



UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA



UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

Escola Politècnica Superior de Gandia

Realització del styleframe d'un documental

Treball Fi de Grau

Grau en Comunicació Audiovisual

AUTOR/A: Rico Cortés, Marta

Tutor/a: Giménez López, José Luis

CURS ACADÈMIC: 2021/2022

## RESUM

Els documentals *true-crime* han guanyat, al llarg dels últims anys, una gran popularitat. El conjunt d'històries reials amb recreacions i entrevistes als implicats resulten captivadors per a l'espectador que s'introdueix en la història i tracta de descobrir totes les claus.

Els *styleframes* són claus a l'hora de definir la imatge i l'essència d'una producció. Amb un sol cop d'ull es poden veure els sentiments i les emocions que es busquen transmetre. La correcta utilització dels colors i les textures és fonamental per a poder dur a terme una bona producció.

El present treball realitza un anàlisi de les principals tècniques i recomanacions per a realitzar un bon *styleframe* i analitza diferents documentals per a establir uns punts estètics comuns amb els que dissenyar el nostre propi *styleframe*.

PARAULES CLAU: *styleframe*, documental, disseny, entreteniment

## SUMMARY

True-crime documentaries have gained, over the last few years, a lot of popularity. The set of real histories with recreations and interviews with the main characters are fascinating for the viewer.

Styleframes are clausal when it comes to defining the image and essence of a production. With a naked eye we will be able to see the emotions of the styleframe. The correct use of colors and textures is fundamental to be able to last a good production.

This paper discusses an analysis of the main techniques and recommendations to make a good styleframe and analyzes some different documentaries to establish common aesthetic points that allow us to design our own styleframe.

KEY WORDS: styleframe, documentary, design, entertainment

# ÍNDEX

<b>1. Introducció</b> .....	<b>4</b>
1.1 Objectius .....	4
1.2 Desenvolupament .....	5
<b>2. Que es un styleframe?</b> .....	<b>5</b>
2.1 Tipus de styleframes .....	7
<b>3. Evan Abram. Anàlisi d'un styleframe</b> .....	<b>8</b>
<b>4. Anàlisi dels documentals true-crime</b> .....	<b>12</b>
4.1 El caso Alcàsser (2020).....	12
4.2. ¿Dónde està Marta? (2021).....	16
4.3. Desafio 11M (2022).....	20
<b>5. Proposta del styleframe per al documental</b>	
<b><i>Marta Calvo, un cos sense resposta</i></b> .....	<b>22</b>
5.1. Sinopsis.....	23
5.2. Moodboard .....	23
5.3. Paleta de colors.....	24
5.4. Tipografia .....	25
5.5. Disseny del styleframe .....	26
5.6. Producció del styleframe .....	30
<b>6. Conclusions</b> .....	<b>32</b>
<b>7. Bibliografia</b> .....	<b>34</b>

# ÍNDIX DE FIGURES

<b>FIGURA 1.</b> Estructura visual del script de Abrams. Font: Canal de YouTube de Milanote (2018) .....	10
<b>FIGURA 2.</b> Proposta de Abrams per al styleframe. Font: canal de YouTube .....	12
<b>FIGURA 3.</b> Cartell de <i>El caso Alcàsser</i> (Netflix, 2020). Font: Netflix Espanya (2020) .....	14
<b>FIGURA 4.</b> Miniatura del reproductor. Font: Netflix Espanya (2020) .....	15
<b>FIGURA 5.</b> Relació de mida entre majúscules i minúscules .....	15
<b>FIGURA 6.</b> Comparació entre les tipografies .....	15
<b>FIGURA 7.</b> Relació de mida entre majúscules i minúscules .....	16
<b>FIGURA 8.</b> Paleta de colors de <i>El caso Alcàsser</i> (Netflix, 2020) .....	16
<b>FIGURA 9.</b> Cartell de <i>¿Dónde está Marta?</i> (2021). Font: Netflix Espanya (2021) .....	18
<b>FIGURA 10.</b> Miniatura del reproductor. Font: Netflix Espanya (2020) .....	19
<b>FIGURA 11.</b> Relació de mida entre majúscules i minúscules .....	19
<b>FIGURA 12.</b> Paleta de colors <i>¿Dónde está Marta?</i> (2021) .....	20
<b>FIGURA 13.</b> Cartell <i>Desafío 11M</i> (Amazon Prime Video, 2022). Font: Amazon Prime Video (2021) .....	22
<b>FIGURA 14.</b> Relació de mida entre majúscules i caràcters especials .....	22
<b>FIGURA 15.</b> Paleta de colors <i>Desafío 11M</i> (Amazon Prime Video, 2022) .....	23
<b>FIGURA 16.</b> Moodboard del documental <i>Marta Calvo: cos sense resposta</i> .....	25
<b>FIGURA 17.</b> Paleta de colors del documental <i>Marta Calvo: un cos sense resposta</i> .....	26
<b>FIGURA 18.</b> Prova de color de la tipografia <i>Bebas Neue Regular</i> .....	27
<b>FIGURA 19.</b> Prova de color de la tipografia <i>Adam C.G. Pro</i> .....	27
<b>FIGURA 20.</b> Frame del documental <i>¿Dónde está Marta?</i> (Netflix, 2021). Font: Netflix Espanya (2021) .....	28

<b>FIGURA 21.</b> Frame del documental <i>El caso Alcàsser</i> (Netflix, 2020). Font: Netflix Espanya (2021) .....	28
<b>FIGURA 22.</b> Frame del programa <i>Crímen sin castigo</i> (Equipo de Investigación, 2019). Font: La Sexta (2020) .....	29
<b>FIGURA 23.</b> Frame del documental <i>El caso Alcàsser</i> (Netflix, 2020). Font: Netflix Espanya (2021) .....	30
<b>FIGURA 24.</b> Esbós de l'estructura del styleframe .....	30
<b>FIGURA 25.</b> Esbós de l'estructura del styleframe .....	31
<b>FIGURA 26.</b> Igualació del color entre les fotografies .....	32
<b>FIGURA 27.</b> Styleframe del documental: <i>Marta Calvo, cos sense resposta</i> .....	32

# 1. INTRODUCCIÓ

El documental *Marta Calvo, un cos sense resposta* parteix d'una idea original de Clàudia Sebastián i Jordi O'Riordan en la que es narra, des d'un punt de vista sòlid i imparcial, la mort i desaparició de Marta Calvo a mans de Jorge Ignacio de Palma. La producció combina recreacions de les escenes prèvies a la mort, imatges del judici i entrevistes als investigadors, familiars i altres víctimes, ja que De Palma no només esta acusat de matar a Marta si no d'un total de 8 agressions sexuals i 3 acusacions d'assassinat.

Pel que fa a la meua participació al documental es tracta de dur a terme el *styleframe* d'aquest. Per a la imatge gràfica del documental es busca seguir amb la línia estètica de documentals de característiques similars, es a dir els anomenats *true-crime*, un gènere on l'autor o autora examina un crim real i analitza les accions que es dugueren a terme. Aquestes produccions, com veurem al llarg d'aquest treball, es caracteritzen per l'ús de colors foscos, tipografies de pal sec, sense serifa i imatges o il·lustracions realistes.

Per poder dur-ho a terme, es realitzarà un *styleframe* que representa, d'un cop d'ull, aquesta imatge gràfica mitjançant fotografies d'alguns moments claus de la producció, colors, tipografies i textures.

## 1.1. Objectius

L'objectiu principal d'aquest treball és analitzar que es un *styleframe*. Entendre com és el seu procés de producció i desenvolupament en un documental *true-crime*

Dins d'aquest objectiu principal, hi ha diversos objectius secundaris com són:

- Analitzar diferents produccions, d'aquest gènere, de les principals productores d'streaming actuals amb la fi de trobar una línia estètica comú.
- Investigar les tècniques i recursos més utilitzats a l'hora de realitzar un *styleframe*.
- Identificar les diferents fases de la producció d'un *styleframe* i desenvolupar-les.
- Elaborar i dissenyar un *styleframe* per al documental *true-crime* "*Marta Calvo, un cos sense resposta*" a partir del que hem analitzat en el nostre anàlisi.

## 1.2. Desenvolupament

Per al desenvolupament d'aquest projecte s'han aplicat diferents fases i processos creatius que es divideixen en tres grans blocs. En primer lloc es du a terme una conceptualització teòrica dels *styleframes* i les diferents tècniques i recursos que es poden utilitzar per a la seua creació. A més s'analitzarà el treball d'un reconegut dissenyador gràfic que facilita recursos per a millorar la realització dels *styleframes*.

Seguidament es realitzarà un anàlisi de tres dels documentals *true-crime* espanyols més rellevants dels últims anys: *¿Dónde està Marta?* (Netflix, 2021), *Desafío 11M* (Amazon Prime Video, 2022), *El caso Alcàsser* (Netflix, 2019). Per a l'anàlisi del cartell, la paleta de colors, la fotografia o les tipografies, s'utilitzaran diverses ferramentes que ajuden a obtenir aquestes dades com *Adobe Color* o l'aplicació de *smartphone What the font*.

Finalment s'arribarà a la proposta pràctica d'aquest treball. Rere l'anàlisi de les diferents corrents estètiques dels documentals d'aquestes característiques, es realitzarà un *styleframe* que represente l'essència del documental. Per a realitzar les fotografies es contarà amb la càmera d'un telèfon model *Iphone 12 Mini* i per a l'edició i el muntatge del *styleframe* els programes d'Adobe *Photoshop* i *Illustrator*.

## 2. QUE ES UN STYLEFRAME?

Un *styleframe*, traduït com a marc de imatge, és una representació visual del resultat final d'un projecte. *Eve Waiberg (2016)*, especialista en *storytelling* il·lustratiu i dissenyadora de *motion graphics*, defineix els *styleframes* com un sol frame que mostra l'aparença completa i els sentiments que va a transmetre un vídeo. *Waiberg (2016)* diu, "es tracta d'un conjunt d'imatges, a tot color, que mostren algunes de les escenes principals i que determinen com serà l'aparença i el estil del projecte". Els *styleframes* són una part clau a l'hora de la preproducció perquè serveixen per a mostrar al client o a la resta del equip les nostres idees i poder arribar a punts en comú o realitzar canvis abans de continuar amb altres fases de la producció. Aquesta tècnica s'utilitza especialment en projectes d'animació per a poder establir preferències i estils abans d'iniciar el procés d'animació.

