



---

**Universidad de Valladolid**

**CURSO 2020-2021**

**Facultad de Filosofía y Letras**

**Grado en Periodismo**

**La evolución de *Vogue* a través de sus  
portadas**

**Alumna: M<sup>a</sup> de la Paloma Revilla Benito**

**Tutora: Dra. Virginia Martín Jiménez**

**Departamento: Historia Moderna, Contemporánea de  
América, Periodismo, Comunicación Audiovisual y  
Publicidad**

**Convocatoria: Julio 2021**

# “La evolución de *Vogue* a través de sus portadas”

## AUTORA

María de la Paloma Revilla Benito

## TUTORA

Dra. Virginia Martín Jiménez

## RESUMEN

El Trabajo Fin de Grado pretende dar a conocer los cambios que ha experimentado la edición estadounidense de una de las revistas de moda más conocidas en el mundo. Desde 1892 *Vogue* se ha convertido en referencia para las mujeres y en concreto para las de clase media o media-alta. En sus inicios, cuando Arthur Baldwin Turnure, su fundador, supervisaba la publicación ésta se dirigía tanto al público masculino como femenino, pero después, las mujeres han conformado el colectivo más interesado en *Vogue*.

La revista ha sido objeto de numerosas transformaciones. Desde 1910 se enfoca a los contenidos de moda y es a partir de 1951 cuando experimenta un incremento notable de su audiencia debido, en gran parte, a la presencia de Edna Woolman Chase, directora en esta época, que aportó a la revista un trabajo que tuvo consecuencias muy positivas. Más tarde con Grace Mirabella, aumenta el espacio de la sección “estilo de vida”, lo que provoca una reducción del que se venía destinando a la moda.

Con la editora jefe, que desde 1988 permanece en la actualidad, no se han frenado los cambios. La mayoría de las portadas presentan a una mujer de cuerpo entero, con luz natural y no siempre muy reconocidas.

En la historia reciente se ha enfrentado a acontecimientos que han influido sobre gran parte de la sociedad, como los casos de acoso sexual en la industria de la moda, el uso de pieles o el reclamo de diversidad en las pasarelas. Asimismo, ha tenido cabida la idea cada vez más creciente y respaldada de la moda andrógina.

Revilla Benito, P. (2021). La evolución de *Vogue* a través de sus portadas. Trabajo Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid.

Con la investigación que vamos a realizar, a través del análisis de 44 portadas, conoceremos qué cambios ha experimentado la publicación a lo largo del tiempo. Se estudiará si se presentan las mismas secciones en la mayoría de las portadas o qué tipo de fotografías incluyen. Todo ello se realizará por medio de un análisis cualitativo y otro cuantitativo. Además, se recorrerá la historia de las revistas de moda desde el siglo XIX hasta la actualidad y se prestará atención a la teoría de la comunicación que guarda más relación con este tema: la teoría del *framing*.

Los resultados de la investigación permitirán conocer el proceso que ha experimentado *Vogue USA* a lo largo de su historia.

### **PALABRAS CLAVE**

*Vogue*, Revista, Moda, Fotografía, Femenino, Portada

## **“The evolution of Vogue through its covers”**

### **AUTHOR**

María de la Paloma Revilla Benito

### **TUTOR**

Dr. Virginia Martín Jiménez

### **ABSTRACT**

The Final Degree Project aims to show the changes that the US edition of one of the best-known fashion magazines in the world has undergone. Since 1892 Vogue has become a reference for women and specifically for those of the middle or upper-middle class. In its beginnings, when Arthur Baldwin Turnure, its founder, supervised the publication, it was aimed at both male and female audiences, but later, women have formed the group most interested in Vogue.

The magazine has undergone numerous transformations. Since 1910 it has focused on fashion content and it is from 1951 when it experienced a notable increase in its audience due, in large part, to the presence of Edna Woolman Chase, director at that time, who contributed work to the magazine that it had very positive consequences. Later, with Grace Mirabella, he increased the space in the "lifestyle" section, reducing what had been allocated to fashion.

With the editor-in-chief, who has remained today since 1988, the changes have not slowed down. Most of the covers feature a full-body woman, with natural light and not always very well known.

In recent history, he has faced events that have influenced a large part of society, such as cases of sexual harassment in the fashion industry, the use of fur or the claim for diversity on the catwalks. Likewise, the increasingly growing and supported idea of androgynous fashion has taken place.

With the research that we are going to carry out, through the analysis of 44 covers, we will know what changes the publication has undergone. It will be studied whether the same sections are presented on most of the covers or what type of photographs it includes. All this will be done through a qualitative and a

Revilla Benito, P. (2021). La evolución de *Vogue* a través de sus portadas. Trabajo Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid.

quantitative analysis and, in addition, the history of fashion magazines from the 19th century to the present will be reviewed and attention will be paid to the theory of communication that is more related to this topic, the theory of framing.

The results of the investigation reveal the process that Vogue USA has undergone throughout its history.

## **KEYWORDS**

Vogue, Magazine, Fashion, Photography, Feminine, Cover

## ÍNDICE

<b>1.- Introducción</b> .....	1
1.1 Justificación del tema. ....	1
1.2 Estado de la cuestión. ....	3
1.3 Objetivos. ....	3
1.4 Hipótesis. ....	4
1.5 Metodología .....	4
1.5.1 La muestra .....	5
1.5.2 Las variables y categorías .....	6
1.6 Estructura. ....	8
<b>Capítulo 2.- Concepto de prensa femenina.</b> .....	10
2.1 Contexto histórico-social de la moda y la prensa femenina. ....	14
2.1.1 Siglo XIX. ....	14
2.1.2 Siglo XX .....	15
2.1.3 Siglo XXI. ....	17
2.2 Historia de la revista <i>Vogue USA</i> . ....	19
<b>Capítulo 3.- Marco teórico.</b> .....	27
3.1 Teoría del <i>framing</i> .....	27
<b>Capítulo 4.- Análisis cualitativo de las portadas de <i>Vogue USA</i>.</b> ...	29
4.1 Diferencias en los titulares .....	29
4.2 Estudio de las fotografías e imágenes de las portadas ..	34
<b>Capítulo 5.- Análisis cuantitativo de las portadas de <i>Vogue USA</i>.</b> ..	37
5.1 Protagonistas y tipo de fotografía de las portadas. ....	37
5.1.1 Modelo de portada .....	37
5.1.2 Género de los protagonistas. ....	38
5.1.3 Tipo de plano .....	39
5.1.4 Profesión de los protagonistas .....	41
5.2 Titulares .....	42
5.2.1 Número de titulares. ....	42
5.2.2 Tipo de lenguaje. ....	44
5.2.3 Funciones de la palabra .....	44
5.2.4 Secciones. ....	45
<b>6.- Conclusiones.</b> .....	48
<b>7.- Bibliografía</b> .....	52
<b>8.- Anexos.</b> .....	63

## 1. Introducción

La presente investigación corresponde al Trabajo Fin de Grado “La evolución de *Vogue* a través de sus portadas”. Dirigido por Virginia Martín Jiménez, aborda el estudio de la evolución de la edición estadounidense de la revista *Vogue*.

La elección del tema estudiado se debe al interés por conocer con más detalle la revista referente de moda en todo el mundo. La edición original de *Vogue*, creada en Estados Unidos en 1892, ha tenido seis redactores jefes a lo largo de su historia y se ha expandido a veintisiete países (*Vogue*, 2021). Al igual que otros lectores, considero que *Vogue* es la Biblia de la moda. Otra razón por la que se ha elegido su análisis es porque resulta atractivo comprender los cambios en cuanto al contenido que ha experimentado desde su creación, tras la adquisición por la editorial *Conde Nast Publications Inc.*, a la vez que la esfera y los referentes del mundo de la moda van cambiando.

### 1.1 Justificación del tema

Los nuevos hábitos sociales, influidos en gran parte por la tecnología, han incidido en el estilo y forma de presentar los contenidos de las revistas de moda. La figura de los *influencers*, el desarrollo de la fotografía, la mejora de calidad de maquetación, el nuevo boom de la música, e incluso, la redefinición de los conceptos de masculinidad y feminidad (MacKinnon, 2003), desencadenan un nuevo modelo de publicaciones.

*Vogue* ha ido adaptándose a los cambios que su público lector le pide. Las portadas del conjunto de los números, en este caso, de la edición estadounidense, consideramos que reflejan, en cada momento, qué visión se tenía de la moda y qué temas interesaban a aquellos que compraban las revistas.

Desde un principio, las revistas deciden el qué de la moda (Pablo Pena, 2001). Las primeras mujeres que las leían se acostumbraron a ver la moda por medio de figurines, del blanco y negro o más avanzado, en colores estándares. No es hasta entrado el siglo XX, años más tarde de la aparición de fotografías en los periódicos, cuando se pueden analizar los efectos de esta en las revistas

de moda, de la mano de Helmut Newton (años 80), Nick Knight (años noventa) y Annie Leibovitz en la actualidad (Beatriz Guerrero González-Valerio, 2011).

Dichas revistas son un fenómeno cultural y económico desde el siglo XIX, que es cuando nació *Vogue* USA, pero con mayor trascendencia en el siguiente, por, entre otras causas, el nacimiento de otras revistas, como *Elle*, *Glamour* o *Marie Claire* (Concha Pérez Curiel, Sergio Luque Ortiz, 2014).

“Claro está que los discursos han cambiado pero, en esencia, las características del género editorial ya habían quedado, desde entonces, nítidamente perfiladas” (Carmen Abad-Zardoya, 2011, p.43). Para Barthes (1978), se pretendía crear una ilusión irreal de belleza que trataba de ser deseable para los lectores.

En concreto, en las portadas se incide en el concepto de sencillez y la fuerza de un estereotipo que “resulta de una combinación de tres factores: su 'simplicidad'; su capacidad de reconocimiento inmediato (que hace muy importante su papel comunicativo), y su referencia implícita a un supuesto consenso sobre algún atributo o relaciones sociales complejas. Los estereotipos son, en este sentido, prototipos de significados culturales compartidos” (Kitch, C. L. 2001, p.5).

Se procederá a la realización de un estudio cualitativo y cuantitativo a través de un análisis de contenido de las portadas de *Vogue* USA desde 1892 hasta 2021, escogiendo un número de cada cinco años y 16 ediciones especiales, es decir, un total de 44 revistas. Se exceptuarán dos ejemplares, el de la última década del siglo XIX, en el que se estudiará el de 1895 a pesar de no haber pasado 5 años desde el primero (1892) y respecto a la última década, el primero del 2021. A estos archivos se accederá a través de la página web *Vogue Archive*. En ella se encuentran todas las portadas de la revista, así como información acerca de las secciones e imágenes pertenecientes a artículos. Tras seleccionar las portadas concretas se realizará la incorporación de datos a las tablas de contenidos creadas.

## 1.2 Estado de la cuestión

Los autores de investigaciones que se nombran y numerosos libros y estudios que se van a mencionar sirven para analizar en parte el estudio del presente trabajo, además de representar el estado de la cuestión. Una de las obras más relevantes es de Juana Gallego Ayala, “Mujeres de papel. De ¡Hola! a *Vogue*: La Prensa Femenina en la actualidad” que se publicó en 1990. La autora señala que las revistas femeninas surgen con el objetivo no solo de ser lucrativas sino de promover el consumo. Para ello, dan importancia a la publicidad insertada en sus páginas, la cual resulta muy beneficiosa en comparación con otros medios dirigidos a diferente público, señala Gánzabal en “La revista femenina española en los 90. Análisis hemerográfico de seis revistas femeninas actuales: ‘*Woman*’, ‘*Elle*’, ‘*Marie Claire*’, ‘*Telva*’, ‘*Dunia*’ y ‘*Cosmopolitan*’”.

Asimismo, unos años antes de la publicación de Gallego (1990), en 1977 y 1980 se editaron “La mujer y la prensa: desde el siglo XVII a nuestros días” y “Mujer, prensa y sociedad en España: 1800-1939”, de Mercedes Roig Castellanos y Adolfo Perinat, respectivamente. En 1984, Concha Fagoaga y Petra María Secanella publican “Umbral de presencia de las mujeres en la prensa española”. En el año 1999, en “La tercera mujer”, el autor Giles Lipovetsky identifica al consumismo y la comunicación de masas con “la creciente pujanza de las normas estéticas del cuerpo”, e incluso señala que son promovedoras de la delgadez.

Figueras, en 2005, con “Prensa juvenil femenina i identitat corporal” indica que el conjunto de los contenidos de las revistas femeninas se adapta a la publicidad, por lo tanto, el gasto en publicidad determina los temas. A partir de estos documentos, existen más estudios a los que se hará referencia a lo largo de la investigación.

## 1.3 Objetivos

Esta investigación se centra en el análisis de las portadas de la revista de moda *Vogue*, en concreto la edición estadounidense. Para ello, se parte de un objetivo general, a saber: conocer la evolución de *Vogue* en el tiempo, por medio

del análisis de contenido de una publicación de cada década desde el inicio de su publicación. A partir de este, se plantean los siguientes objetivos específicos:

- 1) Determinar los cambios en cuanto a contenidos que figuran en las portadas.
- 2) Conocer detalles acerca de qué protagonistas aparecen.
- 3) Especificar los cambios en el diseño, es decir, el paso de las ilustraciones a la fotografía.

#### **1.4 Hipótesis**

En relación con los objetivos específicos señalados anteriormente, se presenta la siguiente hipótesis:

- Han evolucionado todos los aspectos de la revista. Se han introducido nuevas secciones, pero perduran las de moda y belleza desde el principio, la fotografía cumple un importante papel y las mujeres son las protagonistas de las portadas.

Una vez establecido el objeto de estudio, es relevante delimitar el modo de obtención de información y explicar de qué manera se llevará a cabo el trabajo de campo que nos llevará hacia las conclusiones del presente trabajo.

#### **1.5 Metodología**

En concreto, esta investigación recurrirá a la siguiente metodología. Por una parte, se requerirá de un análisis de contenido de tipo cualitativo y cuantitativo. Por otra parte, se realizará una revisión documental relativa al tema objeto de la investigación desarrollada analizando las portadas de la revista a través de la página *Vogue Archive*<sup>1</sup>, donde están volcadas todas las portadas de la revista de la edición estadounidense.

Puesto que el tema de la investigación es el análisis de la evolución de la revista *Vogue* a lo largo del tiempo, por medio de sus portadas, resulta conveniente considerar el mayor número de ediciones desde su creación. Para ello, se recurre al acceso a las portadas estadounidenses comenzando por el

---

<sup>1</sup> Disponible en: <https://archive.vogue.com/>

año 1892 y finalizando en 2021. A continuación, se realizarán una serie de tablas comparativas entre los números publicados.

Serán estudiadas las portadas de los años 1892, 1895, 1900, 1905, 1910, 1915, 1920, 1925, 1930, 1935, 1940, 1945, 1950, 1955, 1960, 1965, 1970, 1975, 1980, 1985, 1990, 1995, 2000, 2005, 2010, 2015, 2020 y 2021. También se presta atención a las portadas de las publicaciones seleccionadas correspondientes a números especiales: abril 1925, noviembre 1945, mayo 1967, diciembre 1971, septiembre 1984, abril 1995, agosto 1997, abril 2000, agosto 2002, abril 2004, marzo 2007, mayo 2010, septiembre 2012, diciembre 2017, junio/julio 2020 y septiembre 2020.

Las revistas de alta gama se distinguen por un sello propio característico y diferenciador. En concreto, *Vogue* se caracteriza por el empleo de múltiples y variadas fotografías de gran tamaño en ocasiones, secciones muy relevantes como viajes, decoración, y espacios dedicados a accesorios o cosméticos (Torres, 2007). Aspectos como estos serán analizados para conocer la evolución de la revista. Asimismo, se comenzará estudiando el género de las personas mostradas, pues esto determinará cuál es su *target*. Del mismo modo, se ha decidido examinar a qué rango pertenecen o pertenece, en el caso de ser solo una. Ver cuál es su profesión principal permitirá conocer qué tipo de personas influyen más en ese periodo de tiempo. En cuanto al lenguaje, habrá que descubrir si es apto para todo tipo de público y cuáles son sus funciones.

### **1.5.1 La muestra**

Para analizar la evolución de *Vogue USA* se requiere de material documental y por ello se accede al archivo de la revista que además de contener el conjunto de las portadas desde 1892 incluye imágenes de las secciones, de todos los artículos —tanto entrevistas como reportajes—, también la tabla de contenidos y la publicidad insertada en cada número, etc.

*Vogue* es la revista líder de moda femenina, la más popular y la más reconocida en el mundo. Atrae a más de 24 millones de lectores mensuales en su edición escrita, a casi 114 millones de usuarios únicos en la página web y casi 120 millones de seguidores en las redes sociales. En cuanto a la de Estados

Unidos, las cifras serían, siguiendo el mismo orden: 11 millones de lectores, 13 millones en la edición digital y casi 53 millones de seguidores en redes.

Determinar el estudio de la evolución de *Vogue USA* a lo largo del tiempo requiere del análisis, en este caso, del mayor número posible de portadas. Para ello, se investigan los casi 130 años de publicación de la revista. Como muestra representativa de ese total de años, se ha seleccionado 1 número de cada cinco años, es decir, un conjunto de 28 números de *Vogue USA* y 16 ediciones especiales, formando un total de 44 portadas.

Para que la muestra sea lo más coherente posible, se ha decidido estudiar el primer número del primer mes de cada cinco años. De este modo cuantos más ejemplares se analicen más representativos son los resultados. La forma en la que se examinará será, como se ha señalado, acudiendo a la página *Vogue Archive* que contiene el total de portadas de la edición estadounidense, así como cualquier otra información que pueda tener interés complementario para el estudio. Una vez seleccionados los números concretos a analizar se procederá a su análisis siguiendo la tabla elaborada para tal fin. Los resultados nos permitirán alcanzar las pertinentes conclusiones.

### **1.5.2 Las variables y categorías**

Con el fin de estudiar de forma eficaz el tema objeto de la investigación se ha creado una ficha de análisis para responder a los aspectos considerados como relevantes. La ficha, que se presenta a continuación, se completará con los datos de cada revista analizada.

Cada una de las categorías posibilitará conocer detalles acerca de cada portada. Los primeros elementos que se examinarán son el precio y fecha de publicación. A partir de estos datos básicos, se determinará qué tipo de portada presenta ese ejemplar, señalando el género, número y profesión de las personas que aparecen. Con ello se conoce, por ejemplo, qué personas eran consideradas como las más influyentes en ese momento y con ayuda de otras categorías como la especificación de las secciones, se podrá saber a qué público se dirige *Vogue USA*. Un último aspecto a observar, es el lenguaje. Estudiaremos si todas las portadas contienen titulares y cómo son estos, es decir, qué funciones cumplen.

## Tabla 1. Ficha de análisis

Precio:

Fecha de publicación:

Tipo de portada: *ilustración, fotog.*

Género de las personas que aparecen en las portadas:

Masculino

Femenino

Número de personas que aparecen en la portada:

Una

Dos

Tres

Más de tres

Profesión principal de la persona que aparece en la portada:

Modelo

Cantante

Bailarina

*Influencer*

Fotógrafa

Deportista

Otro / *Especificar:*

Más información acerca de los protagonistas:

Tipo de lenguaje:

No incluye

Neutro

Actual - informal

Funciones de la palabra:

Enunciativa

Programática

Descriptiva

Narrativa

Expresiva

Argumentativas

Secciones a las que pertenecen los temas tratados en la portada (marcar varias si hay más de una):

Sociedad

Editorial

Decoración

Moda

Ficción

<input type="checkbox"/>	Sexo
<input type="checkbox"/>	Teatro
<input type="checkbox"/>	Entrevista
<input type="checkbox"/>	Otras

Titulares (escribir el conjunto de ellos):

Observaciones:

Fuente: elaboración propia

## 1.6 Estructura

El presente Trabajo de Fin de Grado cuenta con una parte teórica y otra que atiende al objetivo principal de este, que es conocer la evolución de *Vogue USA*.

Los primeros capítulos corresponden a la revisión bibliográfica de las revistas de moda, por lo tanto al contexto histórico-social de la moda y la prensa femenina desde el siglo XIX hasta el XXI. Una vez recogida esta información se exponen con detalle las características de la edición estadounidense desde su origen.

Es cierto que el conjunto de los medios de comunicación al exponer unos temas y no otros, redefinen el discurso social, es decir los asuntos de debate público. Las revistas, por ejemplo, incluyendo determinados reportajes delimitan a sus lectores el conocimiento de otros hechos que podrían ser considerados igual de relevantes. Por este motivo, se ha incluido la teoría de la comunicación del *framing*. Su estudio se incluye en el capítulo 3.

Una vez abarcados el contexto histórico-social y la teoría del *framing*, se

procederá al análisis de contenido en el siguiente capítulo. En este sentido es interesante el concepto de Arbeláez y Onrubia (2014) quienes definen como objeto del análisis de contenido cualitativo:

“Verificar la presencia de temas, palabras o de conceptos en un contenido y su sentido dentro de un texto en un contexto” (Arbeláez y Onrubia, 2014, p.19).

L. George (1959) señala que la diferencia entre ese tipo de análisis del cuantitativo, es que en este segundo caso, el que lo estudia se centra en el número de veces de esas características del tema.

En el cuarto capítulo, como se ha mencionado, se realizará el trabajo de campo. Los análisis cualitativo y cuantitativo -este último estudiado en el siguiente capítulo- se llevarán a cabo mediante la respuesta de las variables del modelo de ficha de análisis.

Por último, tras la revisión bibliográfica y teniendo en cuenta todo lo anteriormente estudiado se elaborarán las conclusiones del trabajo que servirán para negar o confirmar las hipótesis planteadas inicialmente.

## Capítulo 2. Concepto prensa femenina

Antes de comenzar a hablar de las revistas y de su creación, resulta relevante delimitar su concepto. Según Gallego se trata de:

“Publicaciones que están pensadas y dirigidas fundamentalmente a las mujeres, centradas en el ámbito de lo privado y cuya temática, enfoque y lenguaje utilizado se refiere y define lo que es ser mujer, hoy por hoy, en nuestra área cultural” (Gallego Ayala, 1990, p.49).

Acotando la definición y enfocándola al objeto de estudio, las revistas dirigidas principalmente a mujeres, como *‘Vogue’*, son:

“Publicaciones seriadas especializadas, de periodicidad variable y superior a una semana; distribuidas bajo distintas fórmulas de difusión (de pago, gratuitas o mixtas); cuyo público objetivo es explícita o implícitamente de sexo femenino, ya sea adulto o juvenil (circunstancia verificable a través de sus editoriales, la temática, sus inserciones publicitarias y los estilos de comunicación); cuya audiencia está mayoritariamente integrada por mujeres (entre el 60 y el 75 por ciento como mínimo) y que, en función de sus características formales, pueden formar parte o no de las publicaciones de alta gama. En cuanto a los contenidos, son títulos que abordan, bajo diferentes tipologías y con objetivos distintos, los aspectos relacionados con la socialización diferencial femenina y el espacio reproductivo y, solo en algunos casos, la discriminación de género y/o la emancipación de las mujeres” (Menéndez, 2009, p.294).

Dentro de la prensa femenina y de las revistas de moda, existen las de alta gama. Este modelo sirve al público lector para guiarse dentro del mundo del estilo de vestir. Respecto a ello, Pablo Pena señala lo siguiente:

“Desde el Romanticismo, una persona interesada en saber de la actualidad vestimentaria va a recurrir a la prensa especializada con preferencia sobre otras fuentes. He aquí su poder: al recurrir a ellas para informarnos sobre la moda, las revistas femeninas deciden el qué de la moda. Hecho tan cierto, como que las empresas de confección han terminado por asumir como operación

corriente de marketing el agasajo a directores y estilistas para ver sus modelos incluidos entre las páginas de la revista. La revista se convierte en fuente de moda: se arroga el sentido de la moda arrebatándoselo al traje auténtico” (Pena, 2001,p.366).

La autora Rosario Torres identifica tres tipos de revistas femeninas de alta gama, las de moda y belleza, las “femeninas” y las del corazón (Torres, 2008). Dentro del primer modelo incluiría por ejemplo, a *‘Glamour’*, *‘Elle’* y *‘Vogue’*. En el segundo *‘Ana Rosa’* y *‘Mía’*, y en el tercero *‘Hola’* o *‘Lecturas’*.

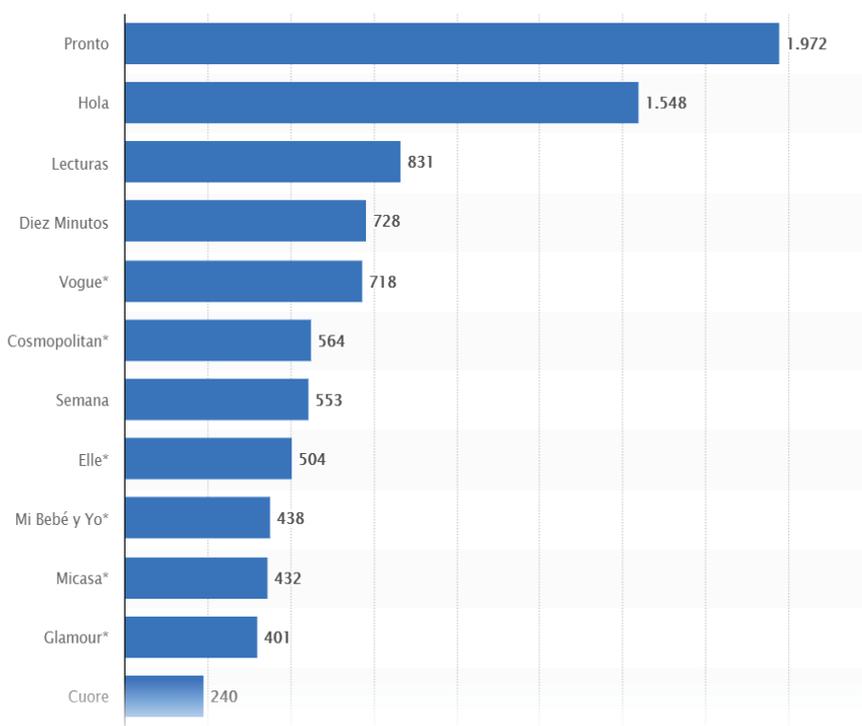
Menéndez (2013) señala que la determinación de que las revistas femeninas tengan como único público a las mujeres no responde claramente a qué se considera como femenino y qué no.

Por su parte, Anne-Marie Dardigna (1979) establece cuatro grupos de revistas:

- Aquellas dirigidas a mujeres de clase media, cuyo entorno suele ser el doméstico.
- Las que tratan temas de costura.
- Del corazón.
- Las enfocadas a clases medias y altas.

Según Gallego (1990) y Plaza (2005) las revistas de moda se centran en cuatro aspectos: amor, belleza, hogar y sexualidad.

Abigail Orús recoge en *Statista* a través de una gráfica, cuáles son las revistas femeninas con más lectores en 2020 en España. Las cuatro primeras posiciones las ocupan ejemplares del corazón, mientras que el quinto puesto se encuentra la primera revista de moda, *‘Vogue’*.



Revistas femeninas más leídas en España 2020. Fuente:

<https://es.statista.com/estadisticas/491628/revistas-femeninas-las-mas-leidas-en-espana/>

Centrándonos en *‘Vogue’*, su página nacional atrajo a casi 12 millones de visitas en enero de 2021. Si se compara con años anteriores, en 2020 casi alcanza la cifra de 9 millones.

Estos datos reflejan el aumento del consumo de las tecnologías a lo largo de los años. Natalia Gamero, actual *Managing Director* de Condé Nast Europa, anteriormente directora general de Condé Nast Digital España señala:

“La consolidación de los medios digitales ha supuesto un trasvase de parte de la audiencia y la inversión de los medios de comunicación tradicionales a los nuevos medios. [...] También ha cambiado el papel del periodista y la forma de trabajo de las redacciones que, cada vez más, son redacciones multimedia que manejan varios ritmos al mismo tiempo” (Santana, 2014,p.7).

Riviere (1977) agrupa a las revistas según la función que cumplen, las exclusivamente informativas, las que dan validez a productos, las que opinan sobre un artículo con el fin de venderlo y las que cuentan con espacios publicitarios.

Un aspecto a considerar es la apreciación que realiza Gallego (2007) acerca de las identidades de género. La autora señala que no existe en la actualidad algo femenino o masculino al completo, por lo que no debería, como lo siguen haciendo las revistas, estereotiparse a cada género.

En cuanto a la aparición de revistas con información femenina, no surgen hasta el siglo XVII. Para las especializadas habría que esperar hasta un siglo más tarde.

Se pueden considerar como antecedentes los “grabados de trajes”, publicados por primera vez en 1529. Recibieron el título de *Trachtenbuch von Spanien* y mostraban como eran los trajes españoles.

Pero la primera publicación que contiene temática de moda realmente es la francesa *Mercure Galant* en el año 1672. Europa se convierte en el territorio donde se empiezan a desarrollar estos contenidos. Es en concreto durante el reinado de Luis XVI, un monarca interesado por la imagen y la moda, cuando comienzan a escribirse los primeros artículos 'de modas' (De las Heras Bretín, 2019).

El escritor Jean Donneau de Vizé crea el *Mercure Galant*. En la revista se habla de cuestiones de la corte, temas literarios, de sociedad y canciones, entre otros. También, se hacía referencia a los principales espacios donde se podía encontrar ropa de lujo y recomendaba cómo vestir de etiqueta.

En España se publica La pensadora Gaditana en el año 1763 que incluye información sobre moda, vida social y política, entre otros temas (Menéndez Menéndez, M.I y Figueras Maz, M. 2013).

