

# Estructura de proyecto – Diseño de vestuario escénico

## 1.- Portada

En ella se hará constar el nombre completo del estudiante, nombre completo del profesor/tutor de RYA, especialidad, título del proyecto, curso escolar y nombre del centro o logo actualizado.

## 2.- Índice

Índice paginado.

Preferiblemente dividido en bloques por temas y apartados.

## 3.- Introducción

Resumen aclaratorio de lo que se estudia/investiga en el proyecto sin desvelar el resultado de este.

Texto que nos ayude a identificar la naturaleza del proyecto y a diferenciarlo entre otros proyectos en una misma biblioteca.

## 4. Briefing.

Documento informativo que contiene la información imprescindible para poder empezar a planificar o ejecutar un proyecto.

Documento de punto de partida para empezar a trabajar.

Junto al briefing se recomienda realizar una planificación del tiempo.

## 5.- Definición del tema a tratar/problema a solucionar

Definición del tema a tratar o reto. Sólo definición. Todavía no se habla de propuestas u objetivos del proyecto, ni se da una opinión al respecto.

## 6.- Planteamiento de objetivos del proyecto.

Lo que se aspira conocer o conseguir. No son objetivos estrategias de marketing.

## 7.- Justificación

Definición del tema que justifique el proyecto. Propuesta general y por personajes y necesidades de cada escena.

## 8.- Metodología de investigación

Análisis de las vías de investigación que hemos utilizado, formas de recopilación de datos/información y cómo los hemos tratado posteriormente.

### Metodología proyectual

Tipos y técnicas de cómo se ha llevado a cabo el proyecto para dar solución al problema planteado y descrito.

## 9.- Marco teórico

Grueso de la investigación tras filtrarse (exponer en la memoria sólo lo esencial). Si es muy extenso, se puede dirigir parte a los anexos. Se puede ordenar en bloques para exponer la investigación con más claridad.

### Análisis de la obra. (Fantasma de la ópera)

#### Original:

- Autor
  - Breve estudio de la época: estamentos sociales de los personajes y como influye en la obra.
  - Adaptaciones del FDO (cine, teatro, ópera...)
  - Sinopsis. Aspectos relevantes en la trama
  - Resumen

#### Reinterpretación:

- Visión de la obra: ucronía completa.
- Estudio de la época: sociedad, tipología de prendas.

- Contextualización: Estudio de la época en la que transcurre la obra.
  - Estudio de los elementos ficticios de la obra que puedan haber afectado a la estética de la época.
    - Ucronía.
    - Colorimetría: Wes Anderson.
  - Estudio de la época en general y de la clase social, localización o demás características propias del personaje a realizar dentro de ese marco.
- Estudio de cada personaje: original y su reinterpretación.
  - Personalidad / estado de ánimo / aspecto físico.
  - Tipología/morfología corporal.
  - Características estéticas específicas:
    - Caracterización: (qué partes se deben destacar y cómo hacerlo).
      - Cuántos cambios necesita.
      - Estudio de la evolución estética del personaje a lo largo de la obra (si la hubiera).
- Estudio del guion (Cuadro de escenas elegidas): describir la escena original y su reinterpretación.
- Requerimientos de la escenografía:
  - Estudio de la temporalización: número de actos en los que sale cada personaje, número de cambios y el tiempo que tienen de uno a otro para adecuar la funcionalidad de la prenda. (Cuadro de escenas).
  - Realizar con ia los decorados imaginados para las 6 escenas que se trabajan.(Bing)
- Estudio de campo. (Antecedentes de obras con este tipo de ambientación) Se refiere a obras ambientadas en el medievo.

**Moodboard de investigation visual: (RESEARCH VISUAL - RESEARCH BOARD - RESEARCH SKETCHBOOK)** Se realizará un moodboard de la atmósfera creada, será el “paisaje” para situarse en la ambientación.