Com ja hem mencionat, el disseny dels *styleframes* forma part del procés de preproducció d'un projecte. Per a poder arribar a aquest punt és necessari tindre abans establert un guió, un *moodboard* i un script visual. S'ha de tindre en compte que els *styleframes* ens ajuden a tindre clara la direcció estilística del projecte però no ens

proporcionen tota la informació. A la web de *Kaulig Media (2020)*, agència de màrqueting digital, estableixen uns punts claus per a tindre en compte a l'hora de crear, analitzar i entendre els *styleframes*. En primer lloc reiteren que els *styleframes*, mostren els aspectes essencials que afecten al estil general i a les sensacions que transmet un projecte però que no capturen tota la informació que podria contenir un vídeo i, per això, poden resultar difícils d'entendre. Presenten també quatre punts clau que tot *styleframe* ha de tenir: les imatges o recursos gràfics, les textures, la tipografia i l'estètica general.

En primer lloc trobem tant les imatges com els recursos gràfics o il·lustracions, que són el pilar principal. Les il·lustracions, o imatges, seleccionades són una mostra representativa de l'estil i el marc que es vol seguir a l'hora de realitzar la producció. Aquestes imatges són editades i tractades per a establir un model del resultat final.

D'altra banda les textures, part clau per a aconseguir dissenys vius i dinàmics. El ús de textures s'ha convertit en fonamental en l'art gràfic contemporani, el terme textura gràfica fa referència a dibuixos, fotografies o gravats que ens recorden a textures reials. Gràcies a l'ús de les textures es pot aconseguir jugar amb la tridimensionalitat o amb el volum de les nostres creacions (Veronika Theodor, 2020)

Les tipografies també són un element que Kaulig Media defineix com a essencial a l'hora de la creació d'un *styleframe*. La tipografia, en paraules del dissenyador gràfic i publicista Andrés Morales (2016), es l'encarregada de la materialització visual del llenguatge visual mitjançant l'escriptura. Una tipografia no són traçats a l'atzar si no que cada característica té un sentit i busca transmetre un missatge determinat, la tipografia marca el caràcter, la llegibilitat i el estil d'un text. La recerca d'una tipografia coherent i que estiga en harmonia amb el projecte és una part clau del procés de preproducció.

Finalment, l'últim punt és l'estètica general. Els *styleframes*, a banda de transmetre tota la informació abans mencionada, han de ser visualment atractius. Un *styleframe* ple d'informació, imatges i recursos pot no complir amb la seua funció de facilitar l'enteniment i transmetre les sensacions i l'estil del projecte. Tots els elements anteriors han de estar disposats de forma ordenada i coherent, tenint en compte l'equilibri de la composició i l'estil que volem seguir.

Seguint la línia d'anàlisi d'aquesta empresa, els *styleframes* es componen de dues parts. Dividint l'escena en terços, els dos terços de l'esquerra s'utilitzen per a mostrar les escenes o fotogrames d'un vídeo, a més de les diferents textures i tipografies del nostre projecte. A la part dreta, ocupant un terç de l'escena, podem trobar parts del guió o una breu descripció del representat a la part esquerra i del sentiments o objectius que es volen transmetre



## 2.1. Tipus de styleframes

Dintre del procés de preproducció és important saber distingir les diferències entre el *styleframe*, el *moodboard* i el *storyboard* i tindre clar quines són les seues funcions i utilitats dintre del procés creatiu. Chelsea Sassara (2020) defineix, al blog VMG Studios, aquest tres conceptes.

D'entrada, els *moodboards* es construeixen al començament d'un projecte. El seu objectiu és transmetre les primeres sensacions d'un projecte: colors, estils, atmosfera, energia, etc. El *moodboard* es podria definir com una taula d'inspiració on, des d'un primer moment, es pot observar d'un colp d'ull les nostres expectatives cap a un projecte o les corrents estilístiques que es volen seguir. (Sassara, 2020) Els moodboards no han de contenir il·lustracions pròpies, es tracta d'una recopilació de fonts, imatges o colors que ens ajuden a decidir l'estil del nostre projecte.

Una vegada està definit el *moodboard* és el moment de construir els styleframes. Aquests són una versió més desenvolupada i definida dels moodboards: "Als moodboards generalment només es rasca la superfície de l'aparença de la nostra animació mentre que als *styleframes* és on comences a definir, vertaderament, el disseny de l'animació" (Chelsea Sassara 2020)

La dissenyadora també presenta diferents qüestions a fer-se al llarg de la construcció del *styleframe*.

- Audiència objectiva
- Nivell de realisme
- Paleta de colors. Sensacions que transmeten els colors en correlació amb el guió.
- Nivell de detall
- Tipografia
- Textures
- Personatges
- Punts clau de la marca que volem representar
- Tecnologies a utilitzar

Finalment, al tindre els *styleframes* construïts, és el moment de transformar el guió en imatges amb el *storyboard*. En aquest, els il·lustradors mostren les accions i els escenaris d'una forma simple però clau a l'hora de deixar clares les accions o els plànols del guió i unificar així el pensament de tot l'equip. El *storyboard* crea una sensació d'animació únicament mitjançant imatges.

En aquest procés s'apliquen els tractaments visuals, la tipografia i els recursos clau acordats als *styleframes*. És el moment de visualitzar, el color i les accions e interaccions dels personatges, així com els enquadres i les transicions.

Així doncs, els tres processos, *moodboard*, *styleframe* i *storyboard*, són clau a l'hora de fer una reproducció eficient on tot l'equip pugui ser participatiu i dur una direcció comú.

### 3. EVAN ABRAMS. ANÀLISI D'UN STYLEFRAME

Evan Abrams (2020), dissenyador gràfic i professor d'Adobe After Effects, explica, a un vídeo tutorial per a la corporació Milanote, el procediment i les tècniques recomanades per a la realització d'un *styleframe*. El presenta com una ferramenta per a transmetre l'aparença final d'una animació amb l'objectiu de fer entendre al client, o a l'equip de treball, les idees, la visió i els sentiments que es volen transmetre. El disseny dels *styleframes* és molt important en el procés de reproducció per a abaratir costos, evitant repeticions innecessàries o malentesos en l'equip. En el cas de tractar-se d'un treball per a un client el *styleframe* et permet presentar diferents alternatives i rebre *feedback* per la seua part i poder refinar el projecte.

*"You want to get everybody on board and a styleframe is a great way to do that"*

(Evan Abrams 2020)

Els *styleframes* poden estar formats per il·lustracions en 2D o en 3D així com ser composicions d'imatges, renders o dibuixos conceptuals, sense excessiu detall, aquesta decisió queda en mans del il·lustrador i de la quantitat de detall que vol mostrar al *styleframe*.

Al vídeo, Abrams mostra un dels seus projectes i explica el procés de creació que ha seguit. El projecte es tracta d'un *styleframe* d'un curtmetratge d'animació. Abrams tria del guió una sèrie d'imatges que creu poden fer referència als moments clau de la història. Aquestes imatges, com ell indica al vídeo, provenen del *moodboard*, realitzat prèviament. Abrams, llança dues preguntes a l'hora de crear els *styleframes* "Què estem creant?" i "Per a qui?", també estableix diferències amb el script. El primer cas conta què va a passar al projecte, el segon com es va a veure. En el procés de reproducció pots prioritzar la realització d'una o de l'altra, Abrams prioritza primer la narració front al disseny.

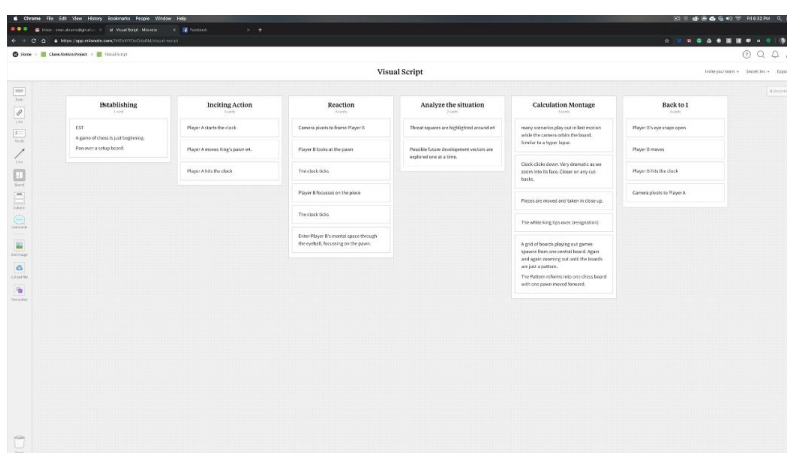
Per a fer el procés de disseny del script, utilitza la aplicació de la empresa Milanote fundada en 2016. Aquesta aplicació es defineix al seu lloc web com una ferramenta fàcil per a organitzar les teues idees i projectes en taules visuals. Permet editar a temps real arxius compartits i gestionar les diferents tasques i continguts de forma ordenada i neta.

En el cas en el que ens trobem Abrams estructura el seu script de forma visual, com podem veure a la imatge 1. Es a dir que amb un cop d'ull es pot veure els processos que s'han de seguir en cada moment. El script esta dividit en sis columnes i cada columna conté, com ell menciona al vídeo, esbossos de les trames i accions principals del projecte.

A la primera columna trobem la presentació de l'escena. Com Abrams narra es tracta d'una partida d'escacs i en aquesta acció les peces estan disposades al llarg del tauler i preparades per a començar la partida. La segona columna, o *inciting action* com Abrams la denomina, es la escena que dona lloc al inici de la trama. En el cas pràctic d'aquest projecte un dels jugador de la partida inicia el temporitzador i comença a moure les seues peces.

La tercera columna fa referència a la reacció que provoca l'acció. El jugador B veu el moviment del seu contrincant, canvia el temporitzador i comença la seua jugada.