En París, en 1768 se crea el *Journal de Goût* y unos años más tarde en Gran Bretaña, en 1770, surge la primera revista de periodicidad mensual, *The Lady's Magazine* (De Amézaga, 2020). En 1785, de nuevo en Francia, aparece otra revista, *Les Cabinet des Modes* (Barreiro, 2014), que se renombró como *Magazin des Modes Nouvelles français et anglaises* desde 1786 a 1789 y como *Journal de la Mode et du Goût ou amusemens du salon et de la toilette*, desde el año 1790 hasta el 1793 (Fernández González, 2013).

Goodman señala que, como en *'Gallery of Fashion'*, publicación de 1794 hasta 1822, la moda estaba relacionándose con cuestiones como el género, el consumo o la política.

Desde mitad del siglo XVIII hasta inicios del XIX debemos citar a dos mujeres de destacada posición social como figuras de la moda: María Antonieta y la Reina Charlotte, del Reino Unido.

## **2.1 Contexto histórico-social de la moda y la prensa femenina**

### **2.1.1 Siglo XIX**

En España, el primer símbolo de periodismo de moda lo representa *'El Periódico de las Damas'*. Creado en 1822 y de periodicidad semanal, se publicaron tan solo 24 números.

Más adelante, hasta el año 1869, surgieron más de 13 revistas de moda y de cultura y literatura. Pero no tuvieron gran éxito pues poco tiempo después dejaron de existir (González, 2009).

*'El Correo de las Damas'* se considera como la segunda en este ámbito. Desde 1833 hasta 1835 contó con escritores como Mariano José de Larra (Velasco, 2016).

La primera publicación relativa al periodismo de moda internacional en el siglo XIX es *'Harper's Bazaar'*. Creada en 1867, comenzó con la edición de 52 volúmenes al año, publicándose uno cada semana. Desde ese año hasta 1899 cada ejemplar contenía el artículo "Modas de Nueva York", exceptuando el de 1890. Otra peculiaridad tiene lugar en 1867, pues solo empieza su publicación a partir del mes de noviembre (Kushkuley, 2012).

Carmel Snow y Diana Vreeland, editoras de la revista otorgaron una pincelada de encanto e imaginación e hicieron que el éxito estuviese asegurado. *'Harper's Bazaar'* se caracteriza por formar parte de las revistas de moda de referencia. La persona encargada en la actualidad de su edición es Mary Louise Booth, feminista que pretende dirigirse a una mujer de clase alta, comprometida con el feminismo y atraída por la moda, la literatura y las artes (Guillot, 2020).

Son decenas de personas célebres las que han aparecido en sus páginas, bien por sus fotografías o por sus artículos. Entre ellos destacan el pintor Salvador Dalí, los escritores Charles Dickens y Virginia Woolf, la filósofa Simone de Beauvoir y el diseñador Christian Dior (Lorca, B. 2020).

En 1886 se funda *‘Cosmopolitan’* en Estados Unidos. Su propósito inicial era ser una revista para la familia (Menéndez, 2013). A principios del siglo XX dio un giro y se centró en temas femeninos.

La siguiente revista publicada en este siglo es *‘Vogue’*, en 1892. Se distingue por tener como público objetivo el femenino (entre el 60 y 75 % son mujeres), joven o adulto y se distribuye de forma gratuita, de pago y mixta.

En 1916 *‘Vogue’* apareció en Reino Unido y en 1921 en Francia. Actualmente cuenta con 11 ediciones, a través de las cuales vende 1,85 millones de copias al mes. Casi el 60 % de las ventas corresponden a la edición estadounidense (Moeran, 1983).

Durante este siglo, las revistas responden a cuestiones preconcebidas por el hombre sobre la mujer. Se aporta una visión del ideal femenino, una mujer llena de dulzura e inocencia, lo que supone, una representación incorrecta que afecta a la percepción de estas por los jóvenes (Perinat y Marrades, 1980).

### **2.1.2 Siglo XX**

Desde 1912, la revista *‘Harper’s Bazaar’* es propiedad de *Hearst Corporation* (Valdeón, 2011). Y desde 2001 dirige la edición estadounidense Glenda Bailey. Previamente fue directora de *‘Marie Claire’* (1937), publicación francesa, hoy en día muy popular. En 1956 se convierte en la primera en tratar el tema de la natalidad, germen de su consideración como feminista.

Fue entre 1950 y 1960 cuando aportó una postura no del todo aceptada en esa época: apoyó al método Ogino, es decir, forma de abstinencia del periodo. Más tarde, defenderá métodos anticonceptivos, tras ser aprobados (Pavard, 2009).

Muy poco tiempo después, se publica en 1939 *‘Glamour of Hollywood’*, en la actualidad *‘Glamour’*. Propiedad de *Conde Nast Publications*. En 1988

lanza la edición de bolsillo y convive con la estándar hasta el 2000, cuando esta última desaparece. Los británicos son el público que más adquiere esta revista debida a su bajo precio (1,80 euros) en relación a otras (2,80 euros) (Learreta, 2008).

En 1948, aparece *Elle* de la mano de Hélène Gordon Lazareff, cuyo público objetivo son las mujeres modernas que tienen un empleo fuera del hogar (San Miguel Arregui y Sádaba Garraza, 2019), además, de tratar la moda femenina. De origen francés, fue distribuyéndose en otros países con sus respectivas ediciones, entre otro Japón, en 1969, Estados Unidos y Gran Bretaña, en 1985, España, en 1986 y Suecia en 1988 (Nömm, 2007).

Lazareff puso "un énfasis particular en la libertad , demandas feministas y sociedad de consumo " según el medio de comunicación *Fashion in Law* (2018). La revista se caracteriza por ser espacio de discusión de temas como el feminismo y por su grandes imágenes editoriales.

*Telva*, revista independiente, se crea en 1963. A diferencia del resto ha mostrado una penetración y continuación no vista antes (Torres, 2012). La publicación era símbolo del catolicismo, pero, mostraba a las mujeres cuáles eran sus derechos por un precio de 6 pesetas (Learreta, 2006). En 1965, la revista incorporó el suplemento, de escasa duración, *La Voz de Telva*. En él se informaba sobre la actualidad y política (Rodríguez Sánchez, 2019).

En el año 1982 pasa a ser editado por Ediciones Cónica y abandona Sarpe. Poco tiempo después, en 1989 se transforma en mensual (Learreta, 2006).

*Cosmopolitan*, reinventada en 1905 y propiedad del poderoso William Hearst, comenzó a tratar la sexualidad de un modo fresco. Esta característica sigue siendo hoy, distintivo de la publicación, además de ser alegre y con abundantes editoriales (Learreta, 2006).

En cuanto a *Vogue*, aparece en España entre 1980-1981, pero siendo editada desde Francia. No es hasta 1988 cuando realmente comienza a publicarse en nuestro país. Contará con la directora Ana Puértolas y el editor

Luis Carta. Cabe destacar que tuvo éxito desde el principio por su reconocimiento por grandes ediciones inglesas (Ganzábal, 2006).

Años antes, en 1912, *Vogue* se expande a Gran Bretaña y en 1913, la editorial crea la publicación, existente, hoy en día, '*Vanity Fair*' (Sánchez de Blas, 2017).

El siglo XX se convirtió en el momento de cambio y evolución de las revistas de moda. Aumentó su difusión y ello conllevó un incremento de la publicidad. Destacando sobre todo, los productos de belleza.

“El estilo, la belleza, la movilidad de los gustos y las sensibilidades se imponen cada día más como imperativos estratégicos de las marcas: lo que define el capitalismo de hiperconsumo es un modo de producción estético” (Lipovetsky y Serroy, 2015, p.9).

Asimismo, se produjo el paso a la web. Fueron los años 90, cuando poco a poco el conjunto de revistas femeninas comenzaron a volcar sus contenidos y producir otros específicamente para la nueva etapa que comenzaba: la digital.

Entre las primeras en hacerlo se encuentran las ya mencionadas '*Cosmopolitan*' y '*Elle*'. En 1997 y 1986 respectivamente iniciaron la andadura en un terreno que hoy consideramos como imprescindible. Son publicaciones con numerosas ediciones por todo el mundo (Armentia, Ganzábal, y Marín, 2011).

### **2.1.3 Siglo XXI**

El año 2000 marca el comienzo del cambio para otras revistas como '*Telva*', que crea su página web con la dirección [www.estarguapa.com](http://www.estarguapa.com). La elección del nombre se debe a su intención por englobar cuestiones de la belleza y la moda. Pero dado lo complejo que resultaba reconocer que se trataba de '*Telva*' hubo una variación del nombre al de la revista (Moeran, 1983).

De igual forma se produjeron otras transformaciones como la creación del formato mini o *pocket*. La primera que lo llevó a cabo fue '*Cosmopolitan*' con una dimensión 17 x 22 y con un menor coste.

‘*Vogue*’ seguirá su ejemplo y además de sacar ese formato, la dirección de la revista pasará por muchas manos durante los inicios del siglo XXI. Entre ellos Cristina Alberdi, Raquele Enríquez y Daniela Cattaneo (Learreta, 2006).

Un año más tarde que ‘*Telva*’, sacará su edición online ‘*Vogue*’, mientras que ‘*Glamour*’ esperará hasta el 2002. Respecto al perfil de sus lectores, según Ganzábal (2007) :

- ‘*Vogue*’ responde a un perfil de una mujer de 29 años con un empleo, sin pareja, de ciudad y de clase media-alta.

- ‘*Glamour*’, por otro lado, se publica para una mujer de menor edad, 27 años, clase media y con estudios superiores.

- El público objetivo de ‘*Telva*’ es el de una mujer de entre 20 y 45 años, intelectual, con trabajo y de clase media alta-alta.

Existen y han existido más revistas de moda como ‘*Woman*’, perteneciente al Grupo Zeta y que se adaptó en 2006 a la web, ‘*Dunia*’ (1970) que al contrario que ‘*Telva*’ buscaba lectoras progresistas, ‘*Ama*’ (1960), ‘*Cómplice*’ (1984) y ‘*Greca*’ (1976) (Ganzábal, 2007).

‘*Elle*’, en el año 2007 lograba vender 5,8 millones de ejemplares cada mes en el mundo teniendo ediciones en 39 países (Nömm, 2007). Pero, en 2018 aumentó hasta las 46. Lo que permanece desde sus inicios es el interés por transmitir una visión feminista (*Fashion in Law* 2018).

En España se ha incrementado notablemente el número de publicaciones y su difusión si se compara el año 2002 con el 2008. En 2002 existían siete revistas y cinco años más tarde se han añadido dos más pero lo más relevante es la difusión, se ha llegado a 1.433.978 partiendo de 767.233 en 2002 (Torres, 2008).

Budgeon y Currie (1995) señalan que este tipo de publicaciones hacen que prevalezca la heterosexualidad y la oposición de lo que se considera que forma parte del género femenino del masculino. Si que es cierto que el feminismo aparece en gran parte de ellas pero no existen revistas en la actualidad que consideren, por ejemplo la moda andrógina.

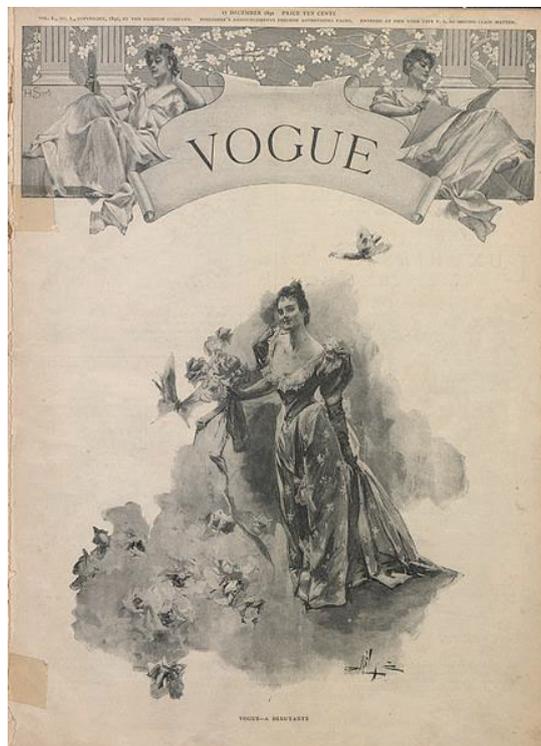
## 2.2 Historia de la revista *Vogue USA*

La edición de *Vogue* de Estados Unidos comienza a publicarse en 1892. Arthur Turnure con el patrocinio de Kristoffer Wright fundó la revista. Al principio, iba dirigida a la clase alta de la población de Nueva York. Hill señala que:

"*Vogue* es un nuevo diario semanal de moda que se dedica al lado ceremonial de la vida. No es como ninguna publicación existente. Sus ilustraciones son imágenes de la sociedad de Nueva York y son estrictamente precisas en todos los detalles de la moda del vestido de mujeres y hombres" (Hill, 2007,p.8).

La primera editora, desde 1892 hasta 1901, es Josephine Redding. La página *Blue 17* recoge lo que entonces un periódico de Estados Unidos definía a *Vogue USA*:

"*Vogue* es muy bonita, y aunque todavía tiene poco que decir, lo dice muy bien, y su conversación es muy instructiva sobre todos los puntos de moda y temas del día" (*Blue 17*, 2020).



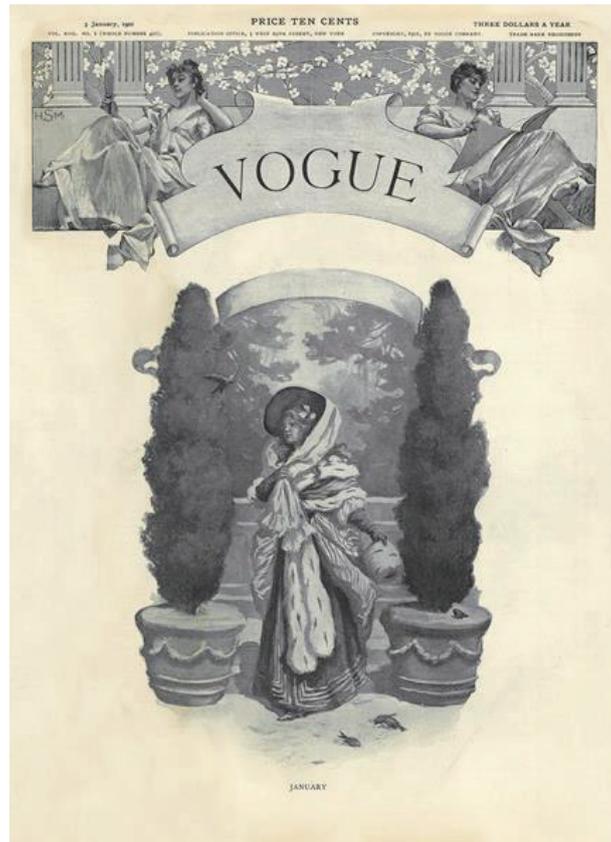
Primera portada de *Vogue* en 1892. Fuente: *Vogue Archive*

Del mismo modo, esa web, determina que se considera a Redding como la responsable del nombre. *Vogue* se define en el diccionario inglés *Century* como: “forma de moda prevaleciente en cualquier momento en particular; recepción popular, reputación, generalmente utilizada en la frase "en boga": como, un estilo particular de vestimenta estaba entonces "en boga"; tales opiniones están ahora 'de moda'”.

Redding no estaba muy interesada por la moda, a pesar de dirigir una publicación de ese tipo. Una vez indicó en un editorial: “Las mujeres de hoy están todas cubiertas de jorobas. Mangas grandes y jorobadas, jorobas en las caderas, jorobas en el trasero; No tiene sentido" (*Blue* 17, 2020).

Marie Harrison se convierte en 1901 en la segunda mujer en dirigir *Vogue*. Cuñada de Turnure, fundador de la revista, trató de negociar con este con el objetivo de comprarla.

Durante la vida de Turnure los empleados eran personas de clase alta y no grandes escritores. Se dirigían a público tanto masculino como femenino, con temas como la música o el deporte. Más tarde se centrarán en el mundo femenino (Muñoz Negrete, 2015).



Primera portada *Vogue* de 1901. Fuente: *Vogue Archive*

En 1909 el fundador de la publicación muere, Arthur Baldwin Turnure, y la editorial Condé Nast pasa a dirigirla. Durante la época de Turnure, la revista tiene como público a la aristocracia de Nueva York, conocidos como los Astor o los Vanderbilt. Al dirigirse a la clase alta incluye en sus páginas moda lujosa (Esfahani Smith, 2013).

1909 marca el comienzo del abandono de las ilustraciones por fotografías. Asimismo, pasan a publicar cada 14 días. El precio se incrementó y el *target* se componía primordialmente por mujeres (Klein y Skiba, 2016).

Desde 1914 hasta 1951, Edna Woolman Chase se encarga de *Vogue*. Pero es en 1895 cuando entra a formar parte de la revista. Inicialmente, se encargó de realizar sobres con suscripciones. Más tarde, se ocupó de los diseños y llegó al nivel de administración por el que paso por ser editora jefe de las ediciones estadounidense, francesa, alemana y británica (Kapp, 1955).



Primera portada *Vogue* de 1914. Fuente: *Vogue Archive*

En 1952, *Vogue* tiene nueva directora, Jessica Davies. Al igual que sus dos sucesoras, lo ocupa durante un periodo corto de tiempo, unos 10 años. En *“In Vogue: An Illustrated History of the World's Most Famous Fashion”* (Oliva y Angeletti, 2012) se describe a Davies como una editora conservadora pero radical en cuanto al marketing.

Antes de *Vogue* tuvo empleos en el ámbito de la publicidad hasta que Condé Nast la incluyó en su plantilla como editora de merchandising de moda. Recibió “La Orden Nacional de la Legión de Honor”, galardón francés (Borrelli-Persson, 2019).

La publicación, en esta época, al igual que en la actualidad, se ocupa de marcas de lujo de precios elevados. Pero es, durante estas fechas, cuando es considerada como el “altavoz de los modistas parisinos” (Muñoz y Pérez, 2015).



Primera portada *Vogue* de 1952. Fuente: *Vogue Archive*

Según Dwight (2002), Diana Vreeland llega a *Vogue* como nueva editora jefe en 1963 como regalo por parte de su marido, que había adquirido Condé Nast recientemente.

Los autores Koda, H., y Martin, R. (1993) recogen en el libro “Diana Vreeland: *Immoderate Style. Metropolitan Museum of Art*”:

“En la década de 1960, Vreeland fue la única editora de moda que reconoció los cambios dramáticos de la década como liberadores de estilo y alentadores de una nueva moda. Para ella, *Woodstock* (festival al que acudían hippies) era, (...) solo una refulgencia cegadora del modernismo y el impresionismo” (Koda y Martin, 1993, p.11).

Vreeland empezó a exponer temas de sexualidad y atender al público más joven (Giorgadze, s.f).

Los 70 comenzaron con Grace Mirabella (1971-1988) a la cabeza de la publicación. Esta etapa se distingue por centrarse en informaciones sobre moda

Revilla Benito, P. (2021). La evolución de *Vogue* a través de sus portadas. Trabajo Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid.

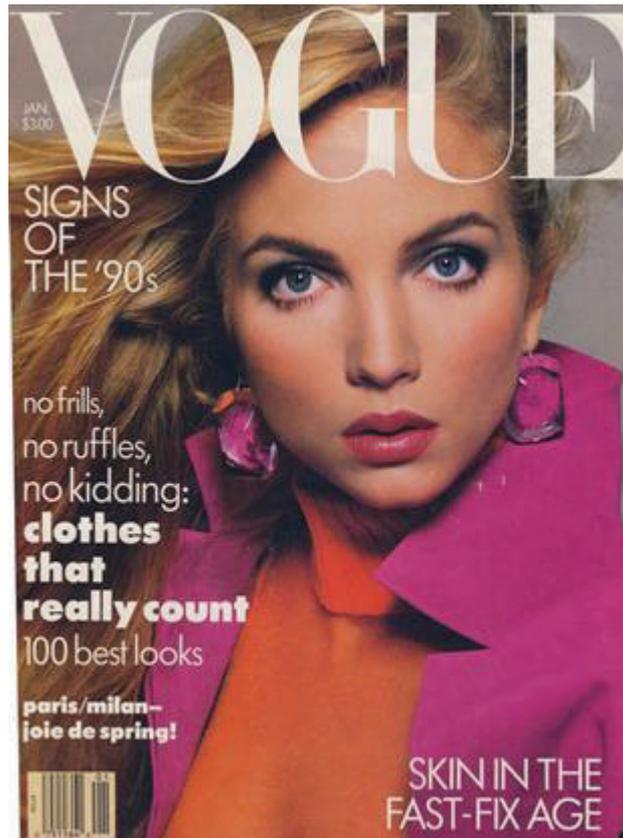
basándose en su utilidad y prestando especial atención a los diseñadores de origen estadounidense (Ligato, 2011). Además, en 1973, pasó a ser una revista mensual (Giorgadze, s.f). “Mirabella se centró en la función y practicidad” indica Laird O’Shea Borrelli (1997) en “Vestirse y hablar de ello: escritura de moda en *Vogue* de 1968 a 1993”.



Primera portada *Vogue* de 1971. Fuente: *Vogue Archive*

Mirabella no era como el resto de empleados, comprendía la diferencia que había: “Eran gloriosos pavos reales, todos gesticulando grandiosamente. Entonces no caminaron, barrieron; y no hablaban, entonaban ”, señala la propia editora en su libro, memorias “ *In and Out of Vogue*” (1995, p.142).

Anna Wintour es desde 1988 la directora. Su papel no se basa en conseguir únicamente el interés del público, del mismo modo pretende atraer la atención de la mayor parte de expertos con lo que contacta gracias a la revista (Chacón y Aljama, 2017).



Primera portada *Vogue* de 1988. Fuente: *Vogue Archive*

Jennifer Craik (2009) en “*Fashion: The Key Concepts*” define a *Vogue* como la publicación de moda más prestigiosa y prolongada en el tiempo. Por su parte, Luque Ortiz y Pérez Curiel (2014) señalan que se trata de una publicación persuasiva y cuyas portadas o tendencias corresponden a acuerdos entre diseñadores y profesionales de la moda.

*Vogue* se diferencia de otras revistas de moda en la simpleza y el tono de colores que emplea en sus ejemplares, siempre poco vibrantes. Debe también parte de su éxito al trato con su público y la elección de sus portadas (Hackney, 2014).

A diferencia de *Marie Claire* o *Elle*, *Vogue* se enfoca en una mujer de 30 años, de mente abierta y con recursos económicos. Las dos primeras pertenecen a la clase media y cuenta con menor conocimiento de determinados temas (Fernández del Vado, 1988).

Un estudio de la revista determina que, es cierto, que el público de *Vogue* responde a la media de 32,9 años y que es en su mayoría mujer, un 92 %

(Kotalik, 2011).

En la actualidad, *Vogue* recoge en su Código de Conducta el siguiente compromiso:

“Como organización que llega a más de mil millones de consumidores y con más de 6.000 miembros de equipo en todo el mundo, entendemos la responsabilidad y el impacto que tenemos en el mundo. En *Condé Nast* nos esforzamos por hacer negocios de manera legal y ética, lo que incluye actuar con honestidad y justicia en todo lo que hacemos y, en general, tratarnos unos a otros con respeto. Es fundamental para nuestros valores y nuestra máxima devoción por la excelencia. Trabajar de manera legal y ética no solo es bueno para nuestros empleados, nuestros socios y nuestro mundo, también es bueno para los negocios" (Condé Nast. (s.f.)).

### Capítulo 3. Marco teórico

#### 3.1 Teoría del *framing*

El origen de la teoría del *framing* se remonta al ámbito de la psicología. Pero, más tarde, Erving Goffman le incorporó elementos sociológicos y empezó a hablar de *frame*.

“Las definiciones de una situación se construyen de acuerdo con principios organizativos que gobiernan los acontecimientos, al menos los sociales, y nuestra implicación en ellos. ‘*Frame*’ es la palabra que uso para referirme a esos elementos” (Goffman, 1974, pp.10-11).

Por otro lado, Reese define los *frames* como:

“Principios organizadores socialmente compartidos y persistentes en el tiempo, que trabajan simbólicamente para estructurar el mundo social de modo significativo” (Reese, Gandy Jr y Grant, 2001, p.11).

Gregory Bateson, antropólogo, habla en 1972 del término “marco”, es decir un instrumento que sirve para conocer la causa por la que las personas atiende a unos temas de la realidad y no otros. La sociología interpretativa señala que se accede a la realidad desde la subjetividad (Sádaba, 2008).

Él mismo en su ensayo “*A Theory of Play and Fantasy*”, señala lo siguiente sobre un *frame* o “marco”:

“El marco en sí mismo se convierte así en parte del sistema de premisas. O, como en el caso del marco de juego, el marco está involucrado en la evaluación de los mensajes que contiene, o el marco simplemente ayuda a la mente a comprender los mensajes contenidos recordando al pensador que estos mensajes son mutuamente relevantes y el los mensajes fuera del marco pueden ignorarse. (...), un marco es metacomunicativo. Cualquier mensaje, que ya sea explícita o implícitamente define un marco, ipso facto da instrucciones al receptor o ayuda en su intento de comprender los mensajes incluidos” (Bateson, 1972, p.188).

Es decir, la comunicación entre personas cuenta con tres niveles de

abstracción:

1. El denotativo. Por ejemplo: *Vogue* es una revista de moda.
2. El metalingüístico. Contiene mensajes explícitos e implícitos.
3. El metacomunicativo. Reflexiona sobre la propia comunicación.

Los medios al escoger unos temas y no otros, como las revistas de moda, delimitan el conocimiento de la realidad al público y como consecuencia, de ello, la sociedad tendrá unas características definidas. Amadeo señala:

“Los *frames* que emplean los periodistas a la hora de crear una noticia se valen de los esquemas mentales de los individuos para enlazar, fortalecer o modificar símbolos comunes que conforman y mantienen la memoria colectiva de una comunidad. Esta memoria colectiva es la que determina las características, aspiraciones y valores de una sociedad. Es la que define esa sociedad como distinta de las otras, como una sociedad única e irrepetible” (Amadeo, 2008, p.231).

## **Capítulo 4. Análisis cualitativo de las portadas de *Vogue USA***

Para comprender los principales cambios a los que se ha sometido *Vogue USA* desde su creación, se prestará especial atención a 44 ejemplares, en concreto el primer número de cada cinco años y a 16 ediciones especiales.

El motivo por el que se ha escogido esta muestra, es como se menciona al principio de la investigación, por el deseo de que sea fiable y representativa. El acceso a las portadas es posible por medio de la página oficial de los archivos de *Vogue*. Una vez en ella, se escogerán los primeros números de enero de cada década desde 1892 hasta 2020. La única excepción es el ejemplar de 1892, que al ser el primero, se considera relevante su estudio aunque pertenezca al mes de diciembre. Asimismo, las ediciones especiales pertenecen a meses diferentes.

El modo de identificar las diferencias entre las portadas será la comparación de los datos que aparecen en la ficha de análisis. Algunos aspectos a estudiar son las fotografías o el tipo de texto que aparece. Para que se presenten estas apreciaciones de forma ordenada se responderá por apartados. De este modo, el capítulo 4 está dividido en dos subapartados, el primero explorará los titulares y el segundo las imágenes o fotografías.

Delimitar qué tipo de contenidos son presentados en la portada y cuáles no, influirá en algunos casos, en que el público decida comprar la revista o no. Y posibilitará conocer a qué tipo de informaciones se les ha dado más importancia durante esa década.

### **4.1 Diferencias en los titulares**

El primer aspecto a estudiar son los enunciados que aparecen o no en las portadas seleccionadas. Se analiza un número de cada cinco años y las 16 portadas de las publicaciones correspondientes a números especiales.

Los datos que se van a presentar a continuación responden únicamente a la muestra escogida, por lo que es posible que algunos cambien puesto que no se han analizado todos los números.

En cuanto a los titulares, comienzan a aparecer en 1914 pero no se ven

hasta el ejemplar datado en 1930. Previamente a 1914, la portada consistía en una ilustración, el nombre de la revista, la fecha, precio y lugar de impresión.

Por lo tanto, la aparición de los titulares puede conllevar un interés en la editorial por interesar a más público, dándose a conocer con pequeños textos con información atrayente.

Así, encontramos el 4 de enero de 1930, lo que se considera con este estudio uno ejemplo de los primeros titulares, primeros debido a que contienen escasa información a diferencia de los que se encuentran más recientemente. El contenido de este era el siguiente: “Moda del sur y deportes de invierno”. Como se ha mencionado en el apartado de la historia de *Vogue USA*, desde 1914, Edna Woolman Chase era la directora y desde su primer momento en ella comenzó a incluir en la mayoría titulares.

Un ejemplo de que no todas las portadas contienen titulares desde que Chase lo dirigía, es el caso del ejemplar del 1 de enero de 1920, en el que aparte del precio, fecha y compañía a la que pertenece, *The Vogue Company, Conde Nast Publisher*, se detalla el tipo de número que es: “Motor y sur”. También se observa en el de enero de 1925, en la parte inferior, el tipo de revista, “Número de viajes de mediados de invierno”.

El ejemplar de enero de 1935 incluye lo que se podrían considerar como dos titulares, “*Vogue* es publicada dos veces al mes” y “Esta revista contiene entretenimiento y moda del sur”. Ambos cuentan con un tamaño de letra superior al de portadas anteriores y no se encuentra al margen, más bien, al lado de la ilustración.

En la publicación del 1 de enero de 1940, se incluye el titular “Mediados de invierno norte y sur”. Era habitual en estas fechas este tipo de informaciones, con frases sencillas y generales. No hacían referencia a temas concretos. En cambio, en el ejemplar de enero de 1945, cinco años después, se observa un titular que se podría ver en portadas actuales, “Planificación personal: cómo ordenar tu ropa, tu casa, tus días”.

