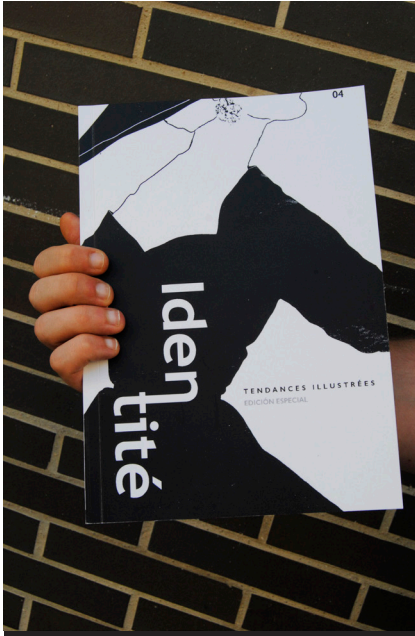


Fig. 45. Sumario del prototipo impreso de la edición especial de la revista *IDENTITÉ*.

Fig. 46. Portada del prototipo impreso de la edición especial de la revista *IDENTITÉ*.

Fig. 47. Tablas de los costes de los pósteres originales en serigrafía y del prototipo impreso de la revista.



#### 5.4. PRESUPUESTO. COSTES.

En este último apartado se han elaborado dos tablas: una tabla con los gastos reales de la realización de los pósteres en el taller de serigrafía y otra con los costes del prototipo impreso de la revista en la imprenta *Multip copia* de Valencia.

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UD	TOTAL
Pantalla 71x95cm	1	30,00	30,00 €
Pintura blanca pared	1	14,00	14,00 €
Pintura negra pared	1	7,00	7,00 €
Acrílico	4	7,77	31,08 €
Emulsión	1	20,00	20,00 €
Glicerina	1	12,00	12,00 €
Papel Mi-Teintes 50x65cm	36	1,50	54,00 €
Tela encuadernación	2	7,00	14,00 €
Cartón	2	3,00	6,00 €
<b>GASTOS TOTALES</b>			<b>188,08 €</b>

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UD	TOTAL
Papel Mate portada 300g	2	0,50	1,00 €
Papel Mate interior 120g	66	0,30	19,80 €
Encuadernación rústica encolada	1	13,50	13,50 €
<b>GASTOS TOTALES</b>			<b>34,30 €</b>

**Fig. 48.** Sección *Unos minutos con* del prototipo impreso de la edición especial de la revista *IDENTITÉ*.

**Fig. 49.** Sección *De interés* del prototipo impreso de la edición especial de la revista *IDENTITÉ*.



## 6. CONCLUSIONES

Como ya he señalado a lo largo de toda la memoria precedente, uno de mis objetivos principales al realizar este Trabajo Final de Grado ha sido incorporar todos los conocimientos adquiridos a lo largo de estos cuatro años y además, hacer de este proyecto personal un portfolio que me sirviera para guiar mi carrera profesional hacia los sectores del diseño editorial y de la moda. Ambos constituyen entornos en los que considero que puedo desarrollar plenamente mi creatividad y esto es algo que me inspira y pongo altamente en valor.

Por otro lado, uno de los retos asumidos en este trabajo ha sido la gestión de un proyecto editorial en su totalidad, en el que la ilustración de moda funciona como un contenido de la revista. Uno de los obstáculos a superar ha sido que toda la publicación estuviese cohesionada. Con ese objetivo, se ha diseñado una revista que integra contenido y estética.

A la vista de los resultados, considero que ambos objetivos se han conseguido satisfactoriamente.

El hecho de asumir todos los roles que conlleva una publicación, ya sea diseñadora editorial, redactora al escribir algunos de los contenidos que aparecen en la revista, directora de arte en la toma de decisiones o ilustradora en la elaboración de los pósteres e ilustraciones que aparecen, ha sido un proceso que me ha permitido comprender las partes que tiene una publicación y su funcionamiento. A su vez, ser consciente de la diversidad de roles laborales que hay detrás de un proyecto editorial. Además, me ha dado la oportunidad de poner en valor el papel que desempeña cada uno de las personas que trabajan en una revista, y la determinación de que su labor conjunta es esencial para que una publicación funcione.

En cuanto a la parte de investigación y la redacción de la memoria, ha sido una de las fases que más me ha gustado y más me ha aportado. El apartado de contextualización no se reduce a la búsqueda de información y redacción del trabajo, también ha supuesto la ampliación de mis conocimientos sobre el diseño editorial. Del mismo modo, la elaboración del apartado de ilustraciones, me ha conducido a profundizar en la industria de la moda por décadas, y esto mismo me ha aportado un gran bagaje sobre un sector que aunque me ha interesado desde siempre desconocía en su práctica totalidad.

En conclusión, me produce una gran satisfacción personal todo lo que me ha aportado la realización de este proyecto. A partir de aquí, espero seguir ampliando mis conocimientos en el ámbito editorial y en la moda.

## 7. BIBLIOGRAFÍA

### MONOGRAFÍAS

BRAMBATTI, M. (2017). *Ilustración de moda. Técnicas y métodos de dibujo profesional*. Barcelona: promopress.

