



Universidad de Valladolid

Facultad de Filosofía y Letras

-Grado en Periodismo-

**Análisis de la prensa especializadas en moda.
Revistas de moda masculina. -El Caso de *GQ*-**

Realizado por: María Merino Presencio

Tutora: Dunia Etura Hernández

Curso 2022/2023

RESUMEN

El presente trabajo tiene como objetivo analizar las revistas especializadas en moda, así como su labor periodística, mostrando cómo la revista más importante en moda masculina *GQ*, se ha posicionado como referente por su forma de mostrar la información al público masculino.

La moda se considera otro tipo de comunicación, pues esta no siempre se presenta de forma verbal. En resumen, es necesario el análisis de la prensa de moda masculina, en comparación con la multitud de estudios existentes sobre prensa femenina.

La comunicación actual continúa ligada a la construcción de la identidad sexual mediante el estudio de las revistas “masculinas” y “femeninas”. Este trabajo pretende estudiar si las revistas masculinas siguen perpetuando la creación de estereotipos, por la puesta en escena, representación y la elección de contenidos que brindan al consumidor.

Se realiza un análisis de las últimas portadas de la revista masculina *GQ* para conseguir una aproximación del sector que representa y dar a conocer los cambios que ha experimentado la revista, referente entre hombres pertenecientes a la clase media o media-alta. En el trabajo se contextualiza el tema mediante un recorrido de la historia, tanto del origen de la moda, como del nacimiento del periodismo especializado en moda. A mayores se suma un análisis de las características de la portada de esta revista. La muestra seleccionada para el estudio son números desde 2013 a la actualidad, un total de 33 publicaciones, que se estudiarán mediante una tabla.

PALABRAS CLAVE

Revista, Moda masculina, Periodismo de moda, Portadas, *GQ*, Periodismo especializado

ABSTRACT

This work aims to analyze magazines specialized in fashion, as well as their journalistic work showing how the most important magazine in male fashion *GQ*, has positioned itself as a benchmark for its way of showing information to the male audience.

Fashion is considered another type of communication, as it is not always presented verbally. In short, it is necessary to analyze the male fashion press, compared to the multitude of existing studies on female press.

Current communication continues to be linked to the construction of sexual identity through the study of "male" and "female" magazines. This paper aims to study whether male magazines continue to perpetuate the creation of stereotypes, by staging, representation and the choice of content they provide to the consumer.

An analysis of the latest covers of the male magazine *GQ* is made to get an approximation of the sector that represents and publicize the changes that the journal has experienced, a reference among men belonging to the middle or upper-middle class. The work contextualizes the subject through a journey of history, both the origin of fashion, and the birth of journalism specializing in fashion. Besides, an analysis of the characteristics of the cover of this magazine. The sample selected for the study are numbers from 2013 to the present, a total of 33 publications, which will be studied using a table.

KEYWORDS

Magazine, Men's Fashion, Fashion Journalism, Covers, GQ, Journalism

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	5
1.1 Justificación del tema	5
1.2 Estado de la cuestión	6
1.3 Objetivos	8
1.4 Hipótesis	9
1.5 Estructura	9
2. METODOLOGÍA	10
2.1 La muestra del estudio	11
2.2 Corpus de investigación	11
2.3 Variables y su contenido	12
2.4 Estudio de portadas	15
3. MARCO TEÓRICO	19
3.1 Diferencia entre indumentaria y moda	19
3.2 Moda	21
3.3 La moda en España	22
3.4 Periodismo especializado	23
3.5 Prensa Especializada en Moda	24
3.5.1 Fuentes de información dentro del periodismo de moda	26
3.6 Historia de la revista GQ	27
3.6.1 Evolución de la moda masculina en cada década según GQ	28
4. ANÁLISIS CUALITATIVO Y CUALITATIVO DE LAS PORTADAS GQ	31
4.1 Estudio del texto: logo y titulares	32
4.2 Estudio de las fotografías e imágenes de las portadas	36
4.2.1 Modelo de portada, profesión, género, cantidad	36
4.2.2 Tipo de imagen: fotografía, plano	38
5. CONCLUSIONES	39
6. BIBLIOGRAFÍA	42
7. ANEXOS	46

1. INTRODUCCIÓN

La siguiente investigación es un Trabajo de Fin de Grado que centra su investigación en la especialidad del periodismo de moda, concretamente en la prensa escrita dedicada a la moda masculina. Analizando las portadas de la revista de moda masculina *GQ*.

La moda está considerada en su gran mayoría como una forma de expresión y por ente, de comunicación, lo que la convierte en una herramienta al servicio de la sociedad. Según el documental *The September Issue* (2009), la prensa de moda no nace como tal, se desarrolla a partir de la prensa femenina, entretenimiento que nació en el siglo XIX para la clase alta, que con el paso del tiempo se subdividió en diferentes géneros, surgiendo de esta forma la especialización de la prensa de moda.

1.1 Justificación del tema

La manera en que las revistas de moda masculinas muestran el contenido se ve influenciada por el momento social actual, con mención especial a los avances tecnológicos presentes en los hábitos de los consumidores. Los programas de diseño, la mejora en la calidad de la fotografía, el surgimiento de los personajes públicos conocidos como *Influencers*, la influencia del cine o de la música, y, sobre todo, la ruptura de barreras en torno a lo establecido por el rol del género se traduce en un nuevo estilo de publicaciones.

La revista *GQ* ha adaptado sus publicaciones a los nuevos tiempos sin perder de vista las exigencias de su público objetivo. El conjunto de las portadas pretenden ser un reflejo de un ideal a imitar, tanto en moda como en el resto de los temas que tratan en su interior.

Desde sus inicios, las revistas deciden que está de moda, siendo la portada un elemento clave para transmitir de forma clara el mensaje.

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).

La prensa de moda forma parte de una gran industria, lo que conlleva que sea parte de la economía mundial, generando millones de euros en todo el mundo. La moda se encuentra íntimamente ligada a la publicidad, por lo que este tipo de prensa es un medio ideal para dar a conocer marcas y diseñadores. Aunque la moda es el tema principal, también tratan otros como belleza, motor, viajes, lujo, deportes o nuevas tecnologías.

Para contextualizar las etapas históricas que han afectado al mundo de la moda, y a este tipo de prensa, los libros *Historia de la moda. Pasado, presente y futuro* (2012) y *La moda, sus secretos y su poder* (1997) de Josefina Figueras sirven como clase de historia de la moda desde las primeras civilizaciones que la desarrollaron, su evolución a lo largo de los años.

Por otro lado, para contextualizar el surgimiento de la prensa especializada en moda y la evolución desde las primeras publicaciones hasta el día de hoy es de interés el libro *Moda y Prensa Femenina en la España del S.XIX* (2015) de Ana Velasco Molpeceres. Las publicaciones de moda han sufrido muchos cambios debido a los diferentes momentos políticos como por los cambios sociales, para hacerse hueco en el mundo del periodismo.

Dentro de cualquier tipo de periodismo, especializado o no, cabe recordar que la libertad de expresión siempre se ve condicionada por los diferentes acontecimientos o etapas políticas, lo mismo que sucede con la moda.

1.2 Estado de la cuestión

Todos los libros que se nombran, así como los numerosos autores de investigaciones relacionadas con el tema o visionados audiovisuales se utilizan para contextualizar y analizar el estudio de este trabajo.

Para contextualizar el periodismo de moda se estudia de una manera breve la historia de la moda, precursora de este tipo de prensa y más adelante, gran condicionante para la supervivencia de estas portadas. Unos de los libros más importantes para este

contexto *Historia de la moda: pasado, presente y futuro* (1997) de Josefina Figueras y *Moda y prensa femenina en la España del S. XIX* (2015) de Ana Velasco Molpeceres.

Figueras, en 2005, con “Prensa juvenil femenina i identitat corporal” expone que el conjunto de los contenidos de las revistas de moda se adapta a la publicidad, por tanto, el gasto dedicado a la publicidad determina los temas presentes, incluso en la portada. Tanto los personajes que aparecen en ella como su indumentaria no son casualidad. Por lo tanto, los estereotipos que se perpetúan en este tipo de revistas de moda también estarían condicionados. Así bien, detrás de las portadas hay un equipo profesional que muestra, gracias al diseño, la imagen que más vende, lo que genera interés en el público.

El mundo que rodea a las revistas “femeninas” ha sido objeto de estudio desde la década de los noventa, tanto en el ámbito académico como en el ámbito profesional. Autoras como Mercedes Roig (1989) o Juana Gallego (1990). Pero, sobre los trabajos que profundizan en las cualidades de las revistas apodadas “masculinas” así como su historia son escasos, prácticamente inexistentes. Pero, las revistas de moda masculina existen por algo, como decía Hardy Amies “Un hombre se debe ver como si hubiera comprado su ropa con inteligencia, como si se la hubiera puesto con cuidado y después como si lo hubiera olvidado por completo.”, una famosa cita que sirve como ejemplo de que la moda masculina tiene tanta importancia como la femenina.

Para la elección de las variables del estudio ha sido muy relevante las obras de Alan Swann Bases del Diseño Gráfico publicada en 1990 y Diseño editorial: Periódicos y revistas. Medios impresos y digitales de Cath Caldwell y Yolanda Zappaterra publicado en 2014. Han servido de guía para elaborar la ficha de análisis que sirve para entender los resultados y confirmar o refutar nuestras hipótesis.

Actualmente estamos viendo un cambio en los roles e identidades asumidos por ambos sexos. Las categorías que antes definían y encasillaban a cada género se van disolviendo, aunque aún quede camino para que desaparezcan.

Martínez, I. (2000). La mujer y la publicidad en España: *contradicciones sociales y discursivas. Razón y Palabra* expone que “Los medios de comunicación y concretamente la publicidad siguen siendo el espejo de la sociedad actual [...]”. Por ello,

analizar las portadas de las revistas y su evolución es tan importante para comprender como evoluciona nuestra sociedad.

Otros autores apuestan por acabar con la idea predeterminada que existe de género, con lo considerado “masculino” o “femenino” y cambiarlos por algo más global como “estilos de vida” que sirva para que se identifiquen indistintamente con cualquiera de los sexos.

Tras comprender los conceptos más básicos sobre el mundo de la moda, los medios de comunicación y la prensa especializada en este sector, se profundiza en su contenido, su origen y su repercusión, mediante un análisis cualitativo y cuantitativo que se explica posteriormente, pero que podríamos resumir con las calificaciones de análisis empleadas en este trabajo de Arbeláez y Onrubia de 2014 y de Wimmer y Dominik de 1996, autores que explican cómo realizar un correcto análisis, verificando el tema, el contenido, las fuentes de información y la importancia de darles un contexto adecuado dentro de estudio.

1.3 Objetivos

Los objetivos son los que se encargan de marcar lo que se quiere alcanzar con la presente investigación, concretamente este trabajo se concentra en el análisis de las portadas de la revista masculina *GQ*, centrándose en las portadas de los últimos diez años.

Para ello, se parte de un objetivo general; conocer la evolución de las portadas de *GQ* durante la última década, y su relación con los elementos que forman su diseño, para estudiar si se perpetúan estereotipos de género mediante las portadas. Analizando los elementos que rodean a la imagen de la portada, su atractivo visual, además del conjunto que forman los elementos textuales. El conjunto de texto e imagen son los que permiten que exista la función de comunicación, transmitiendo su estilo y sus ideas al receptor. Con este objetivo general, se plantean varios objetivos más específicos:

- 1) Estudiar el interés en moda de la revista a través de sus portadas
- 2) Conocer a los protagonistas para analizar su influencia y posicionamiento
- 3) Observar los elementos visuales que se emplean en las portadas y su función comunicativa

1.4 Hipótesis

Se describen las siguientes hipótesis en relación con los objetivos específicos mostrados en el punto anterior:

- 1) Las revistas de moda masculina caen en estereotipos a la hora de elegir sus portadas. La imagen fotográfica siempre ha tenido importancia en las revistas, sobre todo en las especializadas en moda, pero en la última década ha ganado aún más importancia frente a la parte escrita (titulares) La imagen es el elemento principal para la portada, pues el peso visual de la imagen es mucho mayor. Con las fotografías se comunica un estereotipo de mujer sexy frente al de varón exitoso.
- 2) Todos los aspectos de la revista han evolucionado, reflejando la sociedad de cada momento. La revista ha sufrido modificaciones, eliminando apartados, pero predomina la moda de lujo en sus portadas. El avance de la tecnología influye en estos cambios de manera positiva.
- 3) Los protagonistas de las portadas son hombres con gran éxito o fama en torno a los 30 años, y cuando aparecen mujeres lo hacen como representación de deseo. Los protagonistas más recurrentes, son deportistas, siendo estos los más influyentes en la moda masculina.
- 4) Los elementos visuales y la competencia crean una sobreestimulación, por lo que es necesaria la constante innovación en el diseño para llamar la atención del público. El diseño de las revistas gira entorno a la fotografía, aunque existan otros elementos. Los elementos visuales como corondeles, recuadros o viñetas llaman la atención del público siempre y cuando no se sobrecarguen. Los titulares expresivos y cortos generan mayor interés que titulares informativos y largos.

1.5 Estructura

Este trabajo está estructurado de dos formas; una parte teórica que sirve para introducirnos y comprender mejor la materia de estudio y la otra de análisis, para conocer la evolución de la revista *GQ*.

Dentro de la parte teórica podríamos hacer una división de dos apartados, el que hace referencia a la historia de la moda, y el que trata la historia de la prensa especializada.

Recogiendo información sobre el contexto-histórico que condiciona ambos apartados. Para finalizar la parte teórica se introduce la información sobre la revista analizada.

Después del estudio realizado y la consulta de las fuentes bibliográficas necesarias se realizarán las conclusiones, refutando o confirmando las hipótesis derivadas de nuestros objetivos.

2. METODOLOGÍA

Tras establecer claramente el objeto de estudio del presente trabajo, es importante delimitar la forma de conseguir la información y exponer como tendrá lugar el trabajo de campo.

En este proyecto se utilizará como metodología un análisis de contenido de dos tipos: cuantitativo y cualitativo. Además, refiriéndonos al tema de estudio, el análisis profundo de las publicaciones, se ejecutará una revisión documental de las mismas gracias a la página web de la revista *GQ*. Es importante realizar un estudio de varias portadas para poder observar la evolución que se experimenta en cada edición. La muestra de estudio, como se explica con más detalle en el apartado con dicho nombre, es de 33 portadas pertenecientes a la última década.

Tras realizar el contexto teórico-histórico se comienza con el análisis de contenido. Con una técnica explicada por Wimmer y Dominik (1996) de la siguiente forma: “Un método de estudio y análisis de comunicación de forma sistemática, objetiva y cuantitativa, con la finalidad de medir determinadas variables. Ser sistemático significa que los contenidos sometidos a análisis son seleccionados conforme a reglas explícitas y persistentemente aplicadas (...). Objetivo significa que la idiosincrasia peculiar o los sesgos propios del investigador no pueden afectar a los resultados, por lo que, si otro repitiera el proceso, tendría que llegar necesariamente al mismo desenlace (...) Y cuantitativo ya que el propósito de dicha técnica consiste en lograr una representación precisa del conjunto de una serie de mensajes” (1996:179)

O el resumen de la calificación del análisis cualitativo de Arbeláez y Onrubia (2014) quienes explican el estudio cualitativo como: “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).

2.1 La muestra del estudio

Lo primero que hay que tener en cuenta para realizar el Trabajo de Fin de Grado es la minuciosa documentación que debemos llevar a cabo para poder hablar con verdadero rigor del tema que tratamos de defender. Cada apartado del trabajo necesita de una metodología propia y una documentación especializada que se adapte al formato.

Para poder comprender la información que encontramos en las revistas es necesario tener un muy buen dominio del lenguaje que se emplea en el mundo de la moda. Es importante porque se trata de un arte internacional, como trata la autora británica Marnie Frogg en su libro *Cuando la moda es un arte* (2013). Por lo tanto, se usan muchos extranjerismos. Además, este mundo posee muchos términos propios, que se emplean solo en esta materia.

Para analizar la evolución de las portadas de *GQ Spain* requerimos material documental, gráfico y visual, por ello accedemos al archivo que ofrece la página web *GQ* y los ejemplares presentes en la biblioteca pública de la Junta de Castilla y León (Valladolid). El archivo de la revista contiene todas las portadas por año, desde al año 2013 y la biblioteca alberga numerosos ejemplares en papel.

La muestra escogida coincide con los números: 187, 192, 193, 198, 200, 203, 208, 212, 215, 218, 224, 227, 228, 234, 235, 239, 240, 248, 251, 252, 254, 264, 267, 268, 271, 276, 279, 283, 284, 286, 290, 291, 292.

2.2 Corpus de investigación

La revista GQ lleva más de 60 años en el mercado, pero en este trabajo queremos centrarnos en los últimos 10, para analizar qué cambios ha sufrido y como han evolucionado sus portadas en la última década, la que se ha visto más influenciada por los avances tecnológicos.

La hemeroteca cuenta con archivos de las portadas desde 2013, cantidad suficiente para realizar un análisis de la evolución de la muestra en la última década. Además, en la

biblioteca pública de la Junta de Castilla y León, también encontramos ejemplares de la revista para analizar.

Se han seleccionado tres ejemplares por año, es decir un conjunto de 33 portadas de GQ. Para conseguir que la muestra sea lo más imparcial posible se analizan tres ejemplares aleatorios por cada año. Así pues, cuantos más números sean analizados, los resultados obtenidos serán más fieles a la realidad, y, por lo tanto, más representativos.

Se empelan unas tablas que permitan comparar las portadas de la revista masculina en los años, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020, 2021, 2022 y 2023. Serán analizados aspectos como la calidad de la fotografía, el género de las personas que aparecen, el lenguaje, la tipografía o el precio.

Con nuestra muestra representativa seleccionada el estudio se llevará a cabo mediante una tabla ajustada a nuestros barómetros. Tras analizar los resultados daremos con las deseadas conclusiones del estudio, que servirán para confirmar o refutar nuestras hipótesis.

2.3 Variables y su contenido

Para poder realizar el análisis de nuestra muestra de estudio de una forma adecuada, se parte de una fichade análisis para estudiar los aspectos más importantes que se muestran en una portada de revista. La tabla se ira rellenando con las diferentes informaciones de cada portada analizada en el presente trabajo.

Ficha de análisis					
N.º publicación					
Precio					
		Tipo de imagen	Ilustración		
			Fotografía	Tipo de plano	
				Color/ ByN	
			Gráfico		
Otros					

DISEÑO	Imagen	Fondo	Liso		
			Paisaje		
			Estampado		
		Tonos	Cálidos		
			Fríos		
		Figura	Cantidad	Uno	
				varios	
			Genero	Masculino	
				Femenino	
				Otro	
			Profesión	Modelo	
				Cantante	
				Deportista	
				Actor	
				Otro	
	Edad				
	Indumentaria		Formal		
		Informal			
	Otros				
	Texto	Logo	Presencia		
			Colores		
			Otros		
		Titulares	Presencia		
			Cantidad		
			Función	Explicativa	
				Informativa	
				Opinativa	
				Otros	
			Sección	Moda	
				Belleza	
Finanzas					
Deporte					

			Estilo de vida	Otros	
				Tipo de lenguaje	Neutro
					Formal
					Informal
					Exclamativo
					Otros
	Otros				
	Recursos Gráficos		Líneas	Filetes	
				Coroneles	
			Recuadros		
			Textos invertidos		
	Viñetas				
	Observación				
Observaciones					

Cada apartado dentro de la tabla creada servirá para conocer más minuciosamente cada muestra de la revista. Para comenzar se apuntarán aspectos básicos como la fecha en que se publicó la revista y el precio con el que salió al mercado. Después, se estudiarán aspectos más característicos como el titular, el tipo de imagen, fotografía o ilustración que se emplea como portada, genero de la persona o personas que aparecen, etc.