En 1950, el primer día de enero, se puede leer en la portada: “La moda

del medio siglo enfrenta ideas” y “Cuaderno de viaje” y en la de 1955, “Cambios de 1955. Nuevo comienzo de moda, nuevos tejidos para cada clima en Estados Unidos” y “100 nuevas ideas para vivir”. Se pueden apreciar pequeños cambios, pues además de ser dos titulares en cada ejemplar, son más específicos en la cuestión que exponen y se pueden agrupar en secciones de la revista.

En el primero de 1960, se pueden leer: “Nuevas ideas sobre lo que es importante”, “Nuevas formas de usar la nueva combinación de colores”, “Nuevos comienzos en la moda natural estadounidense”, “Nueva serie sobre belleza duradera”, “Nuevas visiones de la casa que te rodea” y “Año nuevo - nueva década”. Todos siguen la misma estructura y aportan diferentes características del interior de ese ejemplar de *Vogue USA*. Hacen referencia a las secciones de “moda”, “belleza”, “decoración” y “sociedad”.

El 1 de enero de 1965, por su parte, presenta, “Predicciones del 65: moda y belleza... La forma en la que te verás este año”, “Ropa de lujo para los lugares con sol”, “La gente bella: quiénes son los siguientes” y “La escena del sexo obligatoria” por Pamela Hansford Johnson. Numerosos titulares que acompañan a la imagen. En 1967, en la edición especial, el gran titular es “La mujer americana de 1967”.

En enero de 1970 la publicación incluye: “La moda más emocionante... Los estilismos más bonitos de nunca”, “Belleza: el gran cambio en el maquillaje”, “Predecimos: los grandes cambios de los próximos 10 años”, “Padres y drogas”, “Revista de pronósticos”. En una portada sobrecargada de titulares coloridos y de gran tamaño, *Vogue USA* apuesta por llamar la atención por medio de temas atractivos, como las drogas y los cambios en la moda y en el maquillaje. La publicación de navidad del año siguiente incluye únicamente el titular “Una vez al año. Publicación de gala de navidad”. Y a diferencia de otras ocasiones, aparece junto a la fotografía, el nombre de la protagonista, que en este caso era la Princesa de Mónaco, Grace Kelly.

La portada de 1975 cuenta con más de 5 titulares, algunos son: “Cómo ser una nueva tú” o “Más guapa. Con ropa que te dirija la vida que realmente vives”.

En 1980 aparecen: “Qué ver ahora, 100 estilismos terroríficos, lo mejor de Nueva York y París, la historia de Saint Laurent: el hombre que cambió la moda”, “Tu salud y bienestar, ¡todas las respuestas de los expertos!”, “Jehan Sadat, una mujer haciendo historia”, “La nueva belleza, la confianza y lo que se necesita”, “Nuevos accesorios”. El mes de septiembre de 1984 presenta una publicación singular pues hasta la fecha, este ejemplar es el más grande de la edición de primavera. Por otro lado, en 1985 hay dos grandes titulares que abordan el tema de la moda.

1990 a diferencia de los dos primeros números de las décadas anteriores, rebaja el peso visual de los titulares y aunque sigan ocupando gran parte de la portada no resultan tan sobrecargada, al incluir tres: “El gran nuevo estilismo de 1990”, “Las 7 edades de la piel (parecer más joven durante más tiempo)” y “El futuro de la psiquiatría”. Incide con ellos, de esta manera, en la salud mental, moda y belleza. Pero, cinco años más tarde se vuelve a llenar con más de seis. Y en 1997, en la publicación del “traje” hay cinco.

La década de los 2000 se estrena con: “Las estrellas de hoy, Gisele y Carmen”, “Historia de supermodelo, seis décadas de secretos y éxito”, “Reportaje completo de las colecciones, lo nuevo elegante para día y noche” y “¿Es Bill Bradley demasiado excéntrico para América?”, en el ejemplar de enero. Se convierte en la primera portada estudiada en esta investigación en la que uno de los titulares guarda relación directa con la imagen, en este caso con las dos modelos. En la publicación especial del mes de abril del año 2000, “La revista del cómo”, más de cinco titulares ocupan la portada. 2002, 2004, 2005 y 2007 presentan un número extraordinario de estos, que rodean a la protagonista de cada edición.

En el ejemplar de 2010, en el de 2012 y en el de 2015 se vuelve a observar un exceso de información. En ocasiones, los titulares aparecen a ambos lados de la fotografía. Entre ellos se encuentran: “Senderismo de lujo, el spa definitivo de Estados Unidos”, “Terremoto de juventud 2010”, “Advenedizos de la moda”, “Clásicos revitalizados”, “¿Crees que conoces a Lady Gaga? Piénsalo de nuevo”, “Sienna Miller. Su fabuloso segundo acto "Estoy intentando llevarlo con calma.

Pero por dentro estoy bailando” y “La moda del nuevo año. Los pendientes son grandes, las chaquetas pequeñas y los tacones ¡altos, altos, altos!”.

En 2017, en el número especial de diciembre, la cantidad de titulares es reducida a dos pero, en su lugar, se incluyen numerosos nombres de celebridades como Gigi Hadid, Claire Foy o Pharrell.

Y por último, en 2020 y 2021 en cuanto a los temas que se tratan en las portadas, se podrían agrupar en secciones como “Sociedad”, “Moda”, “Editorial”, “Deportes” y “Música”. Aparecen: “Madres de la reinención, Ashley Graham. La modelo que cambió una industria”, “Más: Cardi B, Greta Gerwig, Stella McCartney”, “Valores de *Vogue* 2020. Es hora de modelar el futuro”, “Naomi Osaka, una campeona reinventada” o “Vestirse para el futuro. La moda que importa”. En las publicaciones especiales de 2020 ambos titulares podrían referirse a editoriales, entre otras secciones.

*Vogue Archive* no incluye en las portadas el número de la publicación. Otro aspecto a destacar aunque no corresponda con los titulares, es el cambio en el precio. Inicialmente, *Vogue USA* se podía adquirir por 10 centavos (2,85 dólares en la actualidad), 35 centavos a partir de 1920, 50 desde 1950, 60 desde 1960, 75 en la década de los setenta, 2 dólares en los ochenta, 3 dólares en los noventa, 3,50 en los 2000, 3,95 en 2010, 7,99 a principios de 2020 y 9,99 dólares a mediados de ese año.

<b>Temas más comunes en las portadas</b>	<b>Ejemplos</b>
Moda	“¡Grandes estilismos! Qué hay nuevo, qué llega de Nueva York, Paris, Milán” (1 de enero de 1985)
Belleza	“Las 7 edades de la piel (parecer más joven durante más tiempo)” (1 de enero de 1990)
Deporte	“Naomi Osaka, una campeona reinventada” (1 de enero de 2021)
Familia	“Padres y drogas” (1 de enero de 1970)
Entrevistas	“Jehan Sadat, una mujer haciendo historia” (1 de enero de

	1980)
Sociedad	“La mujer americana en 1967...Amor...Dinero...Marido” (1 de mayo de 1967)
Salud mental	“Sección especial de pensamiento positivo” (1 de enero de 1975)

#### 4.2 Estudio de las fotografías e imágenes de las portadas

*Vogue* comienza a incluir fotografías en el interior de sus publicaciones en 1909. En cambio, para ver una portada sin ilustración habría que esperar hasta finales de los años treinta, época en la que se alternan los dos tipos de imágenes, pero no es hasta los sesenta cuando las portadas son todas fotografías.

La primera portada analizada corresponde al primer número de *Vogue USA*. Hasta 1906 seguirán la misma estructura visual, el logo tendrá el mismo formato de letra y aparecerá escrito en una especie de pergamino desplegado horizontalmente a cuyos lados habrá dos mujeres leyendo, a la derecha, y mirándose en el espejo, a la izquierda. Detrás de ellas, se encuentran cuatro columnas con flores de fondo.

Tanto en el número de 1892 como en el de 1900 se observa a una mujer con la cabeza algo entornada pero mirando al frente con un vestido largo propio de la época. La diferencia es que la primera está rodeada de flores y pájaros y la segunda tiene de fondo una ciudad, pues se distinguen unos edificios. Mientras que en la de 1895, en el centro, dentro de un recuadro, se observa lo que puede ser un salón, lleno de personas de clase alta. En cambio, en la de 1905 son tres mujeres frente a un espejo.

La portada de 1910 presenta otro modelo de tipografía en el nombre de la revista, además de ser una ilustración bastante diferente de las analizadas las dos décadas anteriores. Con un estilo de la época presentan a una mujer en el centro dentro de un círculo, delante de la V de *Vogue* y a sus pies se puede distinguir una corona de laurel. Cinco años más tarde, aparece una mujer ilustrada a color maquillándose. Se puede saber que es de clase alta por su vestimenta.

El primer número de 1920 sigue presentando una portada ilustrada. El contexto sería África por la vestimenta de la mujer, protagonista, y del hombre de raza negra que se encuentra de espaldas sujetando una bandeja con alimentos. El fondo son árboles y gran vegetación. En la portada de enero de 1925 está ilustrada una mujer anónima con un casco y unos guantes al lado de un coche. Detrás de ella está dibujada una rosa de los vientos. Mientras que en abril al ser la edición especial de “bodas”, aparece una mujer vestida de novia sujetando un ramo de flores.

La portada de 1930 se diferencia de las anteriores en que muestra el perfil de una mujer de un modo más moderno, común en estas fechas. Emplea escasos colores, los principales el azul, el gris y el rojo de los labios. En 1935 se optó por una mujer a color sentada de perfil. En ambos años, *Vogue* aparece escrito siguiendo la misma estética de cada ilustración.

El número de 1940 se asemeja más a lo que se observa en las portadas actuales a pesar de ser una ilustración. Muestra a una mujer en el centro vestida con colores llamativos. En 1945 sigue apareciendo una mujer anónima. En este caso está en el centro, sentada y leyendo un libro de gran tamaño. Es destacable que en diciembre de ese mismo año se prefirió que la portada fuese en vez de una mujer unos objetos. Se trata de un regalo, carteras y joyas.

La primera portada de 1950 tan solo cuenta con la “mirada” de una mujer. Solo se han dibujado las cejas, ojos y labios con colores atractivos al utilizar el rojo, verde azulado y negro. Por lo tanto se trata de un primerísimo primer plano. En enero de 1955 hay una mujer apoyada en una pared azul con flores en la mano derecha y una cartera en la izquierda.

Desde 1960 el conjunto de las portadas estudiadas son fotografías. Presentan a una o varias mujeres con la mirada, casi siempre, hacia el frente. Entre ellas hay cantantes (Jane Birkin, 1970), actrices (Jane Fonda, 1960) , modelos (Gisele Bündchen y Carmen Kass, 2000) y una deportista (Naomi Osaka, 2021). Destaca la coordinación de colores entre la fotografía, los titulares y el nombre de la publicación. Contar con este tipo de celebridades en el momento más álgido de su carrera atrae más público a la revista, pues hay

muchas personas interesadas en conocer sobre ellas.

Las únicas excepciones son las publicaciones especiales del año 2020. En la de junio de 2020 aparece una rosa sobre fondo blanco y en septiembre del mismo año, una ilustración de una mujer de raza negra.

<b>Diseño de las portadas</b>	
Ilustraciones	Desde 1892
Fotografías	A partir de 1960
Profesión de las protagonistas más destacadas	- Modelos - Cantantes - Actrices - Deportistas

## **Capítulo 5. Análisis cuantitativo de las portadas de *Vogue USA***

Del mismo modo que para realizar el análisis cualitativo se atenderá a las cuestiones señaladas en la ficha de análisis. Esta comprende aspectos tales como tipo de lenguaje, funciones de la palabra o secciones a las que pertenecerían los titulares expuestos en la portada. Por medio de gráficos se expondrán los cambios que han tenido lugar en las 44 portadas investigadas. Por lo tanto, en este apartado, los datos se mostrarán de forma cuantitativa.

Para ello, este capítulo está dividido en dos epígrafes grandes, uno referido a aspectos más visuales y sobre los personajes que aparecen y el otro al texto. El primero está dividido en cuatro apartados. Para comenzar se habla de la fotografía o ilustración, el segundo se refiere al género de los protagonistas, el tercero al tipo de plano y el cuarto a su profesión. El segundo gran epígrafe se dedicará a la observación en profundidad de los titulares y se expondrán los datos a partir de cuatro secciones: el número de titulares, el tipo de lenguaje, las funciones de la palabra y las secciones.

### **5.1 Protagonistas y tipo de fotografía de las portadas**

#### **5.1.1 Modelo de portada**

La primera cuestión es cuantificar el modelo de portada del que se trata. Desde el primer número, correspondiente a 1892 hasta el de 1955 incluyen una ilustración de una sola mujer en su mayoría, excepto en el ejemplar de 1895 en el que se trata de una imagen que representa a numerosas personas en un salón, en la de 1905, en el que aparecen tres mujeres arregladas delante un espejo y en la de 1920 en la que se observa un hombre de raza negra de espaldas y en segundo plano. Pero, a partir de 1960 hasta el último analizado, el de 2021, son fotografías de mujeres casi siempre blancas conocidas internacionalmente por ser consideradas como celebridades. De raza negra tan solo hay 5 y son Shari Belafonte (1985), la latina Jennifer López (2005), Jennifer Hudson (2007), Naomi Osaka (2021) y la mujer ilustrada de la portada de septiembre de 2020.

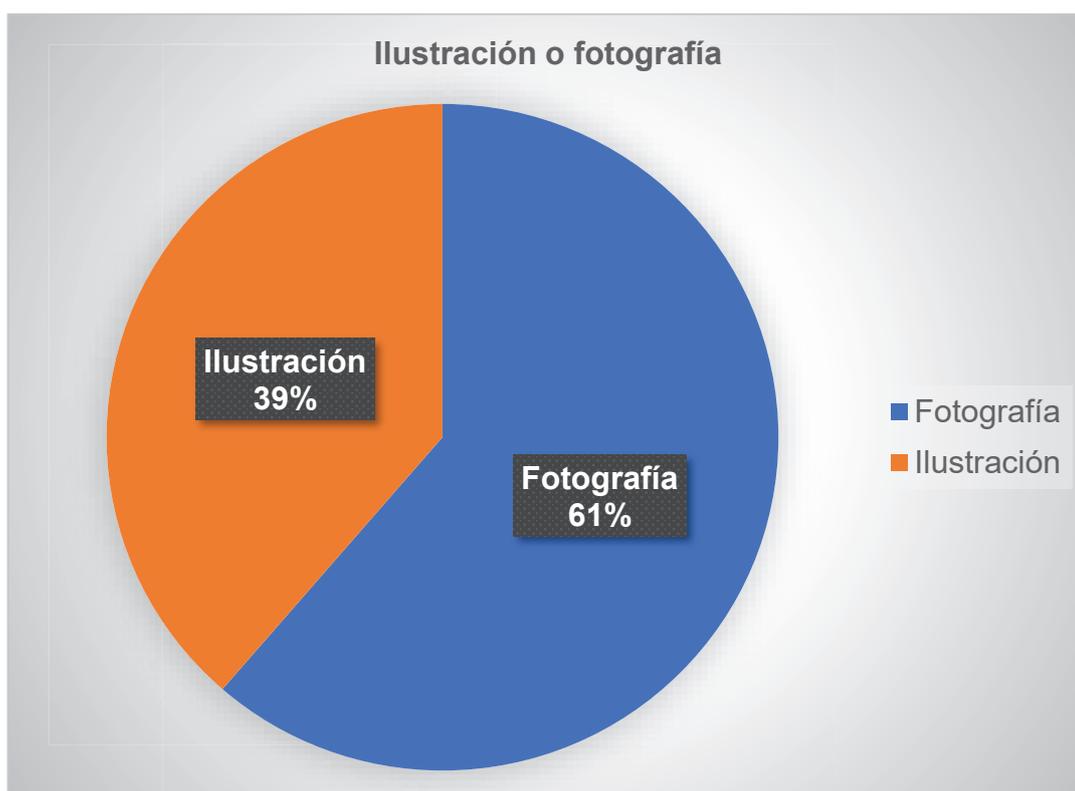


Gráfico 1. Fuente: elaboración propia

### 5.1.2 Género de los protagonistas

Como se ha mencionado, tan solo hay dos hombres en las portadas estudiadas y no son los protagonistas. Aparecen más de 42 mujeres y respecto a los hombres, el primero, de la publicación de 1895, se muestra acompañado de más personas de ambos géneros en un salón y el segundo, que aparece en el fondo y de espaldas, sirve para dar contexto a la imagen planteada. Esta segunda publicación, que contiene al género masculino, data en 1920 y sirve para contextualizar el lugar en el que está representada la mujer. En concreto, es África por el color de la piel del hombre, las prendas que lleva ella y el paraje en el que se encuentran. Es decir, es una muestra del poco interés que tiene *Vogue USA* en el público masculino.

Revilla Benito, P. (2021). La evolución de *Vogue* a través de sus portadas. Trabajo Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid.



Portadas de 1900 (ilustración) y de 1980 (fotografía). Fuente: *Vogue Archive*

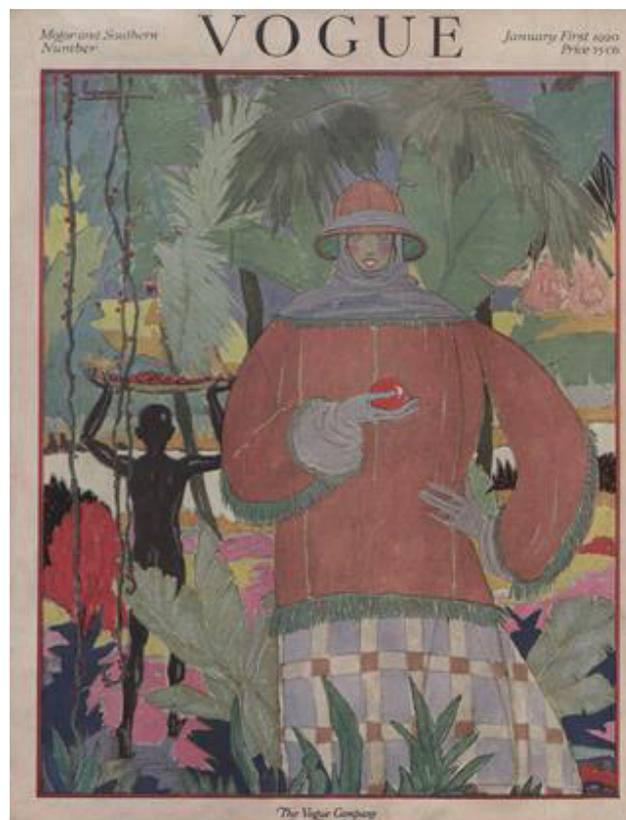


Gráfico 2. Fuente: elaboración propia

### 5.1.3 Tipo de plano

En cuanto al tipo de plano, señalar que existe gran variedad de ellos.

*Vogue* no se decanta por ninguno en especial, a pesar de que destaca el plano general, pues el objetivo es mostrar la indumentaria del protagonista. Aun así, las portadas de cada década guardan relación con esto. Si la primera revista del año es un primer plano, el resto de las de la década suelen seguir ese esquema. Las dos portadas con un plano medio corto corresponden a las de enero de 1990 y abril de 1995. Desde 1892 a 1915, la de abril de 1925, enero 1935, enero de 1940, las de enero y noviembre de 1945, la de septiembre de 2012 y la de enero de 2020 son planos generales. El primerísimo primer plano lo tiene la de enero de 1950. El plano americano está presente en 11 portadas, la de enero 1920, enero 1925, enero 1955, enero 1960, agosto 1997, abril 2004, enero 2005, enero 2010, diciembre 2017, septiembre 2020 y enero 2021. El primer plano serían: la de enero de 1930, enero 1965, mayo 1967, enero 1970, diciembre 1971, enero 1975, enero 1980, septiembre 1984 y junio/julio 2020. El plano medio corresponde a la de enero de 1995, las de enero y abril del 2000, agosto 2002, marzo 2007, mayo 2010 y enero 2015.



Portada de 1920. Fuente: *Vogue Archive*

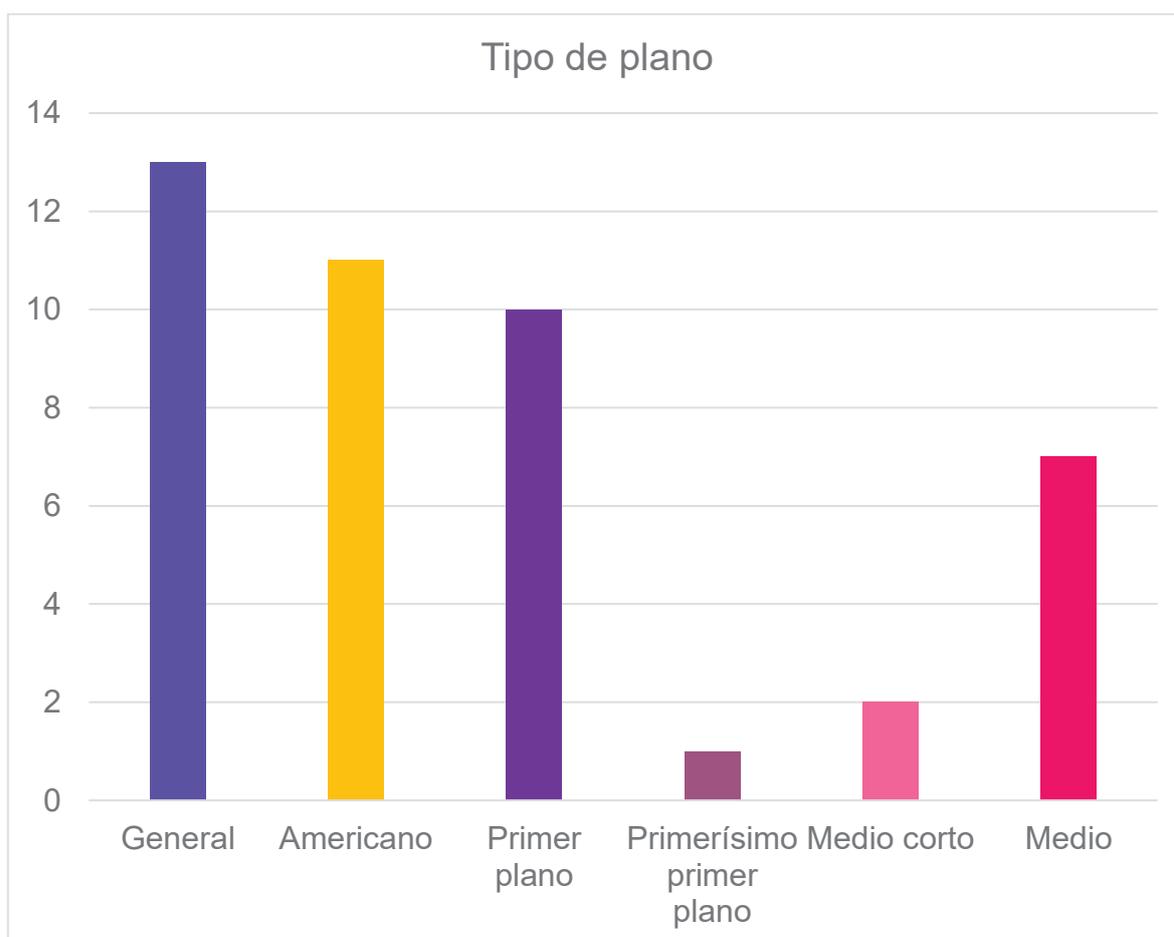


Gráfico 3. Fuente: elaboración propia

#### 5.1.4 Profesión de los protagonistas

Aparecen más de 44 personas en todas las portadas, objeto de la investigación, pero para realizar el gráfico siguiente se han descartado cinco por los motivos siguientes: las primeras incluyen a dos mujeres al lado de la cabecera que no considero protagonistas y en la de 1895 y en la 1920, como se ha mencionado, hay hombres, que tampoco son relevantes. Las actrices son Jane Fonda (enero de 1960), Candice Bergen (mayo de 1967), Jane Birkin (enero de 1970), Grace Kelly (diciembre de 1971), Lauren Hutton (enero de 1975), Shari Belafonte (enero de 1985), Jennifer Aniston (agosto de 2002), Jennifer Hudson (marzo de 2007), Rachel McAdams (enero de 2010), Sarah Jessica Parker (mayo de 2010), Sienna Miller (enero de 2015) y Meryl Streep (diciembre de 2017). Los modelos por su parte: Brigitte Bauer (enero de 1965), Nancy Donahue (enero de 1980), Kim Alexis (septiembre de 1984), Tatjana Patitz (enero de 1990), Karen Mulder (enero de 1995), Kristen McMenamy (abril

de 1995), Georgina Grenville (agosto de 1997), Gisele Bundchen y Carmen Kass (enero de 2000), Carolyn Murphy (abril de 2000) y Ashley Graham (enero de 2020). En cuanto a cantantes se encuentran Jennifer López (enero de 2005), Gwen Stefani (abril de 2004) y Lady Gaga (septiembre de 2012). La única deportista es Naomi Osaka (enero de 2021). El resto son mujeres anónimas.

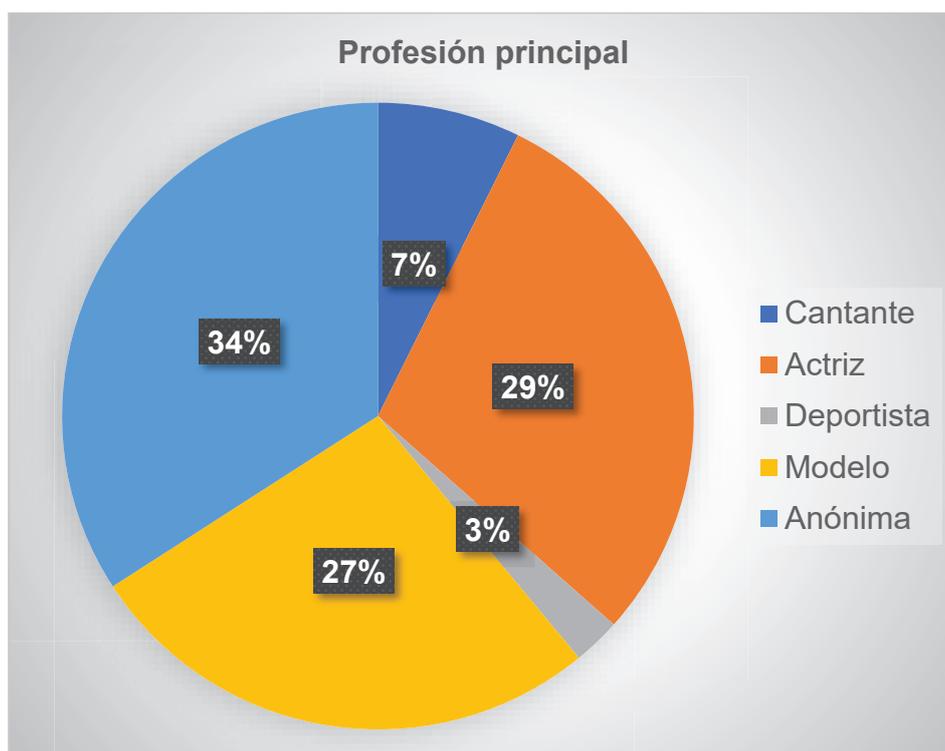


Gráfico 4. Fuente: elaboración propia

## 5.2 Titulares

Para estudiar de forma cuantitativa los titulares se ha dividido su análisis en cuatro apartados: número, tipo de lenguaje, función de la palabra y secciones.

### 5.2.1 Número de titulares

En primer lugar hay que señalar que las primeras portadas, hasta el número de enero de 1930, no incluyen lo que se considera como titulares y tan solo aportan información sobre datos básicos como la fecha, precio, editor y el tipo de publicación, que en el caso de la publicación de enero de 1920 es “Motor y Sur”. Como se recoge en el gráfico siguiente, la década de los 30 es en la que

se percibe la incorporación de titulares aunque ese número solo contenga uno.

Lo habitual es que tengan más de dos, para tratar un mayor número de temas que interesen a más personas, pero en el año 2010, en el número de enero, se percibe un incremento notorio de estos. En esa ocasión, hay más de nueve titulares, lo que conllevó en ese ejemplar una sobrecarga informativa, que podría producir el efecto contrario en el comprador, es decir que se sienta abrumado y decida no adquirir la revista.

En la década de 2020 se comienza a observar un pequeño cambio en estos. Siguen incluyendo, la mayoría de las portadas, más de dos titulares, pero no llegan al extremo de introducir tantos como las publicaciones a partir de 2010.

En la gráfica siguiente se expone el número de titulares del primer número del primer mes de cada década para ejemplificar su desarrollo.