A continuació passem a la quarta columna del script anomenada com *anàlisi de la situació*, l'animació entra dins la ment del jugador B i es representa com planteja el seu moviment i calcula la seua estratègia, el que ens du directament a la cinquena columna. Finalment a l'última columna el jugador B mou la peça, atura el temporitzador i torna el torn al jugador A. Aquesta columna es anomenada per Abrams com *Back to 1*, tornada al primer.



**Figura 1:** Estructura visual del script de Abrams. Font: Canal de YouTube de Milanote (2018)

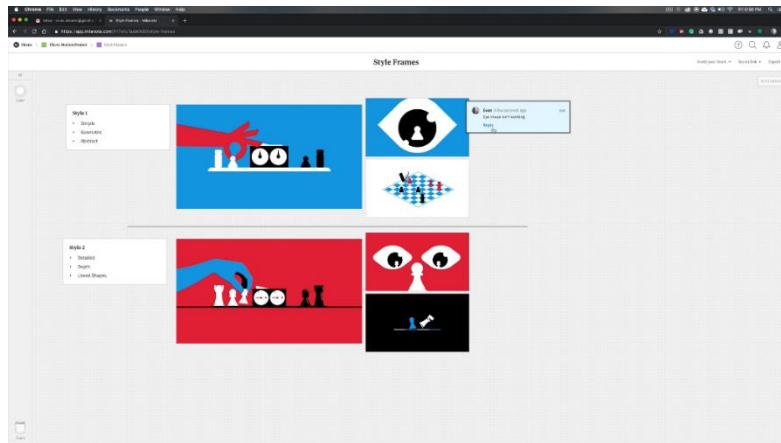
Amb aquesta senzilla subdivisió del guió Abrams estableix fàcilment quines àrees són essencials i han d'aparèixer al *styleframe*. En aquest cas pràctic, Abrams decideix incloure la presentació de ambdós jugadors, i marca com a important la informació de les columnes quatre i cinc, és a dir on es desenvolupa la part més destacada del guió, la immersió en la ment del jugador B per a planejar el seu moviment. També destaca la importància del rellotge temporitzador i de les peces d'escacs.

Passem ja a la realització del *styleframe*, per al qual Abrams utilitza Adobe Illustrator. En primer lloc l'animador crea nou taules de treball iguals. No especifica en recomanacions per a la mida de les taules de treball posat que aquesta depèn de les necessitats de cada projecte i del que vulguem fer. Recomana, d'altra banda, realitzar nombrosos dissenys i opcions, tot i que després només triem un parell, per a poder provar diferents elements i tindre mes opcions a l'hora de presentar al client.

Aquest es el moment en que decideix l'aspecte visual del projecte. Abrams recomana explorar diferents opcions i jugar amb les paletes de colors, textures, detalls i grossor de línia. Com ell menciona sempre trobarem errors i elements que no funcionen per això recomana anar provant diferents opcions constantment.

Per a la realització del seu *styleframe*, Abrams presenta dues opcions ben diferenciades (Figura 2). La primera té com a color principal el blau i com a secundari el roig. Es pot apreciar que les formes d'aquesta primera opció són més senzilles. Les peces no tenen una silueta molt marcada, si no que són llises i sense ombres, al igual que el rellotge temporitzador. Podem apreciar que la pupila del jugador B, representat com hem mencionat amb el color blau, té també un traçat molt senzill amb els cantons acabats en punta, al centre de l'ull hi ha la silueta d'un peó. A l'última il·lustració trobem la jugada que el jugador B realitza, el tauler es blanc i blau i esta representat des d'un plànol zenital, mentre que les peces són negres i roges sobre un fons blanc.

D'altra banda la segona opció té com a color predominat el roig. Les formes són més elaborades, les peces tenen una forma més diferenciada i amb més nivell de detall, al igual que el braç del jugador A, representat amb el color blau i el rellotge temporitzador. A la segona il·lustració, a diferència de a la primera opció observem dos ulls en comptes d'un amb una forma ovalada, amb els cantons redonejats i, reflectida a les pupil·les, la peça del següent moviment del jugador B, com s'ha vist estes peces tenen una silueta més detallada que les de l'altra opció. Finalment trobem un plànol frontal del tauler d'escacs i de la jugada que es va a realitzar, representada amb els colors blau per al peó i blanc per a la torre, tot sobre un fons negre.



**Figura 2:** Proposta de Abrams per al styleframe. Font: canal de YouTube de Milanote (2018)

Per a continuar, Abrams enumera uns consells per a saber triar el programa correcte per a la creació del *styleframe* i poder ajustar-lo a totes les nostres necessitats. En el seu cas, al tractar-se d'un *styleframe* il·lustrat utilitza el programa Adobe Illustrator en canvi, si es tractés d'un *styleframe* fet a partir de fotografies o brotxes de textures es recomana utilitzar Adobe Photoshop. També recomana ser ordenat i mantenir l'ordre a les diferents capes del projecte per a evitar errors i confusions.

Una vegada finalitzat el procés de disseny del *styleframe*, es posen en comú les diferents opcions i propostes amb el client o amb l'equip creatiu. Abrams utilitza el software de Milanote per a ordenar les seues il·lustracions. Exporta les imatges i les col·loca en un document en blanc dintre de la plataforma. A continuació les organitza per mida, segons la seua importància o l'ordre que ocupen al script. En aquest cas col·loca com a imatge principal, situada a l'esquerra de la imatge, la il·lustració on el jugador A mou la seua peça. Situades a la dreta i en una mida més menuda, trobem les altres dos imatges.

Finalment Abrams afegeix un requadre amb les diferents característiques de cadascuna de les opcions. A la primera, anomenada *Style 1*, la defineix com simple, geomètrica i abstracta. Per a la segona, *Style 2*, utilitza els adjectius detallada i formes literals. Aquest *styleframe* ja està llest per a ser presentat a l'equip creatiu.

## 4. ANÀLISIS DOCUMENTALS TRUE-CRIME

A continuació es realitzarà un anàlisi dels documentals *El caso Alcàsser* (Netflix, 2020), *¿Dónde està Marta?* (Netflix, 2021) i *Desafío 11M* (Amazon Prime Video, 2022), en primer lloc es farà un breu resum de la sinopsi i alguns detalls rellevants, seguidament es passarà a analitzar el cartell, la paleta de colors, la tipografia, la capçalera i els crèdits.

Per a aquest procés, com ja hem mencionat, s'utilitzaran diferents ferramentes com Adobe Color o What the font per a facilitar el treball d'anàlisi i de recerca.

### 4.1 El caso Alcàsser (2020)

En 1992, a la localitat d'Alcasser, tres joves desaparegueren i foren brutalment assassinades quan tornaven fent autoestop d'una discoteca d'un poble proper. Aquest triple crim es va convertir en un dels casos més mediàtics i brutals de la història d'Espanya. El documental, el primer produït per Netflix Espanya, presenta el cas, encara sense resoldre, i té com a objectiu principal recordar aquest polèmic crim i com fou tractat pels mitjans de comunicació.

Mitjançant els testimonis dels protagonistes es realitza, al llarg de cinc capítols, un exhaustiu anàlisi de la desaparició de les joves i de la investigació que es va seguir per part de la policia. Es centra, també, en el pare de una de les joves, Fernando García, i com la lluita per trobar a la seua filla es va convertir en tot un circ mediàtic.

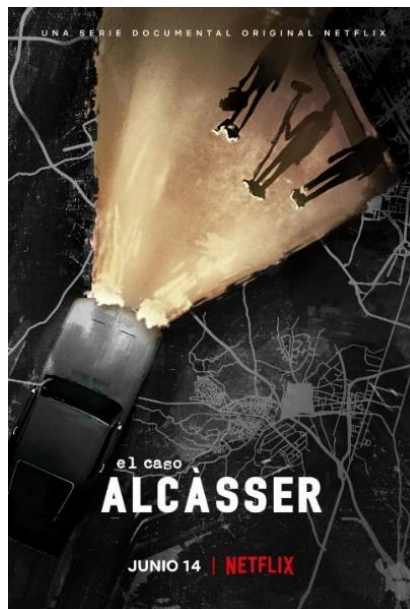
El documental enfoca el cas des del punt de vista dels fets com diu Ramón Campos (2020), productor executiu, des del principi van voler fugir del morb i del sensacionalisme. No hi ha en tota la sèrie cap reconstrucció, tan habituals per cert, en els *true-crime* americans. Evitaren també les imatges escabroses i doloroses. Només hi apareix una foto delicada, la del puny de Toñi que fou clau per a trobar els cossos. La seua prioritat, per damunt de tot fou no furgar en el dolor de ningú.

A la web Silenzine (2020) trobem que l'equip tècnic de la producció va tindre que revisar més de 600 informatius, 40 programes de televisió, un sumari de més de 4000 pàgines, 392 hores de judici i altres 220 hores de gravacions relacionades directament amb el procés. Un treball exhaustiu per a poder donar un punt de vista completament objectiu.

El documental està produït per Bambú Producciones, productors també de *Lo que la verdad esconde: El caso Asunta* (Bambú Producciones, 2017) .

Pel que fa al cartell que presenta el documental, es tracta d'una il·lustració que mostra a tres persones que duen a les mans una càmera i un micròfon de perxa, el que ens fa deduir que representa als membres de l'equip de gravació del documental o als periodistes de l'època. Les tres figures estan il·luminades pels fars d'un cotxe, simulant l'escena que van viure les tres joves el dia que van desaparèixer. Al costat del cotxe, s'observa un plànol del terme municipal d'Alcàsser que s'estén per tot el cartell. Tota la imatge es en blanc i negre, exceptuant la zona de llum il·luminada pels fars del cotxe.

A banda de la il·lustració, a la part superior del cartell trobem la frase *Una serie documental original de Netflix*, escrit en color blanc i en majúscules. En la part inferior, el títol de la producció destaca, també, en color blanc *El caso Alcàsser* escrit combinant les majúscules i les minúscules. També hi apareix la data d'estrena, *Junio 14*, escrit en blanc i la productora *Netflix* en color roig, el color corporatiu de l'empresa.