Además, en el recuadro de “observaciones” podremos anotar aquellos aspectos que llamen nuestra atención o que destaquen en unas publicaciones frente a otras, para tenerlos en cuenta en el análisis.

Para entender por qué se han elegido estas variables, introducimos una parte teórica referente al diseño y al correcto estudio de las portadas, que explica la importancia de las variables escogidas en este trabajo.

2.4 Estudio de portadas

Incluimos dentro del apartado metodología la explicación teórica de cómo realizar el estudio de las portadas porque sirve de guía para elegir las variables de la ficha de análisis. En esta parte teórica se explica la función de los elementos visuales y textuales, así como su importancia dentro de la función comunicativa.

Esta breve introducción al diseño de las portadas nos sirve para elegir las variables que incluiremos en el análisis del trabajo, pues en ella se explica los códigos gráficos que se emplean, tratando temas tan importantes como la función del texto. Y, sobre todo, se muestra la importancia de la fotografía como elemento periodístico.

Dentro del diseño de las portadas se puede observar un cambio: la implantación del diseño modular se pasa de un equilibrio dinámico, al denominado equilibrio estático y que se identifican con un modelo un modelo asimétrico y simétrico

El esquema espacial -la retícula- divide el espacio en secciones moduladas sobre las que se coloca el tipo, de acuerdo con unas especificaciones más o menos prefijadas. Determina en mayor o menor medida, donde deben situarse el tipo y las imágenes, de acuerdo con los requerimientos editoriales (la naturaleza de la ilustración, la longitud de los artículos, como se combina dentro de la página y dentro de la revista sus interrelaciones, etc.) Y también con los requerimientos técnicos del papel, la impresión y el presupuesto. De igual modo, el esquema tipográfico proporciona un sistema de producción regular y el reconocimiento, mediante la creación de un estilo individual para la revista y distinguiendo entre texto y publicidad. (Williams, 1991, p.158)

Owen subraya tres aspectos que son determinantes para crear una revista, ayudan con el diseño y la producción y le otorgan identidad propia: formato, tipografía y espacio. No se debe confundir formato con diseño.

Lo que se quiere conseguir empleando estos elementos en el diseño es aportar legibilidad y jerarquía a la información que se presenta.

Cuando se emplea una buena retícula se aporta claridad y coherencia a la portada, por ello, los elementos que aparecen en ella deben cumplir una función, para sacar el

máximo provecho a la practicidad del diseño. Un diseño de calidad no incluye elementos porque si, deben elegirse para cumplir una misión. La portada es un conjunto de imágenes, texto y recursos gráficos que transmiten la idea o concepto que queremos hacer llegar al público.

Swann. A. (1990). *Bases del Diseño Gráfico*. España, Barcelona: Gustavo Gili. Sugiere un análisis de los elementos, mediante la observación de ejemplos, donde clasifica los elementos de diseño en modalidades visuales básicas: líneas simples, bloques geométricos y formas libres. “Tal vez es prudente minimizar el número de elementos en las fases iniciales (...) Luego hay que introducir con cuidado los demás ingredientes asegurándose de que no ahoguen el diseño. Nunca hay que utilizar algo por el simple hecho de utilizarlo” (1990, p.63)

Códigos para trabajar en el diseño:

- a) Imágenes gráficas: Fotos, ilustraciones, gráficos, etc.
- b) Tipografía: Logo, títulos, subtítulos, etc.
- c) Elementos gráficos: Líneas, recuadros, textos invertidos, espacio, etc.
- d) Publicidad: presencia de nuncios en portada.

Textos:

En referencia al texto los dos factores más importantes son el estilo de redacción (expresivo, informativo, narrativo...) y las características de las letras (tamaño, tipografía, color...). En el texto al igual que en la parte visual, el desarrollo tecnológico es clave. Para tener un buen diseño en una portada, se buscan efectos visuales con los elementos, jugando con ellos.

Existen unos criterios que más o menos se han ido asentando y son: El título es la información que se presenta más grande. En los titulares hay libertad en la variedad de tipos, tamaños y recursos. Los titulares enganchan al receptor no solo por el contenido que muestran, también de manera gráfica. Otro rasgo diferenciador es que está permitido el uso de mayúsculas.

Gracias a la realización del diseño de los títulos con ordenador, se pueden ver desde las primeras fases como queda una tipografía junto a la imagen antes de imprimir. Es más fácil visualizar la combinación con la ilustración.

Imágenes gráficas:

Según Caldew, C. y Zapatero, Y. (2014). *Diseño Editorial. Periódicos y revistas*. Barcelona, España: Editorial G. Gili. Los diferentes tipos de imágenes gráficas que se encuentran en las portadas de las revistas para ilustrarlas son:

1. Dibujos ilustrativos
2. Gráficos
3. Caricaturas y humor gráfico
4. Infografías
5. Fotografías

Cualquiera de estas imágenes puede ser elegida por los editores para convertirse en portada. Actualmente en las revistas de moda las imágenes gráficas que se emplean en portada as más comunes, por no decir las únicas, son las fotografías.

Al trabajar con imágenes no existen normas fijas en su uso. Depende del tipo de publicación, de la intención que se pretende conseguir y todo depende del tipo de publicación, del presupuesto y del material. Gracias a los avances tecnológicos se ha conseguido suplir muchas limitaciones en el mundo de la fotografía (retoques, fondos, ilustraciones...) Ahora en el mundo de la ilustración casi todo lo imaginable es posible.

La fotografía como portadas.

Según Alan Swaan, en su libro *Bases del Diseño Gráfico* (1990) tras la implantación de la cultura audiovisual en los 50, la fotografía se vuelve el elemento clave del diseño. Las fotos no complementan al lenguaje, lo remplazan, son expresión.

Según vemos una portada, la recibimos como imagen y no como una simple fotografía. En las portadas la calidad de impresión es muy alta. Por ello en la jerarquización de las imágenes dentro de una revista de moda, el primer lugar es para la que ocupa la función de portada.

Los efectos artísticos, los colores, las sombras, etc. son claves en un buen diseño. Una fórmula estrella es la utilización del color con moderación para no saturar. Si se quiere destacar aún más la imagen se sugieren textos sencillos. La revista GQ cambia su reclamo de compra en la última década, pasando de utilizar mucho texto en sus portadas a otorgarle mayor importancia a la imagen. Al igual que otras revistas, el presupuesto y la tecnología es el mayor condicionante.

La fotografía dentro del Diseño Periodístico

Para lograr un buen efecto con una foto como publicación, hay que partir de un buen original, que pueda mejorar con edición.

Lo más importante es que cumpla su doble finalidad equilibradamente:

- Un fin periodístico
- Un fin estético

Pero en las fotografías de revistas existen otras funciones para cumplir objetivos:

- Vender más por su portada
- Competir con el resto de las revistas
- Reclamar la atención del comprador

De la interacción que existente entre tipografía y fotografía surge el concepto de Foto-Tipo-Grafía. Se funde un lenguaje con otro. De aquí surgen reglas de descodificación como la de si la tipografía pisa la foto, indica que pertenece a la misma información.

Fotografías en las revistas

- Objeto/Persona fotografiado: Representa la realidad, forma, luz, tiempo...y su propia realidad con estilistas, decorados, recreación de otras épocas, etc.
- Intención y estilo del fotógrafo: un estilo propio, estética, prestigio, es clave en una gran revista de moda. Plasmar la realidad o reinventarla.

- Equipo técnico: instrumentos como cámara, objetivo... para lograr buenos resultados. Hoy cualquier revista cuenta con tecnología de gran nivel y gracias a lo digital los costes se reducen.
- Recursos gráficos. El conjunto de elementos para realzar una composición. Gracias a la tecnología es mucho más fácil su uso, pero no por ello se debe abusar, pues pueden distraer o sobrecargar.

Los recursos tipográficos son:

- Filetes
- Viñetas
- Tramas (bolos o topos)
- Recuadros
- Fondos

Análisis formal

En general hemos tratado aspectos de la moda, del diseño y la fotografía en las portadas revista. Se hace un análisis, mediante una tabla, de la última década estudiando las portadas que se encuentran en la página web

3. MARCO TEÓRICO

3.1 Diferencia entre indumentaria y moda

Es sumamente importante no confundir moda con indumentaria. La mayoría de los historiadores coinciden en afirmar que la moda en el vestir nació en Europa, concretamente en las cortes europeas hacia el siglo XIV.

Personas de todos los ámbitos del saber cómo matemáticos, filósofos, psicólogos, historiadores... afirman que el traje es la diferencia entre animal y hombre. Auguste Comte, pensador positivista, lo define como signo de la civilización. Vestirse es un comportamiento propio de los humanos, y el hecho de aceptar vestirse es entrar a formar

parte de una civilización. La indumentaria habla de quien la porta; se trata de la imagen que queremos mostrar de nosotros mismos.

Para comprender la diferencia entre indumentaria y moda, es interesante el libro *El Traje, imagen del hombre (1985)* de Yvonne Deslandres, su autora, examina todo lo que se relaciona con su fabricación y confección, desarrollando las formas del traje según la historia de las costumbres para realizar un análisis del traje como signo social que permite diferenciar edades, clases, funciones, profesiones y actividades como reflejo de las relaciones y expresión personal de cada persona.

“La moda y el vestir no tienen nada de fortuito (...) se basan en profundas razones” (Lipovetsky, 2006).

Concluimos con la afirmación de que la función más importante de la moda es la comunicación visual, aquí radica su importancia para el periodismo y otras materias. Gracias a esta comunicación se produce el fenómeno de la integración social. Antiguamente la indumentaria servía para comunicar miedos, sensatez, aptitudes, nivel económico, etc. Ahora el traje sirve como un sistema de signos cuya descodificación informa al receptor a que grupo de la sociedad pertenece.

Por otro lado, Margarita Riviére en su libro *Historia informal de la moda (2013)* señala que el acto de vestirse para proteger el cuerpo de las adversidades climáticas siempre ha sido una de las preocupaciones de nuestros antepasados más antiguos. Pero, el juego de cambiarse de vestido solo por placer, para demostrar a que clase social se pertenece, de que colectivo profesional se es parte, o para expresar una cultura o gustos personales, es un acto reciente.

Según la autora Elizabeth Barber en su libro *Women's Work (1994)* el ser humano, es un animal social, que envía y recibe información. Aunque elegimos el sonido para la comunicación de forma lingüística, la visión se necesita para enviar ciertos mensajes sociales. Es aquí cuando empleamos los símbolos visuales, mucho más fáciles de recordar y permanecer en la memoria.

3.2 Moda

La gran diseñadora Coco Chanel en una de sus citas más célebres exponía que “la moda no existe solamente en la ropa; la moda está en el aire, la trae el viento, se la presiente, se la respira, está en el cielo y en las calles, nace de las ideas, de las costumbres, de las noticias”.

Si queremos una definición oficial, la Real Academia Española (RAE) se define el término moda como “el uso, modo o costumbre que está en boga durante algún tiempo, o en determinado país, con especialidad en los trajes, telas y adornos, principalmente los recién introducidos” en su primera aceptación y en la segunda como “gusto colectivo y cambiante en lo relativo a prendas de vestir y complementos”. Con una mezcla de estas dos aceptaciones podríamos explicar en qué consiste la moda y como afecta dentro de la sociedad.

Para explicar el concepto de moda de una manera más periodística, diríamos que se trata de un fenómeno social y colectivo que agrupa a una misma sociedad y que sirve como método de expresión y comunicación. Margarita Rivière en *Diccionario de la moda del siglo XX* (2014) define la moda como la narrativa difusa que ha movilizó de una forma masiva a la gente de esta época para que vean, compren y conviertan esa narración en parte de uno mismo.

De esta forma se visualiza todo aquello que engloba la moda como una simple forma de expresión, de una manera personal, pero también a nivel social, formando un conjunto que caracteriza las sociedades, según ciertos factores desde su surgimiento, a lo largo de los miles de años, hasta llegar a la actualidad.

De igual manera que se estudian otras artes como la literatura la pintura, la música, se puede entender el fenómeno de la moda como un parámetro para hacer criba, y así poder estudiar las diferentes cosas por las que ha pasado el ser humano.

“Reflexionar sobre la moda requiere que se renuncie a asimilarla a un principio necesario y universalmente inscrito al curso del desarrollo de todas las civilizaciones, pero también a hacer de ella una constante histórica basada en raíces antropológicas universales” (Lipovetsky, 1990).

La escritora Josefina Figueras, autora del libro *Historia de la moda: pasado, presente y futuro* (1997) argumenta “la moda hoy es tan democrática como individualista, tan caótica como imprescindible, tan necesaria como opcional”. Hay a quien le parece una definición un tanto caótica por sus contradicciones, pero en ella se juntan los principios básicos del concepto de la moda, que en un breve resumen se traduce en que la moda posee lo necesario para clasificar una época, sirve para entender el modo de vida de una sociedad.

Entonces si entendemos la moda como una forma de libertad de expresión para comunicarnos en sociedad, es fácil ver su utilidad a la hora de estudiar la historia. Los humanos estamos constantemente expresando ideas, sentimientos, mensajes, y la vestimenta es una de las muchas formas de hacerlo.

Lo que se entiende en nuestra sociedad como moda aparece por primera vez entre mediados del siglo XIV hasta mediados del siglo XIX según sitúa Gilles Lipovetsky en *El Imperio de lo efímero* (1990). En la época que describe la vestimenta sirve para dejar claro a que grupo social se pertenece, haciendo hincapié en destacar si se es de clase alta, por el orgullo que significaba pertenecer a esta clase. Su libro se centra en el estudio de la moda de occidente, pues en oriente seguía sucediendo un conjunto de fenómenos como costumbres, normas y prohibiciones, que retrasaban el avance de la moda. El occidente la vestimenta variaba de colores, cortes, prendas, mientras que en oriente predominaba el uso del quimono, a pesar de los años transcurridos.

Hay que recordar que en estos siglos la moda estaba unida a la clase alta, a la gente con buena posición y riquezas, la moda era un lujo, la gente humilde vestía por necesidad y acorde a sus funciones, no por placer o gusto propio. Aquí se podría estudiar la función de la indumentaria de la clase obrera, no su diseño.

3.3 La moda en España

Las primeras investigaciones en moda muestran que es difundida de manera vertical, desde las clases más altas a las más bajas, a través de un proceso de imitación (Baudelaire, 2011; Georg Simmel, 1957; Veblen, 1899). Se trata de un proceso de difusión que se da tanto en las sociedades pre-consumistas como en las consumistas

(Martínez-Barreiro, 2006), conocido como “*trickle-down effect*”, es decir, la difusión de una moda “gota a gota” basada en la imitación y en el contagio.

Ana Velasco Molpeceres explica en *Moda y prensa femenina en la España del S. XIX* (2015) que lo más relevante del fenómeno de la moda en España está en su origen, en la concentración en Cataluña de la industria textil a principios del siglo XX. Durante este siglo España intentó imitar la moda de los países europeos más cercanos, sobre todo, Francia, quien dictaba estilo desde París, que desde entonces ya se consideraba capital de la moda. Esta situación se debe al atraso que el país tenía respecto a otros países a nivel económico, que se veía reflejado en todos los aspectos. Más tarde España logró consolidar su autonomía y sus características propias.

Tras esta consolidación surgen grandes diseñadores que destacan a nivel nacional e internacional, como Balenciaga, el que es considerado el mejor modisto de la historia. Tras su auge le siguen otros nombres fundamentales en el mundo de la moda de nuestro país como Manuel Pertegaz, Berhanyer y Pedro Rodríguez como explica Rosario Torres en su libro *El creciente éxito de las revistas de moda y belleza y la mujer española contemporánea* (2008).

En la década de los 70 surge el *pret-à-porter*, el consumo de masas, las multinacionales lo que se traduce en una gran crisis en la alta costura y como no, para los diseñadores del momento. Pero como expone María Gandazabal Larreta en *Nacimiento, evolución y crisis de la presa femenina contemporánea en España* (2006) esta situación se refleja en una nueva forma de ver y comprender la moda, y sus nuevas funciones.

3.4 Periodismo especializado

Según dice Josep María Santmartí en la introducción de su libro *10 lecciones de periodismo especializado* (2003) el periodismo especializado sería “el instrumento mediante el cual los medios de comunicación abordan los problemas derivados de la especialización del conocimiento en general, su desconexión con la sociedad y la consiguiente pérdida de una visión global de la información”

Javier Fernández del Moral (2004) define en *El periodismo especializado: un modelo sistémico para la difusión del conocimiento* el periodismo especializado como:

“aquella estructura informativa que penetra y analiza la realidad a través de las distintas especialidades del saber, la coloca en un contexto amplio que favorezca una visión global al destinatario y elabora un mensaje periodístico que acomoda el código al nivel de cada audiencia atendiendo a sus intereses y necesidades”. (2004: 24)

Por tradición, la figura del periodista se asociaba a una persona capaz de dominar todos los ámbitos, para poder informar sobre cualquier cosa, pero en la práctica, la especialización abre la posibilidad a una información de más rigurosa y de mayor calidad para el público, aunque esto no exime al periodista de poseer una cultura general.

Pedro Orive y Concha Fagoaga definen en su libro *La Especialización en el Periodismo* (1974) al periodismo especializado como “una estructura que analiza la realidad proporcionando a los lectores una interpretación y ofreciendo un lenguaje a nivel del medio, profundizando en sus intereses y necesidades”.

El periodista especializado en cualquier tema de información tiene la importantísima tarea de crear mensajes adecuadamente adaptados para que la información periodística sea comprensible por la audiencia sin perder nivel, ni calidad de información. Su función principal se asemeja a la del periodista tradicional, pues debe coger la información y mostrarla al público de una forma sencilla. La dificultad añadida está en que cuando uno es especialista en algo suele dar por hecho que el resto conoce ciertas informaciones sobre el tema.

3.5 Prensa Especializada en Moda

En el siglo XVI, la edad de oro de la edición de “libros de trajes”, se publicaron en Europa más de una decena de ilustraciones de conjuntos de indumentaria, destacando Alberto Durerro. Aquí nacen los antecedentes a los figurines, que permitirán ilustrar las primeras publicaciones sobre de prensa sobre moda. Uno de los primeros libros sobre moda sería o *Habiti antichi et moderni di tutto il mondo* (1589) de Cesare Vecellio.

En la corte de Versalles, Luis XIV, fue un gran impulsor de los artículos de lujo. Apasionado de la moda, impulsó el lujo, incluido en la indumentaria (joyas, tejidos, diseños...) En el año 1678, la considerada la primera revista de moda, *Mercure Galant*, publica las primeras noticias sobre moda.

En el siglo XIX en Europa se generalizan la prensa dedicada a la mujer y a la moda. En 1804 nace *El Correo de las Damas*, imitando el estilo de *The Lady's Magazine* (Londres, 1770) o *Le Journal des Dames* (París, 1797), suplemento literario para la mujer. Tras diecisiete años, en el año 1821 surge la primera revista de moda en España, *El Periódico de las Damas*, que mostraba las tendencias de la época: volumen, corse, telas, cortes, etc.