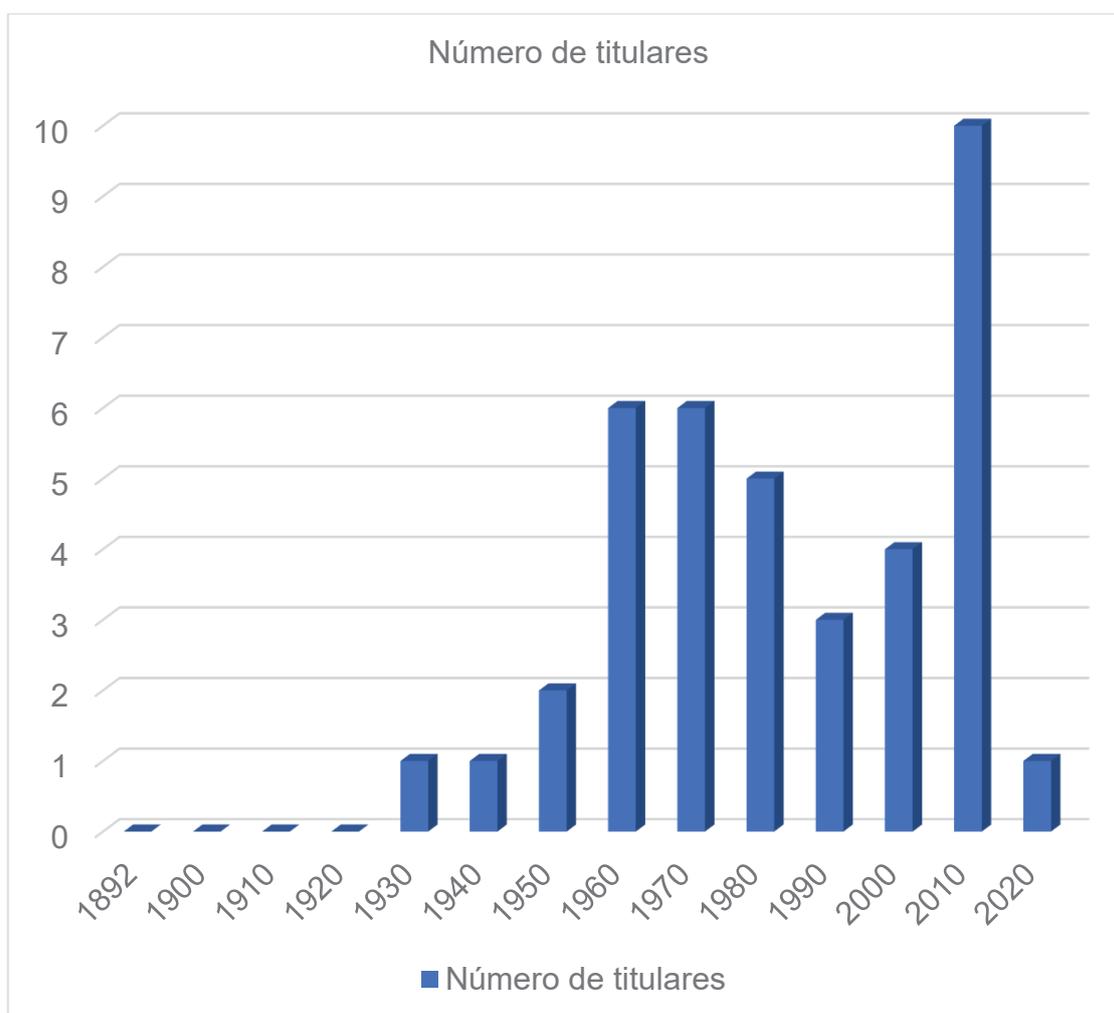


Gráfico 5. Fuente: elaboración propia

### 5.2.2 Tipo de lenguaje

En relación al modelo de lenguaje empleado hay que señalar que, de las 44 portadas, 10 no incluyen titulares y el resto varían entre los registros neutro y actual o informal. Desde el año 1970 hasta el último número, incluyen en su vocabulario expresiones que se consideran como más modernas. En cambio las anteriores, desde 1930 hasta 1965, si contar la de noviembre de 1945, contienen un lenguaje neutro, es decir, meramente informativo, menos trabajado que el formal y sin llegar a ser expresivo.

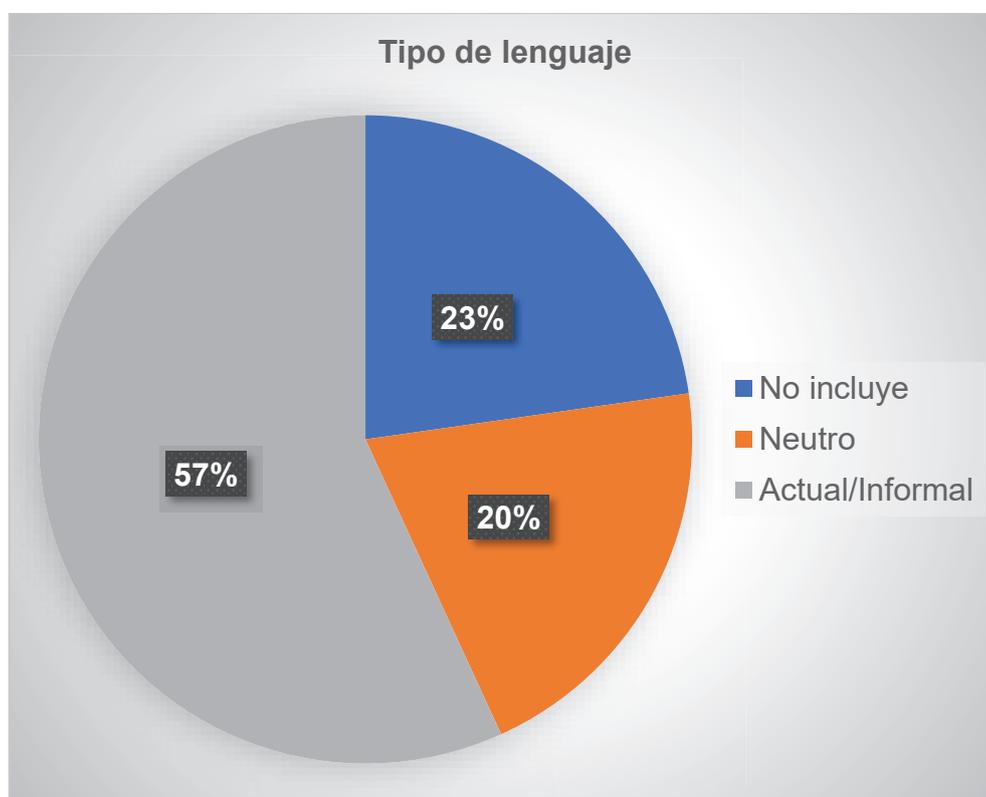


Gráfico 6. Fuente: elaboración propia

### 5.2.3 Funciones de la palabra

Como es habitual en *Vogue USA*, los titulares presentados en la portada cumplen la función enunciativa, pues uno de los objetivos de estos es simplemente transmitir información. Algunos de ellos son: “Moda del sur y deportes de invierno”, “Año nuevo - nueva década”, “El gran nuevo estilismo de 1990” o “El futuro de la psiquiatría”.

Por otro lado, la función descriptiva y la expresiva son muy relevantes debido a que no solo se limitan a manifestar de forma breve y objetiva una información, sino que también aportan datos que lo detallan y presentan opiniones o puntos de vista, que en ocasiones son titulares pertenecientes a la sección editorial. Como ejemplos, “La moda más emocionante... Los estilismos más bonitos de nunca” sería un enunciado descriptivo, y “Valores de *Vogue* 2020. Es hora de modelar el futuro”, sería expresivo.

Por último, se han detectado dos titulares argumentativos en las publicaciones de enero de 1980 y enero de 1990.

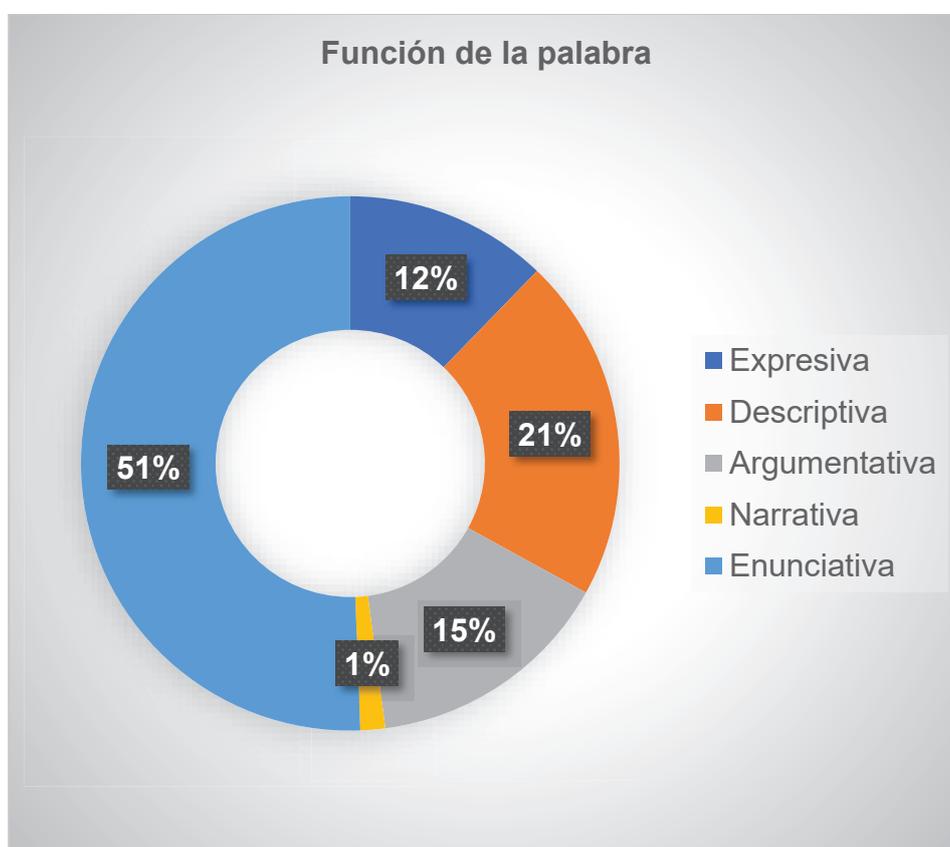


Gráfico 7. Fuente: elaboración propia

#### 5.2.4 Secciones

Por otra parte, los titulares pueden agruparse en secciones según el tema principal que abordan. Para mostrar qué secciones son las más habituales en los ejemplares analizados, se ha realizado la siguiente gráfica:

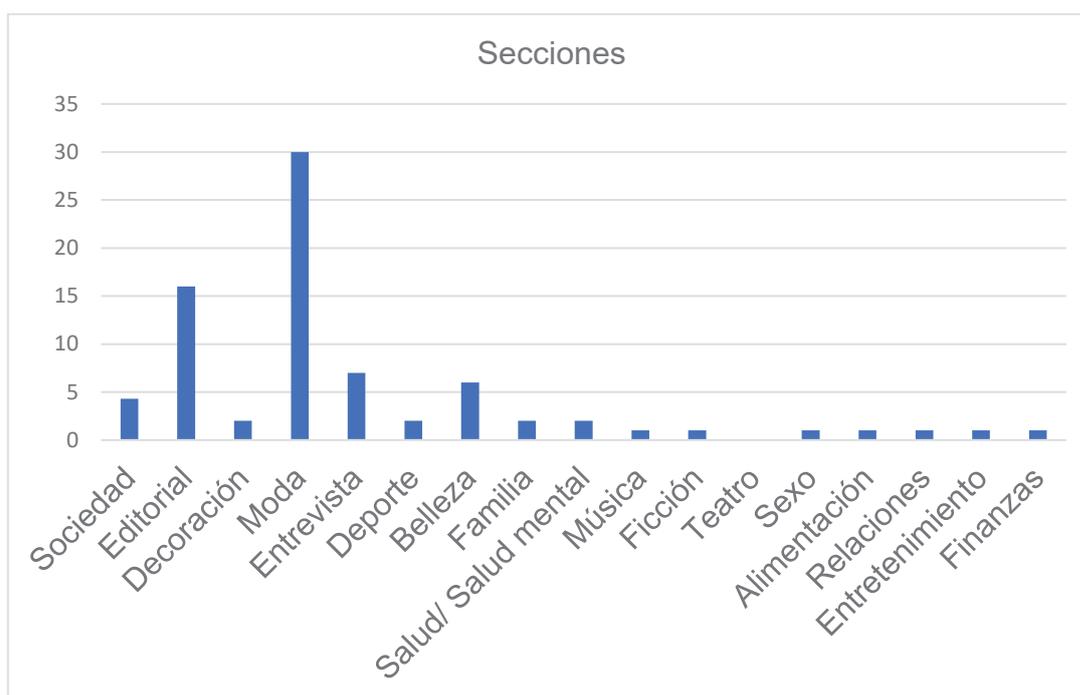


Gráfico 8. Fuente: elaboración propia

Al tratarse de una revista de moda es común en todas las portadas que se empleen enunciados que guarden relación con la ropa o el estilo de vestir. Pero también destacan, aunque se les dé menos importancia, los temas que tienen que ver con la belleza, como, por ejemplo: “Belleza: el gran cambio en el maquillaje”; o los editoriales. En la actualidad, gran parte de este tipo de publicaciones abordan cuestiones de moda y de maquillaje o belleza en todos sus números. En cuanto a los editoriales, desde el príncipe, *Vogue USA* ha contado con ellos como el titulado “¿Es Bill Bradley demasiado excéntrico para América?”.

También se abordan temas como la decoración. Así, “Nuevas visiones de la casa que te rodea”; aspectos pertenecientes a la sección de Sociedad, como “Senderismo de lujo, el spa definitivo de Estados Unidos”; a la Familia, como en el titulado “Padres y drogas”; a los Deportes, como “Deportes de invierno”; entrevistas, como por ejemplo “Las estrellas de hoy, Gisele y Carmen”; a la Salud Mental, entre otros el titulado “El futuro de la psiquiatría”; o a la Música: “Más: Cardi B...”.

Otras secciones como Ficción, Sexo, Relaciones y Finanzas reciben menos cobertura en las 44 portadas analizadas. Aunque en la actualidad gozan de espacio en casi todas las revistas *Vogue USA*. Por otro lado, Teatro se incorporó hace tiempo, pero no aparece en ninguna de las portadas que se estudian.

## 5. Conclusiones

El trabajo de investigación ha permitido lograr los objetivos planteados: conocer qué cambios se han producido en relación con el diseño y contenidos de la revista, además de estudiar el máximo de detalles sobre los protagonistas de las portadas de *Vogue USA*. El Trabajo Fin de Grado cuenta con dos formas de análisis, la cualitativa y cuantitativa.

Se ha podido acceder a la documentación necesaria a través de la página *Vogue Archive*, que se encuentra disponible para cualquier visitante. Una vez en ella, se han seleccionado los ejemplares que valdrían como muestra. De este modo, han sido analizadas 44 portadas de la edición estadounidense: desde el año 1892 hasta 2021.

El primer paso, previo a las conclusiones del estudio, es exponer si ha sido corroborada o refutada la hipótesis.

Dicha hipótesis, dividida en varios apartados, hace referencia a la evolución del conjunto de los aspectos de la publicación. Se señala que, en primer lugar, ha tenido lugar un desarrollo de las secciones, a pesar de que Moda y Belleza han existido desde el principio. Tras realizar el proceso de investigación se puede indicar que ello es cierto y que, además, son las dos temáticas principales de la revista. Asimismo, se han estudiado otras secciones, como Editorial, que tiene un rango predominante por encima incluso de las dedicadas a Belleza, Decoración, Sociedad, Deportes o Familia. Aquellas que menos cobertura han tenido han sido Ficción, Sexo, Relaciones y Finanzas.

Las secciones que aparecían en los números que contienen ya titulares, pues en las primeras portadas no los hay, siguen, del mismo modo, en las más recientes. Da la sensación de que, a partir de ese momento, *Vogue USA* encontró un estilo, una forma de expresarse y unos apartados prácticamente invariables.

Para determinar a qué secciones pertenecen los titulares se han agrupado en temáticas generales (Moda, Belleza, Familia, etc.). Asimismo, para completar su estudio, se han señalado las funciones que cumple cada uno de ellos y el tipo

de lenguaje empleado, destacando en la mayor parte, la función enunciativa y en cuanto al lenguaje puede afirmarse que es actual e informal.

Respecto a la segunda parte de la hipótesis, la fotografía, ya se ha señalado que cumple un papel muy destacado, lo que sin duda es cierto debido a que los protagonistas seleccionados para cada portada y el tipo de plano de la fotografía que se incluye ayudan a atraer la atención del lector. No es hasta enero de 1960 cuando se observa la aparición de fotografías también en la portada, y no solo en el interior como empezaba a ser habitual, en lugar de ilustraciones. De las portadas estudiadas, el 39 % contienen ilustraciones y el 61 % fotografías.

*Vogue USA* es una revista de moda y por ello interesa mostrar en las portadas lo máximo posible del vestuario que lleva la protagonista o si no es una persona, la mayor parte del objeto, como en el caso de la portada especial de diciembre de 1945: diversos regalos navideños.

En aquellas en las que aparece una mujer, el plano más común es el general, seguido del americano, puesto que son los que permiten un mayor acercamiento y mejor visualización. De las portadas analizadas, únicamente diez contenían un primer plano. El resto son medios, medio corto o primerísimos primeros planos.

La tercera parte de la hipótesis guarda relación con el género predominante. En este sentido debe indicarse que las mujeres son las protagonistas de las portadas. Aspecto que es correcto debido a que *Vogue USA* tiene como público objetivo al femenino, conformando más del 60 % de sus lectoras.

En las primeras portadas las protagonistas representadas son anónimas, pues se trata de ilustraciones. Más adelante, empieza a contarse con mujeres conocidas por su profesión, destacando entre ellas: actrices (29 %), modelos (27 %), cantantes (7 %) y deportistas (3 %).

Tras exponer la confirmación de la hipótesis, se resumen ahora las conclusiones a las que se ha llegado con el presente trabajo de investigación:

En primer lugar, se debe señalar que *Vogue USA* se ha ido adaptando a los tiempos y a los cambios sugeridos por cada época en la que ha sido publicada. Y así sigue siendo hoy en día. Se han incluido fotografías en las portadas una vez que ha sido técnicamente posible, abandonándose el viejo modelo de ilustraciones; aunque inicialmente ya estaba presente la mujer, cada vez se ha ido centrando más en ella y se ha dejado atrás al género masculino. Asimismo, se han ido relegando hasta desaparecer temas más alejados de la moda. Otros cambios significativos han sido el diseño de las portadas en cuanto a la importancia dada a los titulares. A partir de 2010, se incluye un mayor número de titulares y más variados. En su evolución ha sabido también reconocer qué personajes han sido los más destacados en cada momento dentro de la esfera social y se ha contado con ellos para dar más relevancia a la revista. Por todo ello, la actual *Vogue USA* tiene poco en común con los primeros números, que se dedicaban a todo tipo de público de clase alta y con más interés en temas relativos a la sección de Sociedad. Si bien, conserva su esencia fundamental, ha ido perfilándose hacia un segmento femenino, de profesionales independientes y cultas, e interesadas en la moda, la cosmética y en general, un estilo de vida de mayor calidad.

En relación con la teoría del *framing*, que como se ha mencionado, permite estudiar los efectos de los medios de comunicación sobre su público, resulta de gran valor para el trabajo de investigación realizado. El modo en el que se ha incluido y el tratamiento de una noticia de esta revista proporciona un marco de interpretación para sus lectores.

*Vogue USA* al determinar de qué temas informa y de cuáles no, delimitan el saber de la realidad a sus lectores. El resultado de ello es una percepción determinada por parte de la sociedad. Por lo tanto, los *frames*, el “cómo se dicen los artículos, cómo están escritos”, de la publicación estudiada influyen de forma significativa en aquello que el público de *Vogue* conoce sobre moda, belleza, deportes y otros temas. Asimismo, los efectos del encuadre se magnifican si el lector continúa comprando *Vogue USA*, en lugar de obtener esa información por medios de comunicación distintos pero que cubran los mismos temas.

Revilla Benito, P. (2021). La evolución de *Vogue* a través de sus portadas. Trabajo Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid.

Así pues, lo recogido en el Trabajo Fin de Grado permite conocer cómo evoluciona la revista *Vogue USA*, pero sería interesante seguir estudiando las características de los números que irán publicando en un futuro. E incluso se podría hacer un estudio comparativo con la página web de la propia publicación.

## 6. Bibliografía

Abad-Zardoya, C. (2011). El sistema de la moda. De sus orígenes a la postmodernidad. *Emblemata*, 17, 37-59. Disponible en: [https://www.academia.edu/download/50800874/03abad\\_moda.pdf](https://www.academia.edu/download/50800874/03abad_moda.pdf) (Consultado el 12 de diciembre de 2020).

Amadeo, B. (2008). "*Framing: modelo para armar*" (p. 183-237). En: Baquerín, M. T. (ed.). *Los medios: ¿aliados o enemigos del público?: derivaciones de las teorías de la comunicación surgidas en los setenta*. Buenos Aires: Editorial de la Universidad Católica Argentina (EDUCA). Disponible en: [https://www.academia.edu/4298517/Framing\\_Modelo\\_para\\_armar](https://www.academia.edu/4298517/Framing_Modelo_para_armar) (Consultado el 10 de marzo de 2021).

Arbeláez, M., y Onrubia, J. (2014). Análisis bibliométrico y de contenido. Dos metodologías complementarias para el análisis de la revista colombiana *Educación y Cultura*. *Revista de Investigaciones UCM*, 14(23), 14 – 31. Disponible en: <http://www.revistas.ucm.edu.co/ojs/index.php/revista/article/view/5/17> (Consultado el 12 de febrero de 2021).

Armentia, J. I., Ganzabal, M., & Marín, F. (2011). La perspectiva de género en las ediciones digitales de las revistas femeninas y masculinas españolas. In Libro de actas del III Congreso Internacional Latina de Comunicación Social. La comunicación pública, secuestrada por el mercado, *University of La Laguna, Tenerife*. Disponible en: <http://www.ae-ic.org/malaga2010/upload/ok/98.pdf> (Consultado el 2 de marzo de 2021).

Aruguete, N. (2011). *Framing*. La perspectiva de las noticias. La trama de la comunicación, 15, 67-80. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/3239/323927065004.pdf> (Consultado el 10 de marzo de 2021).

Barreiro, F. E. B. (2014). Reflexiones sobre la enseñanza de la Moda. Disponible en:

Revilla Benito, P. (2021). La evolución de *Vogue* a través de sus portadas. Trabajo Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid.

<https://www.researchgate.net/publication/281785406> Reflexiones sobre la enseñanza de la moda (Consultado el 1 de marzo de 2021).

Barthes, R. (1990). *The fashion system*. Univ of California Press.

Bateson, G. (1972). *A theory of play and fantasy* (pp. 177-93). Boston: MIT Press.

Blue 17 (2020). "Josephine Redding, the first ever editor of *Vogue*". Disponible en: <https://www.blue17.co.uk/vintage-blog/josephine-redding-the-first-ever-editor-of-vogue/> (Consultado el 5 de marzo de 2021).

Borrelli, L. O. S. (1997). *Dressing up and talking about it: Fashion writing in Vogue from 1968 to 1993*. *Fashion Theory*, 1(3), 247-259. Disponible en: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.2752/136270497779640143?journalCode=rfft20> (Consultado el 7 de marzo de 2021).

Borrelli-Persson, L. (2019). *A New Book, 1950s in Vogue, Celebrates Jessica Daves, the Magazine's Editor from 1952-1962*. *Vogue*. Disponible en: <https://www.vogue.com/article/rebecca-tuite-1950s-in-vogue-book-examines-the-legacy-of-jessica-daves-editor-in-chief-1952-1962> (Consultado el 6 de marzo de 2021).

Budgeon, S., & Currie, D. H. (1995, March). *From feminism to postfeminism: Women's liberation in fashion magazines*. In *Women's Studies International Forum* (Vol. 18, No. 2, pp. 173-186). Pergamon. Disponible en: <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/027753959580053R?token=2FA0C8FBA8A907D9A10326547C9181CC7718A51B80B9881D11833E8B9CEEB51FF7721619BC7F11BB0414BD49231C2571> (Consultado el 4 de marzo de 2021).

Castellanos, M. R. (1989). A través de la prensa: la mujer en la historia: Francia, Italia, España, S. XVIII-XX (Vol. 3). Ministerio de Asuntos Sociales, Instituto de la Mujer.

Cienfuegos Beatriz. "Pensamiento I" *La Pensadora Gaditana*. Cádiz, 1763, p.12-13.

Revilla Benito, P. (2021). La evolución de *Vogue* a través de sus portadas. Trabajo Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid.

Condé Nast. (s.f.). *Codes of conduct*. Disponible en: <https://www.condenast.com/codes-of-conduct> (Consultado el 12 de febrero de 2021).

Condé Nast. (s.f.). *Vogue*. Disponible en: <https://www.condenast.com/brands/vogue> (Consultado el 12 de febrero de 2021).

Craik, J. (2009). *Fashion: the key concepts*. Berg Publishers.

Dardigna, A.M. (1979): *La presse féminine. Fonction idéologique*. Paris, François Maspero.

De Amézaga, A. (2020). Siglo y medio de moda. El Correo. Disponible en: <https://www.elcorreo.com/culturas/territorios/siglo-medio-moda-20200404163248-nt.html> (Consultado el 1 de marzo de 2021).

De las Heras Bretín, R. (2019). De Luis XIV a 'Vogue', el origen de las revistas de moda. El País. Disponible en: [https://elpais.com/elpais/2019/11/15/estilo/1573827533\\_740809.html](https://elpais.com/elpais/2019/11/15/estilo/1573827533_740809.html) (Consultado el 1 de marzo de 2021).

Dwight, E. (2002). *The Divine Mrs. V. New York Magazine*. Disponible en: [https://nymag.com/nymetro/shopping/fashion/features/n\\_7930/index1.html](https://nymag.com/nymetro/shopping/fashion/features/n_7930/index1.html) (Consultado el 6 de marzo de 2021).

Fernandez del Vado, S (1988): "Revistas femeninas. Un pastel de rica miel", *Ipmark*, nº317, 16-31 octubre, p.60.

Fernández González, D. (2013). Las revistas de modas. "*Les Cabinet des Modes*" (París, 1786-1793). *Vestuario Escénico* Wordpress. Disponible en: <https://vestuarioescenico.wordpress.com/2013/09/09/las-revistas-de-modasapuntes-ii/> (Consultado el 1 de marzo de 2021).

Figueras, M. (2005). *Prensa juvenil femenina i identitat corporal* (Tesis doctoral). Universitat Pompeu Fabra, Barcelona. Disponible en: <https://www.tdx.cat/handle/10803/7519;jsessionid=681BCD72CBFEFFC65CE78C8BFDF0C571#page=1> (Consultado el 13 de diciembre de 2020).

Revilla Benito, P. (2021). La evolución de *Vogue* a través de sus portadas. Trabajo Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid.

Friedan, B. (1963). *La mística de la feminidad*. Ediciones Cátedra.

Gallego, J. (1990). *Mujeres de papel: De '¡Hola!' a 'Vogue': la prensa femenina en la actualidad*. Barcelona: Icaria.

Ganzábal Learreta, M. (2007). La popularización versus la democratización de las revistas femeninas de alta gama. Disponible en: [http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/31785/Documento\\_completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/31785/Documento_completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y) (Consultado el 4 de marzo de 2021).

GEORGE, A.L. (1959). *Propaganda Analysis: A Study of Inferences made from Nazi Propaganda in World War II*. Evanston, Illinois. Roe, Peterson.

Giorgadze, N. *The most Popular Fashion Magazines in the USA (Cosmo, Vogue, Glamour)*. SECTION I: Education and Social Issues, 166. Disponible en: <https://eduhum.ibsu.edu.ge/old/files/Menu%20Items/6th International Conference on American Studies.pdf#page=166> (Consultado el 5 de marzo de 2021).

Goffman, E. (1974). *Frame analysis: an essay on the organization of experience*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

González Díez, L. (2009). La Moda Elegante e Ilustrada y el Correo de las Damas: dos publicaciones especializadas en moda en el siglo XIX. Disponible en: <http://opendata.dspace.ceu.es/handle/10637/5903> (Consultado el 3 de marzo de 2021).

González-Valerio, B. G. (2011). La evolución de *Vogue* a través de cuatro de sus grandes fotógrafos. In *Revistas versus magazines* (pp. 31-38). Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4161539.pdf> (Consultado el 12 de diciembre de 2020).

Goodman, B. R. (2012). *The Modernity of la Mode: a History of the French Revolution Through the Lens of Fashion, Culture, and Identity*. Disponible en: [https://digitalcommons.bucknell.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1119&context=honors\\_theses](https://digitalcommons.bucknell.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1119&context=honors_theses) (Consultado el 1 de marzo de 2021).

Grace Mirabella and Judith Warner, *In and Out of Vogue* (New York: Double Day, 1995), 142.

Revilla Benito, P. (2021). La evolución de *Vogue* a través de sus portadas. Trabajo Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid.

Guillot, K. (2020). *Harper's Bazaar / "First in fashion"*, un homenaje a su historia. *Dximagazine*. Disponible en: <http://www.dximagazine.com/2020/07/15/harpers-bazaar-first-in-fashion-el-homenaje-a-su-historia/#:~:text=Editada%20por%20primera%20vez%20en,las%20artes%20y%20la%20literatura> (Consultado el 2 de marzo de 2021).

Hackney, K. (2014). *Vogue as an example of effective fashion magazine covers*. Disponible en: <http://digitalcommons.calpoly.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1113&context=grcsp> (Consultado el 4 de marzo de 2021).

Hill, D. D. (2007). *As seen in Vogue: A century of American fashion in advertising*. Texas Tech University Press.

Kapp, I. (1955). *Chase, Edna Woolman and Ilka. Always in Vogue (Book Review)*. *Commentary*, 20, 387. Disponible en: <https://search.proquest.com/docview/1290116317?pq-origsite=gscholar&fromopenview=true&imgSeq=1> (Consultado el 6 de marzo de 2021).

Kitch, C. L. (2001). *The girl on the magazine cover: The origins of visual stereotypes in American mass media*. Univ of North Carolina Press.