**Figura 3:** Cartell de *El caso Alcàsser* (Netflix, 2020). Font: Netflix Espanya (2020)

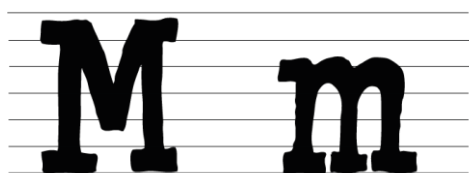
La imatge que s'utilitza com a miniatura a la plataforma d'streaming, es tracta d'una fotografia d'un dels carrers de la localitat valenciana amb el títol del documental al centre de la imatge en color blanc i, com ja hem mencionat, combinant tant les majúscules com les minúscules.



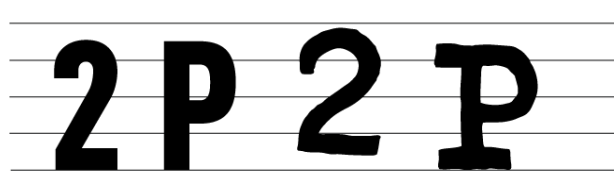
**Figura 4:** Miniatura del reproductor. Font: Netflix Espanya (2020)

Passem ara a l'anàlisi de la tipografia. Per a realitzar el correcte anàlisi d'una tipografia, apliquem les característiques que Mariana Pérez Villanueva a l'anàlisi de la font Quimera. (A. Celso, 2002) L'analitza en funció de la seua classificació, altura tipogràfica, proporcions, relació entre majúscules i minúscules, el traç i el comportament de signes i números (M. Pérez, 2012)

Per al títol del documental s'utilitza una combinació de dos tipografies en primer lloc, per a la primera part del títol, s'utilitza una tipografia similar a la utilitzada a les màquines d'escriure o a les impremtes antigues la *Click Clack Regular* (E. Dunham, 1995). Aquesta es una font amb serifa que trobem en dos versions, en format *Regular* o en format *Light*. Com podem veure a la imatge es tracta d'una tipografia de traç irregular i amb una altura baixa, si la comparem amb altres tipografies de característiques similars. Pel que fa a la relació entre majúscules i minúscules, tot hi que les majúscules no son utilitzades al cartell, si centrem l'atenció en la imatge 5, podem veure que si dividim una lletra majúscula en 6 parts iguals, o nòduls, tal i com fa Pérez al seu anàlisi tipogràfic, trobem que la relació entre ambdós tipus de lletres es de  $4\frac{5}{6}$ , es a dir que, independentment dels nòduls que s'utilitzen per a la construcció d'una lletra majúscula, sempre es deuran restar  $1\frac{5}{6}$  nòduls per a la construcció de les minúscules. Finalment, els números i signes especials tenen el mateix comportament que les lletres, son de traç irregular i desiguals entre ells (Figur



**Figura 5:** Relació de mida entre majúscules i minúscules



**Figura 6:** Comparació entre ambdues tipografies



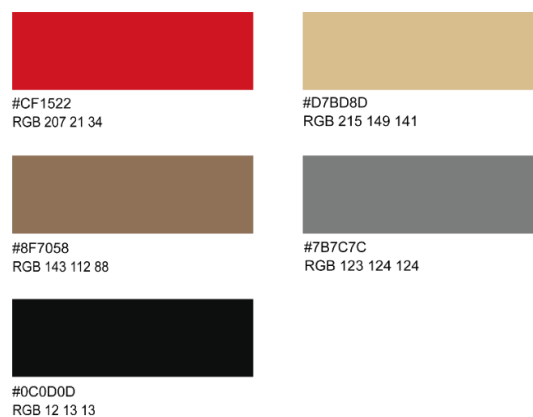
La segona part del títol, esta escrita, íntegrament amb majúscules, amb *DIN Condensed Black* (Deutsches Institut fur Normung, 1931), una tipografia en negreta i sense serifa característica per unes línies molt rectes i simètriques. La relació entre majúscules i minúscules es molt similar a la utilitzada prèviament (figura 6) com observem tenen entre elles una diferencia d'un nòdul i mig. Seguint la línia estètica de les lletres, als números i símbols son predominants les línies rectes i la simetria. A diferència de amb la *Click Clack Regular*, on els números es situen en un eix diferents al de les lletres, en aquesta, lletres i números es situen en un mateix eix i seguint una estructura molt marcada (Figura 7).



**Figura 7:** Relació de la mida entre majúscules i minúscules

La combinació de les dues tipografies resulta una combinació que transporta als anys 90, moment quan va ocórrer el crim, la tipografia amb estil de màquina de escriure ens transporta a la utilitzada per a escriure els informes policials, mentre que l'altra, pròpia dels titulars dels periòdics, transporta a quan el crim ocupava les portades de tots els diaris.

Al cartell, com podem vore a la imatge 8, hi predominen els colors foscos i apagats. El color marró, en dues tonalitats una més fosca (#8F7058) i l'altra més clara (#D7D8D8) son el color principal del cartell, i representen la zona de llum il·luminada pels fars del cotxe. El negre (#0C0D0D) i el gris (#7B7C7C), s'utilitzen per a construir la resta de la imatge així com el roig fosc (#CF1522) per al títol i els subtítols.



**Figura 8:** paleta de colors de *El caso Alcàsser* (Netflix, 2020)

El color marró, segons Eva Heller autora de *Psicología del color* (2007), al tractar-se d'una de les barreges de color més fosques, després del negre, esta associat amb com un dels colors del mal o de les coses roines, al marró hi desapareix tota la llum de la resta de colors, segons Heller, es tracta d'un dels colors menys apreciats per la població i que provoca incomoditat. Al blog Fototrending, José Yébenes (2019), escriu que el color marró esta associat també a la soledat i al buit.

Pel que fa al negre, Heller el presenta com el color del dol en pràcticament totes les cultures. El negre es la absència de tota llum i la mescla de tots els colors, simbolitza el misteri. Al igual que el gris que, en paraules de Heller, representa els sentiments foscos i la crueltat.

Finalment trobem també que, per a destacar el logo de Netflix esta en roig, en aquest cas el simbolisme no té referència al documental si no que es tracta del color corporatiu de la marca.

La capçalera es diferent en cadascun dels cinc capítols. Es tracta d'una il·lustració que va apareixent lentament a la pantalla acompanyada de música. La il·lustració, en cada cas, fa referència a cadascun dels punts clau de la investigació i les tonalitats utilitzades son fosques, igual que en el cartell predominen el gris i el negre. Mentre es va formant el dibuix hi apareix també el títol del documental, en color blanc i utilitzant les tipografies ja mencionades.

Els crèdits comencen amb una menció de les persones que han declinat participar al documental per a després donar pas a tot l'equip tècnic i els col·laboradors. Els crèdits estan disposats sobre diferents fons, il·lustracions que representen diferents moments clau del cas, en tonalitats similars a les utilitzades per a les il·lustracions de les capçaleres, es a dir gris i negre. Els crèdits utilitzen la, ja coneguda, tipografia *DIN Condensed Black* (Deutsches Institut fur Normung, 1931) en color blanc i en majúscules. La mida varia en funció de la importància del rol o la quantitat de gent que hi apareix. Per a finalitzar el logo de la productora Bambú es dibuixa a la pantalla.

#### **4.2. ¿Dónde está Marta? (2021)**

Paula Corroto, juntament amb altres huit periodistes, es la directora del documental *¿Dónde está Marta? (2021)* una producció de Cuarzo Producciones i Netflix Espanya. La producció recull tot el que va passar aquell 24 de gener de 2009, quan Marta Del Castillo va sortir de casa per a reunir-se amb un amic i ja no va tornar, a més de tota la

investigació policial, les diferents versions dels acusats i la recerca d'un cadàver que encara no s'ha trobat.

El documental consta de tres capítols i segons, Paula Corroto (2021) que escriu per a la versió online de *El Confidencial*, es una sèrie molt elegant que escapa del morb, de la ràbia i del sensacionalisme. Mitjançant entrevistes als amics, familiars i persones implicades en el cas, es tracta de reconstruir el que es, possiblement, el gran crim del segle XXI a Espanya. Corroto afegeix que el documental no és només un producte informatiu si no que te aires de “*thriller*” ja que juga amb les mateixes tècniques que les pel·lícules d'aquest gènere. Ofereix pistes falses, presenta subtrames i, a l'últim capítol trobem el gran gir de la investigació.

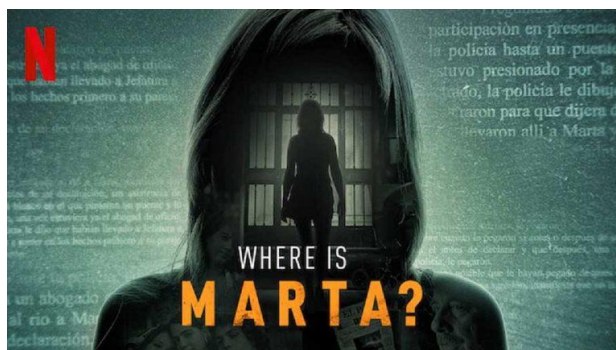
Per al cartell del documental s'ha utilitzat un muntatge de diferents imatges de Marta del Castillo juntament amb una il·lustració de caràcter realista. Al centre de la imatge aquesta il·lustració de Marta entrant al pis de León XIII, el lloc on, presumptament, fou assassinada. Aquesta imatge esta envoltada d'un altra, la de la cara de Marta, la imatge que la família va distribuir per al cartell de la desaparició. D'aquesta imatge només s'hi pot distingir la silueta. Al llarg dels muscles i el coll de la silueta trobem, també, diferents imatges d'ella amb diferents amics, així com una imatge del diari El País amb el titular de la desaparició de la jove.

A la part inferior el títol del documental, la data d'estrena i el logo de la productora, tot escrit mitjançant les majúscules.