La etapa cumbre de la edición de este formato de publicaciones llega con el reinado de la reina Isabel II (1833-1868), proliferan más de treinta revistas dirigidas a la mujer de clase alta y burguesa donde exponían las normas de indumentaria.

En la Revolución Francesa este tipo de prensa desaparece, como la mayoría. Pero, resurge con un nuevo alcance: se dirige a las mujeres de toda Europa. Nacen tres publicaciones en París *Le Cabinet des Modes*, *Le journal des Dames et des Modes* y *Le journal de la mode et de Gout*.

América, concretamente Estados Unidos le gana la partida a Francia con *Harper's Bazaar* (1867) y *Vogue* (1892) reflejo del estilo de la mujer neoyorkina.

En España nace la prensa de moda nacional con la fundación de la revista *Telva* (1963) Tras su gran aceptación por el público nacen publicaciones similares como *Elle*, *Vanity Glamour* y *Marie Claire*. “Entre 1985 y 1995 llegarían a España revistas consagradas en el panorama mediático mundial como *Vogue*, *Elle*, *Marie Claire* o *Cosmopolitan*. Estas revistas presentaban un claro enfoque innovador apostando por la independencia de la mujer, fomentando el consumo de prendas de moda y de artículos de belleza para reafirmar la identidad individual femenina y activando el papel de las mujeres en la sociedad del momento” (Pérez-Curiel et al., 2017, p. 9).

En el video *The September Issue* (2009), se explica como la prensa dedicada a la moda no surge como un género propio, sino que es una variante de la prensa femenina, entretenimiento de las altas posiciones en el s. XIX. al igual que este género proliferó lo hicieron otras variantes con origen común. En el documental también se explica como este tipo de prensa especializada ha logrado consagrar su propia audiencia.

G. Simmel en su ensayo *Filosofía de la moda* (1903) afirma sobre la moda que es un elemento social de importancia única, al igual que los medios de comunicación especializados en moda.

Josefina Figueras en *La moda, sus secretos y su poder* (1997) explica que en sus inicios la moda está dirigida a las clases altas, pero termina volviéndose un fenómeno global y gracias a la prensa especializada, que sirve como propaganda.

Ana María Velasco Molpeceres afirma en *Moda y prensa femenina en la España del siglo XIX* (2015) que las revistas dedicadas a la moda, pese a que muestran un modelo femenino muy conservador: madre abnegada, buena hija, señora de casa, temerosa del marido, que se ocupa en atender a su familia y cuidarse, contribuyeron a la extensión de la alfabetización y al desarrollo de una literatura. Pese al pequeño alcance que tuvieron fueron claves para obtener de forma progresiva un espacio personal y consolidar un papel público para la mujer.

Juana Gallego afirma en su libro *Mujeres de papel. De ¡Hola! A Vogue: la prensa femenina actual* (1990) que las revistas de moda son el mejor ejemplo de cara a la sociedad para mostrar el contenido de esta industria tan importante. Idea que también reafirma Torres R. en *El creciente éxito de las revistas de moda y belleza y la mujer española contemporánea* (2008), quien explica como la prensa es una especie de mostrador empleado para que la moda llegue al público de a pie. La prensa es el medio de difusión para el fenómeno de la moda.

3.5.1 Fuentes de información dentro del periodismo de moda

En todo trabajo periodístico las fuentes ocupan el papel principal, es por esta razón que el profesional de la información debe tratarlas con mimo, pero sobre todo con rigor, objetividad y transparencia, para poder ofrecer una información veraz al público. Una de las premisas del periodismo es la otorgar información de calidad, para ello es indispensable contrastar la información que las fuentes nos otorguen.

Como cualquier profesional que quiera hablar de un sector, en el universo que rodea a la moda hay unos mínimos que conocer antes de realizar en trabajo. Se debe tener conocimientos sobre las marcas, diseñadores, colecciones y trayectorias.

En el caso del periodismo especializado en moda las fuentes no son otras que especialistas pertenecientes a ese sector, tales como: diseñadores, modelos, editores, estilistas, asesores de imagen, fotógrafos, patrocinadores, directores y más recientemente *influencers*. En el nuevo contexto digital, la mediación ya no es exclusiva de estas publicaciones.

El comienzo de los *blogs* en los años 90, y la posterior aparición de *Instagram* ha permitido que nuevos actores irruman en la escena mediática de la moda (Pedroni et al., 2017; San Miguel et al., 2017)

Además, es verdaderamente importante el papel que juega hoy en día el público, que es quien, en nuestra sociedad actual, termina decidiendo que es tendencia o no.

3.6 Historia de la revista GQ

Los comienzos de *GQ* fueron bajo el nombre de *Apparel Arts* en 1931, pero el primer número de la revista *GQ* como tal salió al mercado en 1957. Hasta ese año, se trataba de una tirada corta que servía como consejo u orientación para que los profesionales del sector de la moda tuvieran una forma para aconsejar a sus clientes cómo vestir adecuadamente. Gracias a la gran aceptación entre el público en el año 1957 comenzó a publicarse como cabecera trimestral, comerciándose junto a *Esquire* en 1933.

Tras nueve ediciones, y la llegada de la Segunda Guerra Mundial, *Apparel Arts* se reconvirtió en *Gentlemen's Quarterly* como consecuencia de la pérdida de interés por los consejos estéticos.

Según pasan los años, las páginas que forman cada número de *GQ* han ido exponiendo la idea que se entendía de moda en cada década, para conseguir que los lectores de la revista fueran hombres a la última. Desde la primera portada de 1957 hasta hoy, el Hombre *GQ* evoluciona y refleja la moda de cada época. Convirtiéndose en un reflejo de rebeldía, de elegancia o de innovación. Diez años más tarde, en 1967, con un lugar consolidado la revista cambio de nombre de *Gentlemen's Quarterly* a abreviarse con las siglas *GQ*.

No fue hasta la década de los 90, exactamente a finales de 1994 cuando comenzó a editarse *GQ España*.

GQ sufrió una renovación en 2003, cuando Jim Nelson fue nombrado editor en jefe, para competir con las revistas británicas *FHM* y *Maxim*. Comercializado para un público objetivo más joven, de entre 18 a 30 años, empezaron incluir artículos más cortos, además de sus fijos ensayos y perfiles en profundidad.

Esta revista destaca por encima de otras revistas de estilo masculina por su sofisticación. Algunas de sus secciones son política, viajes, entretenimiento, deportes, fitness y relaciones.

Las personalidades que más se repiten en *GQ* son actores, músicos, deportistas o modelos. La revista presenta los premios anuales "*GQ Men of the Year*" para reconocer a los hombres más influyentes en una variedad de campos.

Nonnie Moore fue una de las editoras más importantes de la revista desde 1984, Jim Moore (2009) expuso sobre ella que "ayudó a vestir las páginas, así como a vestir a los hombres, al tiempo que hacía que la mezcla fuera más emocionante y variada y accesible para los hombres". En sucesión de Jim Nelson, Will Welch es nombrado nuevo editor en jefe de *GQ* en 2018.

En el año 2020, *GQ* se introdujo en el un nuevo mercado al lanzar su tienda web donde poder comprar su *merchandising*. Los editores y directores de arte de la propia revista fueron los encargados de diseñar la línea de *GQ Shop*.

A la revista *GQ* siempre se la ha relacionado con la metrosexualidad, al igual que todo lo relativo al mundo de la moda masculina. Mark Simpson acuñó el término en un artículo para el periódico *The Independent* sobre una exposición de *GQ*: "La promoción de la metrosexualidad se dejó a la prensa de estilo masculino, revistas como *GQ*, *Esquire*, *FHM*...nuevos medios que todavía están creciendo... Llenaron sus revistas con jóvenes narcisistas luciendo ropa y accesorios de moda".

3.6.1 Evolución de la moda masculina en cada década según *GQ*

Desde sus inicios hasta la actualidad, son muchos los cambios que ha sufrido la moda masculina, aquí un resumen por décadas según la propia revista *GQ*.

- **1950's**

En esta década los hombres tan solo utilizaban como indumentaria muy rigurosa como trajes en tonos serios como negro, azul oscuro gris marengo. El complemento estrella era el sombrero, que se traducía en un signo de formalidad. Pero, en el año 1955 llegó un rebelde sin causa cambiando por completo la idea de moda. Jim Stara, interpretado por el actor James Dean, como responsable de este cambio tan drástico estaba Moss Mabry.

Como el propio Jim Stara decía “*Mi propósito en la vida no incluye el anhelo de encandilar a la sociedad*”. Con el estilo que crearon cambiaron la sociedad. Antes, las normas de vestimenta eran realmente estrictas, por lo tanto, ver a James Dean en con camiseta interior y pantalones *jeans*, que eran considerados ropa de trabajo fue una autentica ruptura.

- **1960's**

Tras la agitación de la anterior década, se popularizo la ropa de *sport*, es en este momento cuando surge el *sportswear*. Esto se tradujo en el nacimiento de una de las tribus urbanas más importantes del momento, los *Teddy Boys*, preceptores de los *Rockabilly* y los *Mod*, que acabaron por defender una vuelta a los orígenes de la moda, con una indumentaria más recatada y tradicional.

En estos años comienzan los cuellos amplios y los pantalones se ajustaron al máximo. A finales de la década, en la ciudad de Londres, nace la cultura *pop*, con su particular vestimenta de vivos colorines, para acabar llamados horteras.

- **1970's**

Se ponen de moda los cuellos gigantes, las solapas, los pantalones estrechos, pero con campana, plataformas, estampados psicodélicos que reflejaban la música disco de la época. El exceso en estado puro. El pelo se convirtió en el “accesorio” del *oufit*. Bien cardado y colocado. David Bowie era el *influencer* del momento, Ante tanta información nueva, GQ pasa a ser una cabecera mensual tras años de emitirse trimestralmente.

- **1980's**

El chándal pertenece a los 80. La ropa *oversize* o XXL mezclado con ropa ajustada como mayas o bombachos. El *denim*, o vaquero, gana protagonismo, pero con efecto desgastado.

Vuelve la sastrería, de la mano de Giorgio Armani y su vestuario para 'American Gigoló' (1989), se desestructuró, perdiendo la tradicional rigidez de los trajes, redefiniendo así los códigos sartoriales conocidos. Códigos relajados que se confirmaron con los trajes de Adolfo Domínguez quien proclamaba en 1982 aquello de “que la arruga es bella”

- **1990's**

El gran cambio llega cuando la gente, la calle, influye en la moda que se lleva. El *streetwear* es la inspiración del momento. Mención honorífica para el calzado deportivo, que en los 90 alcanzó su máximo esplendor.

Un cambio máximo para la industria de la moda que encontró su camino en dos vertientes, el minimalismo, después de décadas de excesos en la indumentaria y en la tendencia que reflejaba con más veracidad el espíritu de la calle: el estilo *grunge*.

- **2000's**

La moda se ve influenciada por la llegada de la música techno, una muestra de exhibicionismo y nuevos métodos de experimentación con las transparencias. Lo choni era lo más estiloso del momento con chándales, camisetas de tirantes, pantalones campana, tribales. La sofisticación quedó en segundo plano. David Beckham marco tendencia e impuso el estilo metrosexualidad al llegar a España, creando una legión de seguidores preocupados por su imagen.

- **2010's**

Llegan los *hipsters* como represalia a metrosexualidad de la época anterior y crean un estilo a base de mezclar todas las tendencias que habían existido, sumándoles la barba, gafas de pasta. Esta tendencia dinamito por sí misma en mil micro tendencias. La realidad según Javier Girela (2016) “es que el hombre ha dado al fin con una estabilidad: una relajada preocupación por la estética y el estilo de vida que no precisa de muchos más consejos, sino de una presentación de las opciones para que él mismo elija”.



Todos los hombres de la historia de *GQ*. Ilustración: Simmon Said para *GQ*

4. ANÁLISIS CUALITATIVO Y CUALITATIVO DE LAS PORTADAS *GQ*

Para entender los avances y cambios que ha experimentado la revista *GQ* en la última década, se examinan un total de 33 portadas. Se ha elegido esta muestra para que sea lo más fiel a posible a la realidad y por lo tanto los resultados finales sean fiables.

Para comparar y así poder ver las diferencias y similitudes que presentan las cabeceras se utilizan los datos plasmados en la tabla de análisis. A la hora de mostrar la información que se obtenga del análisis se hará mediante apartados para facilitar su comprensión y orden. Así pues, en el apartado cuatro encontraremos dos secciones, la referente al texto o titulares y la que habla sobre lo visual, las fotografías, imágenes o ilustraciones que sirven de cabecera.

La portada de una revista es clave para su venta o aceptación del público, por eso el estudio de sus apartados es tan importante.

Análisis cualitativo de las portadas *GQ*

Para entender los cambios principales que ha sufrido la revista *GQ* en la última década, se estudian 33 ejemplares, 3 por año desde 2013 a 2023. La elección de esta muestra se explica anteriormente, se busca la fiabilidad en los resultados y una buena representación.

La manera de visualizar la evolución en las portadas es mediante la comparación, para facilitar este trabajo se utilizan los datos de la tabla de análisis creada para esta función.

Según la información que muestre la portada, puede darse a conocer que informaciones son más relevantes.

Análisis cuantitativo de las portadas GQ

Al igual que en el análisis cualitativo se realizará siguiendo los datos apuntados en la ficha de análisis. Aquí observamos aspectos como la función del texto, el tipo de lenguaje empleado o las secciones a las que más referencia se hace en las portadas. Para mostrar los cambios a lo largo de la década, se utilizan gráficos de elaboración propia. Podemos subdividir la información en apartados: fotografía, tipo de plano, género de los protagonistas, profesión y edad.

Como la intención del trabajo es cumplir los objetivos de estudio, confirmando o refutando las hipótesis, los resultados de ambos análisis se muestran en conjunto, dividiéndolos en dos grandes apartados: estudio del texto y estudio de las imágenes. De esta manera la comprensión de los resultados resulta más clara y eficaz.

4.1 Estudio del texto: logo y titulares

El primer aspecto que se estudia en este proyecto son los titulares que salen en las cabeceras, o en algunos casos, la ausencia de estos. A continuación, se muestran los datos únicamente de las portadas seleccionada para el estudio, por lo que si se analizara otra muestra pudiera encontrarse variaciones.

Una característica muy peculiar que diferencia a GQ frente a otras revistas de la competencia directa como pueden ser *Esquire* o *Vanity Fair* es la ausencia de titulares fuertes, es decir, como titular suelen poner el nombre del personaje que aparece en la cabecera, aunque hay excepciones.

En resumen, la revista GQ ha evolucionado su estilo en los titulares en la última década. Desde 2013 a 2018 las portadas contaban con mucha información en la cartelera sobre el interior, frases cortas y mezcladas, sin un tema principal claro. Por el contrario,

a partir del 2018 a la actualidad sus números son mucho más claros y sencillos, un estilo más moderno que apuesta por la simpleza y la modernidad. También puede observarse, aunque no tenga referencia con ellos titulares, el aumento del precio que se ha incrementado en esta última década de 3€ a 4,50€. *GQ* también añade en todas sus portadas el número de la publicación.

Como premisa los titulares siempre incluyen el nombre de la persona que aparece en portada en una tipografía diferente al resto de informaciones, con tan solo una excepción. Algo que llama la atención, es que, con la renovación de estilo de la revista a partir de 2018, dejaron de incluir la palabra *Gentleman Quarterly* en sus titulares, más allá del simple nombre de la revista o como logo, además, también dejaron de incluir la palabra *España*.

El tema principal gira en torno al protagonista de la portada, si es un actor, hablan sobre su nueva serie, si es deportista sobre el cambio de equipo, etc. Como resto de temas recurrentes en portada suelen ser deportes, belleza, sexo, cultura...

Temas recurrentes en portada	Ejemplo de titulares
<u>Deporte</u>	“Rafa Nadal Break Point!, Juego, set y vida” / “Segundo asalto” (2019)
<u>Lujo</u>	“Dónde y cómo encontrar pasta para esa idea genial que se te ha ocurrido” (2016)
<u>Electrónica</u>	“Porque <i>Snapchat</i> va a ser la <i>app</i> de moda este 2016” (2016) / “Internet y aguas profundas” (2014)
<u>Mujeres</u>	“Bella Thorne cuando tu nombre no engaña” (2018) / “¿Qué no sigues a Charlotte Mckinney en Instagram? Búscala, anda...de nada” (2016)
<u>Cine</u>	“Nos explica como triunfar en <i>homeland</i> ” (2013) / “Armir Hammer ¿es <i>call me by your name</i> la peli de 2018”, (2018)

<u>Música</u>	“Auch, mi corazón Bad Bunny” (2023) / “Aitana: la nueva estrella del pop. Global” (2019)
---------------	--

Como se puede observar, en la mayoría de los titulares no hacen apenas mención alguna a la moda salvo alguna excepción como “relojes” o “hombres con estilo” algo destacable para una revista de moda masculina.

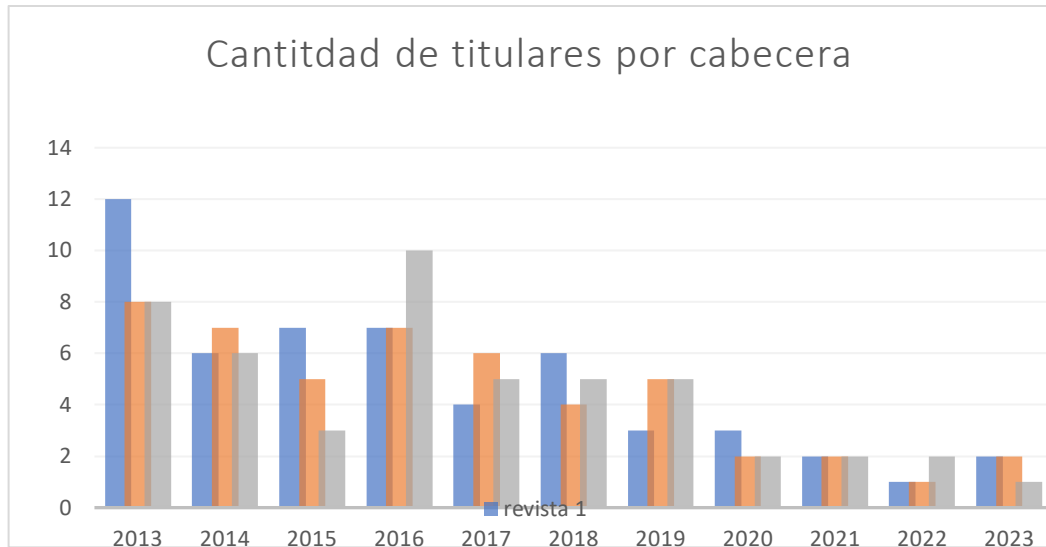
4.1.1 Titulares de la muestra

El estudio cuantitativo de los titulares de la muestra de este proyecto consiste en estudiar la función de estos titulares, la cantidad, el estilo y el lenguaje que emplean.

Al principio las portadas incluían muchos titulares, hasta llegar a la decena y ninguno destacaba por encima del otro, salvo la excepción del nombre del personaje principal de la portada, pero a partir de 2018/2019, tras el cambio de director artístico, la revista sufre un cambio drástico en cuanto a la estética se refiere, que también afecta a los titulares. Este cambio se refleja en una portada mucho más minimalista con un solo titular, a lo sumo dos.