CALDWELL, C. y ZAPATERRA, Y. (2014). *Diseño Editorial: Periódicos y revistas / medios impresos y digitales*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

DABNER, D. (2008). *Diseño, maquetación y composición: comprensión y aplicación*. Barcelona: Blume.

DONOVAN, B. (2010). *Dibujo e ilustración de moda*. Barcelona: Blume.

FRANKLIN, C. et al. (2012). *Moda. Historia y estilos*. Londres: Dorling Kindersley.

FOGG, M. (2011). *Diseñadores de moda de la A a la Z*. Barcelona: Lunwerg.

GAUTIER, J.P. Y MORGAN RHYS, D. (2013). *Bold, Beautiful, and Damned*. Londres: Laurence king.

JONES, T., ENNINFUL, E. Y BUCKLEY, R. (2010). *i-D covers*. Colonia: Taschen

LESLIE, J. (2000). *Nuevo diseño de revistas*. Barcelona: Gustavo Gili.

LEWIS, A. (2016). *¿Quieres publicar una revista?*. Barcelona: Gustavo Gili.

MEGGS, P. Y PURVIS, A. (2015). *Historia del diseño gráfico*. Barcelona: RM Verlag.

MÜLLER-BROCKMANN, J. (1982). *Sistemas de retículas. Un manual para diseñadores gráficos*. Barcelona: Gustavo Gili.

PELTA, R. (2004). *Diseñar hoy. Temas contemporáneos de diseño gráfico*. Barcelona: Paidós Diseño.

RIERA, M. (2014). *200 años de Ilustración de moda en España*. Barcelona: comanegra.

RUSSELL, A. (2013). *Principios básicos del diseño textil*. Barcelona: Gustavo Gili.

WESEN BRYANT, M. (2014). *Dibujo de moda: Técnicas de ilustración para diseñadores de moda*. Barcelona: Blume.

## TRABAJOS ACADÉMICOS

BENSALAH, M. (2017). *Proyecto editorial. Concepción de la revista EDITOR y prototipo impreso*. Trabajo Final de Grado. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia. [Consulta: 7 de octubre de 2018]

GIMENEZ, M. (2015). *Proyecto editorial. Concepción del proyecto editorial La italiana y prototipo impreso*. Trabajo Final de Grado. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia, <<https://riunet.upv.es/handle/10251/60589>> [Consulta: 28 de enero de 2019]

SERRANO, S. (2014). *Prototipo impreso de la revista 13catorce*. Trabajo Final de Grado. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia, <<https://riunet.upv.es/handle/10251/48724>> [Consulta: 7 de octubre de 2018]

ROBLA, V. (2014). *Arctic. Concepto y diseño de una revista sobre diseño, arte y comunicación*. Trabajo Final de Grado. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia, <<https://riunet.upv.es/handle/10251/47696>> [Consulta: 20 de enero de 2019]

## PÁGINAS WEB

DELGADO, L. *El impresionante origen de las revistas de moda*. <<https://theluxonomist.es/2017/03/16/el-impresionante-origen-de-las-revistas-de-moda/lourdes-delgado>> [Consulta: 6 de marzo de 2019]

EAVES, I. *Diseñadores de moda famosos de la década de 1920*. <[https://www.ehowenespanol.com/disenadores-motas-famosos-decada-1920-lista\\_118198/](https://www.ehowenespanol.com/disenadores-motas-famosos-decada-1920-lista_118198/)> [Consulta: 20 de marzo de 2019]

LUIS, N. *Ilustradores de moda del s. XX que nos siguen inspirando hoy*. <<https://smoda.elpais.com/moda/ilustradores-de-moda-del-s-xx-que-nos-siguen-inspirando-hoy/>> [Consulta: 2 de febrero de 2019]

MAG, K. *Antonio López, el ilustrador de moda que revolucionó el espíritu de los '70*. <<https://katarimag.com/revision-obra-de-antonio-lopez/>> [Consulta: 2 de febrero de 2019]

*Magazine de mode*. <[https://fr.wikipedia.org/wiki/Magazine\\_de\\_mode](https://fr.wikipedia.org/wiki/Magazine_de_mode)> [Consulta: 6 de marzo de 2019]

MASTRANGELO, P. *Ruth Ansel directora de arte occidental*. <<http://www.paulamastra.com/blog/2019/03/12/ruth-ansel-directora-de-arte/>> [Consulta: 17 de abril de 2019]

MUÑOZ, E. . *El Picasso de la ilustración de moda: Antonio López*. <<http://verlanga.com/mascultura/ilustracion/el-picasso-de-la-ilustracion-de-moda-antonio-lopez/>> [Consulta: 2 de febrero de 2019]

NEO, G. *Fashion Fridays. Rosie McGuinness*. <<https://illustratorslounge.com/fashion/fashion-fridays-rosie-mcguinness>> [Consulta: 12 de abril de 2019]

PORCEL, M. *El arte de pintar la moda en el País*. <[https://elpais.com/elpais/2019/01/18/estilo/1547833780\\_442527.html](https://elpais.com/elpais/2019/01/18/estilo/1547833780_442527.html)> [Consulta: 2 de febrero de 2019]

RAMÍREZ, N. *El revival del glamour ilustrado*. <<https://smoda.elpais.com/moda/el-revival-del-glamour-ilustrado/>> [Consulta: 2 de febrero de 2019].

*Terry Jones, i-D*. <[https://en.wikipedia.org/wiki/Terry\\_Jones\\_\(i-D\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Terry_Jones_(i-D))> [Consulta: 20 de abril de 2019]

## 8. ÍNDICE DE FIGURAS

- Fig. 1. Calendario de trabajo. p. 2.
- Fig. 2. *Les Mercure Galant*, Enero 1672. p. 8.
- Fig. 3. *Le Cabinet des modes*, 1785. p. 9.
- Fig. 4. *Le Moniteur de la mode*, Septiembre 1890. p. 9.
- Fig. 5. *La Petit Écho de la mode*, 1933. p. 10.
- Fig. 6. *Monsieur*, Septiembre 1920. p. 10.
- Fig. 7. *La Gazette du Bon Ton*, Septiembre 1920. p. 10.
- Fig. 8. *Gibson Girl*, Charles Dana Gibson, 1891. p. 11.
- Fig. 9. *Vogue*, Carl Erickson, Febrero 1935. p. 12.
- Fig. 10. *Vanity*, Tony Viramontes, 1981. p. 12.
- Fig. 11. *Vogue*, M. F. Agha, Julio 1932. p. 13.
- Fig. 12. *Vogue*, Alexander Liberman, Noviembre 1959. p. 14.
- Fig. 13. *Harper's Bazaar*, Alexey Brodovitch, Marzo 1959. p. 14.
- Fig. 14. *Seventeen*, Cipe Pineles, Abril 1948. p. 15.
- Fig. 15. *Harper's Bazaar*, Ruth Ansel, Abril 1965. p. 15.
- Fig. 16. *Ocimag n°77*, 2019. p. 16.
- Fig. 17. *Dash Magazine*, 2012. p. 16.
- Fig. 18. Edición especial de *H Magazine*, Berto Martínez, 2013. p. 17.
- Fig. 19. *Pourquoi pas?*, David Downton, 2007. p. 17.
- Fig. 20. Maxim Sergeev, 2019. p. 18.
- Fig. 21. *Prada*, Rosie McGuinness, 2016. p. 18.
- Fig. 22. *Hubert de Givenchy*, Tony Viramontes, 1984. p. 18.
- Fig. 23. Cabecera de la revista *IDENTITÉ*. p. 20.
- Fig. 24. Estructura portada de continuidad de la revista *IDENTITÉ*. p. 21.



- Fig. 25.** Portada y contraportada de la revista *IDENTITÉ*. p. 22.
- Fig. 26.** Colección de portadas de continuidad revista *IDENTITÉ*. p. 23.
- Fig. 27.** Número especial o de discontinuidad de la revista *IDENTITÉ*. p. 24.
- Fig. 28.** *Blowing Kiss*, Lillian Bassman, New York, 1958. p. 24.
- Fig. 29.** Maqueta de los interiores de la revista *IDENTITÉ*. p. 25.
- Fig. 30.** Simulación del sumario de la revista *IDENTITÉ*. p. 26.
- Fig. 31.** Simulación de la portada de la edición especial de la revista. p. 26.
- Fig. 32.** Simulación interiores *Unos minutos con* de la revista. p. 28.
- Fig. 33.** Simulación interiores *De interés* de la revista. p. 28.
- Fig. 34.** Simulación interiores *Ilustrando* de la revista *IDENTITÉ*. p. 29.
- Fig. 35.** Ilustración digital de los años 60. p. 29.
- Fig. 36.** Póster original de los años 60, 35x50cm, serigrafía. p. 29.
- Fig. 37.** Serie de pósteres, 35x50cm, serigrafía. p. 30.
- Fig. 38.** Serie de pósteres, 35x50cm, serigrafía. p. 31.
- Fig. 39.** Póster original de los años 70, 35x50cm, serigrafía. p. 31.
- Fig. 40.** Prueba portada y contraportada de la revista *IDENTITÉ*. p. 32.
- Fig. 41.** Carpeta con pósteres originales de la revista *IDENTITÉ*. p. 32.
- Fig. 42.** Detalle del lomo encolado del prototipo impreso. p. 33.
- Fig. 43.** Sección *Unos minutos con* del prototipo impreso. p. 34.
- Fig. 44.** Prototipo impreso de continuidad y de discontinuidad. p. 34.
- Fig. 45.** Sumario del prototipo impreso de la edición especial. p. 35.
- Fig. 46.** Portada del prototipo impreso de la edición especial. p. 35.
- Fig. 47.** Tablas del coste de la revista y de los pósteres originales. p. 35.
- Fig. 48.** Sección *Unos minutos con* del prototipo impreso. p. 36.
- Fig. 49.** Sección *De interés* del prototipo impreso. p. 36.