**10.- Fase conceptual de la marca:** *(Tener en cuenta que, en los proyectos relacionados con vestuario escénico, este punto puede o no desarrollarse, todo depende de las exigencias del director)* **NO LO REALIZAREMOS**

- Introducción a la fase conceptual de la marca
- Moodboard de la marca
- Character Portrait
- Story Telling
- Moodboard (consumidor)
- Búsqueda del sello personal (referentes)
- Códigos estilísticos permanentes (de nuestra marca)
- Definición de la empresa/ámbito competitivo

## 11.- Desarrollo del vestuario:

- **Inspiración y palabras clave para la búsqueda del concepto artístico.** Proceso de abstracción, de las imágenes a las palabras, y de las palabras a la imagen. (Moodboard que defina la propuesta conceptual y desarrollo que defina del concepto que englobe: tipologías, líneas, colores, texturas, materiales, estética...códigos estilísticos generales.
- **Moodboards para la codificación general de grupos de personajes:** Donde se diferencie la estética y tipologías entre grupos, colorimetría, líneas formas y texturas. (Tantos moodboards como grupos de personajes hay en la obra)
- **Propuesta cromática por personajes:** Donde se reflejan sus códigos generales (del grupo al que pertenece) y sus códigos específicos (Definir cada personaje: proviene de un grupo determinado y diseñado, sus códigos generales deben estar dentro de los desarrollados en su grupo). Moodboard de cada personaje y palabras clave. (solo los 5 personajes seleccionados)

- Explicación teórica de cómo se ha desgranado el concepto hasta llegar a convertirlo en líneas, formas, tejidos, texturas, gama cromática y otros detalles concretos del vestuario. Es la antesala del lookbook, para que se entienda perfectamente al verlo y se sepa el porqué de cada detalle.
- **Experimentación:**  
Apartado en el que se muestre un proceso de experimentación, por lo general de naturaleza textil, ya sea formal (patronaje creativo, moulage, estructuras...), tinte/estampación, bordado o realización de armadura.

## 12.- Lookbook

- Resultados obtenidos: lookbook de la obra.  
(Se establecen **2 escenas** por cada bloque -INICIO / NUDO / DESENLACE- y un máximo de 5 personajes.) Pudiendo hacer de un mismo personaje varios cambios y repartir los 12 total looks entre personajes y escenas.
- 12 figurines finales (vista delantera y trasera) expuestos de manera que se entienda y represente la temática tratada en el proyecto. El lookbook debe presentarse en dos DIN A4 (un DIN A3) para poder verlo completo sin restar calidad a los detalles.
- A continuación, se pueden añadir ampliaciones de ciertas partes del lookbook. **En los anexos debe añadirse la descripción de cada uno de los looks.**
- Se realizarán todos los bocetos necesarios en el Sketchbook.
- Se trabajará de forma analógica, y debiendo digitalizarlos correctamente para exponerlos en la presente memoria.

## 13.- Fase técnica

- Carta de color:
  - Muestra de los colores utilizados en los 12 looks definitivos junto a su codificación.
  - Justificación de la elección de dichos colores y la simbología.
- Carta de tejidos:
  - Muestra de los tejidos utilizados en los 12 looks definitivos junto al nombre del tejido, su composición, la codificación de colores en los que se utiliza (banderillas), proveedor y precio por metro.
- Fichas técnicas del prototipo:
  - Diseñador/a o marca.
  - Título de la representación escénica.
  - Artículo (número o nombre).
  - Línea: Vestuario escénico.
  - Talla/tallas.
  - Modelo / Tipo de prenda (camiseta, camisa, vestido...)
  - Breve descripción de la prenda.
  - Paleta de colores.
  - Bordado (en el caso de que el prototipo lo incluya).
  - Fornituras (cremalleras, botones, bolsillos, hebillas, etc.)
  - Forros o entretelas (en el caso de que las lleve).
  - Hilo (composición y color).
  - Costuras.
  - Tejido (nombre + composición).
  - Dibujo plano o técnico de la prenda. Delantero y espalda (lateral si es necesario)
  - Observaciones.  
Escena a la que pertenece y estilismo de cómo se lleva.
- Ficha de vestuario por personaje (12 total looks)