En las últimas portadas destaca que el tipo de letra que se emplea es más urbana y moderna, en ocasiones de estilo “grafitero”, con un objetivo claro de acercarse a un público más juvenil, siendo estos potencialmente nuevos lectores, y por lo tanto nuevos consumidores.

Al principio las portadas contaban con muchos titulares que pretendían mostrar mucha información sobre el interior al lector antes de que este comprara la revista, por lo tanto, los titulares eran de estilo más informativo, para lograr su objetivo de ventas. El lector compraba porque tenía una idea de lo que encontraría dentro tras leer la portada. En los últimos años los titulares son más sobrios, cortos, directos, con un lenguaje más informal y exclamativo. En ocasiones el único titular que aparece es el nombre del modelo, destacando su línea minimalista y devolviendo la elegancia. Se puede observar un gran cambio, apostando por la disminución de titulares sobre todo a partir de 2021, que coincide con la introducción de fondos tipo paisaje, frente a los antiguos fondos lisos en las portadas



Fuente: elaboración propia

Los titulares ahora son más cortos y con mayor diseño. Destaca por encima de otros factores el orden. En las publicaciones anteriores a 2018 aparecen titulares torcidos, sobreexpuestos con la imagen, en recuadros, apelotonados, a posteriori, aparecen de forma mucho más simple y ordenada.

Con los datos de la tabla de análisis se puede observar que la función de estos titulares es en su mayoría es informativa (al menos de los principales) aportan información de forma breve sobre asuntos que se tratan en el interior de las secciones de la revista *GQ*, en segundo lugar, encontramos titulares con una función exclamativa que pretende llamar la atención del lector. Se puede observar también titulares que brindan opinión o de entrevista.

Tipos de titulares más representados	Ejemplos
Exclamativos	“Auch mi corazón”
Informativos	“Antes de volar rumbo al mundial de Brasil <i>GQ</i> confiesa al hombre...”
Opinión	“Hace ya algún tiempo que deje de fantasear con la idea de agradar a todo el mundo”

Por último, las secciones a las que hacen referencia los titulares en su mayoría son: deportes, música, cine, electrónica, sexo, finanzas y moda. Pero en portada también se pueden leer referencias a secciones como, innovación, decoración o viajes.

4.2 Estudio de las fotografías e imágenes de las portadas

La revista GQ es una revista moderna, con poca antigüedad, por lo que desde sus inicios siempre ha incluido imágenes en su portada, exactamente fotografías.

En las revistas en las que aparecen mujeres como protagonistas, se muestran todas con ropa sexualizada (bañadores, escotes, minifaldas...) frente a las portadas en las que aparecen hombres donde salen completamente cubiertos y en su mayoría con traje. Además, en las portadas con mujeres siempre aparece el color rojo, que se relaciona con el deseo y la pasión, por lo que se muestra a la mujer como objeto de deseo frente a la imagen que muestran del hombre de modelo a seguir.

En resumen, se observa una evolución en la estética que presenta una portada más pulcra sin tanto exceso de información y texto, un cambio en el color del logo, y en la forma de presentar a los modelos. Por otro lado el tipo de persona que aparece en la portada de la revista GQ suelen ser: deportistas, especialmente futbolistas, actores y músicos de género masculino.

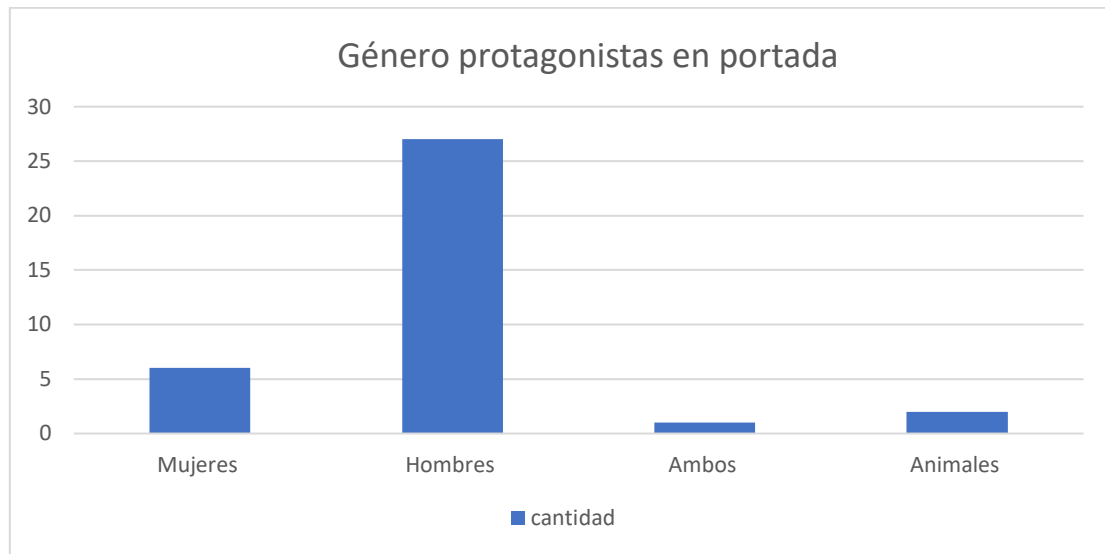
Al igual que en el apartado anterior, se estudiarán las variables indicadas en la ficha de análisis. Para hacerlo más comprensible se representarán los datos con gráficos en medida de lo posible.

4.2.1 Modelo de portada, profesión, género, cantidad

En este apartado se analizan las principales características del modelo de la imagen: profesión, género, cantidad e indumentaria. Todas las revistas analizadas incluyen en su portada la imagen de una persona, ninguna mostraba solo edificios, logos o animales, lo que refleja la idea de “*lo imitable*”.

De las 33 revistas analizadas solo aparecen 6 mujeres en portada, y una compartiendo el protagonismo, el resto son hombres, reforzando la idea de “modelo a seguir”, pero incluyendo la idea de deseo, muy presente en los titulares. Tan solo en dos de las portadas analizadas aparece un hombre acompañado de un animal, un perro y una

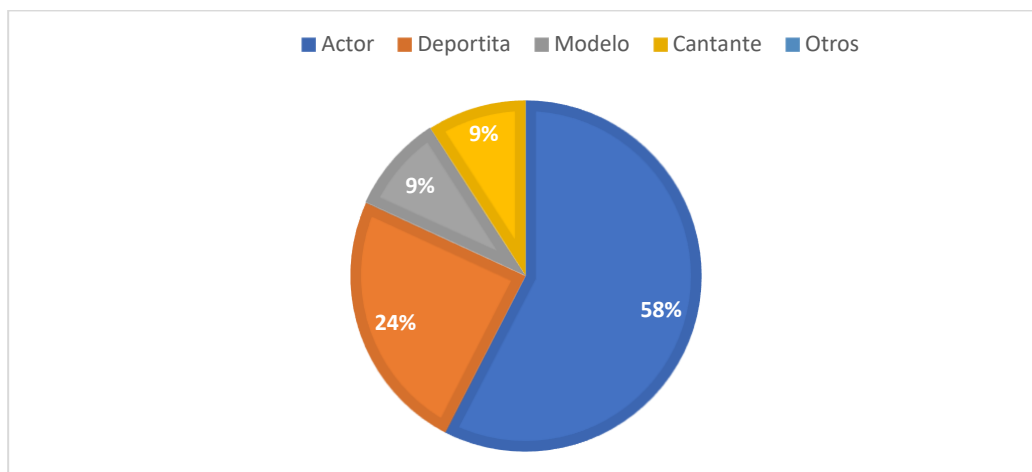
serpiente. De las 33 portadas analizadas tan solo en una aparecen dos personas compartiendo protagonismo, en lugar de una.



Género de los protagonistas de las portadas. Fuente: elaboración propia.

La mayoría de los modelos de la revista *GQ* son actores reconocidos que presentan la película/ serie de moda y deportista de gran éxito, destacando los futbolistas nacionales, seguidos en el *ranquin* de presencia por músicos, especialmente cantantes.

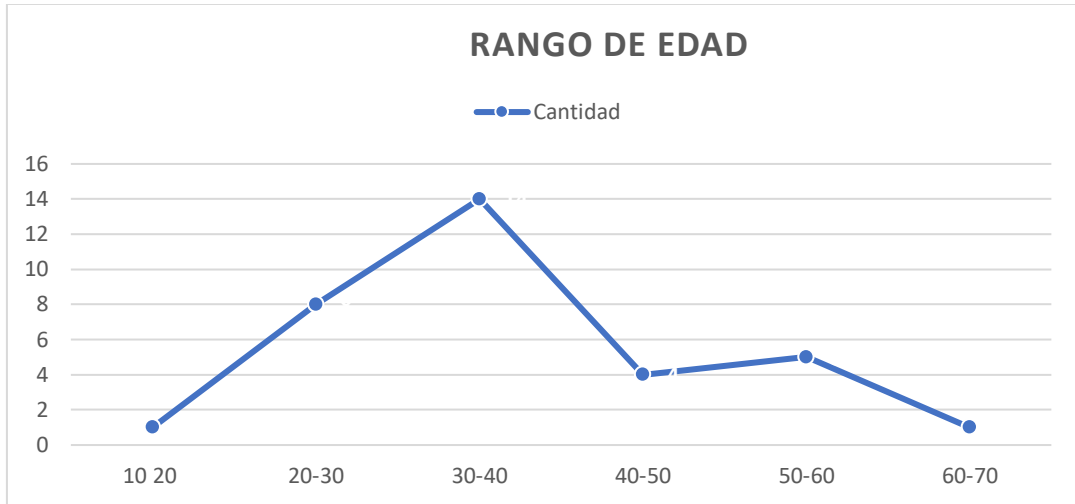
En el caso de las portadas con presencia femenina, la estadística cambia, pues la mayoría de las protagonistas son modelos, seguidas de actrices.



Profesión de los protagonistas. Fuente: elaboración propia.

Si hablamos de la edad de los protagonistas encontramos gran variedad. Si es verdad, que si las protagonistas son mujeres no sobrepasan los 30 años, y si por el contrario

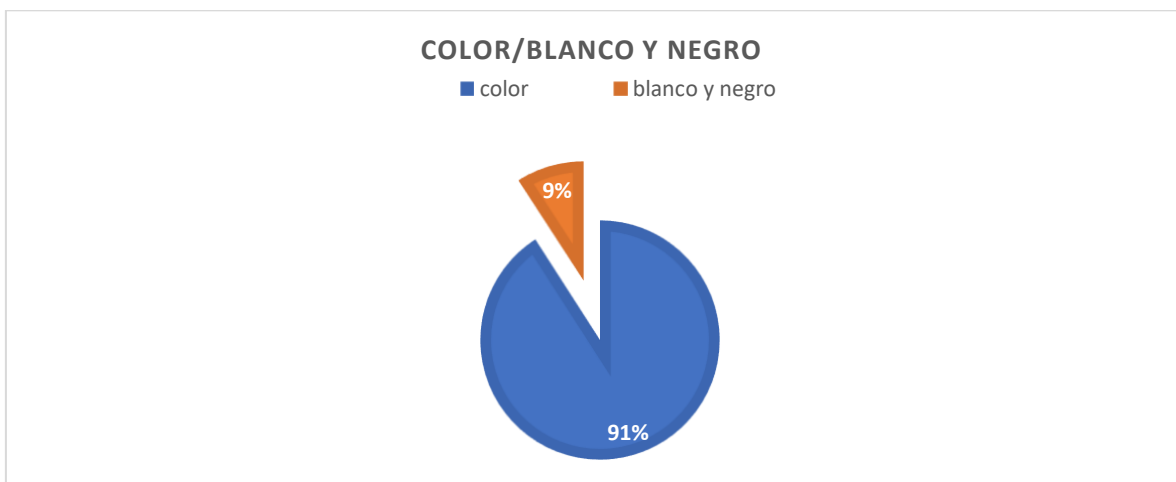
son hombres, llegan hasta los 60. La mayoría de los protagonistas son varones con una edad comprendida entre 30-40 años. Respecto a la presencia de menores, tan solo uno ha sido protagonista y cumplía la mayoría de edad ese mismo año.



Edad de los protagonistas. Fuente: elaboración propia

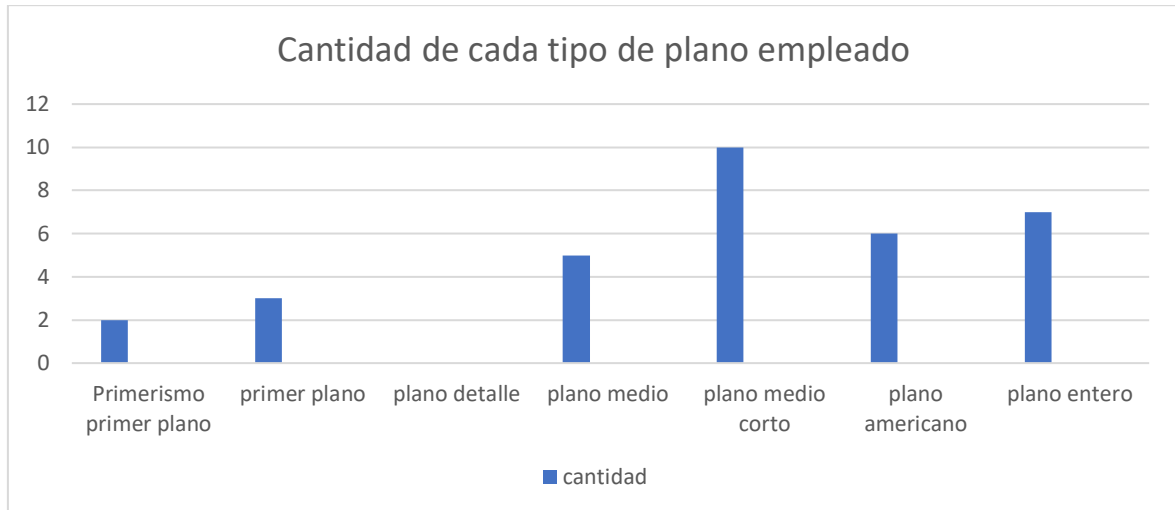
4.2.2 Tipo de imagen: fotografía, plano

Todas las fotografías que aparecen como cabeceras son fotografías, ninguna son ilustraciones o dibujos, esto se debe a que la revista *GQ* es una revista actual, con unas pocas décadas de antigüedad. Aunque, en varias portadas, sobre todo en las de los últimos tres años, encontramos la presencia de dibujos que se mezclan con la fotografía o los titulares. La mayoría de las portadas son en color, pero podemos encontrar alguna en blanco y negro con el contraste del texto o del logo en color.



Fuente. Elaboración propia

Respecto a lo tipos de plano que se emplean en las fotografías de la portada encontramos bastante variedad, pero se observa que, según el año, se tiende a emplear más uno u otro. En general predominan el plano medio corto y el plano americano, aunque el plano entero gana terreno en los últimos tres años.



Tipos de planos en portada. Fuente: elaboración propia

5. CONCLUSIONES

Tras profundizar en el estudio de la historia de la moda y la prensa especializada en este mismo sector y posteriormente analizar las portadas de la revista de moda masculina *GQ*, pasamos a exponer las conclusiones globales este Trabajo de Fin de Grado. Retomando los objetivos, queda claro que el trabajo de investigación ha conseguido alcanzar los objetivos planteados: conocer la evolución de la revista *GQ* respecto al diseño, pero sobre todo observar que las revista *GQ* sigue manteniendo estereotipos. Además, permite conocer el tipo de protagonistas que aparecen en sus portadas y si esta revista realmente le da importancia a la moda o no.

Respecto al interés de la moda en las portadas, se confirma la hipótesis de que *GQ* perpetua los estereotipos de género. Cuando muestra a mujeres en portada lo hace como objeto de deseo, frente a los hombres que les representa como modelo a seguir. Además, la representación de mujeres suele ser mediante modelos, con una edad inferior a los 30 años, frente a los hombres que suelen ser actores o deportistas, que alcanzan hasta los 60 años. Respecto a los titulares, a principios de década se hacían comentarios en portada

sobre como ligar, atraer a una mujer satisfacerla. En los últimos años, debido al cambio de diseño minimalista estos titulares desaparecen.

Respecto a los objetivos generales, en referencia a si la revista realmente muestra interés en la moda, se refuta la hipótesis de que la revista muestra moda a través de sus portadas. Lo que realmente importa en la portada no es la moda o el estilo, es el modelo representado, que rara vez tiene relación con el mundo de la moda, pues suelen ser actores o deportistas. Esto no quiere decir que los estilismos que se presentan en portada no estén cuidados y seleccionados con criterio o que en el interior de la revista no encontremos contenido de calidad sobre este tema. La revista *GQ* ha ido evolucionando de acuerdo con las preferencias y demandas de la sociedad de cada momento, pues es esta quien condiciona las cabeceras de este tipo de publicación.

Tras analizar los elementos visuales empleados, el diseño, el tipo de lenguaje y tipografía se confirma que el público al que se dirige *GQ* son hombres, con un poder adquisitivo medio-alto, que se encuentren entre los 18 a los 35 años. Hombres ambiciosos, con interés en la moda, pero también en la cultura y la actualidad. Tras observar el tipo de protagonista que tiene esta revista, hombres exitosos, de entre 30-40 años, que sirvan como ejemplo de ambición, lujo, poder, referencias a un concepto tópico de masculinidad. Intentan que el comprador sienta que puede alcanzar/ser todo aquello que la revista muestra. Confirmando así la tercera hipótesis.

La última hipótesis se confirma tras el estudio de los elementos visuales que se emplean en las portadas y su función comunicativa, que nos dan como conclusión que la fotografía es el elemento principal. La evolución de la revista se puede observar de manera clara, sobre todo en el cambio de estilo a partir del 2018-19. La revista se vuelve más elegante tanto en diseño como en lenguaje. Disminuye la cantidad de titulares, corondeles, recuadros y viñetas, dejando una portada más limpia visualmente y apostando por un estilo minimalista.

En este trabajo también hemos encontrado algunas limitaciones. Al tratarse de un análisis de las portadas hemos comprobado que la revista ha cambiado su estilo y han evolucionado, eliminando ciertas secciones, pero no hemos podido comprobar si han sido eliminadas al completo. Además, la muestra del estudio es aleatoria, no puede descartarse otros resultados si se eligiera otra muestra de estudio o se enfatizara en otras variables.

Sería de gran interés, para líneas de investigación futura, el análisis de las revistas completas, para estudiar si la imagen que transmiten con la elección de la portada se corresponde con las publicaciones interiores. Además, podría ser interesante contactar con los protagonistas para estudiar su opinión respecto a los estilismos, sobre todo, en el caso de las mujeres.

6. BIBLIOGRAFÍA

¡Extra, moda! El nacimiento de la prensa de moda en España es un acercamiento a la historia de la prensa de moda en España desde finales del siglo XVIII hasta finales del XIX. <https://www.culturaydeporte.gob.es/mtraje/en/museo/prensa/notas-de-prensa/np-historico/2019/extra-moda.html>

Gallego, J. (1990). *Mujeres de papel*. De *¡Hola! A Vogue: la prensa femenina actual*. Madrid: Icaria Editorial.