Klein, E. y Skiba, A. (2016). *100 years of Vogue: The photos behind the fashion*. DW. Disponible en: <https://www.dw.com/en/100-years-of-vogue-the-photos-behind-the-fashion/a-19042726> (Consultado el 5 de marzo de 2021).

Koda, H., y Martin, R. (1993). *Diana Vreeland: Immoderate Style*. Metropolitan Museum of Art.

Kushkuley, S. (2012, June). *Trend Analysis in Harper's Bazaar*. In *Proceedings of the NAACL-HLT 2012 Workshop on Computational Linguistics for Literature* (pp. 84-87). Disponible en: <https://www.aclweb.org/anthology/W12-2512.pdf> (Consultado el 1 de marzo de 2021).

Learreta, M. G. (2006). Nacimiento, evolución y crisis de la prensa femenina contemporánea en España. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*,

Revilla Benito, P. (2021). La evolución de *Vogue* a través de sus portadas. Trabajo Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid.

(15), 405-420. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/168/16801521.pdf> (Consultado el 3 de marzo de 2021).

Learreta, M. G. (2008). Hacia la miniaturización de la prensa femenina El caso 'Glamour'. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, (17). Disponible en: <http://institucional.us.es/revistas/Ambitos/17/Ambitos.2008.i17.06.pdf> (Consultado el 2 de marzo de 2021).

Ligato, D. (2011). *The Fashion Content Of Vogue's September Issues Under Editor-In-Chiefs Grace Mirabella And Anna Wintour*. Disponible en: <https://egrove.olemiss.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1655&context=etd> (Consultado el 7 de marzo de 2021).

Lipovetsky, G., & Naranjo, L. G. G. (1999). *La tercera mujer*. Barcelona: Anagrama. Disponible en: <https://sinismos.files.wordpress.com/2013/02/109856484-gilles-lipovetsky-la-tercera-mujer.pdf> (Consultado el 13 de diciembre de 2020).

Lipovetsky, G., & Serroy, J. (2015). *La estetización del mundo. Vivir en la época del capitalismo artístico*. Barcelona: Anagrama, 31-107.

Lorca, B. (2020). '*Harper's Bazaar. First in fashion*': la exposición que repasa la historia y las imágenes icónicas de la revista. *Harper's Bazaar*. Disponible en: <https://www.harpersbazaar.com/es/cultura/ocio/a31128053/exposicion-revista-harpers-bazaar-historia-imagenes-iconicas-paris/> (Consultado el 2 de marzo de 2021).

Luque Ortiz, S., y Pérez Curiel, C. (2014). La infoxicación de los grupos de poder en las publicaciones de moda: análisis de la contaminación de grandes empresas en los medios de comunicación. In *Primer Congreso Internacional Infoxicación: mercado de la información y psique*, Libro de Actas (pp. 937-952). Ladecom, Facultad de Comunicación, Universidad de Sevilla. Disponible en: <https://idus.us.es/handle/11441/30891> (Consultado el 12 de diciembre de 2020).

MacKinnon, K. (2003). *Representing men: Maleness and masculinity in the media*. London: Arnold.

Revilla Benito, P. (2021). La evolución de *Vogue* a través de sus portadas. Trabajo Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid.

Menéndez Menéndez, M. I. (2013). Prensa femenina internacional en la transición española: el fracaso de *Cosmopolitan* y *Marie Claire*. *Ámbitos: Revista Internacional de Comunicación*, 23, 1-16. Disponible en: <https://revistascientificas.us.es/index.php/Ambitos/article/view/9974/8747> (Consultado el 3 de marzo de 2021).

Menéndez, M. I. (2013). Tipología de la prensa femenina. Una propuesta de clasificación. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 19(1), 191-206. Disponible en: [https://www.researchgate.net/profile/Maria\\_Isabel\\_Menendez\\_Menendez2/publication/251572543\\_Tipologia\\_de\\_la\\_prensa\\_femenina\\_Una\\_propuesta\\_de\\_clasificacion/links/02e7e51f10f2ae8ce5000000.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Maria_Isabel_Menendez_Menendez2/publication/251572543_Tipologia_de_la_prensa_femenina_Una_propuesta_de_clasificacion/links/02e7e51f10f2ae8ce5000000.pdf) (Consultado el 3 de marzo de 2021).

Menéndez, M. I. M., & Maz, M. F. (2013). La Evolución de la prensa femenina en España: de *La Pensadora Gaditana* a los blogs. *Comunicació: revista de recerca i d'anàlisi*, 25-48. Disponible en: <https://www.raco.cat/index.php/Comunicacio/article/view/81069/355437> (Consultado el 1 de marzo de 2021).

Menéndez-Menéndez, M. I. (2009). Aproximación teórica al concepto de prensa femenina. *Communication & Society*, 22(2), 277-297. Disponible en: <https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/8691/1/20091202130000.pdf> (Consultado el 1 de marzo de 2021).

Moeran, B. (2001). *On Entering the World of Women's Magazines: A Cross-Cultural Comparison of Elle and Marie Claire*. *Marketplace Anthropology*, 187-209. Disponible en: <https://research-api.cbs.dk/ws/files/59008272/6986.pdf> (Consultado el 2 de marzo de 2021).

Molina Chacón, M., y Roa Aljama, M. (2017). El liderazgo en las revistas especializadas en moda. Estudio de casos: *Telva*, *Vogue*, *Harper's Bazaar* y *Elle*. Disponible en: <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/64418/TFG%20LIDERAZGO%20MO DA.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (Consultado el 4 de marzo de 2021).

Revilla Benito, P. (2021). La evolución de *Vogue* a través de sus portadas. Trabajo Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid.

Molina, C. B. L. (2020). Análisis de medio periodístico *Vogue*: El nirvana de la moda. Disponible en: [https://www.researchgate.net/profile/Catalina\\_Leiva\\_Molina/publication/340087874\\_Vogue\\_El\\_nirvana\\_de\\_la\\_moda/links/5e7702924585157b9a513bc2/Vogue-e-El-nirvana-de-la-moda](https://www.researchgate.net/profile/Catalina_Leiva_Molina/publication/340087874_Vogue_El_nirvana_de_la_moda/links/5e7702924585157b9a513bc2/Vogue-e-El-nirvana-de-la-moda) (Consultado el 4 de marzo de 2021).

Muñoz Negrete, P. (2015). Moda y comunicación: análisis revistas especializadas *Vogue-Telva* (Marzo 2015). Trabajo Fin de Grado en Periodismo. Disponible en: <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/26684/tfgpermodaycomunicacion.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (Consultado el 5 de marzo de 2021).

Nömm, H. M. (2007). Fashioning the Female: An Analysis of the “Fashionable Woman” in *ELLE Magazine*—Now and Then. Disponible en: <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:131661/FULLTEXT01.pdf> (Consultado el 3 de marzo de 2021).

Oliva, A y Angeletti, N. (2012). *In Vogue: An Illustrated History of the World's Most Famous Fashion*. Rizzoli.

Orús, Abigail (2021). Ranking de las principales revistas femeninas según número de lectores en España en 2020 (en miles). Statista. Disponible en: <https://es.statista.com/estadisticas/491628/revistas-femeninas-las-mas-leidas-en-espana/> (Consultado el 2 de marzo de 2021).

Pavard, B. (2009). Anticoncepción y aborto en *Marie-Claire* (1955-1975): del método de la temperatura al método de Karman. *Media Time*, 1 (1), 100-113. Disponible en: <https://www.cairn.info/revue-le-temps-des-medias-2009-1-page-100.htm> (Consultado el 3 de marzo de 2021).

Pena, Pablo. (2001). Análisis semiológico de la revista de modas romántica. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, núm. 7, pp. 365-381. Disponible en: <https://core.ac.uk/reader/38814370> (Consultado el 12 de diciembre de 2020).

Perinat, A., & Marrades, M. I. (1980). *Mujer, prensa y sociedad en España, 1800-1939* (Vol. 36). CIS.

Revilla Benito, P. (2021). La evolución de *Vogue* a través de sus portadas. Trabajo Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid.

Plaza, J. F. (2005). Modelos de varón y mujer en las revistas femeninas para adolescentes: la representación de los famosos (Vol. 294). Editorial Fundamentos.

Reese, S. D., Gandy Jr, O. H., y Grant, A. E. (2001). *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world*. Eds. Reese, S. D., Gandy Jr, O. H., y Grant, A. E. Routledge

Riviere, M. (1977). La moda ¿comunicación o incomunicación? (No. 04; GT521, R5.).

Rodríguez Sánchez, A. (2019). Evolución conceptual y adaptación digital de las denominadas revistas femeninas. Estudio analítico de *Elle*, *Telva*, *Vogue*, *Mujer Hoy* *S Moda* y *Yo Dona*. *Ene*, 11, 02. Disponible en: <https://eprints.ucm.es/47852/1/T39979.pdf> (Consultado el 5 de marzo de 2021).

Roig, M. (1977). La mujer y la prensa: desde el siglo XVII a nuestros días. M. Roig Castellanos.

Sádaba, María Teresa. *Framing: el encuadre de las noticias*. El binomio terrorismo-medios. Buenos Aires: La Crujía Ediciones, 2008. 251 p.

Sánchez de Blas, C. (2017). Las revistas femeninas como medio publicitario: *Vogue* y Eduardo García Benito. Disponible en: <https://core.ac.uk/download/pdf/211107209.pdf> (Consultado el 4 de marzo de 2021).

SanMiguel, P., y Sádaba, T. (2019). Consumo de información de moda entre los/as *millennials*. *Revista Prisma Social*, (24), 186-208. Disponible en: <https://revistaprismasocial.es/article/view/2840> (Consultado el 2 de marzo de 2021).

Santana, J. P. (2014). Del brillo de las páginas al brillo de la pantalla: la transición digital en las revistas de moda. Disponible en: [http://comunicacionygestiondemoda.com/wp-content/uploads/2014/04/Del-brillo-de-las-paginas-al-brillo-de-las-pantallas\\_Javier-Perez-Santana.pdf](http://comunicacionygestiondemoda.com/wp-content/uploads/2014/04/Del-brillo-de-las-paginas-al-brillo-de-las-pantallas_Javier-Perez-Santana.pdf) (Consultado el 1 de marzo de 2021).

Revilla Benito, P. (2021). La evolución de *Vogue* a través de sus portadas. Trabajo Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid.

Secanella, P. M., & Fagoaga, C. (1984). Umbral de presencia de las mujeres en la prensa española. Disponible en: <https://papers.uab.cat/article/view/v30-ruiz/pdf-es> (Consultado el 13 de diciembre de 2020).

Smith, Emily Esfahani. *The Early Years of Vogue Magazine. Acculturated*. (2013). Disponible en: <http://acculturated.com/2012/06/26/the-early-years-of-vogue-magazine/> (Consultado el 5 de marzo de 2021).

TFL, (2018). *ELLE: The Making of a Modern Magazine. The Fashion Law*. Disponible en: <https://www.thefashionlaw.com/elle-the-making-of-a-modern-magazine/> (Consultado el 3 de marzo de 2021).

Torres, R. (2007). Revistas de moda y belleza: el contenido al servicio de la forma bella. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, 16, 213-225. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2557645&orden=0&info=link> (Consultado el 12 de febrero de 2021).

Torres, R. (2008). El creciente éxito de las revistas de moda y belleza y la mujer española contemporánea. *Global Media Journal*, 5(10). Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/687/68701002.pdf> (Consultado el 1 de marzo de 2021).

Torres, R. B. (2012). *Telva: A Groundbreaking Publication in the History of Spanish Women's Press*. Disponible en: [http://gfc-conference.eu/files\\_download/GFC2012/BUESO%20-%20Telva A%20groundbreaking%20publication%20in%20the%20history%20of%20Spanish%20women's%20press.pdf](http://gfc-conference.eu/files_download/GFC2012/BUESO%20-%20Telva%20A%20groundbreaking%20publication%20in%20the%20history%20of%20Spanish%20women's%20press.pdf) (Consultado el 3 de marzo de 2021).

Valdeón, J. (2011). Historia de la moda a través de *Harper's Bazaar*. *El Mundo*. Disponible en: <https://www.elmundo.es/elmundo/2011/09/17/cultura/1316281685.html> (Consultado el 2 de marzo de 2021).

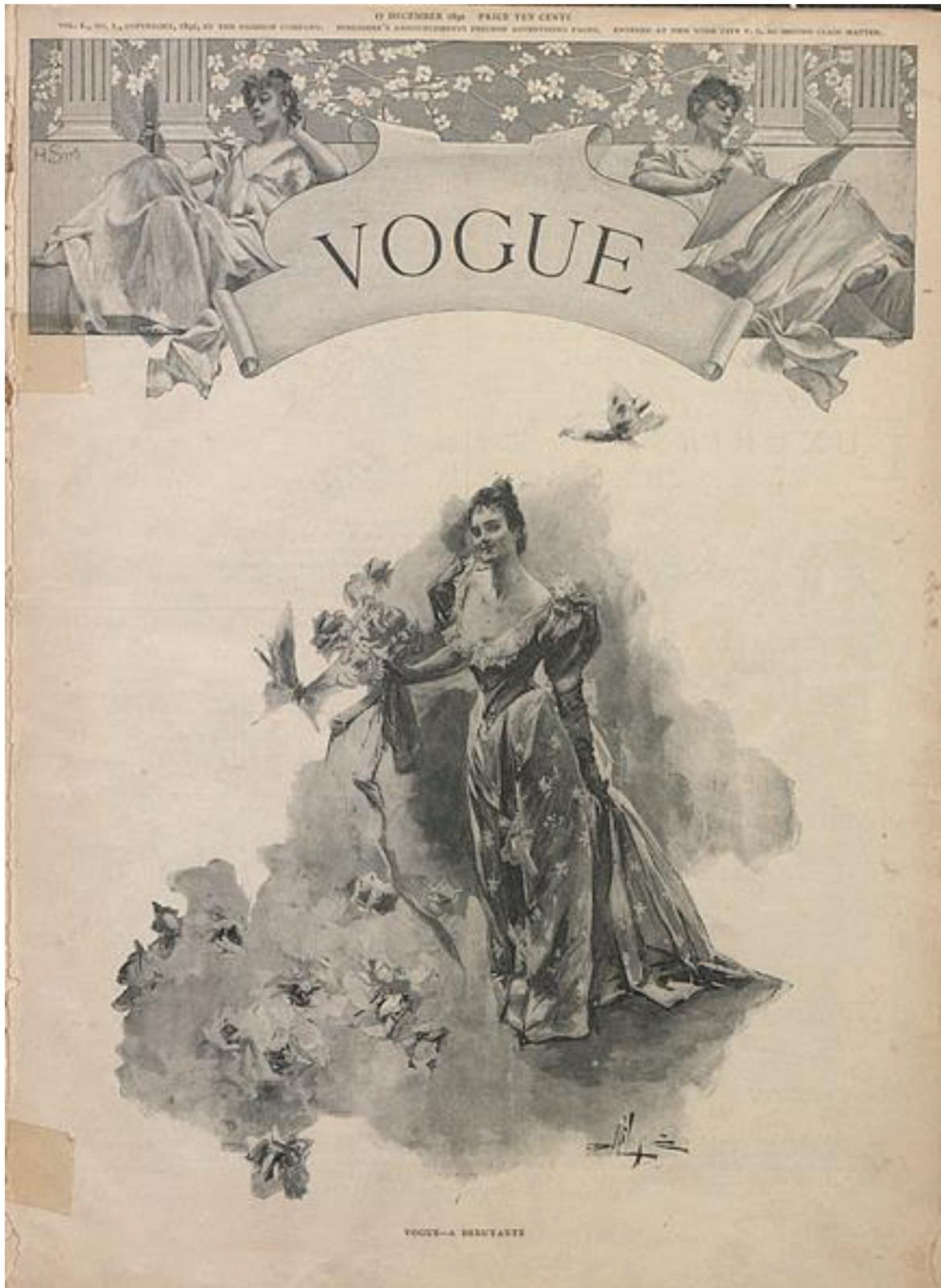
Velasco, A. M<sup>a</sup>. (2016): *Moda y prensa femenina en España (siglo XIX)*. Ediciones 19, Madrid.

Revilla Benito, P. (2021). La evolución de *Vogue* a través de sus portadas. Trabajo Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid.

*Vogue* (2021). Las 27 ediciones de '*Vogue*' se unen para el número '*Creativity*': una celebración internacional el espíritu artístico de la moda. Condé Nast. Disponible en: <https://www.vogue.es/moda/articulos/vogue-creativity-marzo-2021> (Consultado el 2 de marzo de 2021).

*Vogue Archive. Vogue the complete archive*. Condé Nast. Disponible en: <https://archive.vogue.com/> (Consultado el 12 de diciembre de 2020).

## 7. Anexos



Portada *Vogue* USA 1892. Fuente: *Vogue Archive*

Tabla 1	
Precio: 10 centavos (2,85 dólares en la actualidad)	
Fecha de publicación: 17 de diciembre de 1892	Tipo de portada: ilustración
Género de las personas que aparecen en las portadas:	<input type="checkbox"/> Masculino <input checked="" type="checkbox"/> Femenino
Número de personas que aparecen en la portada:	<input type="checkbox"/> Una <input type="checkbox"/> Dos <input checked="" type="checkbox"/> Tres <input type="checkbox"/> Más de tres
Profesión principal de la persona que aparece en la portada:	<input type="checkbox"/> Modelo <input type="checkbox"/> Cantante <input type="checkbox"/> Bailarina <input type="checkbox"/> <i>Influencer</i> <input type="checkbox"/> Fotógrafa <input type="checkbox"/> Deportista <input checked="" type="checkbox"/> Otro: mujeres anónimas
Más información acerca de los protagonistas:	Dos mujeres se encuentran sentadas al lado de unas columnas. La primera aparece mirándose en un espejo y la segunda leyendo una publicación. La tercera, que se encuentra en el centro de la portada, tiene un ramo de flores y a su alrededor hay pájaros
Tipo de lenguaje:	<input checked="" type="checkbox"/> No incluye <input type="checkbox"/> Neutro <input type="checkbox"/> Actual - informal
Funciones de la palabra:	<input type="checkbox"/> Enunciativa

	<input type="checkbox"/>	Programática
	<input type="checkbox"/>	Descriptiva
	<input type="checkbox"/>	Narrativa
	<input type="checkbox"/>	Expresiva
	<input type="checkbox"/>	Argumentativas
Secciones a las que pertenecen los temas tratados en la portada (marcar varias si hay más de una):	<input type="checkbox"/>	Sociedad
	<input type="checkbox"/>	Editorial
	<input type="checkbox"/>	Decoración
	<input type="checkbox"/>	Moda
	<input type="checkbox"/>	Ficción
	<input type="checkbox"/>	Sexo
	<input type="checkbox"/>	Teatro
	<input type="checkbox"/>	Entrevista
	<input type="checkbox"/>	Otras
Titulares (escribir el conjunto de ellos):		
Observaciones:		No incluye titulares, pero en su parte superior aparece la fecha, precio y lugar de impresión (Nueva York). Más abajo y centrado se encuentra el nombre de la revista

Revilla Benito, P. (2021). La evolución de *Vogue* a través de sus portadas. Trabajo Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid.



Portada *Vogue* USA 1895. Fuente: *Vogue* Archive

Tabla 2

Precio: 10 centavos

Fecha de publicación: 1 de enero de 1895

Tipo de portada: ilustración

Género de las personas que aparecen en las portadas:

- Masculino  
 Femenino

Número de personas que aparecen en la portada:

- Una  
 Dos  
 Tres  
 Más de tres

Profesión principal de la persona que aparece en la portada:

- Modelo  
 Cantante  
 Bailarina  
 *Influencer*  
 Fotógrafa  
 Deportista  
 Otro: mujeres y hombres de la clase alta

Más información acerca de los protagonistas:

Dos mujeres se encuentran sentadas al lado de unas columnas. La primera aparece mirándose en un espejo y la segunda leyendo una publicación. En el centro, dentro de un recuadro se observa lo que puede ser un salón, lleno de personas de clase alta

Tipo de lenguaje:

- No incluye  
 Neutro  
 Actual - informal

Funciones de la palabra:

- Enunciativa  
 Programática  
 Descriptiva  
 Narrativa

Secciones a las que pertenecen los temas tratados en la portada (marcar varias si hay más de una):

- |                          |                |
|--------------------------|----------------|
| <input type="checkbox"/> | Expresiva      |
| <input type="checkbox"/> | Argumentativas |
| <input type="checkbox"/> | Sociedad       |
| <input type="checkbox"/> | Editorial      |
| <input type="checkbox"/> | Decoración     |
| <input type="checkbox"/> | Moda           |
| <input type="checkbox"/> | Ficción        |
| <input type="checkbox"/> | Sexo           |
| <input type="checkbox"/> | Teatro         |
| <input type="checkbox"/> | Entrevista     |
| <input type="checkbox"/> | Otras          |

Titulares (escribir el conjunto de ellos):

Observaciones:

No incluye titulares, pero en su parte superior aparece la fecha, precio de este ejemplar y del coste al año y lugar de impresión (Nueva York). Más abajo y centrado se encuentra el nombre de la revista

Revilla Benito, P. (2021). La evolución de *Vogue* a través de sus portadas. Trabajo Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid.



Portada *Vogue* USA 1900. Fuente: *Vogue Archive*

Tabla 3	
Precio: 10 centavos	
Fecha de publicación: 4 de enero de 1900	Tipo de portada: ilustración
Género de las personas que aparecen en las portadas:	<input type="checkbox"/> Masculino <input checked="" type="checkbox"/> Femenino
Número de personas que aparecen en la portada:	<input type="checkbox"/> Una <input type="checkbox"/> Dos <input checked="" type="checkbox"/> Tres <input type="checkbox"/> Más de tres
Profesión principal de la persona que aparece en la portada:	<input type="checkbox"/> Modelo <input type="checkbox"/> Cantante <input type="checkbox"/> Bailarina <input type="checkbox"/> <i>Influencer</i> <input type="checkbox"/> Fotógrafa <input type="checkbox"/> Deportista <input checked="" type="checkbox"/> Otro: mujeres anónimas
Más información acerca de los protagonistas:	Dos mujeres se encuentran sentadas al lado de unas columnas. La primera aparece mirándose en un espejo y la segunda leyendo una publicación. La tercera, que se encuentra en el centro de la portada, lleva un vestido entallado y típico de la época (invierno) al tener pelo en el bajo de la falda y en los puños
Tipo de lenguaje:	<input checked="" type="checkbox"/> No incluye <input type="checkbox"/> Neutro <input type="checkbox"/> Actual - informal

Funciones de la palabra:	<input type="checkbox"/>	Enunciativa
	<input type="checkbox"/>	Programática
	<input type="checkbox"/>	Descriptiva
	<input type="checkbox"/>	Narrativa
	<input type="checkbox"/>	Expresiva
	<input type="checkbox"/>	Argumentativas
Secciones a las que pertenecen los temas tratados en la portada (marcar varias si hay más de una):	<input type="checkbox"/>	Sociedad
	<input type="checkbox"/>	Editorial
	<input type="checkbox"/>	Decoración
	<input type="checkbox"/>	Moda
	<input type="checkbox"/>	Ficción
	<input type="checkbox"/>	Sexo
	<input type="checkbox"/>	Teatro
	<input type="checkbox"/>	Entrevista
	<input type="checkbox"/>	Otras
Titulares (escribir el conjunto de ellos):		
Observaciones:		No incluye titulares, pero en su parte superior aparece la fecha, precio y lugar de impresión (Nueva York). Más abajo y centrado se encuentra el nombre de la revista

Revilla Benito, P. (2021). La evolución de *Vogue* a través de sus portadas. Trabajo Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid.



Portada *Vogue* USA 1905. Fuente: *Vogue Archive*

Revilla Benito, P. (2021). La evolución de *Vogue* a través de sus portadas. Trabajo Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid.

Tabla 4	
Precio: 10 centavos	
Fecha de publicación: 5 de enero de 1905	Tipo de portada: ilustración
Género de las personas que aparecen en las portadas:	<input type="checkbox"/> Masculino <input checked="" type="checkbox"/> Femenino
Número de personas que aparecen en la portada:	<input type="checkbox"/> Una <input type="checkbox"/> Dos <input type="checkbox"/> Tres <input checked="" type="checkbox"/> Más de tres
Profesión principal de la persona que aparece en la portada:	<input type="checkbox"/> Modelo <input type="checkbox"/> Cantante <input type="checkbox"/> Bailarina <input type="checkbox"/> <i>Influencer</i> <input type="checkbox"/> Fotógrafa <input type="checkbox"/> Deportista <input checked="" type="checkbox"/> Otro: mujeres anónimas
Más información acerca de los protagonistas:	Dos mujeres se encuentran sentadas al lado de unas columnas. La primera aparece mirándose en un espejo y la segunda leyendo una publicación. En el centro hay tres mujeres arregladas delante un espejo
Tipo de lenguaje:	<input checked="" type="checkbox"/> No incluye <input type="checkbox"/> Neutro <input type="checkbox"/> Actual - informal
Funciones de la palabra:	<input type="checkbox"/> Enunciativa <input type="checkbox"/> Programática <input type="checkbox"/> Descriptiva <input type="checkbox"/> Narrativa <input type="checkbox"/> Expresiva

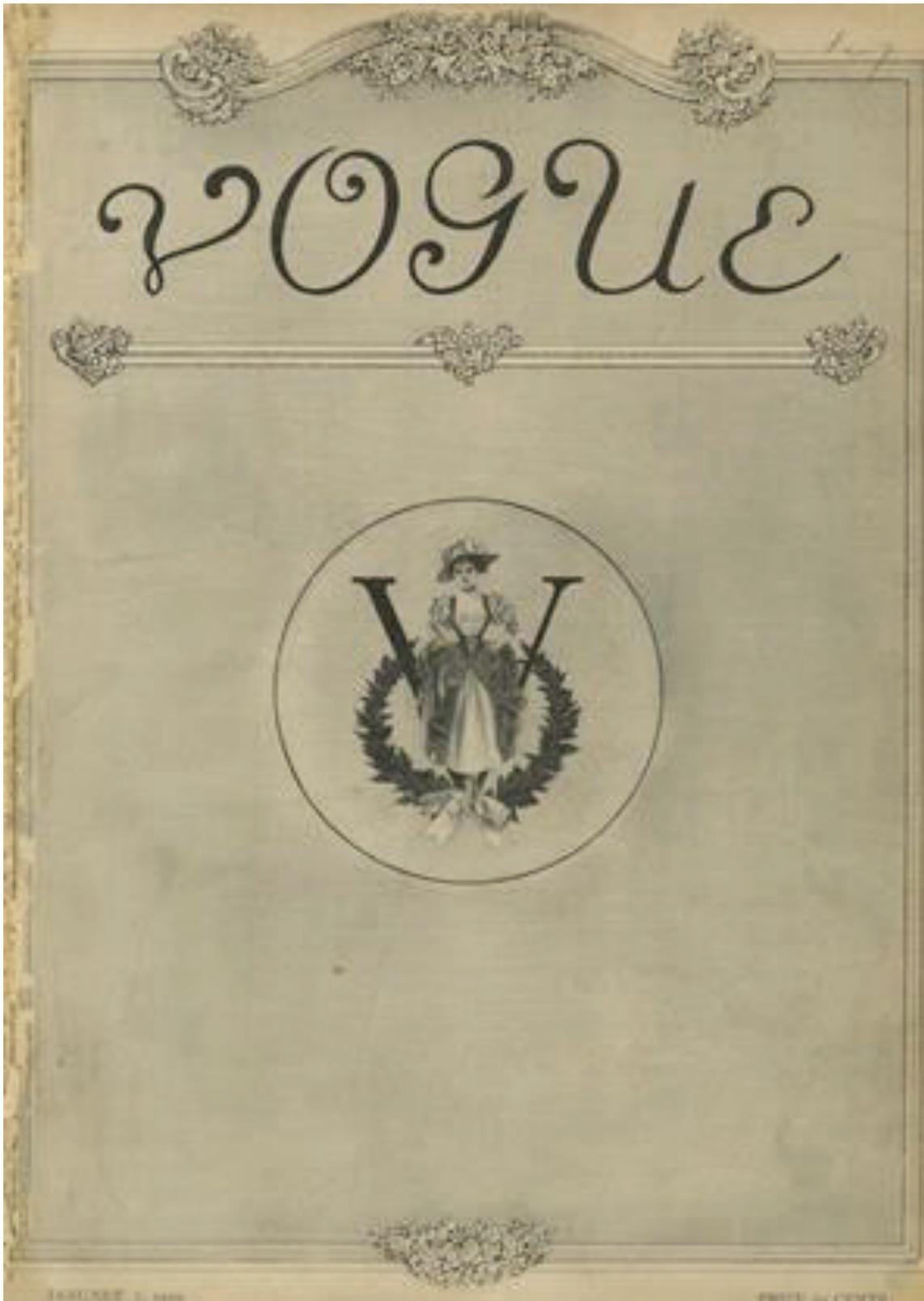
Secciones a las que pertenecen los temas tratados en la portada (marcar varias si hay más de una):

- Argumentativas
- Sociedad
- Editorial
- Decoración
- Moda
- Ficción
- Sexo
- Teatro
- Entrevista
- Otras

Titulares (escribir el conjunto de ellos):

Observaciones:

No incluye titulares, pero en su parte superior aparece la fecha y el precio. Más abajo y centrado se encuentra el nombre de la revista



Portada *Vogue* USA 1910. Fuente: *Vogue Archive*

Tabla 5

Precio: 10 centavos

Fecha de publicación: 1 de enero de 1910

Tipo de portada: ilustración

Género de las personas que aparecen en las portadas:

- Masculino  
 Femenino

Número de personas que aparecen en la portada:

- Una  
 Dos  
 Tres  
 Más de tres

Profesión principal de la persona que aparece en la portada:

- Modelo  
 Cantante  
 Bailarina  
 *Influencer*  
 Fotógrafa  
 Deportista  
 Otro: mujer anónima

Más información acerca de los protagonistas:

La única mujer que aparece ilustrada se encuentra en el centro de la portada a tamaño pequeño dentro de un círculo, delante de la V de *Vogue* y a sus pies hay una corona de laurel

Tipo de lenguaje:

- No incluye  
 Neutro  
 Actual - informal

Funciones de la palabra:

- Enunciativa  
 Programática  
 Descriptiva  
 Narrativa  
 Expresiva  
 Argumentativas

Secciones a las que pertenecen los temas tratados en la portada (marcar varias si hay más de una):

- |                          |            |
|--------------------------|------------|
| <input type="checkbox"/> | Sociedad   |
| <input type="checkbox"/> | Editorial  |
| <input type="checkbox"/> | Decoración |
| <input type="checkbox"/> | Moda       |
| <input type="checkbox"/> | Ficción    |
| <input type="checkbox"/> | Sexo       |
| <input type="checkbox"/> | Teatro     |
| <input type="checkbox"/> | Entrevista |
| <input type="checkbox"/> | Otras      |

Titulares (escribir el conjunto de ellos):

Observaciones:

En la parte inferior, a diferencia de los números anteriores, aparece la fecha de publicación y el precio (10 centavos)

Revilla Benito, P. (2021). La evolución de *Vogue* a través de sus portadas. Trabajo Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid.