**Figura 9:** Cartell de *¿Dónde está Marta?* (2021). Font: Netflix Espanya (2021)

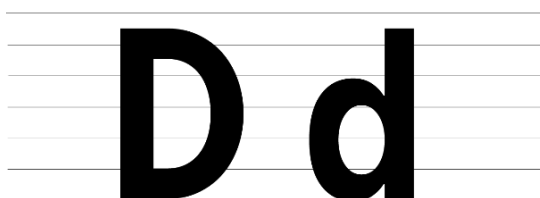
Pel que fa a la imatge que es mostra al reproductor, la composició central és la mateixa que al cartell del documental. La silueta de Marta amb la combinació d'imatges i el títol. A ambos costats de la figura central trobem xicotetes extractes de articles de periòdics sobre el cas sobre un fons blau. El imagotip<sup>1</sup> de Netflix hi destaca a l'esquerra.



**Figura 10:** Imatge del reproductor. Font: Netflix Espanya (2020)

El títol del documental, al igual que el de *El Caso Alcàsser* (Netflix, 2020), s'utilitzen dos tipografies diferents. Per a la part superior del títol s'utilitza XXII Neue Norm Cnd Bold (Lecter Johnson, 2016), tot hi que a la aplicació *What the Font* (2018) hi apareixen diferents tipografies amb característiques molt semblants. D'altra banda, per a la segona part s'ha utilitzat Merchanto Bold Round (CreativeMarket.com, 2020).

Pel que fa a XXII Neue Norm Cnd Bold, es tracta d'una tipografia sense serifa, molt simètrica i allargada i de traç recte i fi. Si analitzem, com hem fet al punt anterior, la relació entre majúscules i minúscules dividint la lletra majúscula en 6 nòduls, trobem que la relació entre ambdós tipus de lletres es igual, les majúscules i les minúscules tenen el mateix nombre de nòduls en la seua construcció, 5,5. (Figura 11)



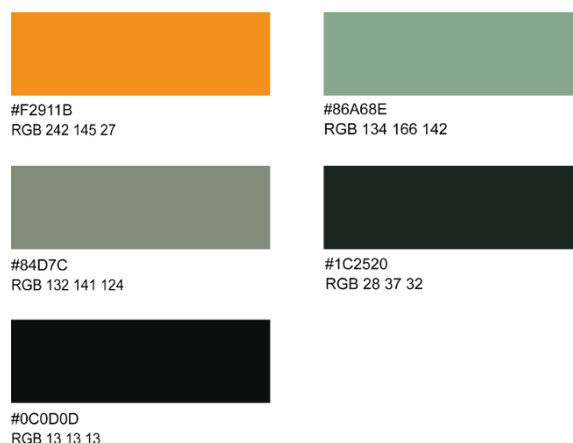
**Figura 11:** Relació de la mida entre majúscules i minúscules

<sup>1</sup>Un imagotip es el conjunt de la icona i el nom de la marca formant una composició única

Els números i caràcters especials, com podem apreciar al cartell en el símbol d'interrogació, es mantenen en el mateix eix que les grafies.

D'altra banda, la Merchanto Bold Round no ofereix lletres en minúscules. Ens trobem davant d'una tipografia sense serifa i de traç recte. A diferència de l'altra el traç es més gruixut i el símbol d'interrogació es troba una mica per baix de l'eix de les lletres. D'altra banda els números i la resta de caràcters especials sí que es situen al mateix eix.

Passem ara a l'anàlisi del color. Si ens fixem en la paleta, estreta de mitjançant Adobe Color (figura 12), es caracteritza, pels colors foscos i freds. Hi predominen el negre (#0C0D0D), el gris (#84D7C) com a colors principals, mentre que el taronja (#F2911B), present al títol es el color complementari i que destaca per sobre la resta. Podem trobar nombroses similituds amb la paleta de colors utilitzada per a *El caso Alcàsser* (Netflix, 2020).



**Figura 12:** Paleta de colors *¿Dónde está Marta?* (2021)

El negre, color del dol i de la violència i gris, el color de la crueltat, Heller (2007), contrasten amb un gris més blavós, present al fons de la imatge. A *Psicologia del Color* (Eva Heller, 2007) es presenta el color blau com el color preferit per la majoria de les persones, que transmet confiança i fidelitat però, al tractar-se d'aquesta mescla amb gris transmet més sentiments de fredor i falta d'humanitat com escriu Daniel Assae (2018).

Aquests colors freds i foscos contrasten, com ja hem mencionat, amb el taronja del títol. El taronja és un color exòtic i cridaner (Heller 2007) utilitzat per a destacar front a la resta d'elements.

Finalment, passem a l'anàlisi de la capçalera i els crèdits. Per a la capçalera s'han utilitzat diferents plànols, amb un moviment de càmera molt lent, que representen elements clau

del cas, tot amb un tractament de color molt similar a la paleta estreta del cartell. Els ròtols estan escrits amb la tipografia MVB Diazo Extra Condensed (Mark van Bronkhorst), la mateixa que per a la part superior del títol, en dos colors blanc per al rol i taronja per al nom del membre de l'equip (Figura 13). Els títols de crèdit estan disposats sobre un fons negre i amb la mateixa tipografia de la capçalera, aquesta vegada tant el nom com el rol en color taronja.

### **4.3. Desafio 11M (2022)**

El passat 11 de març es complien 18 anys de l'atac terrorista més devastador de la història d'Espanya, l'atemptat contra les línies de tren de Madrid. *Desafio: 11M*, la segona part de la sèrie documental *Desafio* (Amazon Prime Video, 2020), es una sèrie documental de quatre capítols que, mitjançant entrevistes, narra els fets des de diferents punts de vista. Els quatre capítols no segueixen un ordre cronològic si no, com ja hem mencionat, tracta de mostrar els diferents versions i moments: el primer capítol es centra en l'atemptat, les víctimes i l'ajuda que van rebre; el segon capítol relata la versió dels polítics i els mitjans de comunicació; el tercer explica el punt de vista dels policies i l'últim es centre en el judici dels terroristes.

Carlos Agulló, director del documental, conta a una entrevista per a ConfiTV, que les diferents versions i contradiccions que apareixen al llarg de la sèrie es el que més valor té perquè permet a l'espectador creure una versió o un altra.

A la web Epe.es Marisa De Dios (2022) escriu que la gravació del documental consta de 65 entrevistes, es a dir més de 150 hores de gravació, de supervivents, testimonis, líders polítics i de la policia, entre d'altres. L'entrevista més destacada es la de Jose Maria Aznar, president del govern en aquell moment. Per al muntatge es van haver de triar les trames més rellevants i contrastades per a no caure en el sensacionalisme i caure en les suposicions i les teories.

El cartell de la *docu-serie*\* es molt similar als analitzats prèviament. Consta d'una imatge central, en aquest cas composta pel títol del documental, en majúscules i amb dos tonalitats de color, sobre un fons de retall de periòdic amb un article relacionat amb el cas i on podem veure els rostres dels acusats. Aquesta imatge simula un retall de periòdic cremat, on s'hi poden veure encara restes de cendra i foc, situat sobre les vies del tren.

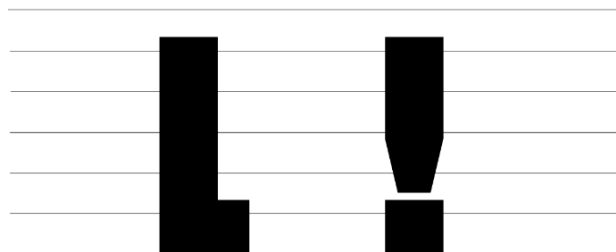


**Figura 14:** Cartell *Desafío 11M* (Amazon Prime Video, 2022). Font: Amazon Prime Video (2021)

Tant a la part superior com a la inferior, trobem el nom de la distribuïdora i la data d'estrena respectivament, tot íntegrament en majúscules a excepció del logotip de *Prime Video*.

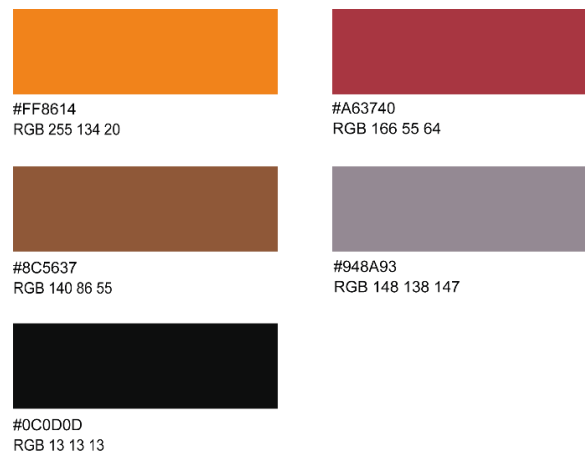
Si centrem ara l'atenció a la imatge que es veu a la plataforma de Amazon Prime Video, podem observar que es tracta d'una adaptació del cartell però en format horitzontal.

La tipografia utilitzada per al disseny del títol es Beni Black, d'autor desconegut, es tracta d'una tipografia recta i allargada, sense serifa i de traç regular. Com les tipografies anteriors només esta disponible en majúscules. Pel que fa als números i els caràcters especials, es situen en el mateix eix que les lletres i mantenen una relació d'aspecte molt similar, veure figura 15.



**Figura 15:** Relació de mida entre majúscules i caràcters especials

En la figura 16 es pot apreciar la paleta de colors del cartell del documental. Predominen els colors foscos, en especial el marró (#8C5637), el negre (#0C0D0D) i el gris (#948A93). Com ja hem mencionat en els anàlisis anteriors aquests colors representen sentiments i sensacions negatives. El negre es el color del dol i la violència, mentre que el gris representa la crueltat. D'altra banda el marró representa el color del mal, Heller (2007). Aquesta barreja de colors, contrasta amb el color viu del foc, que crema les restes de diari, representat pel color taronja (#FF8614). A més hi destaca el títol en negre i roig (A63740).



**Figura 16:** Paleta de colors *Desafío 11M* (Amazon Prime Video, 2022)

Passem a continuació a l'anàlisi de la capçalera. Aquesta està formada per un conjunt de plànols detall del monument commemoratiu de l'accident, allotjat a l'estació d'Atocha a Madrid. El monument es un gran cilindre de cristall d'onze metres d'alçària. A l'interior del cilindre hi ha gravats diversos missatges, en diferents idiomes, que es van arreplegar durant els moments posteriors de l'atemptat. Després d'aquests plànols tan tancats es passa a una vista aèria del monument on segons després hi apareix el títol del documental i el nom del capítol. Tot açò acompanyat d'una música suau i tensa.

Per als crèdits s'utilitza la mateixa música i per als ròtols la tipografia Beni Black per als rols i els noms de l'equip. Tot açò està disposat sobre un fons negre.



## 5. PROPOSTA DEL STYLEFRAME PER AL DOCUMENTAL MARTA CALVO, UN COS SENSE RESPOSTA

Una vegada realitzat l'anàlisi de les diferents característiques d'un styleframe s'han establert unes exigències que tot projecte ha de complir. En primer lloc, es realitzarà una breu sinopsi, a continuació un *moodboard* per a passar a la paleta de colors i la tipografia. Finalment es realitzarà un esbossos dels plànols de les fotografies del styleframe basat en referències i, per a acabar, el *styleframe*.

### 5.1. Sinopsis

Marta Calvo, una jove de la localitat valenciana de Manuel, va desaparèixer a novembre del 2019 mentre realitzava un servei sexual a un client. La mare de Marta va denunciar la seua desaparició a les 24 hores de que la jove li enviés la seua ubicació, el domicili de Jorge Ignacio de Palma.

La policia va iniciar la investigació però Jorge Ignacio va negar qualsevol implicació amb el crim al·legant que Marta va sortir de sa casa per la nit. No obstant això, 28 dies després es va entregar a la policia confessant que la jove va morir mentre mantenien relacions sexuals consumint cocaïna i ell, presa de la angoixa, es va desfer del cadàver, esquarterant-lo i tirant-lo a diferents contenidors.

Arrel de la detenció de De Palma, i l'aparició de la seua imatge a televisió, diferents joves, totes treballadores sexuals, van denunciar abusos per part d'aquest home. Un total de set joves denunciaven que l'individu els havia realitzat pràctiques sexuals sense el seu consentiment, en especial introduir pedres cocaïna als seus genitals. A més la investigació va relacionar també les dues morts de dos prostitutes a València, que en un primer moment es van atribuir a causes naturals.

Actualment Jorge Ignacio s'enfronta a una acusació per més de 30 delictes i una pena de 120 anys de presó.

### 5.2. Moodboard

Com es menciona al inici del present treball, un dels punts clau a l'hora de plantejar un styleframe, es la realització d'un *moodboard*. El moodboard ens permet veure les sensacions i l'atmosfera que volem transmetre al nostre projecte. En aquest cas, al tractar-se d'un documental sobre un crim, s'han arreplegat diferents imatges relacionades amb el cas, com ara imatges de drogues, motels o d'assassinats.

El fil conductor del *moodboard* es centra en dos dels articles més impactants sobre el cas. El primer la forma en la que matava a Ignacio Palma, introduint cocaïna als genitals de les víctimes. El segon, unes dures declaracions de l'acusat sobre el destí del cadàver de Calvo.



Figura 17: Moodboard del documental *Marta Calvo: un cos sense resposta*

### 5.3. Paleta de colors

Basant-nos en l'anàlisi realitzat prèviament sobre la paleta de colors en documentals *true-crime*, podem afirmar que hi predominen els colors foscos. Per a la paleta de *Marta Calvo, un cos sense resposta* ens hem decantat per quatre colors amb el color negre (#0000) i el gris (#BBBB) com a colors principals.

El negre, com justifica Eva Heller a *Psicologia del color* (2000), es el color de la violència, del poder i de la mort, tres característiques que predominen al cas de Marta Calvo, el poder que buscava sentir Jorge Ignacio maltractant i sometent a les joves, la violència amb que les tractava i el trist final que van tindre tres d'aquelles joves. El negre es la absència de llum i esta relacionat amb la fi de tot. "Tot acaba en el negre: la carn que es descomposa es torna negra [...] Cronos, el deu del temps, vestix de negre, qui te un *blackout* no recorda res." (Eva Heller 2000, p.129).

En altre punt, el color gris esta definit com el color de la crueltat i la culpa. Heller afirma que aquest color s'associa a les misèries que acaben amb les ganes de viure i amb lo horripilant, com els esperits que esperen al purgatori, representats sempre de gris.

Per l'altre costat, com a color de ressalt, hi trobem el blau (#6969AE). Es tracta d'un color associat a les fantasies i somnis i tradicionalment ha simbolitzat el principi femení, ja que es tracta d'un color plàcid i introvertit (Heller, 2000). Utilitzem el blau per transmetre tots els somnis i fantasies que tenien aquelles dones a qui De Palma va assassinar. Al llarg del documental podrem trobar el color blau a llums de neò i detalls de les recreacions dels crims.

Finalment utilitzarem el blanc (#FFFFFF) per a les tipografies i xicotets detalls a ressaltar.



**Figura 18:** Paleta de colors del documental *Marta Calvo: un cos sense resposta*

#### 5.4. Tipografia

Per a la tipografia ens hem decantat, seguint, com sempre, les referències dels documentals analitzats, per una tipografia recta i sense serifa per transmetre tota la serietat que mereix un documental relacionat amb la mort de Marta Calvo i les seues companyes. A més, buscàvem que tots els caràcters estiguessen al mateix eix. D'entre les múltiples opcions possibles hem triat dos que analitzarem i provarem la seua efectivitat en conjunció amb l'estil del documental.

En primer lloc, la tipografia *Bebas Neue Regular*. Una tipografia amb un traç gruixut, inclòs al seu format regular, recte i amb un interlletratge de 65 punts. Hi destaca la forma rectangular de les lletres, evitant les arestes i les corbes.

**MARTA CALVO**  
**UN COS SENSE RESPOSTA**

**MARTA CALVO**  
**UN COS SENSE RESPOSTA**

Figura 19: prova de color de la tipografia *Bebas Neue Regular*

La tipografia *Adam C.G. Pro*, per altra banda, es també recta però amb un traç més lleuger. En contraposició amb la tipografia anterior tots els caràcters son més angulars, acabant en punta en diverses lletres. El interlletratge es de 0 punts.

**MARTA CALVO**  
**UN COS SENSE RESPOSTA**

**MARTA CALVO**  
**UN COS SENSE RESPOSTA**

Figura 20: prova de color de la tipografia *Adam CG Pro*

### 5.5. Disseny del styleframe

Com hem pogut comprovar al llarg d'aquest anàlisi, als documentals de *true-crime* hi predomina una estètica fosca i trista, un dels motius principals es pel respecte a la memòria de les víctimes i als fets. El present documental combinarà petites recreacions dels moments claus del cas juntament amb entrevistes als familiars de les víctimes, la policia i familiars de De Palma a més, inclourà extractes del judici celebrat aquest més de juliol.

Per a realitzar el *styleframe* s'han triat quatre moments clau del documental. En primer lloc una imatge d'una de les entrevistes anònimes que podem trobar al llarg del documental. En aquest cas, la mare d'una de les víctimes de De Palma qui, per mantindre l'anonimat no mostra el seu rostre, si no que es situa en contra de la càmera. La dona es troba al saló de sa casa.

Per a aquest tipus de plànols, es juga molt amb la llum i els contrallums. En alguns casos mitjançant un focus darrere de l'entrevistat o entrevistada el rostre queda a contrallum i no es distingeix a la imatge. Aquesta tècnica es molt utilitzada en aquest tipus de

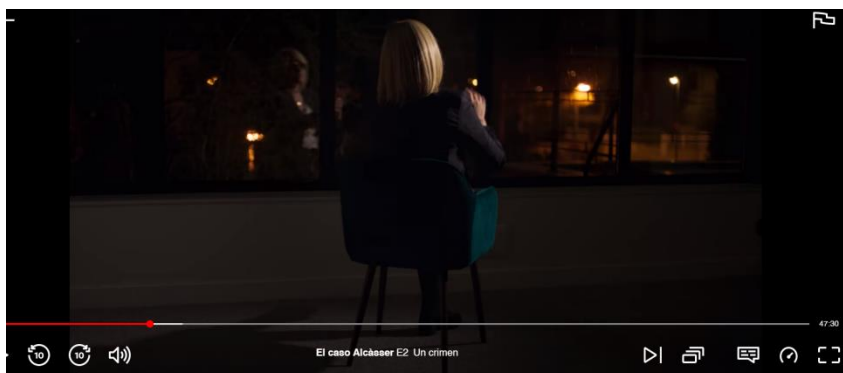
documentals o en reportatges i entrevistes on l'entrevistat no vol ser reconegut, o bé per motius de privacitat o bé per la seua pròpia seguretat.

Un exemple el podem trobar al documental *¿Dónde esta Marta?* (Netflix, 2022) a les declaracions que fa Francisco Javier Carcaño, el germà major de Miguel Carcaño, culpable de l'assassinat de Marta del Castillo. Francisco Javier esta situat d'esquenes a la càmera i cobert amb una caputxa, a més té un focus col·locat a contrallum que impedeix per complet reconèixer-lo.



**Figura 21:** Frame del documental *¿Dónde está Marta?* (Netflix, 2021). Font: Netflix Espanya (2021)

Aquesta tècnica també es utilitzada a *El Caso Alcàsser* (Netflix, 2020), on una de les germanes d'Antonio Anglès, qui no vol que se li reconega apareix d'esquenes a la càmera i vestida amb una perruca.



**Figura 22:** Frame del documental *El caso Alcàsser* (Netflix, 2020). Font: Netflix Espanya (2021)

La segona imatge es un frame de la recreació de la nit en que Marta Calvo va morir. De Palma, va contractar els seus serveis per a que fera amb ell una “festa blanca”, es a dir tindre relacions sexuals amb l'al·licient de la cocaïna. Per a aquesta imatge es simulen unes ralles de cocaïna sobre un espill, i la mà de la jove disposada a prendre-les. L'habitació està il·luminada amb llums de neó de color blau. Aquest tipus de recreacions son molt utilitzades als reportatges i programes d'investigació com *Equipo de Investigación* (La Sexta, 2011), on s'utilitza aquest recurs per a mostrar els minuts, o hores, prèvies a alguna desaparició o incident. En la figura 23 podem apreciar un frame del programa *Crimen sin castigo* (La Sexta, 2019) on es narra la desaparició de Deborah Fernández. A la imatge es recrea, des d'un punt de vista subjectiu, el camí que recorre la jove minuts abans de desaparèixer.



**Figura 23:** Frame del programa *Crimen sin castigo* (Equipo de Investigación, 2019). Font: La Sexta (2020)

També podem trobar una recreació de les hores prèvies a la desaparició de Rocio Wanninkhof en *Dolores. La Verdad Sobre El Caso Wanninkhof* (HBO Max, 2022)

La tercera imatge es també una recreació de les relacions que va mantenir De Palma amb un altra jove treballadora sexual. Els dos es troben a una habitació d'hotel i la jove es lleva la roba davant d'ell.

La quarta, i última, imatge es tracta de la casa de De Palma, lloc on fou assassinada Marta Calvo. La façana de la casa està coberta per un cordó de la Guardia Civil, impedit el pas als curiosos. Aquesta imatge està estreta del periòdic El Mundo.

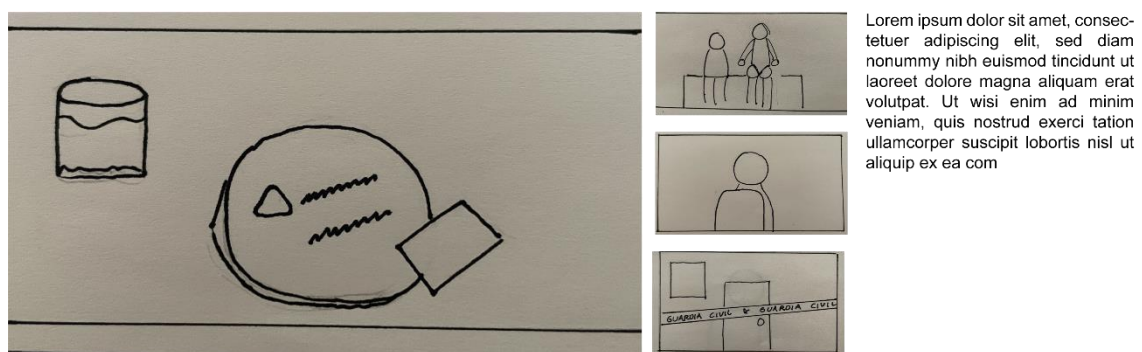
Recolzar-se en la premsa i en els recursos judicials, com gravacions dels judicis o investigacions, es clau a l'hora de realitzar un documental o un reportatge *true-crime* i poder recavar tota la informació de forma objectiva i amb rigor.

Es per això que es molt comú que aquestes produccions incloguen diferents clips de programes, judicis o articles del moment en que es comet el crim. Per exemple *El Caso Alcàsser* (Netflix 2020), esta compost en la major part per troços de gravacions del procés d'investigació, gravacions del judici i dels diferents programes on es va tractar aquest tema tan polèmic. A la imatge 24 es poden apreciar les declaracions d'Enrique Anglès estretes de l'informatiu de Canal 9.



**Figura 23:** Frame del documental *El caso Alcàsser* (Netflix, 2020). Font: Netflix Espanya (2020)

Per a poder realitzar les fotografies s'han realitzat diferents esbossos de les imatges amb la fi d'avaluar com podrien quedar a càmera i els diferents pros i contres que pogueren aparèixer. Un dels punts clau és la distribució de les columnes. Al tindre quatre fotografies i no tres com al vídeo anàlisi d'Abrams, l'estructuració resulta més complexa. En un primer esbós es planteja dividir el *styleframe* en tres columnes (figura 24), amb una imatge amb una mida gran a l'esquerra, tres imatges menudes al centre i l'explicació dels sentiments i impressions a la dreta. Aquest model es molt similar al que realitza Abrams al seu vídeo.



**Figura 24:** Esbós de l'estructura del *styleframe*

D'altra banda, es planteja estructurar el *styleframe* en funció de les tonalitats de colors. Al llarg del documental s'establiran diferències de colors entre les imatges reials i les recreacions. Per a les imatges reials es busca que hi predominin els colors foscos com el marró o el negre, amb l'objectiu de transmetre rigor, serietat, condol i respecte per les víctimes. En contraposició, per a les recreacions es vol jugar amb les tonalitats blaves. Com ja s'ha mencionat prèviament el blau es el color femení, de les fantasies i els somnis.

D'aquesta forma es divideix el *styleframe* en tres columnes on a l'esquerra hi apareixen les fotografies relacionades amb les recreacions, les de tonalitats blaves, i al centre les imatges reials: la entrevista i la casa de De Palma. Al igual que en l'altre cas, la columna de la dreta queda reservada per a l'explicació de les impressions.

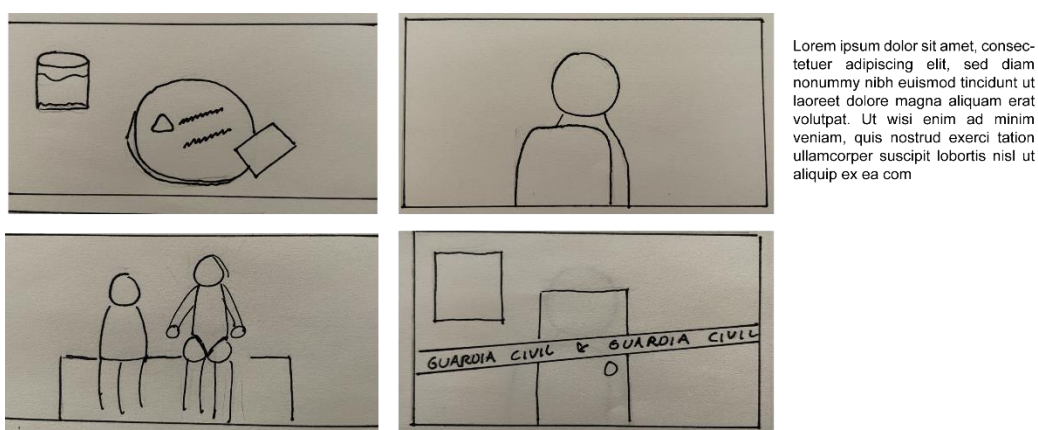


Figura 25: Esbós de l'estructura del *styleframe*

## 5.6. Producció del *styleframe*

Una vegada clar el color, la tipografia, els tipus de plànols i l'estructura de la producció es l'hora de plasmar-ho al *styleframe* seguint els diferents esbossos i les referències estètiques anteriors. Per a la presa de les fotografies s'ha utilitzat la càmera d'un Iphone 12 Mini per a passar a l'edició mitjançant Adobe Photoshop. Finalment s'ha realitzat l'estructuració i els textos explicatius s'han incorporat mitjançant Adobe Illustrator.

Per a l'edició de les fotografies l'objectiu principal era igual el color entre elles. Com ja s'ha esmentat es busca tindre dues tonalitats diferents. Les tonalitats blaves per a les recreacions i el marró o els colors foscos per a la resta de les imatges. Com es pot observar a la figura 26, Photoshop facilita una ferramenta per a igual el color entre les imatges.



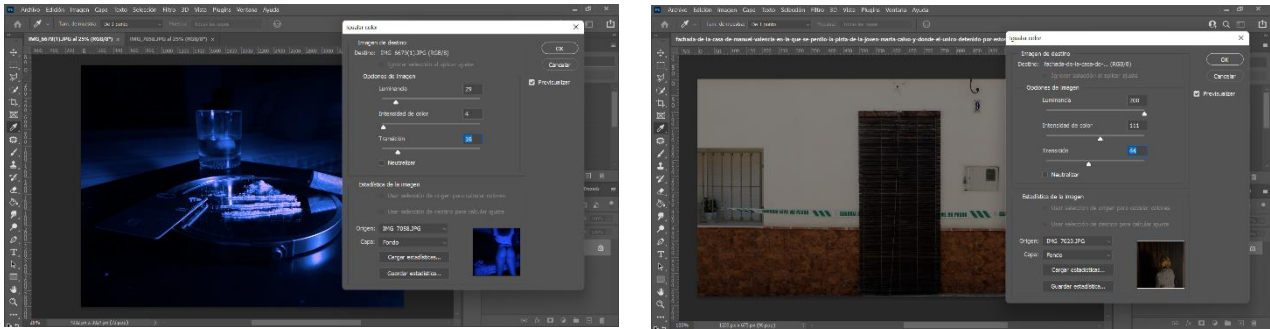


Figura 26: Igualació del color entre les fotografies

Una vegada obtingut el color desitjat, s'ha procedit a retallar les fotografies i exportar-les en format .jpg d'alta qualitat.

Finalment, mitjançant Adobe Illustrator, s'han disposat les imatges seguint ambdues estructures dels esbossos. Rere l'observació s'ha decidit que la que millor funciona es la segona estructura. Per a acabar tot el procés s'ha redactat la breu explicació dels sentiments del *styleframe*. A la figura 27 es pot apreciar el resultat final del projecte tot hi que també es pot trobar a *l'anexe 1* amb millor definició.



*Marta Calvo, un cos sense resposta*

- Dos estils de color diferenciats: **realitat i ficció**
- Respecte i condol per les víctimes

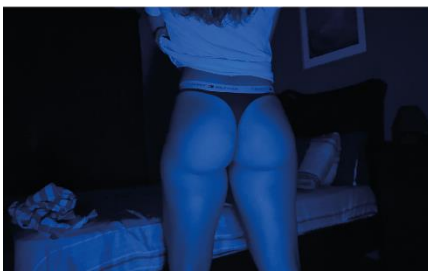


Figura 27: *Styleframe* del documental: *Marta Calvo, un cos sense resposta*

## 6. CONCLUSIONS

El *styleframe*, en paraules de Eve Waiberg (2016), és una representació visual del resultat final d'un projecte i que mostra l'aparença dels sentiments que va a transmetre una producció. Per poder dur-ho a terme s'ha d'establir un guió, un moodboard i un script visual. Seguint aquestes premisses s'ha procedit a analitzar l'estètica de diferents documentals del gènere *true-crime*, es a dir anàlisis i recreacions de crim on es detallen les accions de les persones reials. En aquest cas s'han triat tres documentals de dos de les principals productores audiovisuals i d' streaming del moment: Netflix i Amazon Prime Video.

Rere l'anàlisi d'aquestes produccions es pot afirmar que segueixen una línia estètica similar. Primerament els colors de tots ells destaquen per ser foscos, amb el predomini del negre i el gris, i en alguns casos el color terra, barrejat amb un color més clar que busca ressaltar el motiu. A més, el tipus de lletra utilitzat en els cartells de les produccions sol ser de traç recte, gruixut i escrit en majúscules, exceptuant un part del títol de *El caso Alcàsser* (Netflix, 2020) on s'utilitza una lletra minúscula que simula la tipografia pròpia d'una màquina d'escriure.

*Marta Calvo, un cos sense resposta*, busca ser un documental que narra la història de la desaparició de la jove valenciana i d'exposar de forma ordenada i clara les fases de la investigació i del judici contra Jorge Ignacio de Palma acusat d'assassinat en set ocasions contra diferents treballadores sexuals. Per a mantindre la línia dels documentals d'aquestes característiques, s'ha aplicat una paleta de colors predominantment foscos on destaca el blau com a color de contrast. Per a la tipografia s'ha utilitzat una de traç recte i gruixut però amb les arestes acabades en punta.

L'*styleframe* esta compostat per quatre fotografies, preses i editades per mi, que transmeten a simple vista tota l'estètica del documental, amb les entrevistes, les recreacions dels atacs a les víctimes i els moments de judici i d'investigació per part de la policia.

La realització d'aquest treball m'ha permès investigar, identificar i conèixer un poc més l'estètica dels documentals *true-crime*, un gènere que, tot hi estar sempre present, en els últims anys ha anat agafant molt més pes dintre del mon audiovisual. Personalment considere aquesta producció es necessària i espere poder dur-la a terme en algun moment, per a que tothom pugua conèixer en profunditat el cas de Marta Calvo i les seues companyes i poder donar-les la veu que, per desgracia, elles ja no tenen.

D'entre les principals dificultats sorgides al llarg d'aquest treball hi destaca la falta d'un equip de producció. Al tractar-se d'una producció fictícia, no hi havia molts dels rols necessaris per a poder realitzar una proposta gràfica de forma senzilla, com per exemple el rol del guionista o del productor, i s'ha hagut de dur a terme una feina doble per poder suplir la falta d'aquest rols.

A més, a més també hi ha hagut dificultats a l'hora de realitzar les fotografies per al styleframe per no trobar models que s'adaptaren a les característiques i que foren semblants als protagonistes del documental, per tant he hagut de recórrer a membres de la meua família i coneguts propers que, tot hi no complir les característiques físiques del guió, han fet un bon treball.

Per a concloure en aquest treball he ampliat els meus coneixements sobre el gènere *true-crime* i m'ha permès comprendre el procés de realització d'un *styleframe*.

Amb l'anàlisi dels diferents documentals *true-crime* s'ha permès crear un *styleframe* sobre el documental "*Marta Calvo, un cos sense resposta*" on hem posat a prova els coneixements adquirits.

## 7. BIBLIOGRAFIA

Assael, D. (s. f.). *La psicología del color: el significado de los colores y cómo aplicarlos a tu marca*. Canva. <https://bit.ly/3CwvNCG> RECUPERAT: 11 juny, 2022

Albers, J., & Weber, N. 6F. (2013). *La interacción del color*. Yale University Press. Alianza Editorial

Santin M.J. (2014, 21 febrer). *La composición en el cartel cinematográfico*. Vitamina gráfica. <https://bit.ly/3TfPpRv> RECUPERAT: 12 maig, 2022

Caro, D. (2022, 21 junio). *Caso Marta Calvo: todas las claves*. Diario de Sevilla. <https://bit.ly/3pQitWs> RECUPERAT: 15 juliol, 2022

Corroto, P. (2021, 16 novembre). *¿Dónde está Marta del Castillo? Lo que no cuenta la nueva serie documental de Netflix*. elconfidencial.com. <https://bit.ly/3QOFalr> RECUPERAT: 15 juliol, 2022

Creative Market (s.d.). *Merchant Bold Round off (700) font*. <https://bit.ly/3wyINDO> RECUPERAT: 16 juliol, 2022

De Dios, M. (2022, 11 març). «*El desafío: 11M*»: emoción e indignación para explicar una tragedia. *elperiodicodeespana*. <https://bit.ly/3QOGdBT> RECUPERAT: 20 juliol, 2022

Domínguez, T. I. C. (2022, 22 julio). *La madre de Marta Calvo tras el veredicto: «Marta aparecerá, estoy segura»*. Levante-EMV. <https://bit.ly/3PQ9ESF> RECUPERAT: 25 juliol, 2022

Ferreirós, A. P. (2021, 12 novembre). «*¿Dónde está Marta?*»: 4 fallos en la investigación y cabos sueltos del caso que pone sobre la mesa la docuserie de Netflix. SensaCine.com. <https://bit.ly/3RgNzOe> RECUPERAT: 15 juliol, 2022

FilmAffinity (s.d.). *¿Dónde está Marta? (Miniserie de TV) (2021)*. <https://bit.ly/3AljDtq> RECUPERAT: 15 juliol, 2022

FilmAffinity (s.d.). *El caso Alcàsser (Miniserie de TV) (2019)*. <https://bit.ly/3wzWa6T> RECUPERAT: 9 juliol, 2022

FilmAffinity (s.d.). *Desafío 11M (Miniserie de TV) (2022)* <https://bit.ly/3e4aU7L> RECUPERAT: 17 juliol, 2022

FITC (2020, 30 març). *What is a «style frame»?* <https://bit.ly/3RijNJd> RECUPERAT: 15 maig, 2022

FontsHub (s.d.). *Web fonts catalog*. <https://bit.ly/3AUEIq5> RECUPERAT: 20 agost, 2022

Heller, E. (2004). *Psicología del color*. Editorial Gustavo Gili.

Herrero, N. (2022, 13 juliol). *La defensa del presunto asesino de Marta Calvo lo niega todo, apunta a una conspiración y recuerda a Dolores Vázquez para pedir la no culpabilidad*. El País. <https://bit.ly/3CDktEO> RECUPERAT: 20 juliol, 2022

HOUND STUDIO (2022, 15 juliol). *What are style frames?*. <https://bit.ly/3TosEuw> RECUPERAT: 17 maig, 2022

Kaulig Media (2018). *A Guide to Video Style Frames*. <https://bit.ly/3pNU3sb> RECUPERAT: 17 maig, 2022

@Kiithic (2019, 26 juny). *'El caso Alcàsser': todo sobre el documental de Netflix y el caso*. Silenzine. <https://bit.ly/3PZDHYe> RECUPERAT: 17 juliol, 2022

Lorente, N. (2019, 15 juny). *'El caso Alcàsser'(Netflix): un crimen lleno de verdades y mentiras, casi 26 años después*. Elconfidencial.com. <https://bit.ly/3csmBog> RECUPERAT: 9 juliol, 2022

Losada, H. (2022, 20 abril). *Clasificación de las tipografías*. Helena Losada. <https://bit.ly/3APPzb4> RECUPERAT: 28 juliol, 2022

Martín, N. (2021, 8 juny). *La importancia de la tipografía en las artes gráficas*. ARIES Grupo de Comunicación. <https://bit.ly/3clYaJb> RECUPERAT: 12 maig, 2022

Midem. (2016, 5 juny). *The Art of Pitching & Placing your Artists*. Midem [Vídeo]. YouTube. <https://bit.ly/3QYje7m> RECUPERAT: 12 maig, 2022

Milanote (2019, 21 juny). *Motion graphics design process: How to create style frames* [Vídeo]. YouTube. <https://bit.ly/3pLsDDz> RECUPERAT: 12 maig, 2022

Milanote - the tool for organizing creative projects. (s. d.). Milanote. <https://bit.ly/2TIq4nn> RECUPERAT: 12 maig, 2022

Molina, B. (2022, 11 març). *«El desafío: 11M»: su director da las claves de la nueva temporada del espacio de Amazon Prime Video*. elconfidencial.com. <https://bit.ly/3AwuTnb> RECUPERAT: 17 juliol, 2022

Nichols, A. (2020, 30 juliol). *Mood Board vs Style Frames*. Digital Brew. <https://bit.ly/3Rkq79T> RECUPERAT: 18 maig, 2022

Perez Villanueva, M. (2012, 27 octubre). *Análisis tipográfico | Typography analysis*. Behance. <https://bit.ly/3AP8vXp> RECUPERAT: 20 agost, 2022

Los Santos, A. (2015, 11 març). *TEXTURAS (Como Elemento Visual)*. Arte y Diseño. <https://bit.ly/3QWjfc9> RECUPERAT: 18 maig, 2022

Sassara, C. (2020). *What Are Mood Boards, Style Frames, and Storyboards?*. VMG Studio. <https://bit.ly/3ARCs96> RECUPERAT: 15 maig, 2022

Serrarols, O. (2021, 10 agost). *Todo lo que necesitas saber sobre tipografía en las artes gráficas*. Artyplan. <https://bit.ly/3KptkvA> RECUPERAT: 18 maig, 2022

Theodor, V. (s. d.). *El rol de la textura en el diseño contemporaneo*. Canva. <https://bit.ly/3wCS0LE> RECUPERAT: 18 maig, 2022

Warren, B. B. (2022, 17 agost). *How To Present Motion Design Style Frames: 2022 Step-By-Step Guide*. Milanote. <https://bit.ly/3cre5pu> RECUPERAT: 13 maig, 2022

Yebenes, J. (2021, 28 gener). *La psicología del color marrón*. Fototrending.com. <https://bit.ly/3pQqfeG> RECUPERAT: 25 maig, 2022