- Personaje
- Actor/actriz
- Descripción del vestuario
- Calzado
- Complementos
- Secuencia/ escena
- Observaciones: especificar conservación: cómo se guarda, plancha, lava (señalética)

#### **14.- Fase de comunicación**

- Shooting + Estilismo: El shooting debe abarcar dos características:
  - Marketing (ambientación coherente con la temática, vistosa, llamativa, que atrape al espectador, que comunique el mensaje que queremos transmitir, con modelos que representen o se asemejen al actor o actriz, etc.).
  - Expositivo (que se aprecie perfectamente la construcción de las prendas). El docente valora el proyecto sin haber visto el prototipo. Ayuden a que puedan ver la prenda en su totalidad y con detalles.
  - Shooting expositivo: en los anexos, imágenes detalladas de la prenda en plano.
- Escandallo:
  - Debe calcularse, el precio de coste del prototipo sumando tanto materiales utilizados como mano de obra, completo.
  - Prenda más cara, prenda más económica y la media de costes de fabricación.
  - Look más caro, look más económico y la media de costes de fabricación.

#### **15.- Conclusiones, condicionantes y limitaciones del trabajo.**

- Conclusiones personales sobre el trabajo.
- Los condicionantes y limitaciones ayudan al tribunal a hacerse una idea de si dificultades o condicionantes externos han podido repercutir en la consecución de los objetivos.

#### **19.- Bibliografía o lista de referencias bibliográficas, webgrafía y fuentes de cada una de las imágenes consultadas de acuerdo con las normas APA.**

#### **20.- Anexos y apéndices:**

- Glosarios, recolección de datos, testimonio gráfico (con bocetos, desarrollo del proceso y referencias gráficas),
- Todos los extras del marco teórico.
- Desarrollo de los patrones.
- Partes desplazadas de la memoria desde la reducción de páginas de la memoria establecida para todos los departamentos de diseño.

#### **21.- Prototipos**

- Mínimo 1 Total Look
- Coraza, armadura o cota de malla.

\*Cualquiera de estos apartados puede presentarse en otro orden diferente, según las necesidades del proyecto.

### **Requisitos para superar proyecto:**

Será condición indispensable obtener una calificación de 5,0 ó más en los apartados "Fase de investigación", "Fase de Creación", "Fase técnica" y "Defensa" (considerándose apartados sin cuya superación, el alumnado, no podría demostrar haber adquirido las competencias expuestas

en la presente guía, siendo dicha adquisición el objetivo primordial de la asignatura), además de no haber cometido plagio en el proyecto final, para acceder al cálculo de la calificación final del mismo. De lo contrario, la calificación del proyecto será de 0,0 puntos.

El formato de página será libre, con los siguientes requerimientos de página:

El cuerpo de texto será de 11 pt. Que sea una tipografía legible y clara. Interlineado de 1 Pt.

Para los títulos elegir una tipografía alternativa que ayude a acompañar el concepto de la colección. El tamaño de esta deberá diferenciarse del cuerpo de texto.

El texto deberá de estar justificado con el ultimo renglón justificado a la izquierda para evitar fallos en la condensación del párrafo, si es necesario activar la función -separado- para que las palabras más largas se partan y bajen a la siguiente línea.

Debe de ser un trabajo atractivo y estético de ver, se requiere maquetación de estilo editorial apoyando la información con imágenes.

Se requieren al menos 20 imágenes a lo largo de todo el Marco teórico y abstracción del concepto (aplicar normativa APA).

Para los moodboards no será requisito la mención de la fuente (normativa APA) y por ello deberían de ser imágenes de elaboración propia y/o modificadas con recorte y retoque fotográfico. Deben de ser tratadas y estar cada moodboard acompañado de "Las imágenes presentes en el siguiente moodboard no son de autoría propia"