Portada *Vogue* USA 1915. Fuente: *Vogue Archive*

Tabla 6

Precio: 25 centavos

Fecha de publicación: 1 de enero de 1915

Tipo de portada: ilustración

Género de las personas que aparecen en las portadas:

- Masculino  
 Femenino

Número de personas que aparecen en la portada:

- Una  
 Dos  
 Tres  
 Más de tres

Profesión principal de la persona que aparece en la portada:

- Modelo  
 Cantante  
 Bailarina  
 *Influencer*  
 Fotógrafa  
 Deportista  
 Otro: mujer anónima

Más información acerca de los protagonistas:

Aparece una mujer ilustrada a color, maquillándose. Es de clase alta por su vestimenta

Tipo de lenguaje:

- No incluye  
 Neutro  
 Actual - informal

Funciones de la palabra:

- Enunciativa  
 Programática  
 Descriptiva  
 Narrativa  
 Expresiva  
 Argumentativas

Secciones a las que pertenecen los temas tratados en la portada

- Sociedad  
 Editorial  
 Decoración

(marcar varias si hay más de una):

Moda

Ficción

Sexo

Teatro

Entrevista

Otras

Titulares (escribir el conjunto de ellos):

Observaciones:

En la parte superior izquierda aparece el tipo de revista, "Número de lencería" y a la derecha, el precio y fecha de publicación

Revilla Benito, P. (2021). La evolución de *Vogue* a través de sus portadas. Trabajo Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid.



Portada *Vogue* USA 1920. Fuente: *Vogue Archive*

Tabla 7	
Precio: 35 centavos	
Fecha de publicación: 1 de enero de 1920	Tipo de portada: ilustración
Género de las personas que aparecen en las portadas:	<input checked="" type="checkbox"/> Masculino <input checked="" type="checkbox"/> Femenino
Número de personas que aparecen en la portada:	<input type="checkbox"/> Una <input checked="" type="checkbox"/> Dos <input type="checkbox"/> Tres <input type="checkbox"/> Más de tres
Profesión principal de la persona que aparece en la portada:	<input type="checkbox"/> Modelo <input type="checkbox"/> Cantante <input type="checkbox"/> Bailarina <input type="checkbox"/> <i>Influencer</i> <input type="checkbox"/> Fotógrafa <input type="checkbox"/> Deportista <input checked="" type="checkbox"/> Otro: mujer anónima
Más información acerca de los protagonistas:	En la portada aparecen dos personas en África. Una mujer en primer plano con una fruta de la mano y un hombre de espaldas de raza negra llevando una cesta o bandeja con alimentos
Tipo de lenguaje:	<input checked="" type="checkbox"/> No incluye <input type="checkbox"/> Neutro <input type="checkbox"/> Actual - informal
Funciones de la palabra:	<input type="checkbox"/> Enunciativa <input type="checkbox"/> Programática <input type="checkbox"/> Descriptiva <input type="checkbox"/> Narrativa <input type="checkbox"/> Expresiva <input type="checkbox"/> Argumentativas

Secciones a las que pertenecen los temas tratados en la portada (marcar varias si hay más de una):

- |                          |            |
|--------------------------|------------|
| <input type="checkbox"/> | Sociedad   |
| <input type="checkbox"/> | Editorial  |
| <input type="checkbox"/> | Decoración |
| <input type="checkbox"/> | Moda       |
| <input type="checkbox"/> | Ficción    |
| <input type="checkbox"/> | Sexo       |
| <input type="checkbox"/> | Teatro     |
| <input type="checkbox"/> | Entrevista |
| <input type="checkbox"/> | Otras      |

Titulares (escribir el conjunto de ellos):

Observaciones:

La portada contiene en sus márgenes información acerca de la fecha, precio, compañía a la que pertenece (*The Vogue Company, Conde Nast Publisher*) y el tipo de número que es (Motor y Sur)

Revilla Benito, P. (2021). La evolución de *Vogue* a través de sus portadas. Trabajo Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid.



Portada *Vogue* USA 1925. Fuente: *Vogue Archive*

Tabla 8

Precio: 35 centavos

Fecha de publicación: 1 de enero de 1925

Tipo de portada: ilustración

Género de las personas que aparecen en las portadas:

- Masculino  
 Femenino

Número de personas que aparecen en la portada:

- Una  
 Dos  
 Tres  
 Más de tres

Profesión principal de la persona que aparece en la portada:

- Modelo  
 Cantante  
 Bailarina  
 *Influencer*  
 Fotógrafa  
 Deportista  
 Otro: mujer piloto de coche profesional

Más información acerca de los protagonistas:

Aparece una mujer con casco y guantes al lado de un coche. Detrás de ella está dibujada una rosa de los vientos

Tipo de lenguaje:

- No incluye  
 Neutro  
 Actual - informal

Funciones de la palabra:

- Enunciativa  
 Programática  
 Descriptiva  
 Narrativa  
 Expresiva  
 Argumentativas  
 Sociedad

Secciones a las que pertenecen los temas tratados en la portada (marcar varias si hay más de una):

- |                          |            |
|--------------------------|------------|
| <input type="checkbox"/> | Editorial  |
| <input type="checkbox"/> | Decoración |
| <input type="checkbox"/> | Moda       |
| <input type="checkbox"/> | Ficción    |
| <input type="checkbox"/> | Sexo       |
| <input type="checkbox"/> | Teatro     |
| <input type="checkbox"/> | Entrevista |
| <input type="checkbox"/> | Otras      |

Titulares (escribir el conjunto de ellos):

Observaciones:

En la parte inferior aparece el tipo de revista, "Número de viajes de mediados de invierno", el precio y fecha de publicación

Revilla Benito, P. (2021). La evolución de *Vogue* a través de sus portadas. Trabajo Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid.



Portada *Vogue USA* 1930. Fuente: *Vogue Archive*

Tabla 9

Precio: 35 centavos

Fecha de publicación: 4 de enero de 1930

Tipo de portada: ilustración

Género de las personas que aparecen en las portadas:

- Masculino  
 Femenino

Número de personas que aparecen en la portada:

- Una  
 Dos  
 Tres  
 Más de tres

Profesión principal de la persona que aparece en la portada:

- Modelo  
 Cantante  
 Bailarina  
 *Influencer*  
 Fotógrafa  
 Deportista  
 Otro: anónima

Más información acerca de los protagonistas:

Perfil de una mujer

Tipo de lenguaje:

- No incluye  
 Neutro  
 Actual - informal

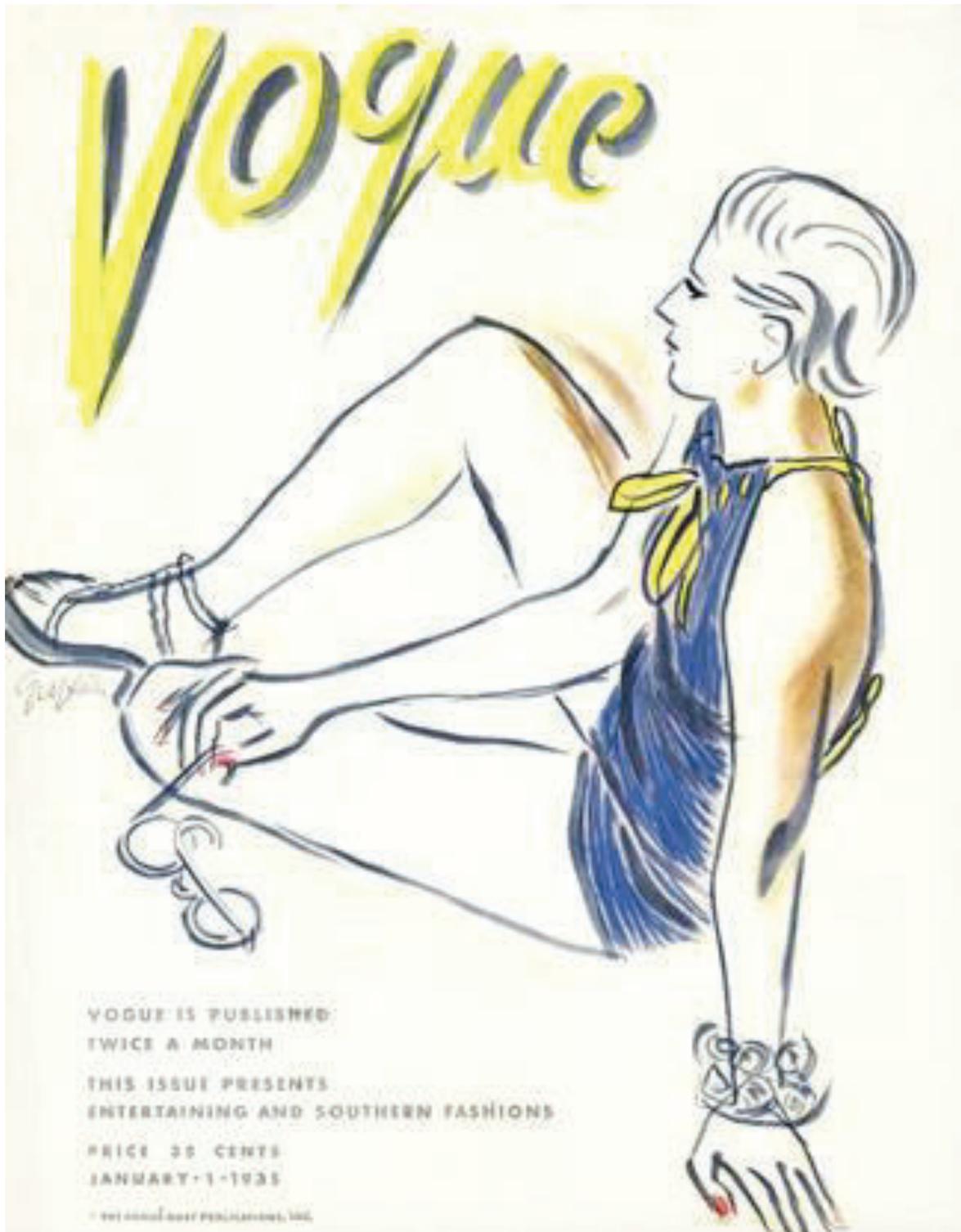
Funciones de la palabra:

- Enunciativa  
 Programática  
 Descriptiva  
 Narrativa  
 Expresiva  
 Argumentativas

Secciones a las que pertenecen los temas tratados en la portada (marcar varias si hay más de una):

- Sociedad  
 Editorial  
 Decoración  
 Moda

	<input type="checkbox"/>	Ficción
	<input type="checkbox"/>	Sexo
	<input type="checkbox"/>	Teatro
	<input type="checkbox"/>	Entrevista
	<input checked="" type="checkbox"/>	Otras: deporte
Titulares (escribir el conjunto de ellos):		- Moda del sur y deportes de invierno
Observaciones:		Debajo del único titular aparece la fecha y precio



Portada *Vogue* USA 1935. Fuente: *Vogue Archive*

Tabla 10

Precio: 35 centavos

Fecha de publicación: 1 de enero de 1935

Tipo de portada: ilustración

Género de las personas que aparecen en las portadas:

- Masculino  
 Femenino

Número de personas que aparecen en la portada:

- Una  
 Dos  
 Tres  
 Más de tres

Profesión principal de la persona que aparece en la portada:

- Modelo  
 Cantante  
 Bailarina  
 *Influencer*  
 Fotógrafa  
 Deportista  
 Otro: mujer anónima

Más información acerca de los protagonistas:

Hay una mujer ilustrada a color sentada de perfil

Tipo de lenguaje:

- No incluye  
 Neutro  
 Actual - informal

Funciones de la palabra:

- Enunciativa  
 Programática  
 Descriptiva  
 Narrativa  
 Expresiva  
 Argumentativas

Secciones a las que pertenecen los temas tratados en la portada (marcar varias si hay más de una):

- Sociedad  
 Editorial  
 Decoración  
 Moda

- Ficción
- Sexo
- Teatro
- Entrevista
- Otras

Titulares (escribir el conjunto de ellos):

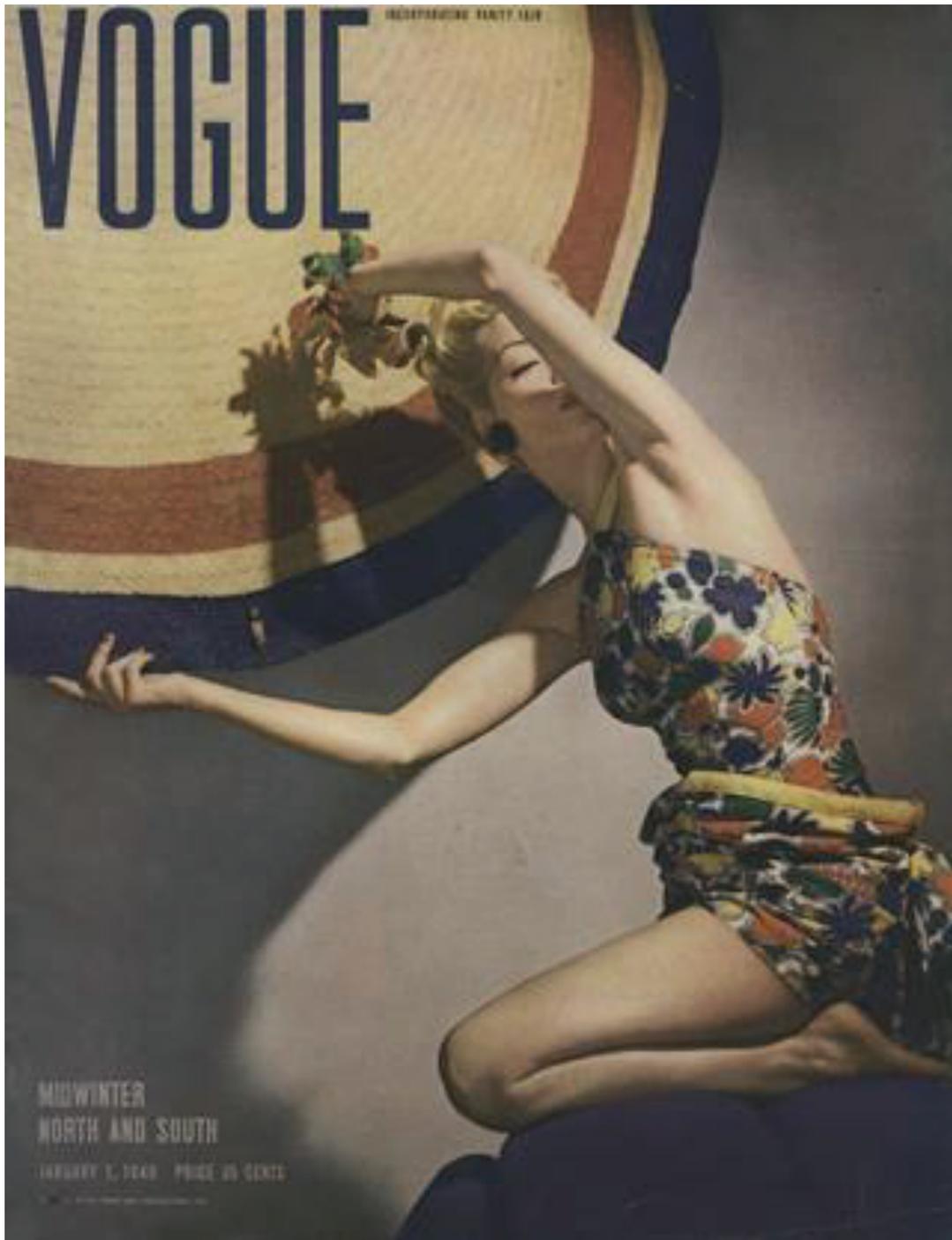
- *Vogue* es publicada dos veces al mes

-Esta revista contiene entretenimiento y moda del sur

Observaciones:

Debajo de los titulares aparece el precio y fecha de publicación

Revilla Benito, P. (2021). La evolución de *Vogue* a través de sus portadas. Trabajo Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid.



Portada *Vogue* USA 1940. Fuente: *Vogue Archive*

Tabla 11

Precio: 35 centavos

Fecha de publicación: 1 de enero de 1940

Tipo de portada: ilustración

Género de las personas que aparecen en las portadas:

- Masculino  
 Femenino

Número de personas que aparecen en la portada:

- Una  
 Dos  
 Tres  
 Más de tres

Profesión principal de la persona que aparece en la portada:

- Modelo  
 Cantante  
 Bailarina  
 *Influencer*  
 Fotógrafa  
 Deportista  
 Otro: mujer anónima

Más información acerca de los protagonistas:

Tipo de lenguaje:

- No incluye  
 Neutro  
 Actual - informal

Funciones de la palabra:

- Enunciativa  
 Programática  
 Descriptiva  
 Narrativa  
 Expresiva  
 Argumentativas

Secciones a las que pertenecen los temas tratados en la portada (marcar varias si hay más de una):

- Sociedad  
 Editorial  
 Decoración  
 Moda

- Ficción
- Sexo
- Teatro
- Entrevista
- Otras

Titulares (escribir el conjunto de ellos):

- Medios de invierno norte y sur

Observaciones:

Revilla Benito, P. (2021). La evolución de *Vogue* a través de sus portadas. Trabajo Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid.



Portada *Vogue* USA 1945. Fuente: *Vogue Archive*

Tabla 12

Precio: 35 centavos

Fecha de publicación: 1 de enero de 1945

Tipo de portada: ilustración

Género de las personas que aparecen en las portadas:

- Masculino  
 Femenino

Número de personas que aparecen en la portada:

- Una  
 Dos  
 Tres  
 Más de tres

Profesión principal de la persona que aparece en la portada:

- Modelo  
 Cantante  
 Bailarina  
 *Influencer*  
 Fotógrafa  
 Deportista  
 Otro: mujer anónima

Más información acerca de los protagonistas:

Aparece una mujer en el centro, sentada y leyendo un libro de gran tamaño

Tipo de lenguaje:

- No incluye  
 Neutro  
 Actual - informal

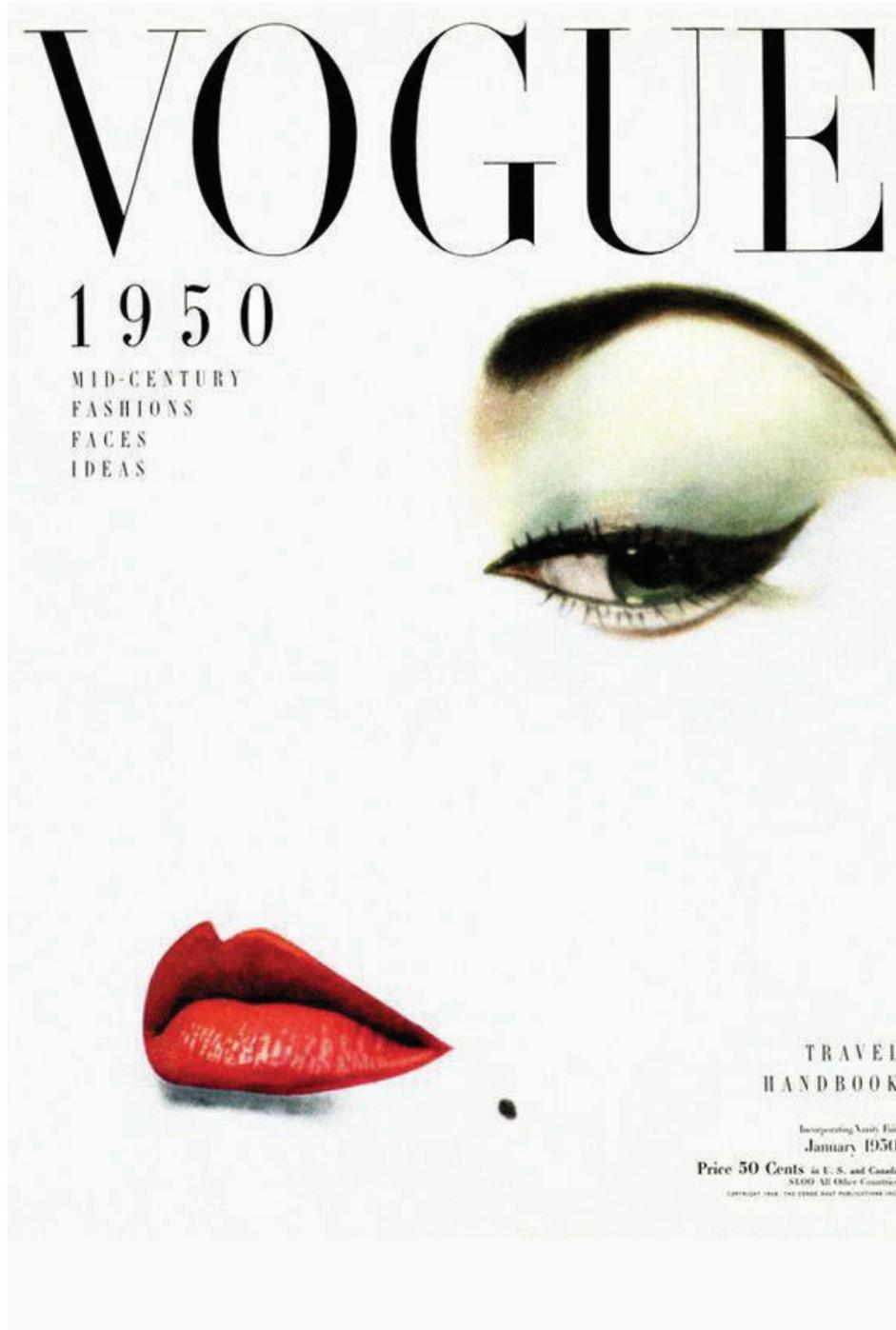
Funciones de la palabra:

- Enunciativa  
 Programática  
 Descriptiva  
 Narrativa  
 Expresiva  
 Argumentativas

Secciones a las que pertenecen los temas tratados en la portada

- Sociedad  
 Editorial  
 Decoración

(marcar varias si hay más de una):	<input checked="" type="checkbox"/>	Moda
	<input type="checkbox"/>	Ficción
	<input type="checkbox"/>	Sexo
	<input type="checkbox"/>	Teatro
	<input type="checkbox"/>	Entrevista
	<input type="checkbox"/>	Otras
Titulares (escribir el conjunto de ellos):	- Planificación personal: cómo ordenar tu ropa, tu casa, tus días	
Observaciones:	En la parte inferior de la portada, además de la fecha y precio, aparece el tipo de publicación "Edición avanzada de comercio minorista"	



Portada *Vogue* USA 1950. Fuente: *Vogue Archive*

Tabla 13

Precio: 50 centavos

Fecha de publicación: 1 de enero de 1950

Tipo de portada: ilustración

Género de las personas que aparecen en las portadas:

- Masculino  
 Femenino

Número de personas que aparecen en la portada:

- Una  
 Dos  
 Tres  
 Más de tres

Profesión principal de la persona que aparece en la portada:

- Modelo  
 Cantante  
 Bailarina  
 *Influencer*  
 Fotógrafa  
 Deportista  
 Otro: rostro de una mujer anónima

Más información acerca de los protagonistas:

Tipo de lenguaje:

- No incluye  
 Neutro  
 Actual - informal

Funciones de la palabra:

- Enunciativa  
 Programática  
 Descriptiva  
 Narrativa  
 Expresiva  
 Argumentativas

Secciones a las que pertenecen los temas tratados en la portada

- Sociedad  
 Editorial  
 Decoración

(marcar varias si hay más de una):

Moda

Ficción

Sexo

Teatro

Entrevista

Otras

Titulares (escribir el conjunto de ellos):

- La moda del medio siglo enfrenta ideas

- Cuaderno de viaje

Observaciones:

Revilla Benito, P. (2021). La evolución de *Vogue* a través de sus portadas. Trabajo Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid.



Portada *Vogue* USA 1955. Fuente: *Vogue* Archive

Tabla 14

Precio: 50 centavos

Fecha de publicación: 1 de enero de 1955

Tipo de portada: ilustración

Género de las personas que aparecen en las portadas:

- Masculino  
 Femenino

Número de personas que aparecen en la portada:

- Una  
 Dos  
 Tres  
 Más de tres

Profesión principal de la persona que aparece en la portada:

- Modelo  
 Cantante  
 Bailarina  
 *Influencer*  
 Fotógrafa  
 Deportista  
 Otro: mujer anónima

Más información acerca de los protagonistas:

Es una mujer apoyada en una pared azul con flores en la mano derecha y una cartera en la izquierda

Tipo de lenguaje:

- No incluye  
 Neutro  
 Actual - informal

Funciones de la palabra:

- Enunciativa  
 Programática  
 Descriptiva  
 Narrativa  
 Expresiva  
 Argumentativas

Secciones a las que pertenecen los temas tratados en la portada

- Sociedad  
 Editorial  
 Decoración

(marcar varias si hay más de una):	<input checked="" type="checkbox"/>	Moda
	<input type="checkbox"/>	Ficción
	<input type="checkbox"/>	Sexo
	<input type="checkbox"/>	Teatro
	<input type="checkbox"/>	Entrevista
	<input type="checkbox"/>	Otras
Titulares (escribir el conjunto de ellos):	- Cambios de 1955. Nuevo comienzo de moda, nuevos tejidos para cada clima en Estados Unidos - 100 nuevas ideas para vivir	
Observaciones:	En la parte inferior de la portada, además del precio, aparece el tipo de publicación "Edición avanzada de comercio minorista"	



Portada *Vogue* USA 1960. Fuente: *Vogue Archive*

Tabla 15

Precio: 60 centavos

Fecha de publicación: 1 de enero de 1960

Tipo de portada: fotografía

Género de las personas que aparecen en las portadas:

- Masculino  
 Femenino

Número de personas que aparecen en la portada:

- Una  
 Dos  
 Tres  
 Más de tres

Profesión principal de la persona que aparece en la portada:

- Modelo  
 Cantante  
 Bailarina  
 *Influencer*  
 Fotógrafa  
 Deportista  
 Otro: actriz

Más información acerca de los protagonistas:

Jane Fonda es actriz y escritora

Tipo de lenguaje:

- No incluye  
 Neutro  
 Actual - informal

Funciones de la palabra:

- Enunciativa  
 Programática  
 Descriptiva  
 Narrativa  
 Expresiva  
 Argumentativas

Secciones a las que pertenecen los temas tratados en la portada (marcar varias si hay más de una):

- Sociedad  
 Editorial  
 Decoración  
 Moda

- Ficción
- Sexo
- Teatro
- Entrevista
- Otras: belleza

Titulares (escribir el conjunto de ellos):

- Nuevas ideas sobre lo que es importante
- Nuevas formas de usar la nueva combinación de colores
- Nuevos comienzos en la moda natural estadounidense
- Nueva serie sobre belleza duradera
- Nuevas visiones de la casa que te rodea
- Año nuevo - nueva década

Observaciones:

Revilla Benito, P. (2021). La evolución de *Vogue* a través de sus portadas. Trabajo Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid.