Fagoga, C. y Orive, P. (1974). *La Especialización en el Periodismo*. Barcelona: DOSSAT S.A.

Santmartí, J.M. (2003). *10 lecciones del periodismo especializado*. Madrid: Fragua

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>

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 (Consultado el 12 de diciembre de 2020).

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

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

Williams, Alex (7 de noviembre de 2019). "[A Los Hombres Se Cancelan, También Lo Hacen Sus Suscripciones A Revistas](#)". *The New York Times*.

Sixsmith, Ben (19 de octubre de 2019). "[GQ es un texto sagrado de la capital despierta](#)". *El Espectador*. <https://thespectator.com/gq-holy-text-woke-capital>

Merino Presencio, M. (2023). Análisis de la prensa especializada en moda. Revistas de moda masculinas. -El caso de GQ-. Trabajo Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid.

Oficina de Auditoría de Circulaciones (Reino Unido). 15 de agosto de 2019. Recuperado Sharenow, R. (productor) y Cutler, R.J. (director). (2009). The September Issue [cinta cinematográfica]. EU: A&E INDIE FILMS. https://www.primevideo.com/detail/The-SeptemberIssue/0JXMXHNMI35M2OVUGV3UCREB4T/ref=atv_nb_lcl_es_ES?ie=UTF8&language=es_ES

El futuro de las revistas para hombres está en constante cambio (Kara Bloodgardeen) [HTTPS://WWW.LATIMES.COM/FASHION/LA-IG-WWD-MENS-MAGAZINE-FATE-20170824-STORY.HTML](https://www.latimes.com/fashion/la-ig-wwd-mens-magazine-fate-20170824-story.html)

Nacimiento, evolución y crisis de la presa femenina contemporánea en España (Gandazabal Learreta, M. 2006) https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/67928/revista-comunicacion-ambitos-15_405-420.pdf?sequence=1&isAllowed=y

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>

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>

Casero-Ripollés, A. (2012). Beyond newspapers: News consumption among young people in the digital era. [Más allá de los diarios: el consumo de noticias de los jóvenes en la era digital]. *Comunicar*, 39, 151-158. <https://doi.org/10.3916/C39-2012-03-05>

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

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=681BCD72CBFEEFC65CE78C8BFDF0C571#page=1>

Merino Presencio, M. (2023). Análisis de la prensa especializada en moda. Revistas de moda masculinas. -El caso de GQ-. Trabajo Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid.

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

Learreta, M. G. (2006). Nacimiento, evolución y crisis de la prensa femenina contemporánea en España. Ámbitos. Revisyta internacional de COMUNICACIÓN, (15), 405-420. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/168/16801521.pdf>

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

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

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>

TFG periodismo de moda: Una comparativa entre las revistas Vogue y Telva. Miguel Ángel Fernández Ortega (2020) https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/51444/TFG_F_2021_085.pdf?sequence=1

LA MODA EN SIMMEL, UN CASO DE PRODUCCIÓN SIN PRODUCTOR de Ricardo Mellado <http://www.revistacontenido.com/wp-content/uploads/2013/12/08-La-Moda-en-Simmel.pdf>

La evolución de Vogue a través de sus portadas . Revilla Benito, Mª de la Paloma (2021) <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/51428>

Análisis grafico del diseño de las portadas de la Revista Folk y su relación con el artículo vinculado. Andrés Roberto Morataya Contreras (2014). <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/03/05/Morataya-Andres.pdf>

Merino Presencio, M. (2023). Análisis de la prensa especializada en moda. Revistas de moda masculinas. -El caso de GQ-. Trabajo Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid.

Velasco, A. (2015). *Moda y Prensa Femenina en la España del S.XIX*. Madrid: Ediciones 19. *Moda y Prensa Femenina en la España del S.XIX (2015)* de Ana Velasco Molpeceres

Figueras, J. (2012). *Historia de la moda. Pasado, presente y futuro*. Madrid: Ediciones Internacionales Universitarias S.A.

Figueras, J. (1997) *La moda, sus secretos y su poder*

Eguizabal Maza, R. (2022). Epístola a un científico principiante. *Comunicación y Métodos - Communication & Methods*, 4(1), 1-3. <https://doi.org/10.35951/v4i1.160>

Blasco Doñamayor, E. (2017). *El valor de la imagen en el diseño gráfico de portadas de revistas: el caso concreto de la edición española de Esquire* [Tesis de doctorado no publicada]. Universidad San Pablo-CEU.

Krippendorff, K. (2002). *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*. Paidós.
García Ferrando, M., Ibáñez, J., y Alvira, F. (2003). *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación. Síntesis*.

Fernández del Moral, J. (2019). *El periodismo especializado: un modelo sistémico para la difusión del conocimiento*. Barcelona, España: Ariel.

Owen, W. (1991). *Diseño de revistas*. Gustavo Gili.

Puebla Martínez, B., Carrillo Pascual, E., y Íñigo Jurado, A, I. (2011). *La imagen de los protagonistas de las portadas en las revistas españolas*. En P. Pérez Cuadrado y B. Puebla Martínez (Coords.), *Revistas versus magazines* (pp. 99-113). Universidad Rey Juan Carlos.

Zappaterra, Y. (2008). *Diseño editorial: Periódicos y revistas*. Gustavo Gili.

7. ANEXOS



Portada *GQ Spain* abril 2013. Fuente: Revista *GQ*

FICHA DE ANÁLISIS

- N.º publicación: 187
- Fecha de publicación: abril 2013
- Precio: 3€

DISEÑO

- **IMAGEN:**
 - Tipo de imagen:
 - Ilustración
 - Gráfico
 - Fotografía **X**

- Tipo de plano: **entero**
- Color/ Blanco y negro: **color**

- Fondo:
 - Liso
 - Estampado
 - Paisaje **X**

- Tonos:
 - Cálidos
 - Fríos **X**
 - Mezcla

- Figura: (análisis del protagonista/s)
 - Cantidad **1**
 - Género (M/F/No binario) **F**
 - Profesión:
 - Deportista
 - Actor **X**
 - Modelo
 - Cantante
 - Otros

 - Edad **34**
 - Indumentaria
 - Formal **X**
 - Informal

 - Otros

-Observaciones a mayores:

- **TEXTO:**
 - Logo
 - Presencia (si/ no) **SI**
 - Colores **Bicolor (blanco/rojo)**
 - Otros

- Titulares
 - Presencia: (Si/No) **Si**
 - Cantidad
 - Uno
 - Varios (especificar) **12**
 - Función
 - Explicativa
 - Informativa **X**
 - Opinativa
 - Otros
 - Sección a la que pertenecen
 - Moda
 - Belleza
 - Lujo
 - Series/ Cine **X**
 - Deporte **X**
 - Estilo de vida
 - Otros **X**
 - Tipo de lenguaje
 - Neutro
 - Formal
 - Informal
 - Exclamativo
 - Otros
 - Otros:
- **RECURSOS GRÁFICOS**
 - Líneas
 - Filetes **X**
 - Corondeles
 - Recuadros **X**
 - Textos invertidos
 - Viñetas **X**
 - Observaciones a mayores:



Portada *GQ Spain* octubre 2013. Fuente: Revista *GQ*

FICHA DE ANÁLISIS

- N.º publicación: 192
- Fecha de publicación: octubre 2013
- Precio: 3€

DISEÑO

• IMAGEN:

- Tipo de imagen:

- Ilustración
- Gráfico
- Fotografía X

- Tipo de plano: americano
- Color/ Blanco y negro: Blanco y negro

- Fondo:
 - Liso **X**
 - Estampado
 - Paisaje

- Tonos:
 - Cálidos **X**
 - Fríos
 - Mezcla

- Figura: (análisis del protagonista/s)
 - Cantidad **1**
 - Género (M/F/No binario) **F**
 - Profesión:
 - Deportista
 - Actor
 - Modelo **X**
 - Cantante
 - Otros

 - Edad **24**
 - Indumentaria
 - Formal
 - Informal **X**

 - Otros **Semidesnuda.**

-Observaciones a mayores:

- **TEXTO:**
 - Logo
 - Presencia (si/ no) **SI**
 - Colores **Bicolor (amarillo/blanco)**
 - Otros
 - Titulares
 - Presencia: (Si/No) **Si**

- Cantidad
 - Uno
 - Varios (especificar) 8
 - Función
 - Explicativa
 - Informativa X
 - Opinativa X
 - Otros
 - Sección a la que pertenecen
 - Moda X
 - Belleza
 - Lujo
 - Series/ Cine
 - Deporte X
 - Estilo de vida
 - Otros X (sexo)
 - Tipo de lenguaje
 - Neutro X
 - Formal
 - Informal
 - Exclamativo X
 - Otros
 - Otros:
- **RECURSOS GRÁFICOS**
 - Líneas
 - Filetes
 - Corondeles
 - Recuadros X
 - Textos invertidos
 - Viñetas X
 - Observaciones a mayores: Flechas



Portada *GQ Spain* noviembre 2013. Fuente: Revista *GQ*

FICHA DE ANÁLISIS

- N.º publicación: 193
- Fecha de publicación: noviembre 2013
- Precio: 3€

DISEÑO

- **IMAGEN:**

- Tipo de imagen:

- Ilustración
- Gráfico
- Fotografía **X**

- Tipo de plano: entero
- Color/ Blanco y negro: color

- Fondo:
 - Liso **X**
 - Estampado
 - Paisaje

- Tonos:
 - Cálidos
 - Fríos **X**
 - Mezcla

- Figura: (análisis del protagonista/s)
 - Cantidad **1**
 - Género (M/F/No binario) **M**
 - Profesión:
 - Deportista
 - Actor **X**
 - Modelo
 - Cantante
 - Otros

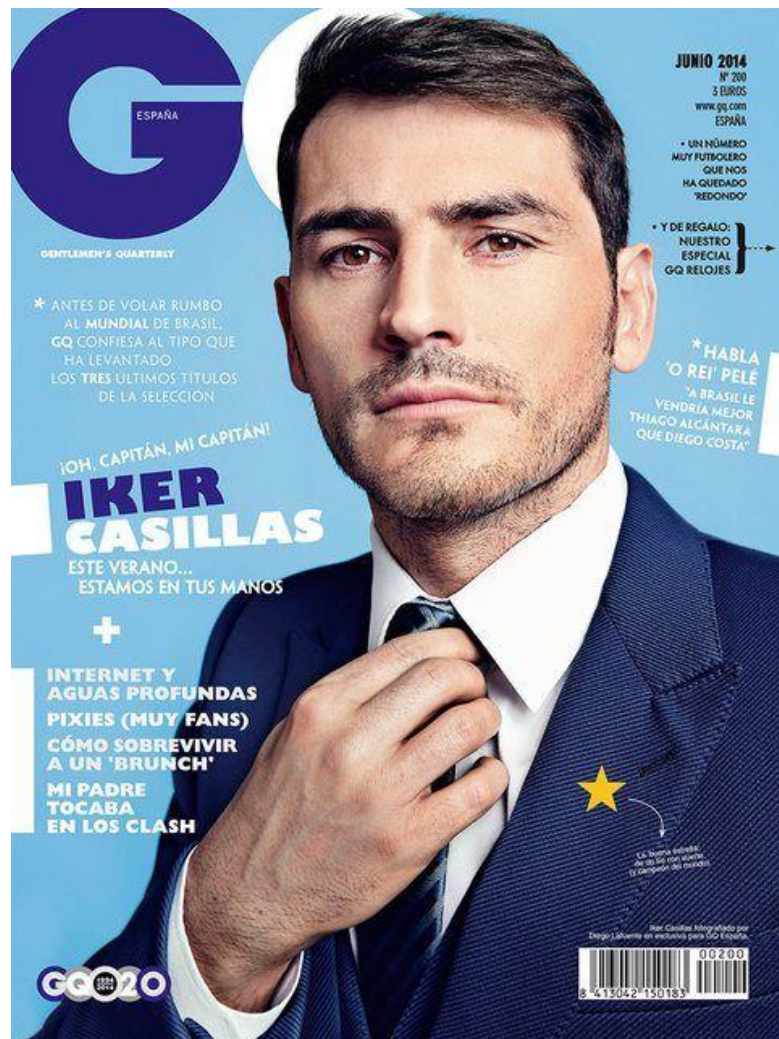
 - Edad **40**
 - Indumentaria
 - Formal **X**
 - Informal

 - Otros **Traje**

-Observaciones a mayores: **sensación de movimiento**

- **TEXTO:**
 - Logo
 - Presencia (si/ no) **SI**
 - Colores **Blanco**
 - Otros **logo parcialmente tapado por el protagonista**
 - Titulares
 - Presencia: (Si/No) **Si**

- Cantidad
 - Uno
 - Varios (especificar) 8
 - Función
 - Explicativa
 - Informativa X
 - Opinativa X
 - Otros
 - Sección a la que pertenecen
 - Moda X
 - Belleza X
 - Lujo X
 - Series/ Cine
 - Deporte
 - Estilo de vida X
 - Otros X (sexo)
 - Tipo de lenguaje
 - Neutro
 - Formal
 - Informal X
 - Exclamativo X
 - Otros
 - Otros:
- **RECURSOS GRÁFICOS**
 - Líneas
 - Filetes
 - Corondeles
 - Recuadros X (forma círculo)
 - Textos invertidos
 - Viñetas X
 - Observaciones a mayores: Flechas y signo de sumar



Portada *GQ Spain* 2014. Fuente: Revista *GQ*

FICHA DE ANÁLISIS

- N.º publicación: 200
- Fecha de publicación: junio 2014
- Precio: 3€

DISEÑO

- **IMAGEN:**
 - Tipo de imagen:
 - Ilustración
 - Gráfico
 - Fotografía X

- Tipo de plano: **Medio Corto**
- Color/ Blanco y negro: **color**

- Fondo:
 - Liso **X**
 - Estampado
 - Paisaje

- Tonos:
 - Cálidos
 - Fríos **X**
 - Mezcla

- Figura: (análisis del protagonista/s)
 - Cantidad **1**
 - Género (M/F/No binario) **M**
 - Profesión:
 - Deportista **X**
 - Actor
 - Modelo
 - Cantante
 - Otros

 - Edad **33**
 - Indumentaria
 - Formal **X**
 - Informal

 - Otros **Traje**

-Observaciones a mayores: **Expresión seria**

- **TEXTO:**
 - Logo
 - Presencia (si/ no) **SI**
 - Colores **Bicolor (blanco/ azul)**
 - Otros: **solo se aprecia la G**

- Titulares
 - Presencia: (Si/No) **Si**
 - Cantidad
 - Uno
 - Varios (especificar) **6**
 - Función
 - Explicativa
 - Informativa **X**
 - Opinativa
 - Otros
 - Sección a la que pertenecen
 - Moda
 - Belleza
 - Lujo
 - Series/ Cine **X**
 - Deporte **X**
 - Estilo de vida
 - Otros **X**
 - Tipo de lenguaje
 - Neutro **X**
 - Formal
 - Informal
 - Exclamativo
 - Otros
 - Otros:
- **RECURSOS GRÁFICOS**
 - Líneas
 - Filetes **X**
 - Corondeles
 - Recuadros
 - Textos invertidos **X (torcidos)**
 - Viñetas **X**
 - Observaciones a mayores: **Flechas, estrellas y signo sumar**



Portada *GQ Spain* octubre 2014. Fuente: Revista *GQ*

FICHA DE ANÁLISIS

- N.º publicación: 203
- Fecha de publicación: octubre 2014
- Precio: 3€

DISEÑO

- **IMAGEN:**
 - Tipo de imagen:
 - Ilustración
 - Gráfico
 - Fotografía **X**

- Tipo de plano: **Medio**
- Color/ Blanco y negro: **Color**

- Fondo:
 - Liso **X**
 - Estampado
 - Paisaje

- Tonos:
 - Cálidos
 - Fríos **X**
 - Mezcla

- Figura: (análisis del protagonista/s)
 - Cantidad **1**
 - Género (M/F/No binario) **M**
 - Profesión:
 - Deportista
 - Actor **X**
 - Modelo
 - Cantante
 - Otros

 - Edad **58**
 - Indumentaria
 - Formal **X**
 - Informal

 - Otros **Traje**

-Observaciones a mayores:

- **TEXTO:**
 - Logo
 - Presencia (si/ no) **SI**
 - Colores (**bicolor**) **Blanco/amarillo**
 - Otros: **logo parcialmente tapado por el protagonista**

- Titulares
 - Presencia: (Si/No) **Si**
 - Cantidad
 - Uno
 - Varios (especificar) **7**
 - Función
 - Explicativa
 - Informativa **X**
 - Opinativa **X**
 - Otros
 - Sección a la que pertenecen
 - Moda **X**
 - Belleza
 - Lujo
 - Series/ Cine **X**
 - Deporte **X**
 - Estilo de vida **X**
 - Otros
 - Tipo de lenguaje
 - Neutro
 - Formal
 - Informal **X**
 - Exclamativo **X**
 - Otros
 - Otros:
- **RECURSOS GRÁFICOS**
 - Líneas
 - Filetes
 - Corondeles
 - Recuadros **X (forma de bocadillo)**
 - Textos invertidos **X (texto torcido)**
 - Viñetas **X**
 - Observaciones a mayores: **Flechas y signo de sumar**



Portada *GQ Spain* abril 2014. Fuente: Revista *GQ*

FICHA DE ANÁLISIS

- N.º publicación: 198
- Fecha de publicación: abril 2014
- Precio: 3€

DISEÑO

- IMAGEN:
 - Tipo de imagen:
 - Ilustración
 - Gráfico
 - Fotografía X

- Tipo de plano: **medio corto**
- Color/ Blanco y negro: **color**

- Fondo:
 - Liso **X**
 - Estampado
 - Paisaje

- Tonos:
 - Cálidos
 - Fríos **X**
 - Mezcla

- Figura: (análisis del protagonista/s)
 - Cantidad **1**
 - Género (M/F/No binario) **M**
 - Profesión:
 - Deportista
 - Actor **X**
 - Modelo
 - Cantante
 - Otros

 - Edad **61**
 - Indumentaria
 - Formal **X**
 - Informal

 - Otros **Traje**

-Observaciones a mayores: **ironía**

- **TEXTO:**
 - Logo
 - Presencia (si/ no) **SI**
 - Colores **Bicolor (blanco y amarillo)**
 - Otros: **Logo parcialmente tapado por el protagonista**

- Titulares
 - Presencia: (Si/No) **Si**
 - Cantidad
 - Uno
 - Varios (especificar) **6**
 - Función
 - Explicativa
 - Informativa **X**
 - Opinativa **X**
 - Otros **iónica**
 - Sección a la que pertenecen
 - Moda
 - Belleza
 - Lujo
 - Series/ Cine **X (comedia)**
 - Deporte
 - Estilo de vida
 - Otros **X (sexo, cultura)**
 - Tipo de lenguaje
 - Neutro
 - Formal
 - Informal **X**
 - Exclamativo **X**
 - Otros
 - Otros: **Mezcla de tipografías**
- **RECURSOS GRÁFICOS**
 - Líneas
 - Filetes
 - Corondeles
 - Recuadros
 - Textos invertidos **X (torcidos)**
 - Viñetas **X**
 - Observaciones a mayores: **Flechas y puntos suspensivos**



Portada *GQ Spain* noviembre 2015. Fuente: Revista *GQ*

FICHA DE ANÁLISIS

- N.º publicación: 215
- Fecha de publicación: noviembre 2015
- Precio: no figura

DISEÑO

- IMAGEN:
 - Tipo de imagen:
 - Ilustración
 - Gráfico
 - Fotografía X

- Tipo de plano: **Medio**
- Color/ Blanco y negro: **Color**

- Fondo:
 - Liso **X**
 - Estampado
 - Paisaje

- Tonos:
 - Cálidos
 - Fríos **X**
 - Mezcla

- Figura: (análisis del protagonista/s)
 - Cantidad **1**
 - Género (M/F/No binario) **M**
 - Profesión:
 - Deportista
 - Actor **X**
 - Modelo
 - Cantante
 - Otros

 - Edad **30**
 - Indumentaria
 - Formal **X**
 - Informal

 - Otros **Traje**

-Observaciones a mayores:

- **TEXTO:**
 - Logo
 - Presencia (si/ no) **SI**
 - Colores **Bicolor (gris y rojo)**
 - Otros: **Logo parcialmente tapado por el protagonista**

- Titulares
 - Presencia: (Si/No) **Si**
 - Cantidad
 - Uno
 - Varios (especificar) **7**
 - Función
 - Explicativa
 - Informativa **X**
 - Opinativa **X**
 - Otros
 - Sección a la que pertenecen
 - Moda
 - Belleza **X**
 - Lujo
 - Series/ Cine **X**
 - Deporte **X**
 - Estilo de vida
 - Otros **X (sexo, cultura)**
 - Tipo de lenguaje
 - Neutro
 - Formal
 - Informal **X**
 - Exclamativo **X**
 - Otros Provocativo
 - Otros: **Mezcla de tipografías**
- **RECURSOS GRÁFICOS**
 - Líneas
 - Filetes **X**
 - Corondeles
 - Recuadros
 - Textos invertidos **X (torcidos)**
 - Viñetas **X**
 - Observaciones a mayores: **Flechas**



Portada *GQ Spain* marzo 2015. Fuente: Revista *GQ*

FICHA DE ANÁLISIS

- N.º publicación: 208
- Fecha de publicación: marzo 2015
- Precio: 3,50€

DISEÑO

• IMAGEN:

- Tipo de imagen:
 - Ilustración
 - Gráfico
 - Fotografía X

- Tipo de plano: americano

- Color/ Blanco y negro: **color**
- Fondo:
 - Liso **X**
 - Estampado
 - Paisaje
- Tonos:
 - Cálidos
 - Fríos **X**
 - Mezcla
- Figura: (análisis del protagonista/s)
 - Cantidad **1**
 - Género (M/F/No binario) **M**
 - Profesión:
 - Deportista
 - Actor **X**
 - Modelo
 - Cantante
 - Otros
 - Edad **50**
 - Indumentaria
 - Formal **X**
 - Informal
 - Otros **Traje/ sonriente**

-Observaciones a mayores:

- **TEXTO:**
 - Logo
 - Presencia (si/ no) **SI**
 - Colores **Bicolor (blanco y amarillo)**
 - Otros: **solo es leíble la G**
 - Titulares

- Presencia: (Si/No) **Si**
- Cantidad
 - Uno
 - Varios (especificar) **5**
- Función
 - Explicativa
 - Informativa **X**
 - Opinativa **X**
 - Otros **iónica**

- Sección a la que pertenecen
 - Moda
 - Belleza
 - Lujo
 - Series/ Cine **X (comedia)**
 - Deporte
 - Estilo de vida
 - Otros **X (sexo, cultura)**
- Tipo de lenguaje
 - Neutro
 - Formal
 - Informal **X**
 - Exclamativo **X (interrogativo)**
 - Otros

- Otros: **Mezcla de tipografías y colores**

- **RECURSOS GRÁFICOS**
 - Líneas
 - Filetes **X**
 - Corondeles
 - Recuadros **X (forma de bocadillo)**
 - Textos invertidos **X (torcidos)**
 - Viñetas **X**
 - Observaciones a mayores: **Flechas y recuadros**



Portada *GQ Spain* julio/ agosto 2015. Fuente: Revista *GQ*

FICHA DE ANÁLISIS

- N.º publicación: 212
- Fecha de publicación: abril 2014
- Precio: 3,50€

DISEÑO

- **IMAGEN:**

- Tipo de imagen:

- Ilustración
- Gráfico
- Fotografía **X**

- Tipo de plano: americano
- Color/ Blanco y negro: color

- Fondo:
 - Liso
 - Estampado **X (cuadros)**
 - Paisaje

- Tonos:
 - Cálidos **X**
 - Fríos
 - Mezcla

- Figura: (análisis del protagonista/s)
 - Cantidad **1**
 - Género (M/F/No binario) **F**
 - Profesión:
 - Deportista
 - Actor
 - Modelo **X**
 - Cantante
 - Otros

 - Edad **26**
 - Indumentaria
 - Formal
 - Informal **X**

 - Otros **Traje de baño**

-Observaciones a mayores: **sexualización**

- **TEXTO:**
 - Logo
 - Presencia (si/ no) **SI**
 - Colores **Bicolor (rojo/ negro)**
 - Otros: **Logo visible**

 - Titulares
 - Presencia: (Si/No) **Si**

- Cantidad
 - Uno
 - Varios (especificar) 3
 - Función
 - Explicativa
 - Informativa
 - Opinativa X
 - Otros **provocativa**
 - Sección a la que pertenecen
 - Moda
 - Belleza
 - Lujo
 - Series/ Cine
 - Deporte
 - Estilo de vida X
 - Otros X
 - Tipo de lenguaje
 - Neutro
 - Formal
 - Informal X
 - Exclamativo X
 - Otros
 - Otros:
- **RECURSOS GRÁFICOS**
 - Líneas
 - Filetes
 - Corondeles
 - Recuadros
 - Textos invertidos X (**torcidos**)
 - Viñetas
 - Observaciones a mayores: **signo de suma y puntos suspensivos**



Portada GQ Spain febrero 2016. Fuente: Revista GQ

FICHA DE ANÁLISIS

- N.º publicación: 218
- Fecha de publicación: febrero 2016
- Precio: 3,50€

DISEÑO

- **IMAGEN:**

- Tipo de imagen:

- Ilustración
- Gráfico
- Fotografía X

- Tipo de plano: americano
- Color/ Blanco y negro: color

- Fondo:
 - Liso **X**
 - Estampado
 - Paisaje

- Tonos:
 - Cálidos
 - Fríos **X**
 - Mezcla

- Figura: (análisis del protagonista/s)
 - Cantidad **2 (sale un animal)**
 - Género (M/F/No binario) **M**
 - Profesión:
 - Deportista **X**
 - Actor
 - Modelo
 - Cantante
 - Otros

 - Edad **32**
 - Indumentaria
 - Formal **X**
 - Informal

 - Otros **Traje**

-Observaciones a mayores: **el protagonista sale sentado**

- **TEXTO:**
 - Logo
 - Presencia (si/ no) **SI**
 - Colores **Bicolor (blanco y azul claro)**
 - Otros: **Logo legible**
 - Titulares
 - Presencia: (Si/No) **Si**

- Cantidad
 - Uno
 - Varios (especificar) 7
 - Función
 - Explicativa
 - Informativa X
 - Opinativa X
 - Otros
 - Sección a la que pertenecen
 - Moda X
 - Belleza X
 - Lujo
 - Series/ Cine X (comedia)
 - Deporte X
 - Estilo de vida
 - Otros X (tecnología)
 - Tipo de lenguaje
 - Neutro
 - Formal
 - Informal X
 - Exclamativo X
 - Otros
 - Otros: varias preguntas
- **RECURSOS GRÁFICOS**
 - Líneas
 - Filetes
 - Corondeles
 - Recuadros X (normales y bocadillos)
 - Textos invertidos X (torcidos)
 - Viñetas
 - Observaciones a mayores: Flechas y puntos suspensivos



Portada *GQ Spain* septiembre 2016. Fuente: Revista *GQ*

FICHA DE ANÁLISIS

- N.º publicación: 224
- Fecha de publicación: septiembre 2016
- Precio: 3,50€

DISEÑO

- **IMAGEN:**
 - Tipo de imagen:
 - Ilustración
 - Gráfico
 - Fotografía **X**
 - Tipo de plano: medio corto

- Color/ Blanco y negro: **color**
- Fondo:
 - Liso **X**
 - Estampado
 - Paisaje
- Tonos:
 - Cálidos
 - Fríos **X**
 - Mezcla
- Figura: (análisis del protagonista/s)
 - Cantidad **1**
 - Género (M/F/No binario) **M**
 - Profesión:
 - Deportista **X**
 - Actor
 - Modelo
 - Cantante
 - Otros
 - Edad **44**
 - Indumentaria
 - Formal **X**
 - Informal
 - Otros **Traje**

-Observaciones a mayores: **gesto retador/ figura de lado**

- **TEXTO:**
 - Logo
 - Presencia (si/ no) **SI**
 - Colores **Bicolor (blanco y amarillo)**
 - Otros: **Logo parcialmente tapado por el protagonista**
 - Titulares

- Presencia: (Si/No) **Si**
- Cantidad
 - Uno
 - Varios (especificar) **7**
- Función
 - Explicativa
 - Informativa **X**
 - Opinativa **X**
 - Otros

- Sección a la que pertenecen
 - Moda **X**
 - Belleza
 - Lujo
 - Series/ Cine **X**
 - Deporte **X**
 - Estilo de vida
 - Otros **X (mujeres, sexo)**
- Tipo de lenguaje
 - Neutro
 - Formal
 - Informal **X**
 - Exclamativo **X**
 - Otros

- Otros: **Mezcla de tipografías**

- **RECURSOS GRÁFICOS**
 - Líneas
 - Filetes **X**
 - Corondeles
 - Recuadros
 - Textos invertidos
 - Viñetas **X (muy grandes)**
 - Observaciones a mayores: **Flechas**



Portada *GQ Spain* diciembre 2016. Fuente: Revista *GQ*

FICHA DE ANÁLISIS

- N.º publicación: 227
- Fecha de publicación: diciembre 2016
- Precio: 3,50€

DISEÑO

- **IMAGEN:**
 - Tipo de imagen:
 - Ilustración
 - Gráfico
 - Fotografía **X**

- Tipo de plano: **primer plano**
- Color/ Blanco y negro: **color**

- Fondo:
 - Liso **X**
 - Estampado
 - Paisaje

- Tonos:
 - Cálidos
 - Fríos **X**
 - Mezcla

- Figura: (análisis del protagonista/s)
 - Cantidad **1**
 - Género (M/F/No binario) **M**
 - Profesión:
 - Deportista
 - Actor **X**
 - Modelo
 - Cantante
 - Otros

 - Edad **33**
 - Indumentaria
 - Formal
 - Informal **X**

 - Otros: **cazadora de cuero y camiseta**

-Observaciones a mayores:

- **TEXTO:**
 - Logo
 - Presencia (si/ no) **SI**
 - Colores **Bicolor (gris y azul)**
 - Otros: **Logo por encima del protagonista**

- Titulares
 - Presencia: (Si/No) **Si**
 - Cantidad
 - Uno
 - Varios (especificar) **10**
 - Función
 - Explicativa
 - Informativa **X**
 - Opinativa **X**
 - Otros
 - Sección a la que pertenecen
 - Moda **X**
 - Belleza **X**
 - Lujo
 - Series/ Cine **X**
 - Deporte
 - Estilo de vida
 - Otros **X (cultura, curiosidades)**
 - Tipo de lenguaje
 - Neutro
 - Formal
 - Informal **X**
 - Exclamativo **X**
 - Otros
 - Otros: **Mezcla de colores**
- **RECURSOS GRÁFICOS**
 - Líneas
 - Filetes
 - Corondeles **X**
 - Recuadros
 - Textos invertidos
 - Viñetas **X (muy grandes)**
 - Observaciones a mayores: **Flechas y signo de sumar**



Portada *GQ Spain* enero 2017. Fuente: Revista *GQ*

FICHA DE ANÁLISIS

- N.º publicación: 228
- Fecha de publicación: enero 2017
- Precio: 3,50€

DISEÑO

- **IMAGEN:**

- Tipo de imagen:

- Ilustración
- Gráfico
- Fotografía **X**

- Tipo de plano: medio corto
- Color/ Blanco y negro: color

- Fondo:

- Liso **X**
 - Estampado
 - Paisaje
- Tonos:
 - Cálidos
 - Fríos **X**
 - Mezcla
- Figura: (análisis del protagonista/s)
 - Cantidad **1**
 - Género (M/F/No binario) **M**
 - Profesión:
 - Deportista **X**
 - Actor
 - Modelo
 - Cantante
 - Otros
 - Edad **26**
 - Indumentaria
 - Formal **X**
 - Informal
 - Otros **Traje**

-Observaciones a mayores:

- **TEXTO:**
 - Logo
 - Presencia (si/ no) **SI**
 - Colores **Bicolor (blanco y rojo)**
 - Otros: **Logo parcialmente tapado por el protagonista**
 - Titulares
 - Presencia: (Si/No) **Si**
 - Cantidad

- Uno
 - Varios (especificar) 4
 - Función
 - Explicativa X
 - Informativa X
 - Opinativa X
 - Otros
 - Sección a la que pertenecen
 - Moda
 - Belleza X
 - Lujo
 - Series/ Cine X (Música)
 - Deporte X
 - Estilo de vida X(trabajo)
 - Otros X (sexo)
 - Tipo de lenguaje
 - Neutro
 - Formal
 - Informal X
 - Exclamativo X
 - Otros
 - Otros: Mezcla de tipografías , texto alineado a los laterales
-
- **RECURSOS GRÁFICOS**
 - Líneas
 - Filetes
 - Corondeles X
 - Recuadros
 - Textos invertidos
 - Viñetas X
 - Observaciones a mayores: Flechas



Portada GQ Spaina gosto 2017. Fuente: Revista GQ

FICHA DE ANÁLISIS

- N.º publicación: 234
- Fecha de publicación: julio/agosto 2017
- Precio: 4€

DISEÑO

- **IMAGEN:**

- Tipo de imagen:

- Ilustración
- Gráfico
- Fotografía X

- Tipo de plano: medio
- Color/ Blanco y negro: color

- Fondo:

- Liso
 - Estampado
 - Paisaje **X (piscina)**

- Tonos:
 - Cálidos
 - Fríos
 - Mezcla **X**

- Figura: (análisis del protagonista/s)
 - Cantidad **1**
 - Género (M/F/No binario) **F**
 - Profesión:
 - Deportista
 - Actor **X**
 - Modelo
 - Cantante
 - Otros

 - Edad **30**
 - Indumentaria
 - Formal
 - Informal **X**

 - Otros **Bañador**

-Observaciones a mayores: **ironía**

- **TEXTO:**
 - Logo
 - Presencia (si/ no) **SI**
 - Colores **Bicolor (azul/aguamarina)**
 - Otros: **Logo parcialmente tapado por el protagonista**
 - Titulares
 - Presencia: (Si/No) **Si**
 - Cantidad

- Uno
- Varios (especificar) 6
- Función
 - Explicativa
 - Informativa X
 - Opinativa X
 - Otros *iónica*
- Sección a la que pertenecen
 - Moda X
 - Belleza
 - Lujo
 - Series/ Cine X
 - Deporte
 - Estilo de vida
 - Otros X
- Tipo de lenguaje
 - Neutro
 - Formal
 - Informal X
 - Exclamativo X
 - Otros *provocativo*
- Otros: *Mezcla de colores*
- **RECURSOS GRÁFICOS**
 - Líneas
 - Filetes
 - Corondeles
 - Recuadros X (*cuadrados y circulares*)
 - Textos invertidos
 - Viñetas X
 - Observaciones a mayores: *Flechas*



Portada GQ Spain septiembre 2017. Fuente: Revista GQ

FICHA DE ANÁLISIS

- N.º publicación: 235
- Fecha de publicación: septiembre 2017
- Precio: 4€

DISEÑO

- IMAGEN:
 - Tipo de imagen:
 - Ilustración
 - Gráfico
 - Fotografía X
 - Tipo de plano: medio
 - Color/ Blanco y negro: color

- Fondo:
 - Liso **X**
 - Estampado
 - Paisaje

- Tonos:
 - Cálidos
 - Fríos
 - Mezcla **X**

- Figura: (análisis del protagonista/s)
 - Cantidad **1**
 - Género (M/F/No binario) **M**
 - Profesión:
 - Deportista
 - Actor **X**
 - Modelo
 - Cantante
 - Otros

 - Edad **42**
 - Indumentaria
 - Formal **X**
 - Informal

 - Otros **Traje de cuero**

-Observaciones a mayores: **mano en el bolsillo**

- **TEXTO:**
 - Logo
 - Presencia (si/ no) **SI**
 - Colores **Bicolor (verde /gris)**
 - Otros: **Logo parcialmente tapado por el protagonista**
 - Titulares
 - Presencia: (Si/No) **Si**

- Cantidad
 - Uno
 - Varios (especificar) 5
- Función
 - Explicativa
 - Informativa X
 - Opinativa X
 - Otros
- Sección a la que pertenecen
 - Moda X
 - Belleza
 - Lujo
 - Series/ Cine X
 - Deporte X
 - Estilo de vida
 - Otros
- Tipo de lenguaje
 - Neutro
 - Formal
 - Informal X
 - Exclamativo X
 - Otros
- Otros: el nombre del protagonista no sale en grande

- **RECURSOS GRÁFICOS**

- Líneas
 - Filetes
 - Corondeles X
- Recuadros
- Textos invertidos X (torcidos)
- Viñetas X (circular)
- Observaciones a mayores: Flechas



Portada GQ Spain febrero 2018. Fuente: Revista GQ

FICHA DE ANÁLISIS

- N.º publicación: 240
- Fecha de publicación: febrero 2018
- Precio: 4€

DISEÑO

- **IMAGEN:**
 - Tipo de imagen:
 - Ilustración
 - Gráfico
 - Fotografía **X**

- Tipo de plano: **medio corto**
- Color/ Blanco y negro: **color**

- Fondo:
 - Liso **X**
 - Estampado
 - Paisaje

- Tonos:
 - Cálidos
 - Fríos **X**
 - Mezcla

- Figura: (análisis del protagonista/s)
 - Cantidad **1**
 - Género (M/F/No binario) **M**
 - Profesión:
 - Deportista
 - Actor **X**
 - Modelo
 - Cantante
 - Otros

 - Edad **57**
 - Indumentaria
 - Formal **X**
 - Informal

 - Otros **Traje**

-Observaciones a mayores: **imagen dentro de un marco**

- **TEXTO:**
 - Logo
 - Presencia (si/ no) **SI**
 - Colores **Bicolor (blanco y amarillo)**
 - Otros: **Logo parcialmente tapado por el protagonista**

- Titulares
 - Presencia: (Si/No) **Si**
 - Cantidad
 - Uno
 - Varios (especificar) **6**
 - Función
 - Explicativa
 - Informativa **X**
 - Opinativa **X**
 - Otros: **cita**
 - Sección a la que pertenecen
 - Moda
 - Belleza **X**
 - Lujo
 - Series/ Cine **X**
 - Deporte
 - Estilo de vida
 - Otros **X (ligar, cultura)**
 - Tipo de lenguaje
 - Neutro
 - Formal
 - Informal **X**
 - Exclamativo **X**
 - Otros
 - Otros: **Mezcla de colores, texto alineado a los márgenes**
- **RECURSOS GRÁFICOS**
 - Líneas
 - Filetes
 - Corondeles **X**
 - Recuadros
 - Textos invertidos
 - Viñetas **X**
 - Observaciones a mayores: **Flechas y paréntesis**



Portada *GQ Spain* noviembre 2018. Fuente: Revista *GQ*

FICHA DE ANÁLISIS

- N.º publicación: 248
- Fecha de publicación: noviembre 2018
- Precio: 4€

DISEÑO

- **IMAGEN:**
 - Tipo de imagen:
 - Ilustración
 - Gráfico
 - Fotografía **X**

- Tipo de plano: **medio corto**
- Color/ Blanco y negro: **color**

- Fondo:
 - Liso **X**
 - Estampado
 - Paisaje

- Tonos:
 - Cálidos **X**
 - Fríos
 - Mezcla

- Figura: (análisis del protagonista/s)
 - Cantidad **1**
 - Género (M/F/No binario) **M**
 - Profesión:
 - Deportista
 - Actor **X**
 - Modelo
 - Cantante
 - Otros

 - Edad **25**
 - Indumentaria
 - Formal **X**
 - Informal

 - Otros **Mezcla de estampados**

-Observaciones a mayores:

- **TEXTO:**
 - Logo
 - Presencia (si/ no) **SI**
 - Colores **Blanco**
 - Otros: **Logo superpuesto al protagonista**

- Titulares
 - Presencia: (Si/No) **Si**
 - Cantidad
 - Uno
 - Varios (especificar) **4**
 - Función
 - Explicativa
 - Informativa **X**
 - Opinativa **X**
 - Otros
 - Sección a la que pertenecen
 - Moda **X**
 - Belleza
 - Lujo
 - Series/ Cine **X**
 - Deporte **X**
 - Estilo de vida
 - Otros
 - Tipo de lenguaje
 - Neutro
 - Formal
 - Informal **X**
 - Exclamativo **X**
 - Otros
 - Otros: **Mezcla de tipografías, Hay un titular claramente predominante**
- **RECURSOS GRÁFICOS**
 - Líneas
 - Filetes
 - Corondeles **X**
 - Recuadros
 - Textos invertidos
 - Viñetas **X (minúsculas)**
 - Observaciones a mayores: **texto alineado**



Portada *GQ Spain* enero 2018. Fuente: Revista *GQ*

FICHA DE ANÁLISIS

- N.º publicación: 239
- Fecha de publicación: enero 2018
- Precio: 4€

DISEÑO

- **IMAGEN:**

- Tipo de imagen:

- Ilustración
- Gráfico
- Fotografía X

- Tipo de plano: medio corto
- Color/ Blanco y negro: color

- Fondo:
 - Liso **X**
 - Estampado
 - Paisaje

- Tonos:
 - Cálidos **X**
 - Fríos
 - Mezcla

- Figura: (análisis del protagonista/s)
 - Cantidad **1**
 - Género (M/F/No binario) **M**
 - Profesión:
 - Deportista **X**
 - Actor
 - Modelo
 - Cantante
 - Otros

 - Edad **25**
 - Indumentaria
 - Formal
 - Informal **X**

 - Otros

-Observaciones a mayores:

- **TEXTO:**
 - Logo
 - Presencia (si/ no) **SI**
 - Colores **Bicolor (Gris y verde)**
 - Otros: **Logo ligeramente tapado por el protagonista**
 - Titulares
 - Presencia: (Si/No) **Si**

- Cantidad
 - Uno
 - Varios (especificar) 5
 - Función
 - Explicativa
 - Informativa X
 - Opinativa X
 - Otros
 - Sección a la que pertenecen
 - Moda
 - Belleza
 - Lujo
 - Series/ Cine X
 - Deporte X
 - Estilo de vida
 - Otros
 - Tipo de lenguaje
 - Neutro
 - Formal
 - Informal X
 - Exclamativo X
 - Otros
 - Otros: Mezcla de tipografías, Hay un titular claramente predominante
- **RECURSOS GRÁFICOS**
 - Líneas
 - Filetes
 - Corondeles X
 - Recuadros X(circular)
 - Textos invertidos X(torcido)
 - Viñetas
 - Observaciones a mayores:



Portada *GQ Spain* febrero 2019. Fuente: Revista *GQ*

FICHA DE ANÁLISIS

- N.º publicación: 251
- Fecha de publicación: febrero 2019
- Precio: 4€

DISEÑO

- **IMAGEN:**

- Tipo de imagen:

- Ilustración
- Gráfico
- Fotografía **X**

- Tipo de plano: primer plano
- Color/ Blanco y negro: color

- Fondo:
 - Liso **X (con dibujo)**
 - Estampado
 - Paisaje

- Tonos:
 - Cálidos
 - Fríos
 - Mezcla **X**

- Figura: (análisis del protagonista/s)
 - Cantidad **1**
 - Género (M/F/No binario) **M**
 - Profesión:
 - Deportista
 - Actor **X**
 - Modelo **X**
 - Cantante
 - Otros

 - Edad **34**
 - Indumentaria
 - Formal
 - Informal **X**

 - Otros

-Observaciones a mayores:

- **TEXTO:**
 - Logo
 - Presencia (si/ no) **SI**
 - Colores **Azul**
 - Otros: **Logo superpuesto al protagonista**
 - Titulares
 - Presencia: (Si/No) **Si**

- Cantidad
 - Uno
 - Varios (especificar) 3
 - Función
 - Explicativa
 - Informativa X
 - Opinativa
 - Otros
 - Sección a la que pertenecen
 - Moda
 - Belleza X
 - Lujo
 - Series/ Cine X
 - Deporte
 - Estilo de vida
 - Otros
 - Tipo de lenguaje
 - Neutro X
 - Formal
 - Informal
 - Exclamativo
 - Otros
 - Otros: Mezcla de tipografías, Hay un titular claramente predominante
- **RECURSOS GRÁFICOS**
 - Líneas
 - Filetes
 - Corondeles
 - Recuadros
 - Textos invertidos
 - Viñetas X
 - Observaciones a mayores: Dibujo



Portada *GQ Spain* mayo 2019. Fuente: Revista *GQ*

FICHA DE ANÁLISIS

- N.º publicación: 254
- Fecha de publicación: mayo 2019
- Precio: 4€

DISEÑO

- **IMAGEN:**
 - Tipo de imagen:
 - Ilustración
 - Gráfico
 - Fotografía **X**
 - Tipo de plano: medio corto
 - Color/ Blanco y negro: color
- Fondo:

- Liso **X**
 - Estampado
 - Paisaje

- Tonos:
 - Cálidos
 - Fríos
 - Mezcla **X**

- Figura: (análisis del protagonista/s)
 - Cantidad **1**
 - Género (M/F/No binario) **M**
 - Profesión:
 - Deportista **X**
 - Actor
 - Modelo
 - Cantante
 - Otros

 - Edad **31**
 - Indumentaria
 - Formal
 - Informal **X**

 - Otros: sale **sonriente**

-Observaciones a mayores:

- **TEXTO:**
 - Logo
 - Presencia (si/ no) **SI**
 - Colores: **Rojo**
 - Otros:
 - Titulares
 - Presencia: (Si/No) **Si**
 - Cantidad

- Uno
 - Varios (especificar) 5
 - Función
 - Explicativa
 - Informativa X
 - Opinativa X
 - Otros
 - Sección a la que pertenecen
 - Moda
 - Belleza
 - Lujo
 - Series/ Cine
 - Deporte X
 - Estilo de vida
 - Otros X (Hombres, cultura)
 - Tipo de lenguaje
 - Neutro X
 - Formal
 - Informal
 - Exclamativo
 - Otros
 - Otros: Mezcla de tipografías, Hay un titular claramente predominante
-
- **RECURSOS GRÁFICOS**
 - Líneas
 - Filetes
 - Corondeles X
 - Recuadros
 - Textos invertidos
 - Viñetas X
 - Observaciones a mayores:



Portada *GQ Spain* marzo 2019. Fuente: Revista *GQ*

FICHA DE ANÁLISIS

- N.º publicación: 252
- Fecha de publicación: marzo 2019
- Precio: 4€

DISEÑO

- **IMAGEN:**

- Tipo de imagen:

- Ilustración
- Gráfico
- Fotografía **X**

- Tipo de plano: medio corto
- Color/ Blanco y negro: color

- Fondo:
 - Liso **X**
 - Estampado
 - Paisaje

- Tonos:
 - Cálidos
 - Fríos
 - Mezcla **X**

- Figura: (análisis del protagonista/s)
 - Cantidad **1**
 - Género (M/F/No binario) **M**
 - Profesión:
 - Deportista
 - Actor
 - Modelo
 - Cantante **X**
 - Otros

 - Edad **34**
 - Indumentaria
 - Formal
 - Informal **X (con accesorios)**

 - Otros: sale **sonriente**

-Observaciones a mayores:

- **TEXTO:**
 - Logo
 - Presencia (si/ no) **SI**
 - Colores: **blanco**
 - Otros: **superpuesto al protagonista**
 - Titulares
 - Presencia: (Si/No) **Si**

- Cantidad
 - Uno
 - Varios (especificar) 5
 - Función
 - Explicativa
 - Informativa X
 - Opinativa
 - Otros
 - Sección a la que pertenecen
 - Moda
 - Belleza
 - Lujo
 - Series/ Cine
 - Deporte
 - Estilo de vida X
 - Otros X (Hombres, Música, Tecnología)
 - Tipo de lenguaje
 - Neutro X
 - Formal
 - Informal
 - Exclamativo
 - Otros
 - Otros: Mezcla de tipografías, Hay un titular claramente predominante, titulares en línea
- **RECURSOS GRÁFICOS**
 - Líneas
 - Filetes
 - Corondeles X
 - Recuadros
 - Textos invertidos
 - Viñetas X
 - Observaciones a mayores:



Portada *GQ Spain* septiembre 2020. Fuente: Revista *GQ*

FICHA DE ANÁLISIS

- N.º publicación: 267
- Fecha de publicación: septiembre 2020
- Precio: 4€

DISEÑO

- **IMAGEN:**
 - Tipo de imagen:
 - Ilustración
 - Gráfico
 - Fotografía X
 - Tipo de plano: primerísimo primer plano
 - Color/ Blanco y negro: blanco y negro

- Fondo:
 - Liso **X**
 - Estampado
 - Paisaje

- Tonos:
 - Cálidos **X**
 - Fríos
 - Mezcla

- Figura: (análisis del protagonista/s)
 - Cantidad **1**
 - Género (M/F/No binario) **M**
 - Profesión:
 - Deportista **X**
 - Actor
 - Modelo
 - Cantante
 - Otros

 - Edad **33**
 - Indumentaria
 - Formal
 - Informal

 - Otros: **No se aprecia indumentaria.**

-Observaciones a mayores: **sale sonriente sin mirar a cámara**

- **TEXTO:**
 - Logo
 - Presencia (si/ no) **SI**
 - Colores: **Rojo**
 - Otros:
 - Titulares
 - Presencia: (Si/No) **Si**

- Cantidad
 - Uno
 - Varios (especificar) 3
 - Función
 - Explicativa
 - Informativa X
 - Opinativa X
 - Otros
 - Sección a la que pertenecen
 - Moda
 - Belleza
 - Lujo
 - Series/ Cine
 - Deporte X
 - Estilo de vida
 - Otros X (Hombres)
 - Tipo de lenguaje
 - Neutro
 - Formal
 - Informal X
 - Exclamativo
 - Otros
 - Otros: Mezcla de tipografías tipo grafitero, titular claramente predominante
- **RECURSOS GRÁFICOS**
 - Líneas
 - Filetes
 - Corondeles
 - Recuadros
 - Textos invertidos X (datos)
 - Viñetas
 - Observaciones a mayores:



Portada *GQ Spain* octubre 2020. Fuente: Revista *GQ*

FICHA DE ANÁLISIS

- N.º publicación: 268
- Fecha de publicación: octubre 2020
- Precio: 4€

DISEÑO

- **IMAGEN:**
 - Tipo de imagen:
 - Ilustración
 - Gráfico
 - Fotografía **X**
 - Tipo de plano: **primerísimo primer plano**

- Color/ Blanco y negro: **color**
- Fondo:
 - Liso **X**
 - Estampado
 - Paisaje
- Tonos:
 - Cálidos **X**
 - Fríos
 - Mezcla
- Figura: (análisis del protagonista/s)
 - Cantidad **1**
 - Género (M/F/No binario) **M**
 - Profesión:
 - Deportista
 - Actor
 - Modelo
 - Cantante **X**
 - Otros
 - Edad **31**
 - Indumentaria
 - Formal
 - Informal **X**
 - Otros: **foto de perfil**

-Observaciones a mayores:

- **TEXTO:**
 - Logo
 - Presencia (si/ no) **SI**
 - Colores: **amarillo**
 - Otros: **superpuesto**
 - Titulares

- Presencia: (Si/No) **Si**
- Cantidad
 - Uno
 - Varios (especificar) **2**
- Función
 - Explicativa
 - Informativa **X**
 - Opinativa
 - Otros
- Sección a la que pertenecen
 - Moda
 - Belleza
 - Lujo
 - Series/ Cine
 - Deporte
 - Estilo de vida
 - Otros **X (Hombres)**
- Tipo de lenguaje
 - Neutro **X**
 - Formal
 - Informal
 - Exclamativo
 - Otros
- Otros: **Mezcla de tipografías, titular claramente predominante, no sale el nombre del protagonista en grande**

- **RECURSOS GRÁFICOS**

- Líneas
 - Filetes
 - Corondeles
- Recuadros
- Textos invertidos
- Viñetas
- Observaciones a mayores: **minimalismo**



Portada *GQ Spain* abril 2020. Fuente: Revista *GQ*

FICHA DE ANÁLISIS

- N.º publicación: 264
- Fecha de publicación: abril 2020
- Precio: 4€

DISEÑO

- **IMAGEN:**
 - Tipo de imagen:
 - Ilustración
 - Gráfico
 - Fotografía **X**

- Tipo de plano: **plano medio corto**
- Color/ Blanco y negro: **blanco y negro**

- Fondo:
 - Liso **X**
 - Estampado
 - Paisaje

- Tonos:
 - Cálidos
 - Fríos **X**
 - Mezcla

- Figura: (análisis del protagonista/s)
 - Cantidad **2**
 - Género (M/F/No binario) **M y F**
 - Profesión:
 - Deportista
 - Actor **X y X**
 - Modelo
 - Cantante
 - Otros

 - Edad **30 mujer y 24 hombre**
 - Indumentaria
 - Formal **X**
 - Informal

 - Otros:

-Observaciones a mayores:

- **TEXTO:**
 - Logo
 - Presencia (si/ no) **SI**
 - Colores: **blanco degradado a transparente**
 - Otros: **superpuesto**

- Titulares
 - Presencia: (Si/No) **Si**
 - Cantidad
 - Uno
 - Varios (especificar) **2**
 - Función
 - Explicativa
 - Informativa **X**
 - Opinativa
 - Otros
 - Sección a la que pertenecen
 - Moda
 - Belleza
 - Lujo
 - Series/ Cine **X (nombre protagonistas)**
 - Deporte
 - Estilo de vida
 - Otros
 - Tipo de lenguaje
 - Neutro **X**
 - Formal
 - Informal
 - Exclamativo
 - Otros
 - Otros:
- **RECURSOS GRÁFICOS**
 - Líneas
 - Filetes
 - Corondeles
 - Recuadros
 - Textos invertidos **X (datos)**
 - Viñetas
 - Observaciones a mayores: **minimalismo**



Portada GQ Julio/agosto Spain 2021. Fuente: Revista GQ

FICHA DE ANÁLISIS

- N.º publicación: 276
- Fecha de publicación: julio/agosto 2021
- Precio: 4€

DISEÑO

- **IMAGEN:**
 - Tipo de imagen:
 - Ilustración
 - Gráfico

- Fotografía **X**
 - Tipo de plano: **primer plano**
 - Color/ Blanco y negro: **color**
- Fondo:
 - Liso **X**
 - Estampado
 - Paisaje
- Tonos:
 - Cálidos **X**
 - Fríos
 - Mezcla
- Figura: (análisis del protagonista/s)
 - Cantidad **1**
 - Género (M/F/No binario) **M**
 - Profesión:
 - Deportista
 - Actor **X**
 - Modelo
 - Cantante **X**
 - Otros
 - Edad **29**
 - Indumentaria
 - Formal
 - Informal **X**
 - Otros:

-Observaciones a mayores:

- **TEXTO:**
 - Logo
 - Presencia (si/ no) **SI**
 - Colores: **naranja**

- Otros: **superpuesto**
- Titulares
 - Presencia: (Si/No) **Si**
 - Cantidad
 - Uno
 - Varios (especificar) **2**
 - Función
 - Explicativa
 - Informativa **X**
 - Opinativa
 - Otros
 - Sección a la que pertenecen
 - Moda
 - Belleza
 - Lujo
 - Series/ Cine **X**
 - Deporte
 - Estilo de vida
 - Otros **X (nombre protagonista y resto)**
 - Tipo de lenguaje
 - Neutro **X**
 - Formal
 - Informal
 - Exclamativo
 - Otros
 - Otros:
- **RECURSOS GRÁFICOS**
 - Líneas
 - Filetes
 - Corondeles
 - Recuadros
 - Textos invertidos **X (datos)**
 - Viñetas

- Observaciones a mayores: **minimalismo, diseño en las letras**



Portada *GQ Spain* febrero 2021. Fuente: Revista *GQ*

FICHA DE ANÁLISIS

- N.º publicación: **271**
- Fecha de publicación: **febrero 2021**
- Precio: **4€**

DISEÑO

- **IMAGEN:**
 - Tipo de imagen:
 - Ilustración
 - Gráfico
 - Fotografía **X**

- Tipo de plano: **plano entero**
- Color/ Blanco y negro: **color**
- Fondo: **protagonista en el centro, contraste de colores**
 - Liso
 - Estampado
 - Paisaje **X**
- Tonos:
 - Cálidos
 - Fríos
 - Mezcla **X**
- Figura: (análisis del protagonista/s)
 - Cantidad **1**
 - Género (M/F/No binario) **M**
 - Profesión:
 - Deportista
 - Actor **X**
 - Modelo
 - Cantante
 - Otros
 - Edad **17**
 - Indumentaria
 - Formal **X (con elementos informales)**
 - Informal
 - Otros: **traje color rosa en lugar de oscuro**

-Observaciones a mayores:

- **TEXTO:**
 - Logo
 - Presencia (si/ no) **SI**
 - Colores: **morado**
 - Otros: **superpuesto en la imagen**

- Titulares
 - Presencia: (Si/No) **Si**
 - Cantidad
 - Uno
 - Varios (especificar) **2**
 - Función
 - Explicativa
 - Informativa **X**
 - Opinativa
 - Otros
 - Sección a la que pertenecen
 - Moda
 - Belleza
 - Lujo
 - Series/ Cine **X (nombre protagonistas)**
 - Deporte
 - Estilo de vida
 - Otros
 - Tipo de lenguaje
 - Neutro **X**
 - Formal
 - Informal
 - Exclamativo
 - Otros
 - Otros:
- **RECURSOS GRÁFICOS**
 - Líneas
 - Filetes
 - Corondeles
 - Recuadros **X**
 - Textos invertidos **X (datos)**
 - Viñetas
 - Observaciones a mayores:



Portada *GQ Spain* noviembre 2021. Fuente: Revista *GQ*

FICHA DE ANÁLISIS

- N.º publicación: 279
- Fecha de publicación: noviembre 2021
- Precio: 4€

DISEÑO

- **IMAGEN:**
 - Tipo de imagen:
 - Ilustración
 - Gráfico
 - Fotografía X

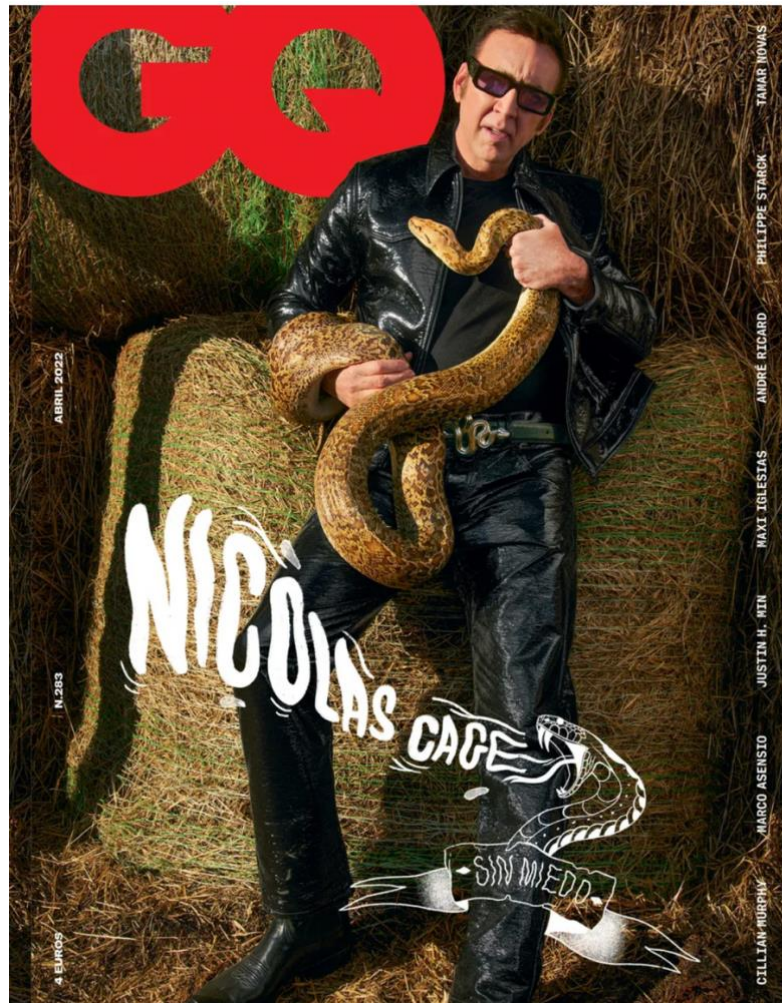
- Tipo de plano: **plano entero**
- Color/ Blanco y negro: **color**
- Fondo: **protagonista en el centro, armonía de colores**
 - Liso
 - Estampado
 - Paisaje **X**
- Tonos:
 - Cálidos **X**
 - Fríos
 - Mezcla
- Figura: (análisis del protagonista/s)
 - Cantidad **1**
 - Género (M/F/No binario) **M**
 - Profesión:
 - Deportista
 - Actor **X**
 - Modelo
 - Cantante
 - Otros
 - Edad **52**
 - Indumentaria
 - Formal **X**
 - Informal
 - Otros:

-Observaciones a mayores: **el protagonista interactúa con otros elementos de la imagen (bicicleta)**

- **TEXTO:**
 - Logo
 - Presencia (si/ no) **SI**
 - Colores: **gris**

- Otros:
- Titulares
 - Presencia: (Si/No) **Si**
 - Cantidad
 - Uno
 - Varios (especificar) **2**
 - Función
 - Explicativa
 - Informativa **X**
 - Opinativa
 - Otros
 - Sección a la que pertenecen
 - Moda
 - Belleza
 - Lujo
 - Series/ Cine **X (nombre protagonista)**
 - Deporte
 - Estilo de vida
 - Otros **X (lista de nombres)**
 - Tipo de lenguaje
 - Neutro **X**
 - Formal
 - Informal
 - Exclamativo
 - Otros
 - Otros: **tipografía informal estilo grafitero**
- **RECURSOS GRÁFICOS**
 - Líneas
 - Filetes
 - Corondeles
 - Recuadros
 - Textos invertidos **X (datos)**
 - Viñetas

- Observaciones a mayores: **signo sumar**



Portada *GQ Spain* abril 2022. Fuente: Revista *GQ*

FICHA DE ANÁLISIS

- N.º publicación: **283**
- Fecha de publicación: **abril 2022**
- Precio: **4€**

DISEÑO

- **IMAGEN:**
 - Tipo de imagen:
 - Ilustración
 - Gráfico
 - Fotografía **X**

- Tipo de plano: **plano entero**
- Color/ Blanco y negro: **color**
- Fondo: **protagonista en el centro**
 - Liso
 - Estampado
 - Paisaje **X**
- Tonos:
 - Cálidos
 - Fríos
 - Mezcla **X**
- Figura: (análisis del protagonista/s)
 - Cantidad **1**
 - Género (M/F/No binario) **M**
 - Profesión:
 - Deportista
 - Actor **X**
 - Modelo
 - Cantante
 - Otros
 - Edad **58**
 - Indumentaria
 - Formal
 - Informal **X**
 - Otros: **indumentaria de cuero**

-Observaciones a mayores: **sale con un animal (serpiente)**

- **TEXTO:**
 - Logo
 - Presencia (si/ no) **SI**
 - Colores: **rojo**
 - Otros:

- Titulares
 - Presencia: (Si/No) **Si**
 - Cantidad
 - Uno **X**
 - Varios (especificar)
 - Función
 - Explicativa
 - Informativa **X**
 - Opinativa
 - Otros
 - Sección a la que pertenecen
 - Moda
 - Belleza
 - Lujo
 - Series/ Cine **X (nombre protagonistas)**
 - Deporte
 - Estilo de vida
 - Otros
 - Tipo de lenguaje
 - Neutro
 - Formal
 - Informal **X**
 - Exclamativo
 - Otros
 - Otros: **tipografía con mezcla de dibujo**
- **RECURSOS GRÁFICOS**
 - Líneas
 - Filetes
 - Corondeles
 - Recuadros
 - Textos invertidos **X (datos y nombres de famosos)**
 - Viñetas
 - Observaciones a mayores:



Portada *GQ Spain* mayo 2022. Fuente: Revista *GQ*

FICHA DE ANÁLISIS

- N.º publicación: 284
- Fecha de publicación: mayo 2022
- Precio: 4€

DISEÑO

- **IMAGEN:**
 - Tipo de imagen:
 - Ilustración
 - Gráfico
 - Fotografía **X**

- Tipo de plano: **plano americano**
- Color/ Blanco y negro: **color**
- Fondo: **protagonista en el centro**
 - Liso **X**
 - Estampado
 - Paisaje
- Tonos:
 - Cálidos
 - Fríos **X**
 - Mezcla
- Figura: (análisis del protagonista/s)
 - Cantidad **1**
 - Género (M/F/No binario) **F**
 - Profesión:
 - Deportista
 - Actor
 - Modelo
 - Cantante **X**
 - Otros
 - Edad **29**
 - Indumentaria
 - Formal
 - Informal **X**
 - Otros: **ropa sensual**

-Observaciones a mayores: **sensación de movimiento, mueca.**

- **TEXTO:**
 - Logo
 - Presencia (si/ no) **SI**
 - Colores: **morado**
 - Otros:

- Titulares
 - Presencia: (Si/No) **Si**
 - Cantidad
 - Uno **X**
 - Varios (especificar)
 - Función
 - Explicativa
 - Informativa
 - Opinativa **X**
 - Otros
 - Sección a la que pertenecen
 - Moda
 - Belleza
 - Lujo
 - Series/ Cine
 - Deporte
 - Estilo de vida
 - Otros **X**
 - Tipo de lenguaje
 - Neutro
 - Formal
 - Informal **X**
 - Exclamativo **X**
 - Otros
 - Otros: **tipografía igual a la que emplea la cantante**
- **RECURSOS GRÁFICOS**
 - Líneas
 - Filetes
 - Corondeles
 - Recuadros
 - Textos invertidos **X (datos y nombres de famosos)**
 - Viñetas
 - Observaciones a mayores:



Portada *GQ Spain* julio/agosto 2022. Fuente: Revista *GQ*

FICHA DE ANÁLISIS

- N.º publicación: 286
- Fecha de publicación: julio/agosto 2022
- Precio: 4€

DISEÑO

- IMAGEN:
 - Tipo de imagen:
 - Ilustración

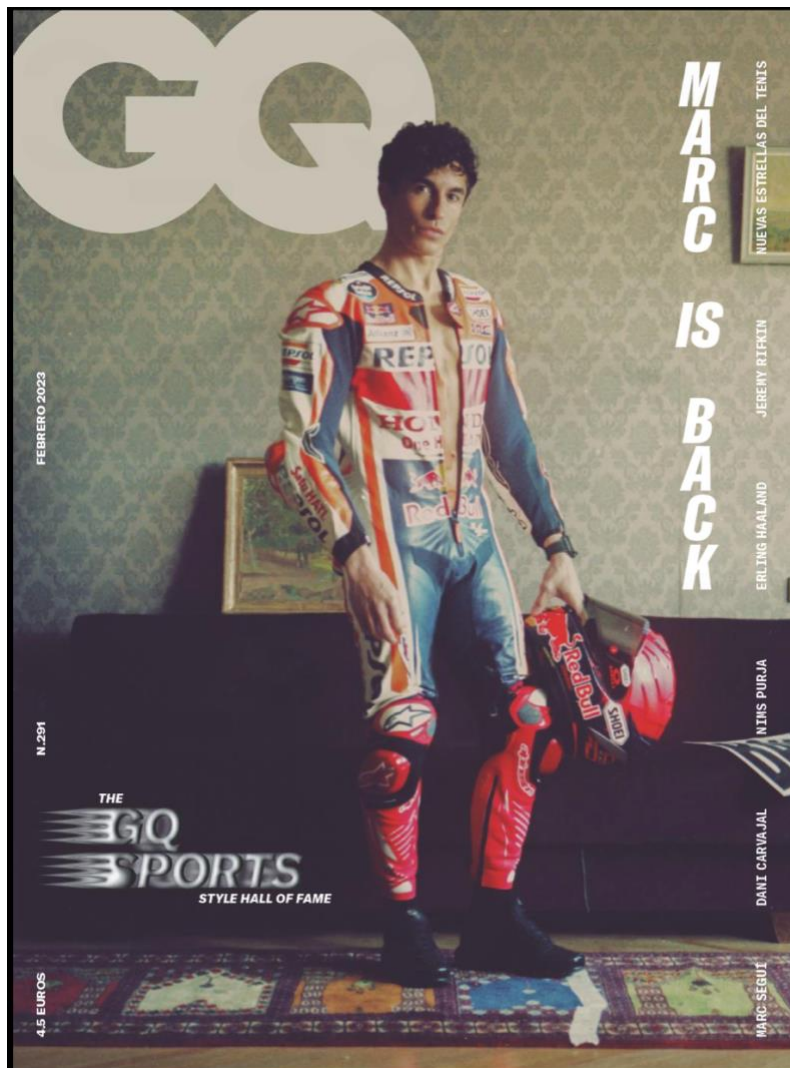
- Gráfico
- Fotografía **X**
 - Tipo de plano: **plano medio**
 - Color/ Blanco y negro: **color**
- Fondo: **protagonista en el centro, mucho barullo**
 - Liso
 - Estampado **X (por encima del protagonista)**
 - Paisaje
- Tonos:
 - Cálidos
 - Fríos
 - Mezcla **X**
- Figura: (análisis del protagonista/s)
 - Cantidad **1**
 - Género (M/F/No binario) **M**
 - Profesión:
 - Deportista
 - Actor **X**
 - Modelo **X**
 - Cantante
 - Otros
 - Edad **58**
 - Indumentaria
 - Formal
 - Informal **X**
 - Otros: **presencia de accesorios**

-Observaciones a mayores: **gesto de asombro/miedo**

- **TEXTO:**
 - Logo
 - Presencia (si/ no) **SI**

- Colores: **blanco**
- Otros:
- Titulares
 - Presencia: (Si/No) **Si**
 - Cantidad
 - Uno
 - Varios (especificar) **2**
 - Función
 - Explicativa
 - Informativa **X**
 - Opinativa **X**
 - Otros
 - Sección a la que pertenecen
 - Moda
 - Belleza **X**
 - Lujo
 - Series/ Cine **X (protagonista)**
 - Deporte
 - Estilo de vida
 - Otros
 - Tipo de lenguaje
 - Neutro
 - Formal
 - Informal **X**
 - Exclamativo
 - Otros
 - Otros:
- **RECURSOS GRÁFICOS**
 - Líneas
 - Filetes
 - Corondeles
 - Recuadros **X (abstractos)**
 - Textos invertidos **X (datos y nombres de famoso)**

- Viñetas
- Observaciones a mayores:



Portada *GQ Spain* febrero 2023. Fuente: Revista *GQ*

FICHA DE ANÁLISIS

- N.º publicación: 291
- Fecha de publicación: febrero 2023
- Precio: 4€

DISEÑO

- **IMAGEN:**
 - Tipo de imagen:

- Ilustración
- Gráfico
- Fotografía **X**
 - Tipo de plano: **plano entero**
 - Color/ Blanco y negro: **color**
- Fondo: **protagonista en el centro, contraste de estilo con el fondo**
 - Liso
 - Estampado
 - Paisaje **X**
- Tonos:
 - Cálidos
 - Fríos
 - Mezcla **X**
- Figura: (análisis del protagonista/s)
 - Cantidad **1**
 - Género (M/F/No binario) **M**
 - Profesión:
 - Deportista **X**
 - Actor
 - Modelo
 - Cantante
 - Otros
 - Edad **30**
 - Indumentaria
 - Formal
 - Informal **X**
 - Otros: **indumentaria de competir semiabierta**

-Observaciones a mayores:

- **TEXTO:**
 - Logo

- Presencia (si/ no) **SI**
- Colores: **beis**
- Otros:
- Titulares
 - Presencia: (Si/No) **Si**
 - Cantidad
 - Uno
 - Varios (especificar) **2**
 - Función
 - Explicativa
 - Informativa **X**
 - Opinativa
 - Otros
 - Sección a la que pertenecen
 - Moda
 - Belleza
 - Lujo
 - Series/ Cine
 - Deporte **X (nombre protagonistas)**
 - Estilo de vida
 - Otros
 - Tipo de lenguaje
 - Neutro **X**
 - Formal
 - Informal
 - Exclamativo
 - Otros
 - Otros: **titulares en inglés, tipografía con efecto velocidad**
- **RECURSOS GRÁFICOS**
 - Líneas
 - Filetes
 - Corondeles
 - Recuadros

- Textos invertidos **X** (datos, titular y nombres famosos)
- Viñetas
- Observaciones a mayores:



Portada *GQ Spain* enero 2023. Fuente: Revista *GQ*

FICHA DE ANÁLISIS

- N.º publicación: **290**
- Fecha de publicación: **enero 2023**
- Precio: **4€**

DISEÑO

- **IMAGEN:**
 - Tipo de imagen:
 - Ilustración
 - Gráfico
 - Fotografía **X**

- Tipo de plano: **plano entero**
- Color/ Blanco y negro: **color**
- Fondo: **protagonista en el centro, protagonista más pequeña de tamaño de lo habitual**
 - Liso
 - Estampado
 - Paisaje **X**
- Tonos:
 - Cálidos
 - Fríos
 - Mezcla **X**
- Figura: (análisis del protagonista/s)
 - Cantidad **1**
 - Género (M/F/No binario) **F**
 - Profesión:
 - Deportista
 - Actor
 - Modelo **X**
 - Cantante
 - Otros
 - Edad **25**
 - Indumentaria
 - Formal
 - Informal **X**
 - Otros: **color rojo, botas de tacón**

-Observaciones a mayores: **varios elementos visuales (drones, motos) que roban protagonismo**

- **TEXTO:**
 - Logo
 - Presencia (si/ no) **SI**
 - Colores: **rojo**
 - Otros:

- Titulares
 - Presencia: (Si/No) **Si**
 - Cantidad
 - Uno
 - Varios (especificar) **2**
 - Función
 - Explicativa
 - Informativa **X**
 - Opinativa
 - Otros
 - Sección a la que pertenecen
 - Moda
 - Belleza **X**
 - Lujo
 - Series/ Cine
 - Deporte
 - Estilo de vida
 - Otros **X (nombre protagonistas)**
 - Tipo de lenguaje
 - Neutro **X**
 - Formal
 - Informal
 - Exclamativo
 - Otros
 - Otros: **el nombre de la protagonista no destaca sobre el resto**
- **RECURSOS GRÁFICOS**
 - Líneas
 - Filetes
 - Corondeles
 - Recuadros **X(abstractos)**
 - Textos invertidos **X (datos)**
 - Viñetas
 - Observaciones a mayores: **mezcla de tipografías, estilo grafitero**



Portada *GQ Spain* marzo 2023. Fuente: Revista *GQ*

FICHA DE ANÁLISIS

- N.º publicación: 292
- Fecha de publicación: marzo 2023
- Precio: 4,50€

DISEÑO

- **IMAGEN:**
 - Tipo de imagen:
 - Ilustración
 - Gráfico
 - Fotografía **X**

- Tipo de plano: **plano americano**
- Color/ Blanco y negro: **color**
- Fondo: **protagonista en el centro**
 - Liso
 - Estampado
 - Paisaje **X**
- Tonos:
 - Cálidos
 - Fríos
 - Mezcla **X**
- Figura: (análisis del protagonista/s)
 - Cantidad **1**
 - Género (M/F/No binario) **M**
 - Profesión:
 - Deportista
 - Actor **X**
 - Modelo
 - Cantante
 - Otros
 - Edad **42**
 - Indumentaria
 - Formal
 - Informal **X**
 - Otros:

-Observaciones a mayores: **escenario torcido**

- **TEXTO:**
 - Logo
 - Presencia (si/ no) **SI**
 - Colores: **amarillo**
 - Otros:

- Titulares
 - Presencia: (Si/No) **Si**
 - Cantidad
 - Uno **X**
 - Varios (especificar)
 - Función
 - Explicativa
 - Informativa **X**
 - Opinativa
 - Otros
 - Sección a la que pertenecen
 - Moda
 - Belleza
 - Lujo
 - Series/ Cine **X (nombre protagonistas)**
 - Deporte
 - Estilo de vida
 - Otros
 - Tipo de lenguaje
 - Neutro **X**
 - Formal
 - Informal
 - Exclamativo
 - Otros
 - Otros: **mezcla de tipografías, texto torcido y curvado**
- **RECURSOS GRÁFICOS**
 - Líneas
 - Filetes
 - Corondeles
 - Recuadros
 - Textos invertidos **X (datos y nombres de famosos)**
 - Viñetas
 - Observaciones a mayores:

Merino Presencio, M. (2023). Análisis de la prensa especializada en moda. Revistas de moda masculinas. -El caso de GQ-. Trabajo Fin de Grado de Periodismo. Universidad de Valladolid.