Portada *Vogue USA* 1965. Fuente: *Vogue Archive*

Tabla 16

Precio: 75 centavos

Fecha de publicación: 1 de enero de 1965

Tipo de portada: fotografía

Género de las personas que aparecen en las portadas:

- Masculino  
 Femenino

Número de personas que aparecen en la portada:

- Una  
 Dos  
 Tres  
 Más de tres

Profesión principal de la persona que aparece en la portada:

- Modelo  
 Cantante  
 Bailarina  
 *Influencer*  
 Fotógrafa  
 Deportista  
 Otro:

Más información acerca de los protagonistas:

Brigitte Bauer es la protagonista de la portada

Tipo de lenguaje:

- No incluye  
 Neutro  
 Actual - informal

Funciones de la palabra:

- Enunciativa  
 Programática  
 Descriptiva  
 Narrativa  
 Expresiva  
 Argumentativas

Secciones a las que pertenecen los temas tratados en la portada (marcar varias si hay más de una):

- Sociedad  
 Editorial  
 Decoración  
 Moda

- Ficción
- Sexo
- Teatro
- Entrevista
- Otras: belleza

Titulares (escribir el conjunto de ellos):

- Predicciones del 65: moda y belleza... La forma en la que te verás este año
- Ropa de lujo para los lugares con sol
- La gente bella: quiénes son los siguientes
- "La escena del sexo obligatoria" por Pamela Hansford Johnson

Observaciones:



Portada *Vogue USA* 1970. Fuente: *Vogue Archive*

Tabla 17

Precio: 75 centavos

Fecha de publicación: 1 de enero de 1970

Tipo de portada: fotografía

Género de las personas que aparecen en las portadas:

- Masculino  
 Femenino

Número de personas que aparecen en la portada:

- Una  
 Dos  
 Tres  
 Más de tres

Profesión principal de la persona que aparece en la portada:

- Modelo  
 Cantante  
 Bailarina  
 *Influencer*  
 Fotógrafa  
 Deportista  
 Otro: actriz

Más información acerca de los protagonistas:

Se trata de la actriz y cantante anglo-francesa Jane Birkin

Tipo de lenguaje:

- No incluye  
 Neutro  
 Actual - informal

Funciones de la palabra:

- Enunciativa  
 Programática  
 Descriptiva  
 Narrativa  
 Expresiva  
 Argumentativas

Secciones a las que pertenecen los temas tratados en la portada

- Sociedad  
 Editorial  
 Decoración

(marcar varias si hay más de una):	<input checked="" type="checkbox"/>	Moda
	<input type="checkbox"/>	Ficción
	<input type="checkbox"/>	Sexo
	<input type="checkbox"/>	Teatro
	<input type="checkbox"/>	Entrevista
	<input checked="" type="checkbox"/>	Otras: belleza, familia
Titulares (escribir el conjunto de ellos):	<ul style="list-style-type: none"><li>- La moda más emocionante... Los estilismos más bonitos de nunca</li><li>- Belleza: el gran cambio en el maquillaje</li><li>- Predecimos: los grandes cambios de los próximos 10 años</li><li>- Padres y drogas</li><li>- Revista de pronósticos</li></ul>	
Observaciones:	Portada sobrecargada de información	

Revilla Benito, P. (2021). La evolución de *Vogue* a través de sus portadas. Trabajo Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid.



Portada *Vogue USA* 1975. Fuente: *Vogue Archive*

Tabla 18

Precio: 1,25 dólares

Fecha de publicación: 1 de enero de 1975

Tipo de portada: fotografía

Género de las personas que aparecen en las portadas:

- Masculino
- Femenino

Número de personas que aparecen en la portada:

- Una
- Dos
- Tres
- Más de tres

Profesión principal de la persona que aparece en la portada:

- Modelo
- Cantante
- Bailarina
- Influencer*
- Fotógrafa
- Deportista
- Otro: actriz

Más información acerca de los protagonistas:

Lauren Hutton es una actriz y exmodelo popular desde los años 60

Tipo de lenguaje:

- No incluye
- Neutro
- Actual - informal

Funciones de la palabra:

- Enunciativa
- Programática
- Descriptiva
- Narrativa
- Expresiva
- Argumentativas

Secciones a las que pertenecen los temas tratados en la portada

- Sociedad
- Editorial
- Decoración

(marcar varias si hay más de una):

- Moda
- Ficción
- Sexo
- Teatro
- Entrevista
- Otras: belleza, salud

Titulares (escribir el conjunto de ellos):

- Cómo ser una nueva tú
- Más guapa. Con ropa que te dirija la vida que realmente vives. Toques irresistibles que hacen que todo parezca nuevo. Ropa ligera, atemporal que no podías encontrar el año pasado
- Físico más bello. Con la mejor piel de tu vida. El maquillaje más seductor de los últimos años. El corte de pelo seguro que funciona
- Más delgada. Bajas calorías, recetas de alimentos, spa super saludable, nuevo plan alimentario para perder peso, estar delgada
- Más saludable. Puedes dejar marchar las tensiones, complejos- el psicólogo te dice cómo
- Y más. Cómo ser optimista ahora. Sección especial de pensamiento positivo

Observaciones:



Portada *Vogue* USA 1980. Fuente: *Vogue Archive*

Tabla 19	
Precio: 2 dólares	
Fecha de publicación: 1 de enero de 1980	Tipo de portada: fotografía
Género de las personas que aparecen en las portadas:	<input type="checkbox"/> Masculino <input checked="" type="checkbox"/> Femenino
Número de personas que aparecen en la portada:	<input checked="" type="checkbox"/> Una <input type="checkbox"/> Dos <input type="checkbox"/> Tres <input type="checkbox"/> Más de tres
Profesión principal de la persona que aparece en la portada:	<input checked="" type="checkbox"/> Modelo <input type="checkbox"/> Cantante <input type="checkbox"/> Bailarina <input type="checkbox"/> <i>Influencer</i> <input type="checkbox"/> Fotógrafa <input type="checkbox"/> Deportista <input type="checkbox"/> Otro:
Más información acerca de los protagonistas:	Nancy Donahue, modelo y actriz, es fotografiada por John Stemmer en la portada.
Tipo de lenguaje:	<input type="checkbox"/> No incluye <input type="checkbox"/> Neutro <input checked="" type="checkbox"/> Actual - informal
Funciones de la palabra:	<input checked="" type="checkbox"/> Enunciativa <input type="checkbox"/> Programática <input checked="" type="checkbox"/> Descriptiva <input type="checkbox"/> Narrativa <input checked="" type="checkbox"/> Expresiva <input checked="" type="checkbox"/> Argumentativas
Secciones a las que pertenecen los temas tratados en la portada	<input type="checkbox"/> Sociedad <input type="checkbox"/> Editorial <input type="checkbox"/> Decoración

(marcar varias si hay más de una):

Moda

Ficción

Sexo

Teatro

Entrevista

Otras

Titulares (escribir el conjunto de ellos):

- Qué ver ahora (100 estilismos terroríficos, lo mejor de Nueva York y París) (La historia de Saint Laurent: el hombre que cambió la moda)
- Tu salud y bienestar, ¡todas las respuestas de los expertos!
- Jehan Sadat, una mujer haciendo historia
- La nueva belleza, la confianza y lo que se necesita
- Nuevos accesorios

Observaciones:

Revilla Benito, P. (2021). La evolución de *Vogue* a través de sus portadas. Trabajo Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid.



Portada *Vogue* USA 1985. Fuente: *Vogue Archive*

Tabla 20

Precio: 3 dólares

Fecha de publicación: 1 de enero de 1985

Tipo de portada: fotografía

Género de las personas que aparecen en las portadas:

- Masculino  
 Femenino

Número de personas que aparecen en la portada:

- Una  
 Dos  
 Tres  
 Más de tres

Profesión principal de la persona que aparece en la portada:

- Modelo  
 Cantante  
 Bailarina  
 *Influencer*  
 Fotógrafa  
 Deportista  
 Otro: actriz

Más información acerca de los protagonistas:

La protagonista de la portada es la actriz, cantante, escritora y modelo Shari Belafonte

Tipo de lenguaje:

- No incluye  
 Neutro  
 Actual - informal

Funciones de la palabra:

- Enunciativa  
 Programática  
 Descriptiva  
 Narrativa  
 Expresiva  
 Argumentativas

Secciones a las que pertenecen los temas tratados en la portada

- Sociedad  
 Editorial  
 Decoración

(marcar varias si hay más de una):

- |                                     |                |
|-------------------------------------|----------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | Moda           |
| <input type="checkbox"/>            | Ficción        |
| <input type="checkbox"/>            | Sexo           |
| <input type="checkbox"/>            | Teatro         |
| <input type="checkbox"/>            | Entrevista     |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Otras: belleza |

Titulares (escribir el conjunto de ellos):

- ¡Grandes estilismos! Qué hay nuevo, qué llega-Nueva York, Paris, Milán
- Charla directa del 85. Moda/belleza-nuevas preguntas, nuevas respuestas

Observaciones:



Portada *Vogue USA* 1990. Fuente: *Vogue Archive*

Tabla 21

Precio: 3 dólares

Fecha de publicación: 1 de enero de 1990

Tipo de portada: fotografía

Género de las personas que aparecen en las portadas:

- Masculino  
 Femenino

Número de personas que aparecen en la portada:

- Una  
 Dos  
 Tres  
 Más de tres

Profesión principal de la persona que aparece en la portada:

- Modelo  
 Cantante  
 Bailarina  
 *Influencer*  
 Fotógrafa  
 Deportista  
 Otro:

Más información acerca de los protagonistas:

La supermodelo y actriz Tatjana Patitz fue fotografiada en esta ocasión por Herb Ritts. En el interior de la revista forma parte de un artículo de moda sobre las tendencias de ese momento (Predicciones de 1990)

Tipo de lenguaje:

- No incluye  
 Neutro  
 Actual - informal

Funciones de la palabra:

- Enunciativa  
 Programática  
 Descriptiva  
 Narrativa  
 Expresiva

Secciones a las que pertenecen los temas tratados en la portada (marcar varias si hay más de una):	<input checked="" type="checkbox"/>	Argumentativas
	<input type="checkbox"/>	Sociedad
	<input type="checkbox"/>	Editorial
	<input type="checkbox"/>	Decoración
	<input checked="" type="checkbox"/>	Moda
	<input type="checkbox"/>	Ficción
	<input type="checkbox"/>	Sexo
	<input type="checkbox"/>	Teatro
	<input type="checkbox"/>	Entrevista
	<input checked="" type="checkbox"/>	Otras: belleza y salud mental
Titulares (escribir el conjunto de ellos):	<ul style="list-style-type: none"><li>- El gran nuevo estilismo de 1990</li><li>- Las 7 edades de la piel (parecer más joven durante más tiempo)</li><li>- El futuro de la psiquiatría</li></ul>	
Observaciones:	Incorpora código de barras El tipo de letra de la cabecera es el actual Incluye mes y precio	

Revilla Benito, P. (2021). La evolución de *Vogue* a través de sus portadas. Trabajo Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid.



Portada *Vogue* USA 1995. Fuente: *Vogue Archive*

Tabla 22

Precio: 3 dólares

Fecha de publicación: 1 de enero de 1995

Tipo de portada: fotografía

Género de las personas que aparecen en las portadas:

- Masculino  
 Femenino

Número de personas que aparecen en la portada:

- Una  
 Dos  
 Tres  
 Más de tres

Profesión principal de la persona que aparece en la portada:

- Modelo  
 Cantante  
 Bailarina  
 *Influencer*  
 Fotógrafa  
 Deportista  
 Otro:

Más información acerca de los protagonistas:

La modelo y cantante Karen Mulder tuvo éxito en los años 90

Tipo de lenguaje:

- No incluye  
 Neutro  
 Actual - informal

Funciones de la palabra:

- Enunciativa  
 Programática  
 Descriptiva  
 Narrativa  
 Expresiva  
 Argumentativas

Secciones a las que pertenecen los temas tratados en la portada

- Sociedad  
 Editorial  
 Decoración

(marcar varias si hay más de una):

Moda

Ficción

Sexo

Teatro

Entrevista

Otras: belleza

Titulares (escribir el conjunto de ellos):

- Informe de la pasarela de primavera
- Las colecciones que cuentan
- Primera compra de la temporada. La nueva chaqueta estrecha
- Además. Los dos Robert De Niro, la gente real de David Letterman's y el Antonio Banderas sexy.
- ¿Es inalcanzable la moda? 9 grandes diseñadores debaten su futuro
- Cuidado de la piel en el 95. Tratamientos que realmente funcionan
- Terror en internet. La alta tecnología del espionaje

Observaciones:



Portada *Vogue USA* 2000. Fuente: *Vogue Archive*

Tabla 23

Precio: 3,50 dólares

Fecha de publicación: 1 de enero de 2000

Tipo de portada: fotografía

Género de las personas que aparecen en las portadas:

- Masculino  
 Femenino

Número de personas que aparecen en la portada:

- Una  
 Dos  
 Tres  
 Más de tres

Profesión principal de la persona que aparece en la portada:

- Modelo  
 Cantante  
 Bailarina  
 *Influencer*  
 Fotógrafa  
 Deportista  
 Otro:

Más información acerca de los protagonistas:

Los modelos Gisele Bündchen y Carmen Kass aparecen en el interior de la revista en un reportaje fotográfico de moda

Tipo de lenguaje:

- No incluye  
 Neutro  
 Actual - informal

Funciones de la palabra:

- Enunciativa  
 Programática  
 Descriptiva  
 Narrativa  
 Expresiva/ Interrogativa  
 Argumentativas

Secciones a las que pertenecen los temas tratados en la portada

- Sociedad  
 Editorial

(marcar varias si hay más de una):	<input type="checkbox"/>	Decoración
	<input checked="" type="checkbox"/>	Moda
	<input type="checkbox"/>	Ficción
	<input type="checkbox"/>	Sexo
	<input type="checkbox"/>	Teatro
	<input checked="" type="checkbox"/>	Entrevista
	<input type="checkbox"/>	Otras
Titulares (escribir el conjunto de ellos):	<ul style="list-style-type: none"><li>- Las estrellas de hoy, Gisele y Carmen</li><li>- Historia de supermodelo, seis décadas de secretos y éxito</li><li>- Reportaje completo de las colecciones, lo nuevo elegante para día y noche</li><li>- ¿Es Bill Bradley demasiado excéntrico para América?</li></ul>	
Observaciones:	Incorpora código de barras El tipo de letra de la cabecera es el actual Incluye el precio	



Portada *Vogue* USA 2005. Fuente: *Vogue Archive*

Tabla 24

Precio: 3,50 dólares

Fecha de publicación: 1 de enero de 2005

Tipo de portada: fotografía

Género de las personas que aparecen en las portadas:

- Masculino  
 Femenino

Número de personas que aparecen en la portada:

- Una  
 Dos  
 Tres  
 Más de tres

Profesión principal de la persona que aparece en la portada:

- Modelo  
 Cantante  
 Bailarina  
 *Influencer*  
 Fotógrafa  
 Deportista  
 Otro:

Más información acerca de los protagonistas:

Jennifer López protagoniza la portada. Actriz, cantante, bailarina y compositora son algunas de sus facetas más conocidas

Tipo de lenguaje:

- No incluye  
 Neutro  
 Actual - informal

Funciones de la palabra:

- Enunciativa  
 Programática  
 Descriptiva  
 Narrativa  
 Expresiva  
 Argumentativas

Secciones a las que pertenecen los temas tratados en la portada

- Sociedad  
 Editorial

(marcar varias si hay más de una):

Decoración

Moda

Ficción

Sexo

Teatro

Entrevista

Otras: belleza

Titulares (escribir el conjunto de ellos):

- Jennifer López “Parece que vuelvo a comenzar”
- Corte superior. El estilista de cabello más caro del mundo
- Las 50 mujeres del año mejor vestidas. Protagonizado por Sarah Jessica, Nicole, Gwen... y muchas más
- Las mejores colecciones de la primavera. Faldas llenas, chaquetas chulas y estampados coloridos
- Por qué América ama a Laura. Una visita íntima con el Presidente y la señora Bush

Observaciones:



Portada *Vogue USA* 2010. Fuente: *Vogue Archive*

Tabla 25

Precio: 3,95 dólares

Fecha de publicación: 1 de enero de 2010

Tipo de portada: fotografía

Género de las personas que aparecen en las portadas:

- Masculino  
 Femenino

Número de personas que aparecen en la portada:

- Una  
 Dos  
 Tres  
 Más de tres

Profesión principal de la persona que aparece en la portada:

- Modelo  
 Cantante  
 Bailarina  
 *Influencer*  
 Fotógrafa  
 Deportista  
 Otro: actriz

Más información acerca de los protagonistas:

Rachel McAdams es una actriz que tuvo mucho éxito desde inicios del siglo XXI por participar en películas como *Mean Girls* y *The Notebook*

Tipo de lenguaje:

- No incluye  
 Neutro  
 Actual - informal

Funciones de la palabra:

- Enunciativa  
 Programática  
 Descriptiva  
 Narrativa  
 Expresiva  
 Argumentativas  
 Sociedad

Secciones a las que pertenecen los temas tratados en la portada (marcar varias si hay más de una):

- Editorial
- Decoración
- Moda
- Ficción
- Sexo
- Teatro
- Entrevista
- Otras

Titulares (escribir el conjunto de ellos):

- Senderismo de lujo, el spa definitivo de Estados Unidos
- Terremoto de juventud 2010
- Advenedizos de la moda
- Clásicos revitalizados
- Chaquetas "antibalas"
- Vestidos de cóctel elegantes y atrevidos
- Mirando hacia adelante, mirando hacia atrás. Los más valientes y mejor vestidos de la década
- Rachel McAdams, chica mala convertida en detective sexy
- Cuando la talla 4 es demasiado grande. La lucha de una modelo con curvas para encajar
- Mentiras blancas ¿Tus dientes blanqueados esconden problemas de salud?

Observaciones:

Contiene código de barras  
Portada sobrecargada de  
información



Portada *Vogue USA* 2015. Fuente: *Vogue Archive*

Tabla 26

Precio: 3,95 dólares

Fecha de publicación: 1 de enero de 2015

Tipo de portada: fotografía

Género de las personas que aparecen en las portadas:

- Masculino  
 Femenino

Número de personas que aparecen en la portada:

- Una  
 Dos  
 Tres  
 Más de tres

Profesión principal de la persona que aparece en la portada:

- Modelo  
 Cantante  
 Bailarina  
 *Influencer*  
 Fotógrafa  
 Deportista  
 Otro: actriz

Más información acerca de los protagonistas:

Sienna Miller es actriz, modelo y diseñadora de moda

Tipo de lenguaje:

- No incluye  
 Neutro  
 Actual - informal

Funciones de la palabra:

- Enunciativa  
 Programática  
 Descriptiva  
 Narrativa  
 Expresiva  
 Argumentativas

Secciones a las que pertenecen los temas tratados en la portada

- Sociedad  
 Editorial  
 Decoración

(marcar varias si hay más de una):

- Moda
- Ficción
- Sexo
- Teatro
- Entrevista
- Otras: alimentación

Titulares (escribir el conjunto de ellos):

- Como como una vikinga. La próxima dieta
- Super Bowl. Punch son los nuevos cócteles
- Fka Twigs. La nueva estrella rompedora
- Fuera de hora. James Corden habla del *Late Night*
- Sienna Miller. Su fabuloso segundo acto "Estoy intentando llevarlo con calma. Pero por dentro estoy bailando"
- La moda del nuevo año. Los pendientes son grandes, las chaquetas pequeñas y los tacones ¡altos, altos, altos!

Observaciones:

Revilla Benito, P. (2021). La evolución de *Vogue* a través de sus portadas. Trabajo Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid.



Portada *Vogue USA* 2020. Fuente: *Vogue Archive*

Tabla 27

Precio: 7,99 dólares

Fecha de publicación: 1 de enero de 2020

Tipo de portada: fotografía

Género de las personas que aparecen en las portadas:

- Masculino  
 Femenino

Número de personas que aparecen en la portada:

- Una  
 Dos  
 Tres  
 Más de tres

Profesión principal de la persona que aparece en la portada:

- Modelo  
 Cantante  
 Bailarina  
 *Influencer*  
 Fotógrafa  
 Deportista  
 Otro:

Más información acerca de los protagonistas:

Ashley Graham forma parte del reducido grupo de modelos *curvy*

Tipo de lenguaje:

- No incluye  
 Neutro  
 Actual - informal

Funciones de la palabra:

- Enunciativa  
 Programática  
 Descriptiva  
 Narrativa  
 Expresiva  
 Argumentativas

Secciones a las que pertenecen los temas tratados en la portada

- Sociedad  
 Editorial  
 Decoración

(marcar varias si hay más de una):	<input type="checkbox"/>	Moda
	<input type="checkbox"/>	Ficción
	<input type="checkbox"/>	Sexo
	<input type="checkbox"/>	Teatro
	<input type="checkbox"/>	Entrevista
	<input checked="" type="checkbox"/>	Otras: música
Titulares (escribir el conjunto de ellos):	<ul style="list-style-type: none"><li>- Madres de la reinención, Ashley Graham. La modelo que cambió una industria</li><li>- Más: Cardi B, Greta Gerwig, Stella McCartney</li><li>- Valores de <i>Vogue</i> 2020. Es hora de modelar el futuro</li></ul>	
Observaciones:	Tiene código de barras, pero en esta imagen no aparece	

Revilla Benito, P. (2021). La evolución de *Vogue* a través de sus portadas. Trabajo Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid.



Portada *Vogue* USA 2021. Fuente: *Vogue Archive*

Tabla 28

Precio: 7,99 dólares

Fecha de publicación: 1 de enero de 2021

Tipo de portada: fotografía

Género de las personas que aparecen en las portadas:

- Masculino  
 Femenino

Número de personas que aparecen en la portada:

- Una  
 Dos  
 Tres  
 Más de tres

Profesión principal de la persona que aparece en la portada:

- Modelo  
 Cantante  
 Bailarina  
 *Influencer*  
 Fotógrafa  
 Deportista  
 Otro:

Más información acerca de los protagonistas:

Naomi Osaka es jugadora de tenis

Tipo de lenguaje:

- No incluye  
 Neutro  
 Actual - informal

Funciones de la palabra:

- Enunciativa  
 Programática  
 Descriptiva  
 Narrativa  
 Expresiva  
 Argumentativas

Secciones a las que pertenecen los temas tratados en la portada (marcar varias si hay más de una):

- Sociedad  
 Editorial  
 Decoración  
 Moda

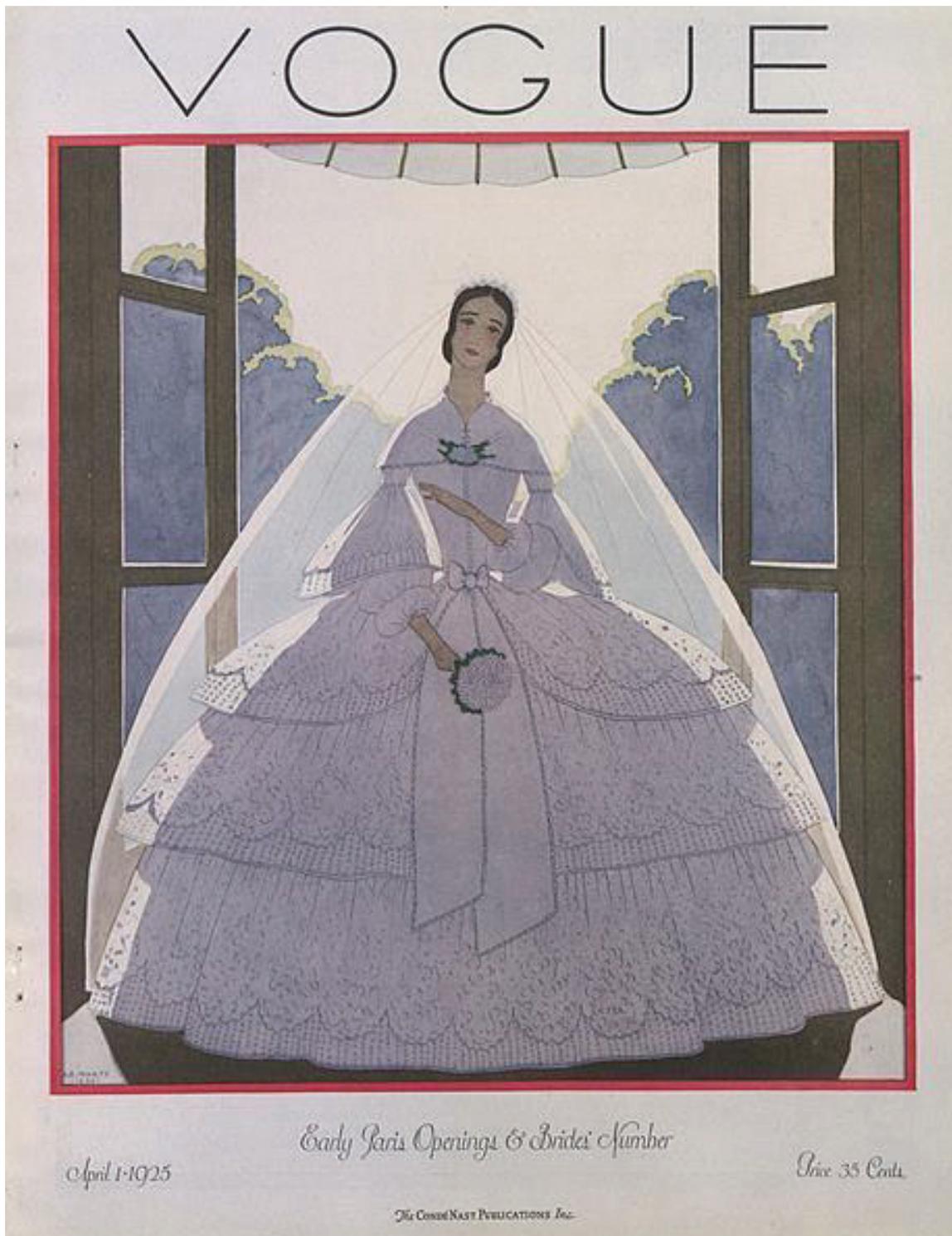
- Ficción
- Sexo
- Teatro
- Entrevista
- Otras: deportes

Titulares (escribir el conjunto de ellos):

- Naomi Osaka, una campeona reinventada
- Más: Frances McDormand, Paloma Elsesser, Rosalía y 18 más personas que conducen al cambio
- Vestirse para el futuro. La moda que importa
- Valores de *Vogue* de 2021. Nuevo año, nuevo mundo

Observaciones:

Ediciones especiales



Portada Vogue USA abril 1925. Fuente: Vogue Archive

Tabla 29

Precio: 35 centavos

Fecha de publicación: 1 de abril de 1925

Tipo de portada: ilustración

Género de las personas que aparecen en las portadas:

- Masculino  
 Femenino

Número de personas que aparecen en la portada:

- Una  
 Dos  
 Tres  
 Más de tres

Profesión principal de la persona que aparece en la portada:

- Modelo  
 Cantante  
 Bailarina  
 *Influencer*  
 Fotógrafa  
 Deportista  
 Otro: mujer anónima

Más información acerca de los protagonistas:

Se trata de una novia

Tipo de lenguaje:

- No incluye  
 Neutro  
 Actual - informal

Funciones de la palabra:

- Enunciativa  
 Programática  
 Descriptiva  
 Narrativa  
 Expresiva  
 Argumentativas

Secciones a las que pertenecen los temas tratados en la portada (marcar varias si hay más de una):

- Sociedad  
 Editorial  
 Decoración  
 Moda

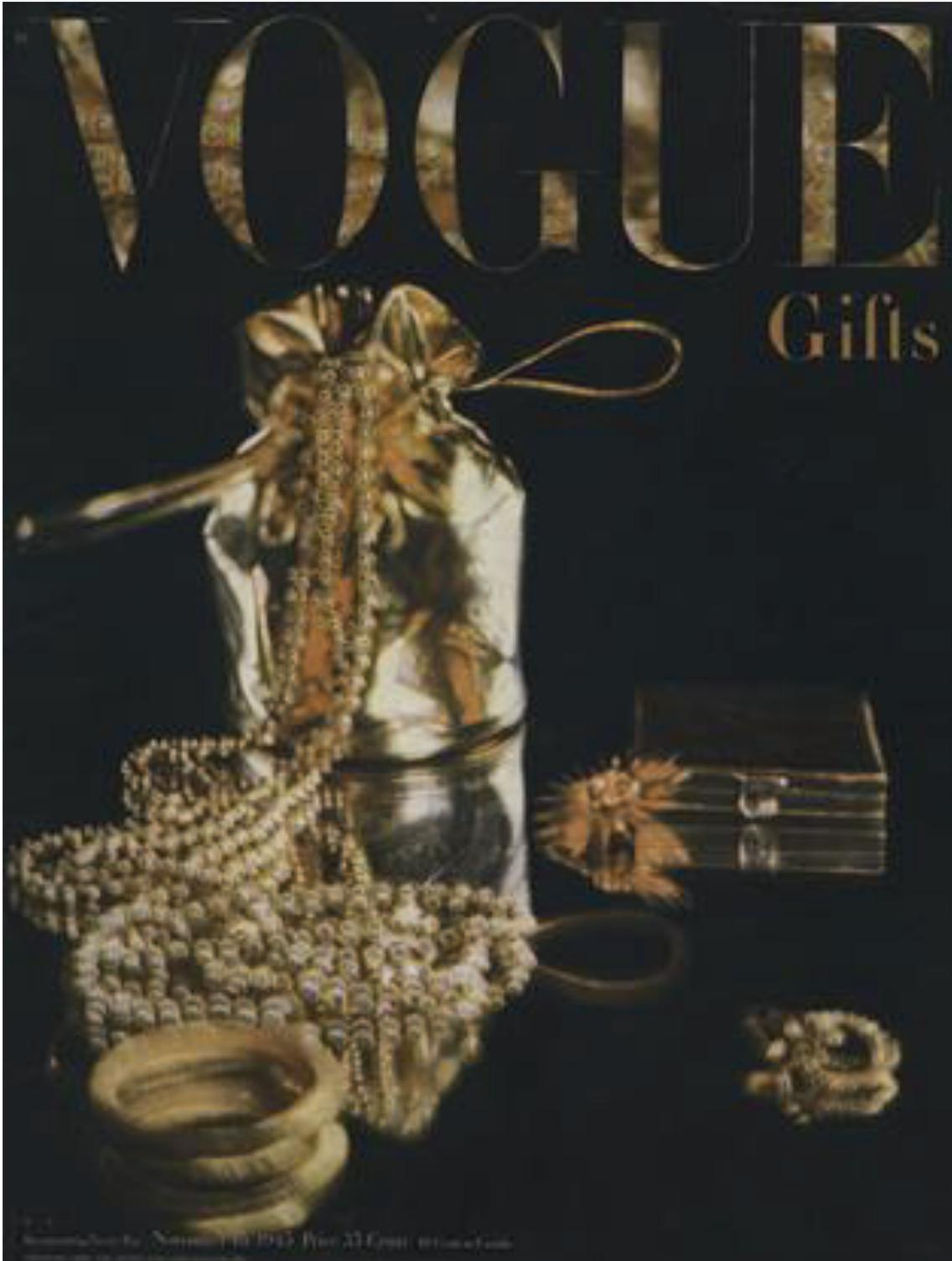
- Ficción
- Sexo
- Teatro
- Entrevista
- Otras

Titulares (escribir el conjunto de ellos):

Observaciones:

En la parte inferior aparece la fecha, el precio, el editor y el tipo de publicación "Número de las primeras aperturas de París y novias"

Revilla Benito, P. (2021). La evolución de *Vogue* a través de sus portadas. Trabajo Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid.



*Portada Vogue USA noviembre 1945. Fuente: Vogue Archive*

Tabla 30

Precio: 35 centavos

Fecha de publicación: 15 de noviembre de 1945

Tipo de portada: ilustración

Género de las personas que aparecen en las portadas:

- Masculino  
 Femenino

Número de personas que aparecen en la portada:

- Una  
 Dos  
 Tres  
 Más de tres

Profesión principal de la persona que aparece en la portada:

- Modelo  
 Cantante  
 Bailarina  
 *Influencer*  
 Fotógrafa  
 Deportista  
 Otro:

Más información acerca de los protagonistas:

Tipo de lenguaje:

- No incluye  
 Neutro  
 Actual - informal

Funciones de la palabra:

- Enunciativa  
 Programática  
 Descriptiva  
 Narrativa  
 Expresiva  
 Argumentativas

Secciones a las que pertenecen los temas tratados en la portada (marcar varias si hay más de una):

- Sociedad  
 Editorial  
 Decoración  
 Moda

- Ficción
- Sexo
- Teatro
- Entrevista
- Otras

Titulares (escribir el conjunto de ellos):

Observaciones:

No aparecen personas en la portada, se trata de un regalo, carteras y joyas



Portada *Vogue USA* mayo 1967. Fuente: *Vogue Archive*

Tabla 31

Precio: 75 centavos

Fecha de publicación: 1 de mayo de 1967

Tipo de portada: fotografía

Género de las personas que aparecen en las portadas:

- Masculino  
 Femenino

Número de personas que aparecen en la portada:

- Una  
 Dos  
 Tres  
 Más de tres

Profesión principal de la persona que aparece en la portada:

- Modelo  
 Cantante  
 Bailarina  
 *Influencer*  
 Fotógrafa  
 Deportista  
 Otro: actriz

Más información acerca de los protagonistas:

Candice Bergen es una actriz estadounidense, ganadora de cinco *Emmy* y dos Globos de Oro.

Tipo de lenguaje:

- No incluye  
 Neutro  
 Actual - informal

Funciones de la palabra:

- Enunciativa  
 Programática  
 Descriptiva  
 Narrativa  
 Expresiva  
 Argumentativas

Secciones a las que pertenecen los temas tratados en la portada

- Sociedad  
 Editorial  
 Decoración

(marcar varias si hay más de una):	<input checked="" type="checkbox"/>	Moda
	<input type="checkbox"/>	Ficción
	<input type="checkbox"/>	Sexo
	<input type="checkbox"/>	Teatro
	<input type="checkbox"/>	Entrevista
	<input checked="" type="checkbox"/>	Otras: relaciones, entretenimiento, finanzas
Titulares (escribir el conjunto de ellos):		- Publicación especial - La vida que hay en la moda - La mujer americana en 1967...Amor...Dinero...Marido robando...Psiquiatría...Arte...Trabajo...Diversión...Entretenimiento... La buena vida donde la acción se sitúa en...Mujeres alrededor del mapa de Estados Unidos
Observaciones:		

Revilla Benito, P. (2021). La evolución de *Vogue* a través de sus portadas. Trabajo Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid.



Portada *Vogue* USA diciembre 1971. Fuente: *Vogue Archive*

Tabla 32

Precio: 1 dólar

Fecha de publicación: 1 de diciembre de 1971

Tipo de portada: fotografía

Género de las personas que aparecen en las portadas:

- Masculino  
 Femenino

Número de personas que aparecen en la portada:

- Una  
 Dos  
 Tres  
 Más de tres

Profesión principal de la persona que aparece en la portada:

- Modelo  
 Cantante  
 Bailarina  
 *Influencer*  
 Fotógrafa  
 Deportista  
 Otro: actriz

Más información acerca de los protagonistas:

Grace Kelly fue Princesa de Mónaco, actriz y ganadora de un Oscar

Tipo de lenguaje:

- No incluye  
 Neutro  
 Actual - informal

Funciones de la palabra:

- Enunciativa  
 Programática  
 Descriptiva  
 Narrativa  
 Expresiva  
 Argumentativas

Secciones a las que pertenecen los temas tratados en la portada

- Sociedad  
 Editorial  
 Decoración

(marcar varias si hay más de una):	<input checked="" type="checkbox"/>	Moda
	<input type="checkbox"/>	Ficción
	<input type="checkbox"/>	Sexo
	<input type="checkbox"/>	Teatro
	<input type="checkbox"/>	Entrevista
	<input type="checkbox"/>	Otras
Titulares (escribir el conjunto de ellos):		-Una vez al año - Publicación de gala de navidad
Observaciones:		Aparece junto a la fotografía el nombre de la protagonista al contrario que en otras ocasiones anteriores que no se las nombra

Revilla Benito, P. (2021). La evolución de *Vogue* a través de sus portadas. Trabajo Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid.



Portada *Vogue USA* septiembre 1984. Fuente: *Vogue Archive*

Tabla 33

Precio: 3,50 dólares

Fecha de publicación: 1 de septiembre de 1984

Tipo de portada: fotografía

Género de las personas que aparecen en las portadas:

- Masculino  
 Femenino

Número de personas que aparecen en la portada:

- Una  
 Dos  
 Tres  
 Más de tres

Profesión principal de la persona que aparece en la portada:

- Modelo  
 Cantante  
 Bailarina  
 *Influencer*  
 Fotógrafa  
 Deportista  
 Otro:

Más información acerca de los protagonistas:

Kim Alexis es una modelo que tuvo mucho éxito en los años 70 y 80

Tipo de lenguaje:

- No incluye  
 Neutro  
 Actual - informal

Funciones de la palabra:

- Enunciativa  
 Programática  
 Descriptiva  
 Narrativa  
 Expresiva  
 Argumentativas

Secciones a las que pertenecen los temas tratados en la portada

- Sociedad  
 Editorial  
 Decoración

(marcar varias si hay más de una):	<input checked="" type="checkbox"/>	Moda
	<input type="checkbox"/>	Ficción
	<input type="checkbox"/>	Sexo
	<input type="checkbox"/>	Teatro
	<input type="checkbox"/>	Entrevista
	<input type="checkbox"/>	Otras
Titulares (escribir el conjunto de ellos):	<ul style="list-style-type: none"><li>- El nuevo atractivo de la moda</li><li>- Más de 200 estilismos terroríficos</li><li>- Colecciones de Nueva York</li></ul>	
Observaciones:	Es un especial pues hasta el momento era la publicación más grande que habían lanzado	



Portada *Vogue USA* abril 1995. Fuente: *Vogue Archive*

Tabla 34

Precio: 3 dólares

Fecha de publicación: 1 de abril de 1995

Tipo de portada: fotografía

Género de las personas que aparecen en las portadas:

- Masculino  
 Femenino

Número de personas que aparecen en la portada:

- Una  
 Dos  
 Tres  
 Más de tres

Profesión principal de la persona que aparece en la portada:

- Modelo  
 Cantante  
 Bailarina  
 *Influencer*  
 Fotógrafa  
 Deportista  
 Otro:

Más información acerca de los protagonistas:

A Kristen McMenamy se la conoce por además de su trabajo como modelo por su aspecto andrógino

Tipo de lenguaje:

- No incluye  
 Neutro  
 Actual - informal

Funciones de la palabra:

- Enunciativa  
 Programática  
 Descriptiva  
 Narrativa  
 Expresiva  
 Argumentativas

Secciones a las que pertenecen los temas tratados en la portada

- Sociedad  
 Editorial  
 Decoración

(marcar varias si hay más de una):

- |                                     |            |
|-------------------------------------|------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | Moda       |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Ficción    |
| <input type="checkbox"/>            | Sexo       |
| <input type="checkbox"/>            | Teatro     |
| <input type="checkbox"/>            | Entrevista |
| <input type="checkbox"/>            | Otras      |

Titulares (escribir el conjunto de ellos):

- Secretos para comprar de la mano de cuatro adictos a la moda
- De la pobreza a la riqueza. ¿Tus vaqueros valen 10000 dólares?
- Mordiscos de realidad. Los mitos en libros de cocina bajos en grasa
- Brillos de primavera. Sexy satén y florales fabulosos
- Linda Fiorentino. La *femme fatale* que debería haber ganado un Oscar

Observaciones:



Portada *Vogue USA* agosto 1997. Fuente: *Vogue Archive*

Tabla 35

Precio: 3 dólares

Fecha de publicación: 1 de agosto de 1997

Tipo de portada: fotografía

Género de las personas que aparecen en las portadas:

- Masculino  
 Femenino

Número de personas que aparecen en la portada:

- Una  
 Dos  
 Tres  
 Más de tres

Profesión principal de la persona que aparece en la portada:

- Modelo  
 Cantante  
 Bailarina  
 *Influencer*  
 Fotógrafa  
 Deportista  
 Otro:

Más información acerca de los protagonistas:

Georgina Grenville es una modelo sudafricana

Tipo de lenguaje:

- No incluye  
 Neutro  
 Actual - informal

Funciones de la palabra:

- Enunciativa  
 Programática  
 Descriptiva  
 Narrativa  
 Expresiva  
 Argumentativas

Secciones a las que pertenecen los temas tratados en la portada (marcar varias si hay más de una):

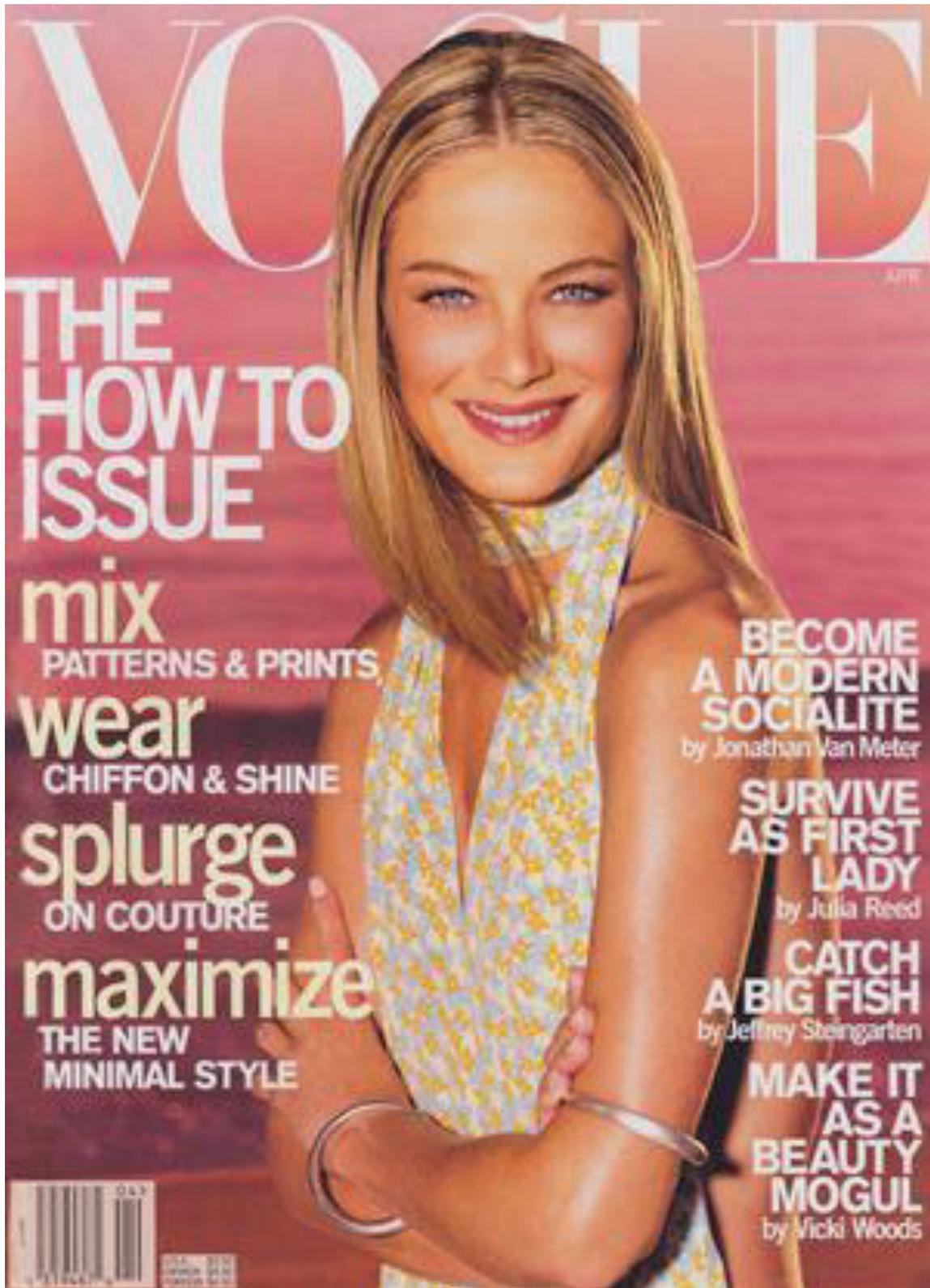
- Sociedad  
 Editorial  
 Decoración  
 Moda

- Ficción
- Sexo
- Teatro
- Entrevista
- Otras

Titulares (escribir el conjunto de ellos):

- La publicación del traje
- Los 100 mejores, del holgado chic al escandalosamente sexy
- Mujeres bien vestidas de traje. Hillary a Madonna. Quién lleva qué
- Accesorios perfectos
- Buenas noticias para malas piernas. Cómo mejorar la naturaleza

Observaciones:



Portada *Vogue* USA abril 2000. Fuente: *Vogue Archive*

Revilla Benito, P. (2021). La evolución de *Vogue* a través de sus portadas. Trabajo Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid.

Tabla 36

Precio: 3,50 dólares

Fecha de publicación: 1 de abril de 2000

Tipo de portada: fotografía

Género de las personas que aparecen en las portadas:

- Masculino  
 Femenino

Número de personas que aparecen en la portada:

- Una  
 Dos  
 Tres  
 Más de tres

Profesión principal de la persona que aparece en la portada:

- Modelo  
 Cantante  
 Bailarina  
 *Influencer*  
 Fotógrafa  
 Deportista  
 Otro:

Más información acerca de los protagonistas:

Carolyn Murphy fue en 2006 una de las modelos mejor pagadas

Tipo de lenguaje:

- No incluye  
 Neutro  
 Actual - informal

Funciones de la palabra:

- Enunciativa  
 Programática  
 Descriptiva  
 Narrativa  
 Expresiva  
 Argumentativas

Secciones a las que pertenecen los temas tratados en la portada

- Sociedad  
 Editorial  
 Decoración

(marcar varias si hay más de una):

- Moda
- Ficción
- Sexo
- Teatro
- Entrevista
- Otras

Titulares (escribir el conjunto de ellos):

- La revista del cómo
- Mezcla patrones y estampados
- Lleva gasa y brilla
- Derrocha en costura
- Maximiza. El nuevo estilo *minimal*
- Conviértete en una mujer moderna de la alta sociedad por Jonathan Van Meter
- Sobrevive como Primera Dama por Julia Reed
- Caza un gran pez por Jeffrey Steingarten
- Conviértete en una magnate de la belleza por Vicki Woods

Observaciones:



Portada *Vogue USA* agosto 2002. Fuente: *Vogue Archive*

Tabla 37

Precio: 3,50 dólares

Fecha de publicación: 1 de agosto de 2002

Tipo de portada: fotografía

Género de las personas que aparecen en las portadas:

- Masculino  
 Femenino

Número de personas que aparecen en la portada:

- Una  
 Dos  
 Tres  
 Más de tres

Profesión principal de la persona que aparece en la portada:

- Modelo  
 Cantante  
 Bailarina  
 *Influencer*  
 Fotógrafa  
 Deportista  
 Otro: actriz

Más información acerca de los protagonistas:

Jennifer Aniston adquirió su éxito gracias a su papel en la serie de comedia *Friends*. Sus estilismos en la serie son muy conocidos

Tipo de lenguaje:

- No incluye  
 Neutro  
 Actual - informal

Funciones de la palabra:

- Enunciativa  
 Programática  
 Descriptiva  
 Narrativa  
 Expresiva  
 Argumentativas

Secciones a las que pertenecen los temas tratados en la portada

- Sociedad  
 Editorial

(marcar varias si hay más de una):

- |                                     |            |
|-------------------------------------|------------|
| <input type="checkbox"/>            | Decoración |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Moda       |
| <input type="checkbox"/>            | Ficción    |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Sexo       |
| <input type="checkbox"/>            | Teatro     |
| <input type="checkbox"/>            | Entrevista |
| <input type="checkbox"/>            | Otras      |

Titulares (escribir el conjunto de ellos):

- La publicación de la edad
- Qué llevar
- Dónde comprar
- Cuándo mentir
- Cómo tener piernas sexys (y una vida sexual) por siempre
- Además. Impulsores de estilo desde los 16 a mayores de 80. C.Z Guest, Diane Sawyer, Cindy Crawford, Elaine Stritch, Alicia Keys, Condoleeza Rice, Michelle Pfeiffer, Reese Witherspoon, Amanda Harlech... y más
- La belleza de todos los americanos. El encanto natural de Jennifer Aniston
- Recordando al gran Bill Blass
- ¿Qué edad tiene? Operaciones cosméticas. Qué hay nuevo, cuál es lo próximo
- Moda para todos. 75 estilismos para día y noche

Observaciones:



Portada *Vogue USA* abril 2004. Fuente: *Vogue Archive*

Tabla 38

Precio: 3,50 dólares

Fecha de publicación: 1 de abril de 2004

Tipo de portada: fotografía

Género de las personas que aparecen en las portadas:

- Masculino  
 Femenino

Número de personas que aparecen en la portada:

- Una  
 Dos  
 Tres  
 Más de tres

Profesión principal de la persona que aparece en la portada:

- Modelo  
 Cantante  
 Bailarina  
 *Influencer*  
 Fotógrafa  
 Deportista  
 Otro:

Más información acerca de los protagonistas:

Gwen Stefani es cantante desde 1986 y diseñadora de moda

Tipo de lenguaje:

- No incluye  
 Neutro  
 Actual - informal

Funciones de la palabra:

- Enunciativa  
 Programática  
 Descriptiva  
 Narrativa  
 Expresiva  
 Argumentativas

Secciones a las que pertenecen los temas tratados en la portada

- Sociedad  
 Editorial  
 Decoración

(marcar varias si hay más de una):	<input type="checkbox"/>	Moda
	<input type="checkbox"/>	Ficción
	<input type="checkbox"/>	Sexo
	<input type="checkbox"/>	Teatro
	<input checked="" type="checkbox"/>	Entrevista
	<input checked="" type="checkbox"/>	Otras: alimentación
Titulares (escribir el conjunto de ellos):	<ul style="list-style-type: none"><li>- La publicación de la forma</li><li>- La epidemia de la obesidad. Por qué América sigue ganando peso</li><li>- Qué llevar si eres/estás alta, baja, delgada, con curvas, atlética, embarazada. Las mujeres reales revelan que llevan desde la XS hasta la XL. Además, los mejores trajes de primavera</li><li>- Gwen Stefani sobre el <i>glamour</i>, Gavin y cantar en solitario</li><li>- Dietas milagrosas. Exclusiva de Vogue, la alternativa a la Atkins y 10, 9, 8,7... perder esos últimos cruciales gramos</li></ul>	
Observaciones:		



Portada *Vogue USA* marzo 2007. Fuente: *Vogue Archive*

Tabla 39

Precio: 3,99 dólares

Fecha de publicación: 1 de marzo de 2007

Tipo de portada: fotografía

Género de las personas que aparecen en las portadas:

- Masculino  
 Femenino

Número de personas que aparecen en la portada:

- Una  
 Dos  
 Tres  
 Más de tres

Profesión principal de la persona que aparece en la portada:

- Modelo  
 Cantante  
 Bailarina  
 *Influencer*  
 Fotógrafa  
 Deportista  
 Otro: actriz

Más información acerca de los protagonistas:

Jennifer Hudson es actriz y cantante

Tipo de lenguaje:

- No incluye  
 Neutro  
 Actual - informal

Funciones de la palabra:

- Enunciativa  
 Programática  
 Descriptiva  
 Narrativa  
 Expresiva  
 Argumentativas

Secciones a las que pertenecen los temas tratados en la portada (marcar varias si hay más de una):

- Sociedad  
 Editorial  
 Decoración  
 Moda

- Ficción
- Sexo
- Teatro
- Entrevista
- Otras

Titulares (escribir el conjunto de ellos):

- ¡Por encima de la cima! Más de 630 páginas de moda fabulosa
- La revista del poder. Protagonizado por Jennifer Hudson, la chica de ensueño de América
- Además: Michelle Williams, Bill Nighy, Ivanka Trump, Cristiano Ronaldo, Nancy Pelosi, Vanessa Redgrave, Natalia Vodianova, Selma Blair, Anna Netbreko, Silda Spitzer
- Búsqueda del tesoro. 100 increíbles descubrimientos por debajo de 100 dólares

Observaciones:

Encima del nombre de la revista aparece "Nuestra revista de primavera más grande"



Portada *Vogue USA* mayo 2010. Fuente: *Vogue Archive*

Tabla 40

Precio: 3,95 dólares

Fecha de publicación: 1 de mayo de 2010

Tipo de portada: fotografía

Género de las personas que aparecen en las portadas:

- Masculino  
 Femenino

Número de personas que aparecen en la portada:

- Una  
 Dos  
 Tres  
 Más de tres

Profesión principal de la persona que aparece en la portada:

- Modelo  
 Cantante  
 Bailarina  
 *Influencer*  
 Fotógrafa  
 Deportista  
 Otro: actriz

Más información acerca de los protagonistas:

Sarah Jessica Parker es una actriz de fama internacional conocida por su papel en *Sex and the City*

Tipo de lenguaje:

- No incluye  
 Neutro  
 Actual - informal

Funciones de la palabra:

- Enunciativa  
 Programática  
 Descriptiva  
 Narrativa  
 Expresiva  
 Argumentativas

Secciones a las que pertenecen los temas tratados en la portada

- Sociedad  
 Editorial  
 Decoración

(marcar varias si hay más de una):

- |                                     |            |
|-------------------------------------|------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | Moda       |
| <input type="checkbox"/>            | Ficción    |
| <input type="checkbox"/>            | Sexo       |
| <input type="checkbox"/>            | Teatro     |
| <input type="checkbox"/>            | Entrevista |
| <input type="checkbox"/>            | Otras      |

Titulares (escribir el conjunto de ellos):

-Encuentra tu estilo. Chica festiva brillante, elegante clásico, diosa del *glamour*, trabajadora guay. Los estilismos que se ajustan a tu vida  
-*Sex and the City*. Sarah Jessica Parker. Estrella de la moda y madre moderna. Además: Taylor Swift, Lindsey Vonn  
- La cara detrás de *Facebook*  
- Una mujer piloto en Afganistán  
- Revista especial. Grandes mujeres americanas

Observaciones:



Portada *Vogue USA* septiembre 2012. Fuente: *Vogue Archive*

Revilla Benito, P. (2021). La evolución de *Vogue* a través de sus portadas. Trabajo Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid.

Tabla 41

Precio: 3,95 dólares

Fecha de publicación: 1 de septiembre de 2012

Tipo de portada: fotografía

Género de las personas que aparecen en las portadas:

- Masculino  
 Femenino

Número de personas que aparecen en la portada:

- Una  
 Dos  
 Tres  
 Más de tres

Profesión principal de la persona que aparece en la portada:

- Modelo  
 Cantante  
 Bailarina  
 *Influencer*  
 Fotógrafa  
 Deportista  
 Otro:

Más información acerca de los protagonistas:

Lady Gaga es cantante y actriz. Guarda a sus espaldas éxitos como *Bad Romance*, Alejandro o *Shallow*

Tipo de lenguaje:

- No incluye  
 Neutro  
 Actual - informal

Funciones de la palabra:

- Enunciativa  
 Programática  
 Descriptiva  
 Narrativa  
 Expresiva  
 Argumentativas

Secciones a las que pertenecen los temas tratados en la portada

- Sociedad  
 Editorial

(marcar varias si hay más de una):

- Decoración
- Moda
- Ficción
- Sexo
- Teatro
- Entrevista
- Otras

Titulares (escribir el conjunto de ellos):

-916 páginas de moda de otoño espectacular para todos  
- ¿Crees que conoces a Lady Gaga? Piénsalo de nuevo  
- Publicación especial de aniversario. 120 años de estilo. Las estrellas, las modelos, los editores, los diseñadores  
- Exclusiva. Chelsea Clinton. Una mirada por dentro  
- El pelo es el nuevo maquillaje. La tendencia más intrépida del otoño

Observaciones:



Portada *Vogue* USA diciembre 2017. Fuente: *Vogue Archive*

Tabla 42

Precio: 5,99 dólares

Fecha de publicación: 1 de diciembre de 2017

Tipo de portada: fotografía

Género de las personas que aparecen en las portadas:

- Masculino  
 Femenino

Número de personas que aparecen en la portada:

- Una  
 Dos  
 Tres  
 Más de tres

Profesión principal de la persona que aparece en la portada:

- Modelo  
 Cantante  
 Bailarina  
 *Influencer*  
 Fotógrafa  
 Deportista  
 Otro: actriz

Más información acerca de los protagonistas:

Meryl Streep ha participado en películas como *Mamma Mia*, *La dama de hierro*, *Mujercitas*, *El diablo viste de Prada* o *The Post*

Tipo de lenguaje:

- No incluye  
 Neutro  
 Actual - informal

Funciones de la palabra:

- Enunciativa  
 Programática  
 Descriptiva  
 Narrativa  
 Expresiva  
 Argumentativas

Secciones a las que pertenecen los temas tratados en la portada

- Sociedad  
 Editorial

(marcar varias si hay más de una):

- Decoración
- Moda
- Ficción
- Sexo
- Teatro
- Entrevista
- Otras

Titulares (escribir el conjunto de ellos):

- Antes y ahora. Celebrando los 125 años de quiénes somos, que amamos y qué es lo próximo  
- Publicación especial. Protagonizada por Meryl Streep, Pharrell, Claire Foy, Greta Gerwig, Gigi Hadid, Beyoncé y Jay – Z, Michael B. Jordan, Phoebe Waller – Bridge, Erica la Robot

Observaciones:

Revilla Benito, P. (2021). La evolución de *Vogue* a través de sus portadas. Trabajo Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid.



Portada *Vogue USA* junio/julio 2020. Fuente: *Vogue Archive*

Tabla 43

Precio: 7,99 dólares

Fecha de publicación: 1 de junio de 2020

Tipo de portada: fotografía

Género de las personas que aparecen en las portadas:

- Masculino  
 Femenino

Número de personas que aparecen en la portada:

- Una  
 Dos  
 Tres  
 Más de tres

Profesión principal de la persona que aparece en la portada:

- Modelo  
 Cantante  
 Bailarina  
 *Influencer*  
 Fotógrafa  
 Deportista  
 Otro:

Más información acerca de los protagonistas:

La portada presenta una rosa en el centro sobre un fondo blanco

Tipo de lenguaje:

- No incluye  
 Neutro  
 Actual - informal

Funciones de la palabra:

- Enunciativa  
 Programática  
 Descriptiva  
 Narrativa  
 Expresiva  
 Argumentativas

Secciones a las que pertenecen los temas tratados en la portada

- Sociedad  
 Editorial  
 Decoración

(marcar varias si hay más de una):

Moda

Ficción

Sexo

Teatro

Entrevista

Otras

Titulares (escribir el conjunto de ellos):

- Nuestro hilo común
- Una publicación especial.  
Creatividad en tiempo de crisis

Observaciones:

Revilla Benito, P. (2021). La evolución de *Vogue* a través de sus portadas. Trabajo Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid.



Portada *Vogue USA* septiembre 2020. Fuente: *Vogue Archive*

Tabla 44

Precio: 9,99 dólares

Fecha de publicación: 1 de septiembre de 2020

Tipo de portada: ilustración

Género de las personas que aparecen en las portadas:

- Masculino  
 Femenino

Número de personas que aparecen en la portada:

- Una  
 Dos  
 Tres  
 Más de tres

Profesión principal de la persona que aparece en la portada:

- Modelo  
 Cantante  
 Bailarina  
 *Influencer*  
 Fotógrafa  
 Deportista  
 Otro: mujer anónima

Más información acerca de los protagonistas:

Es una mujer de raza negra en el interior de una casa

Tipo de lenguaje:

- No incluye  
 Neutro  
 Actual - informal

Funciones de la palabra:

- Enunciativa  
 Programática  
 Descriptiva  
 Narrativa  
 Expresiva  
 Argumentativas

Secciones a las que pertenecen los temas tratados en la portada (marcar varias si hay más de una):

- Sociedad  
 Editorial  
 Decoración  
 Moda

- Ficción
- Sexo
- Teatro
- Entrevista
- Otras

Titulares (escribir el conjunto de ellos):

- Esperanza. Una publicación especial
- Más de 100 voces del futuro de la moda

Observaciones: