

# Análisis desde la perspectiva artística del uso del color en creaciones audiovisuales específicas del entorno de la moda

Cristina Garre Sánchez <sup>(1)</sup>

---

**Resumen:** Este artículo explora el uso del color en creaciones audiovisuales específicas del ámbito de la moda, relacionado con la evolución de la teoría del color desde la perspectiva del análisis y la producción artística. Como caso de estudio se exponen los cortometrajes *Danse Serpentine*, de los hermanos Lumière (1896) y *Absent Presence*, del diseñador de moda Hussein Chalayan (2005). La propuesta se plantea desde una comparativa entre los inicios del cine (finales del siglo XIX) y el cambio tecnológico producido entre finales del siglo XX y principios del siglo XXI. Además, se establece una conexión en el interés en el estudio del color que coincide temporalmente con los periodos señalados, en donde a finales del siglo XIX y principios del siglo XX se estudian las propiedades físicas del color y a finales del siglo XX se analizan en profundidad las características simbólicas y psicológicas del color. Así, se observa que en *Danse Serpentine* (1896) el uso del color está al servicio de la percepción del color, texturas y volúmenes en el medio audiovisual, mientras que en *Absent Presence* (2005) el color se emplea para enfatizar y profundizar conceptualmente en el objeto de la narración a través del personaje protagonista de esta ficción audiovisual.

**Palabras clave:** *Danse Serpentine* - *Absent Presence* - creación audiovisual - *fashion film* - usos del color

[Resúmenes en inglés y portugués en las páginas 241-242]

---

<sup>(1)</sup> **Cristina Garre Sánchez** Profesora Ayudante Doctora del área de Estética y Teoría de las Artes-Facultad de Artes y Humanidades. Artista plástica y visual. Líneas de investigación: teoría, análisis y crítica de las Bellas Artes; relaciones entre arte y moda; *fashion film*; estudios culturales Universidad Rey Juan Carlos. [cristina.garre@urjc.es](mailto:cristina.garre@urjc.es)

## 1. Introducción

En este artículo se propone un análisis del uso del color, desde la perspectiva artística, como elemento narrativo que apoya y sostiene la narración principal de una creación

audiovisual que se desarrolla específicamente en el entorno de la moda, denominado *fashion film*. Para ello se plantean nociones básicas sobre la definición y características básicas del *fashion film*, así como diferentes principios elementales de teoría, psicología y simbología del color. La representación y los usos del color en la moda es algo que está ampliamente estudiado, por ejemplo, por Nicola Squicciarino (1998) en su publicación *El vestido habla: consideraciones psico-sociológicas sobre la indumentaria*. Para poder explorar esta vía del uso del color como elemento narrativo se han seleccionado deliberadamente dos creaciones audiovisuales relacionadas con el mundo de la moda. Por un lado, se propone *Danse Serpentine* – Lumière, 1896 como ejemplo representativo para los inicios del cine y su reinterpretación por parte de Jody Sperling (2013); por otro lado, se propone *Absent Presence* – Hussein Chalayan, 2005, como exponente de la creación audiovisual específica del ámbito de la moda del siglo XXI. Esta selección está justificada por la noción de *fashion film* como objeto que captura y archiva la imagen en movimiento específica del ámbito de la moda, que ha sido posible gracias al desarrollo técnico de la electricidad y del cine, alcanzando su apogeo a principios del siglo XX, y cuando el cine volvió a reinventarse con los procesos de animación y desarrollo digitales que se dieron a finales del siglo XX y principios del siglo XXI (Uribe Wolff & Venditti, 2023, págs. 108-109).

Con esta selección específica de ejemplos de caso de estudio no se pretende entrar en un debate sobre si son exponentes de *fashion films*, ya que esa disertación se aleja del objetivo de esta investigación, que está centrado en el uso del color en este tipo de creaciones audiovisuales. Se propone esta comparativa concreta para observar dos formas de emplear el color en la ficción audiovisual específicamente relacionada con el ámbito de la moda. Sin embargo, no se puede dejar de señalar el fenómeno del *fashion film* como objeto de interés científico dentro de la disciplina de los *fashion studies* y desde el ámbito de la teoría, análisis y crítica de las Bellas Artes.

El objetivo principal de esta investigación es analizar el uso del color en creaciones audiovisuales específicas o relacionadas con el entorno de la moda, en concreto, las seleccionadas como caso de estudio: *Danse Serpentine* (1896) y *Absent Presence* (2005). Como resultados principales se aprecia un uso diferente del color entre ambas creaciones audiovisuales. En la primera, se explora sobre la teoría de la percepción del color, mientras que, en la segunda, el color se emplea en base a su psicología para enfatizar la narración a través de su personaje principal. Por lo tanto, el uso del color en la ficción específica relacionada con el entorno de la moda ha pasado de estar al servicio de los avances en teoría y percepción del color para formar parte de la propia narración y enfatizar aspectos psicológicos de la construcción y desenlace del personaje principal.

### 1.1 Definiciones previas: el *fashion film*

Existen unas creaciones audiovisuales específicas dentro del entorno de la moda denominadas *fashion films*. Estas se caracterizan por ser imágenes en movimiento que expresan y difunden estilos de vida, mencionan explícitamente al director (que ostenta funciones de autoría), está comisionado por una firma o marca de moda, es una ficción en la que se representa la belleza desde una perspectiva estereotípica o canónica y tiene un alto valor

estético. (Garre Sánchez, 2022, págs. 402, 416). Cada firma o marca de moda decide qué y cómo transmitir el estilo de vida en función de su identidad de marca, sus valores y misión.

El *fashion film* está íntimamente relacionado con las prácticas artísticas del videoarte y la performance, que a su vez se une a la creación audiovisual como al videoclip, para formar una fusión estéticamente atractiva y de alto valor estético que busca ser consumido. Así, “la moda en su conjunto busca legitimarse como medio creativo a través del *fashion film*” (Santagelo, 2020, pág. 175). A través de esta propuesta audiovisual, las firmas de moda se acercan al espectador de una forma alternativa a la publicidad convencional, procurando una historia que saca al espectador del mensaje comercial y lo inserta en una narrativa de ficción. Además, incluyen aspectos que apelan a lo sensorial y a lo tecnológico, actualizando la manera en la que las firmas de moda buscan satisfacer sus intereses comerciales generando expectativas, experiencias y satisfacciones en los espectadores de sus *fashion films* con la intención de convertirlos en consumidores. (Hernández-Herrera, Gil-Ruiz, García-Guardia, & Ayestarán-Crespo, 2022).

Uno de los aspectos del *fashion film* más ampliamente estudiados ha sido su uso por parte de las firmas de moda como herramienta de marketing, formando parte de la estrategia de comunicación de marca (Díaz Soloaga & García Guerrero, 2016). Desde este enfoque se ha profundizado en la relevancia de un *storytelling* adecuado para generar una conexión emocional con el espectador y fomentar la creación de vínculos con el consumidor.

Por lo tanto, podemos definir el *storytelling* como una estrategia de marketing de contenidos que busca narrar la historia, el simbolismo o los hitos más notables de la historia de una marca a través de un relato basado en el punto de vista de la marca para educar mejor a los consumidores y desarrollar una conexión con ellos. (Díaz Soloaga, Muñoz Domínguez, & J., 2023, pág. 431)<sup>1</sup>

Desde esta premisa de generación de *engagement* por parte de las firmas de moda a través del *fashion film* se plantea la relevancia del uso del color en estas creaciones audiovisuales. Sin embargo, este planteamiento no es novedoso: “actualmente los medios de comunicación emplean profusamente los símbolos cromáticos como elementos indispensables en su intento de persuasión y de manipulación” (Squicciarino, 1998, pág. 95). Aunque el *fashion film* esté especialmente en auge en este primer tercio del siglo XXI, la idea de usar el color como elemento de sugestión para convencer al espectador, es algo ya asumido en la industria del entretenimiento.

## 1.2 Simbología y psicología del color: nociones básicas

Los usos del color en el entorno de la moda es una cuestión ampliamente debatida y aceptada: “el color ha servido y en parte sirve todavía hoy para manifestar diferencias sociales en torno al sexo, a la religión y a la actividad laboral” (Squicciarino, 1998, pág. 97). Sin embargo, en esta aproximación no se busca estudiar el color en la vestimenta, sino que se parte desde estudios del color desde su uso por parte de artistas y estudiosos de las Bellas

Artes. Goethe en 1810 ya expresa que el color afecta al estado de ánimo del ser humano, modifica o altera sus sensaciones, provoca estados de tensión o de relajación, provocan alegría o tristeza, entre otras emociones. Más tarde, Kandinsky, en 1892, retoma esta idea y plantea dos efectos del color en el ser humano: un efecto físico y un efecto psicológico. Relaciona la percepción visual del color con otros sentidos. Por ejemplo, dice del color amarillo limón que daña al mirarlo de la misma manera que el tono más agudo de una trompeta (Kandinsky, 1982, pág. 56). A través de esta asociación, explica por qué una persona suele apartar la mirada de un color tan estridente. Explica la propiedad física del color respecto de la percepción de este, cómo funciona el sistema visual y la manera en la que el ser humano interpreta el color. Respecto al efecto psicológico, Kandinsky dice que “aquí aparece la fuerza psicológica del color, que provoca una vibración anímica. La fuerza física elemental es la vía por la que el color llega al alma” (Kandinsky, 1982, pág. 56). En el año 2000 Eva Heller publica su investigación original sobre la psicología del color, que está íntimamente relacionado con los postulados de Kandinsky sobre la interacción del color con el ánimo humano. Heller realiza una encuesta a 2000 personas de diferentes edades, profesiones y lugares de Alemania con la intención de catalogar los colores y relacionarlos con diferentes aspectos sociopsicológicos. Consigue establecer asociaciones de diferentes colores con emociones, en concreto, 160 asociaciones entre colores y sentimientos e impresiones diferentes.

Los resultados del estudio muestran que colores y sentimientos no se combinan de manera accidental, que sus asociaciones no son cuestiones de gusto, sino experiencias universales profundamente enraizadas desde la infancia en nuestro lenguaje y en nuestro pensamiento. El simbolismo psicológico y la tradición histórica permiten explicar por qué esto es así. (Heller, 2008, pág. 17)

Gracias a este estudio, Heller establece que el contexto determina el efecto que tiene un color sobre los pensamientos y emociones que provoca en quien lo observa. Así, expresa que “ningún color carece de significado. El efecto de cada color está determinado por su contexto, es decir, por la conexión de significados en la cual percibimos el color” (Heller, 2008, pág. 18). Por esta razón, hay que tener en cuenta que el simbolismo y el significado de un color puede llegar a ser, y, de hecho, es diferente para cada una de las culturas y sociedades habidas y existentes. “A través de los tiempos, el hombre ha dado un significado emocional y simbólico a los colores. La mayor parte de estos colores simbólicos difieren según la cultura y la época y no pueden ser comprendidos más que en el contexto cultural de esta época histórica” (Cañellas, 1979, pág. 37). Es cierto que la cultura occidental, ampliada por los procesos de globalización, comparte significados para la mayoría de los colores. Sin embargo, no se puede dejar de indicar que, a pesar de esa amplificación de la interpretación de los colores, sigue siendo imprescindible valorar el contexto social y cultural para la correcta comprensión del uso del color incluso en la sociedad globalizada, ya que puede haber matices en la significación del color.

## 2. Metodología

El objeto de estudio está planteado en una comparativa entre dos creaciones audiovisuales específicas relacionadas con el ámbito de la moda. En concreto, se plantean las piezas *Danse Serpentine* – Lumière, 1896, añadiendo una mención y ligero análisis de la reinterpretación de esta pieza por Jody Sperling (2013), y *Absent Presence* – Hussein Chalayan, 2005. El objetivo principal es conocer el uso del color en estas creaciones audiovisuales, dada su relación con el entorno de la moda. Para alcanzar el objetivo planteado se propone una metodología de análisis cualitativo centrado en el color.

## 3. Análisis desde la perspectiva artística centrada en el uso del color

### 3.1 *Danse Serpentine* – Lumière

En el corto *Danse serpentine* – Lumière, 1896<sup>2</sup>, aparece Loïe Fuller que, en las primeras escenas, lleva unos vestidos de faldas largas y vaporosas. Loïe Fuller diseñó el vestido y fue realizando mejoras y adaptaciones en el mismo para mejorar el efecto de movimiento y así enfatizar la posterior percepción del color. Durante la grabación realizaba un baile moviendo las capas de tela de la falda, con un movimiento ascendente y descendente, mientras giraba sobre sí misma. Al principio de la grabación, Fuller lleva unas alas en la espalda. En la capa externa de una de las faldas que componen los vestidos, parecen insertadas dos varas que ella sostiene en sus manos para poder realizar los movimientos de baile de forma más cómoda y para que se pueda apreciar mejor el movimiento de los tejidos. Los vestidos que se ven en la película van cambiando y se va modificando la estructura, pudiéndose apreciar cómo las capas de los tejidos (presumiblemente gasas, ya que son tejidos ligeros y vaporosos) que van a ser movidos están cosidos en cada vestido cada vez más cerca de las sisas. Esto favorece que el movimiento del tejido comience más próximo al brazo, al hombro concretamente, ya que el movimiento de las telas comienza desde este punto. Al generar el movimiento desde este lugar, la artista tiene mayor capacidad de movimiento de los tejidos, tanto por la fuerza para moverlos como por tener más rango de apertura circular de las telas, haciendo que las mismas se puedan mover ocupando un mayor espacio, llegando incluso a tapanle el rostro. Además, las varas permiten que se amplíe la longitud de los tejidos y funcionan como un alargamiento de los brazos. El movimiento que genera es similar al símbolo del infinito, un ocho tumbado ( $\infty$ ). Se obtiene así un rango de movimiento amplio y orgánico. En las últimas escenas del corto, el vestido se vuelve a modificar, rebajando el corte de las faldas, lo que permite poder acompañar el baile con sus piernas y con el cuerpo. Al liberar las piernas de las faldas largas y espesas, consigue ser más grácil y realizar movimientos más limpios, sin que le entorpezcan las capas de tejido. Los movimientos siguen siendo circulares, aunque en este último baile añade modificaciones y cambios de sentido y ritmo. (Fig. 1, 2 y 3)

Las primeras consideraciones acerca de la propuesta de Fuller y los Lumière giran en torno a una fascinación común por las formas de lo vivo, entendidas también como modalidades; así como por una búsqueda de su definición, y por una permanente voluntad de capturar lo que está en movimiento y es efímero. (Laguillo Abbad, 2016, pág. 376)



**Figura 1.** *Danse Serpentine*, 1896. Minuto 0:02:21. Lumière. Fuente: YouTube



**Figura 2.** *Danse Serpentine*, 1896. Minuto 0:02:45. Lumière. Fuente: YouTube



**Figura 3.** *Danse Serpentine*, 1896. Minuto 0:03:53. Lumière. Fuente: YouTube



**Figura 4.** *Jody Sperling interpretando Claro de Luna*, 2013. Minuto 0:01:44. Fuente YouTube

“Ese caleidoscópico baile coloreado a mano fotograma por fotograma registraba a sus dos protagonistas: Loïe Fuller, bailarina pionera de la danza moderna, que coreográficamente mostraba su vestido mariposa que cambiaba de color” (Peisajovich, 2021, pág. 85). El vestido mariposa, con algunas mejoras, lo ha vuelto a emplear la bailarina Jody Sperling, para realizar un baile sumamente parecido en un espectáculo de luces, música y danza que recrea el baile serpentino de la artista de la *performance* Loïe Fuller<sup>3</sup>. En esta ocasión se ha utilizado la tecnología de proyectores digitales para proyectar sobre la bailarina un juego de colores, que va cambiando según la bailarina se mueve por el escenario y mueve el vestido. El resultado es el mismo, un vaporoso vestido que se mueve al son que la bailarina marca y que, además, cambia armónicamente de tonos. (Fig.4)

En esta creación audiovisual de Sperling, en la imagen en movimiento se aprecian dos elementos fundamentales para dos corrientes artísticas distintas: por un lado, los avances y la mejora de captura del movimiento en película de cine; por otro lado, el uso de técnicas de coloreado de negativos y el estudio del color en imágenes fijas que serían reproducidas por un proyector. Respecto al uso del color, entre las mezclas armónicas y el movimiento de los tejidos por parte de la bailarina, se solapan los dos efectos en la percepción visual: el movimiento del tejido favorece la sensación de mezcla de color, en donde la masa de color no se ensucia ni se vuelve parda, cambia mágicamente de tono. El espectador se queda sorprendido y prendado con el movimiento y el color favorece a continuar mirando, como si pudiera adivinar qué color va a continuar al anterior. Las mezclas de color se realizan con tonos saturados que contrastan adecuadamente con el color blanco original del vestido. Los virajes de color siguen la rueda cromática, procurando así que el cambio de tono no produzca un choque en la percepción del color, siguiendo un ritmo de color comedido y ciertamente calmado, para que no produzca un choque visual de cambio de tono, porque sería demasiado violento ya que el movimiento del tejido es rápido. Por otro lado, también se realizan juegos de color mediante la combinación de tonos complementarios. Visualmente hay dos ritmos: uno el del propio ritmo del baile, que es acelerado, y otro ritmo más pausado y suave, que corresponde al cambio de tonos de color.

Más allá de esta visión compartida, Loïe Fuller estaba trabajando sobre su corporalidad y su presencia escénica; para ello tenía que pasar por una experimentación con la luz, de manera que el juego con las extensiones textiles que en la interpretación dieron lugar a las clásicas analogías con las mariposas o las orquídeas, era una exploración para capturar los matices lumínicos. La *Danse Serpentine* no era una coreografía definida, no seguía un guion concreto; Loïe Fuller se dejaba llevar por la inercia de sus brazos extendidos, por la sensación de aleteo, y por la acogida que sus movimientos recibían. Loïe Fuller, como todas las otras bailarinas que la ejecutaron una y otra vez, fue una performer. Sin una formación específica en danza y teatro, se interesó por la forma definida mediante el movimiento. Una artista comprometida con la experiencia, la improvisación y la danza libre que buscó el límite del cuerpo en su resistencia, y al mismo tiempo lo potenció desde lo protésico. (Laguillo Abbad, 2016, pág. 377)

### 3.2 *Absent Presence* – Hussein Chalayan

Ya en la primera década del siglo XXI se vuelve a introducir la película y el vídeo a la moda desde otro punto de vista, dejando de lado las investigaciones sobre el color que dominaron gran parte de la investigación artística durante el siglo XX. Las motivaciones para que el vídeo (analógico o digital) se introduzca en el mundo de la moda son diversas, véase la publicidad, el *marketing* y la comunicación como principales excusas para adentrarse en ello. Respecto a las razones por parte de los artistas y diseñadores de moda (que lo viven desde el lado artístico y no desde el lado mercantilista) para profundizar en el uso del vídeo en la moda son la capacidad de transmitir mejor un mensaje conceptual, llegar a un



público de forma más directa y utilizar las herramientas a su favor para poder expresar sus necesidades artísticas. Siguiendo este criterio del diseñador de moda como artista con una necesidad casi vital de expresarse, se propone el caso de *Absent Presence*, del diseñador de moda Hussein Chalayan (Nicosia, 1970), que es un diseñador de moda que fusiona tecnología y moda, graduado en la Central Saint Martins.

Su trabajo ha sido el sujeto de exposiciones en el Museo Victoria & Albert, Londres; el Museo del siglo XXI de Arte Contemporáneo, en Kanazawa, Ishikawa, Japón; el Tate Modern, Londres; el Museo de Arte Moderno, Nueva York; y el Museo Groninger, en Países Bajos. (Oakley Smith & Kubler, 2013, pág. 30)

Hussein Chalayan en 2005 dirigió el corto: *Absent Presence*<sup>4</sup>, que representó a Turquía en la 51 Bienal de Venecia en 2006 y está protagonizado por la actriz británica Tilda Swinton. El corto trata temas sobre la identidad, geografía, genética, biología y antropología. En un mundo de ficción, el personaje principal, una bióloga británica, estudia la capacidad de supervivencia y adaptación humana a nuevos escenarios dependiendo de la nacionalidad del sujeto. Para ello, obtiene ADN de cabello y piel muerta de distintos objetos de estudiantes mujeres. Lo que ellas tienen en común es que son extranjeras. Analiza los resultados obtenidos de cada muestra que los interrelaciona con la apariencia y características sociales de las mujeres. Al final, la bióloga se pregunta sobre su propia identidad y sobre su estatus en el mundo, entendido estatus como nacional o extranjera. Se interroga sobre las fronteras y la pertenencia al mundo. Chalayan pone sobre la mesa cuestiones sobre migración, multiculturalidad, desplazamientos (producidos como, por ejemplo, la petición de asilo en un país dado que el país de origen está en guerra), interracialidad y la diversidad e hibridación de identidades culturales. (Fig. 5 y 6)



**Figura 5.** *Absent Presence*, 2005. Hussein Chalayan. Minuto 0:03:14. Fuente: BiliBili



**Figura 6.** Paleta de color del fotograma minuto 0:03:14 *Absent Presence*, 2005. Fuente: imagecolorpicker.com

Los distintos escenarios en los que aparece la protagonista son muy pulcros, aislados, aparentemente esterilizados, en tonos claros o desaturados, usando una paleta de color de tonos blancos, marrones, grises y azulados. La tecnología que emplea para visualizar los datos son pantallas líquidas, construidas con agua, con la que ella termina luchando y derramando por la mesa a medida que su frustración aumenta. El agua como elemento es clave en toda la narración (por su simbología como elemento indispensable para la existencia y creación de vida y como elemento purificador o curativo). Emplea el agua en las pantallas y también para lavarse. Mientras se asea expresa su frustración y su lucha de prejuicios a través del agua y también cuando se recoge el cabello con trenzas (que también expresa aquí simbología relacionada con la fuerza, la sensualidad y virilidad). A medida que su frustración aumenta, la paleta de color se oscurece bajando la saturación, obteniendo tonos más grises y pardos. (Fig. 7 y 8)

De este modo, Hussein Chalayan emplea aquí el color como recurso narrativo que refuerza el concepto tratado en toda la creación audiovisual. En esta ficción plantea constantemente la inquietud interna de la protagonista, en donde debate consigo misma sobre cuestiones de identidad que se ven reflejadas en un oscurecimiento de la paleta de color a medida que el cortometraje avanza.

Independientemente de que se considere un *fashion film* o no, esta creación audiovisual está dirigida por un diseñador de moda que, en este caso, no se trata de un comisionado por parte de su firma para ofrecer un presupuesto para hacer un *fashion film*. Se trata de una propuesta a nivel personal, de Hussein Chalayan como artista. Más allá del vestuario y de la puesta en escena de la película, trata de expresar conceptos y de producir que el espectador empatice con la situación que está viendo para que reflexione y se cuestione sobre su propia realidad. Busca algún tipo de conmoción por parte del público, dejar un poso de algo que resuene en su interior.



**Figura 7.** *Absent Presence*, 2005.  
Hussein Chalayan. Minuto  
0:11:05. Fuente: Bilibili



**Figura 8.** Paleta de color del  
fotograma minuto 0:11:05  
*Absent Presence*, 2005.  
Fuente: imagecolorpicker.com

Para los diseñadores de la nueva ola como Hussein Chalayan, quien realizó varias películas notables a principios de la década de 2000 (por ejemplo, *Place of Passage*, 2003, *Anaesthetics*, 2004, *Absent Presence*, 2005), la película era una opción obvia, ya que es su proyecto, al igual que con sus contemporáneos, como Margiela y Viktor and Rolf, para extender al máximo el potencial conceptual, afectivo y físico de las prendas.<sup>5</sup> (Geczy & Karaminas, 2016, pág. 116)

#### 4. Conclusiones

Los estudios sobre el color comienzan analizando sus características físicas a través de la pintura y, posteriormente, se desarrolla en el cine a través del iluminado de negativos, así como desde la proyección. Más adelante, se plantea el color como un elemento que influye en el estado de ánimo del ser humano, que modifica su experiencia a través de su percepción visual y sensorial. Los estudios sobre el color culminan relacionando el color con diferentes aspectos psicológicos, emocionales y sentimentales. Este proceso de evolución ocurre en paralelo con el uso del color en las creaciones audiovisuales específicas del entorno de la moda que se proponen como caso de estudio. En *Danse Serpentine* (1896) se plantea un uso del color que está al servicio de la narración audiovisual, enfatizando los contrastes que generan las formas vaporosas de los tejidos, permitiendo la observación desde una perspectiva totalmente física. En *Absent Presence* (2005), el uso del color también está subyugado a la ficción, aunque, a diferencia del anterior, aquí plantea un acercamiento al plano mental del espectador, en donde enfatiza los sentimientos de la protagonista. Esto lo consigue a través de un oscurecimiento de la paleta de color, conectando con el público y aprovechando que, a través de la percepción y la interpretación del color, el espectador interpreta ese ennegrecimiento de los colores con sentimientos y emociones de angustia y frustración.

En comparación a la película experimental de los hermanos Mèliès, en donde exploraban y analizaban el color, junto con la reinterpretación performativa de Sperling, en el siglo XXI el artista se cuestiona sobre conceptos morales o cuestiones de su actualidad<sup>6</sup>. El uso del color está asumido y se domina. De hecho, se busca un atractivo visual y estetización a través de la creación de escenarios sólidos que ayuden a transmitir y reforzar los conceptos de la narración. La investigación artística en el medio audiovisual ha evolucionado al igual que en otros soportes. Sin embargo, los temas que trata son compartidos por los artistas, ya sean diseñadores de moda, fotógrafos, pintores, o escultores, entre otros. La necesidad del artista sea cual sea su disciplina de origen, está ahí, esa necesidad de expresar su mundo interior, sus reflexiones, sus angustias o sus pensamientos.

#### Notas

1. Del original: *Therefore, we can define storytelling as a content marketing strategy that seeks to narrate the history, symbolism or the most notable milestones of a brand's history*

*through a story based on the brand's point of view in order to better educate consumers and develop a connection with them.*

2. Disponible la copia de la que se habla en el texto en el siguiente enlace: <https://www.youtube.com/watch?v=8zkXb4aWVZs> [fecha de consulta: 28/04/2022]
3. En el siguiente enlace se puede consultar el vídeo en donde la bailarina Jody Sperling interpreta la canción Claro de Luna (Beethoven, 1801), en 2013: [https://www.youtube.com/watch?v=57Y\\_7ZTManw](https://www.youtube.com/watch?v=57Y_7ZTManw) [fecha de consulta: 28/04/2022]
4. Disponible en la plataforma BiliBili: <https://www.bilibili.com/video/BV16s411y71u/> [fecha de consulta: 28/04/2022]
5. Del original: *For new-wave designers like Hussein Chalayan, who made several notable films in the early 2000's (e.g. Place of Passage, 2003, Anaesthetics, 2004, Absent Presence, 2005) film was an obvious choice, since it is his project, as with contemporaries like Margiela and Viktor and Rolf, to extend the conceptual, affective and physical potential of garments to their fullest.*
6. No se pretende entrar en una disertación sobre los cuestionamientos del artista respecto del mundo y de su realidad, ni de qué trata de expresar con su obra o las razones de por qué crea su arte, entre otros. Se asume que coexisten diferentes tendencias artísticas en la actualidad y que los artistas se pueden adscribir a cualquier movimiento artístico.

## Referencias bibliográficas

- Cañellas, A. M. (1979). Psicología del color. *Maina*, 35-37.
- Díaz Soloaga, P., & García Guerrero, L. (2016). Fashion films as a new communication format to build fashion brands. *Communication & Society*, 29(2), 45-61. <https://doi.org/10.15581/003.29.35923>
- Díaz Soloaga, P., Muñoz Domínguez, G., & J., Z. (2023). Legacy transmission through fashion films: visual and narrative brand heritage integration. *Journal of Global Fashion Marketing*, 14(4), 429-448. <https://doi.org/10.1080/20932685.2023.2214164>
- Garre Sánchez, M. C. (2022). *El fashion film. Definición y concepción como obra artístico-plástica*. Tesis doctoral, Universidad Rey Juan Carlos.
- Geczy, A., & Karaminas, V. (2016). *Fashion's Double. Representations of fashion in painting, photography and film*. Londres: Bloomsbury Academic.
- Heller, E. (2008). *Psicología del color. Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Hernández-Herrera, M., Gil-Ruiz, F., García-Guardia, M., & Ayestarán-Crespo, R. (2022). El fashion film como acción de la marca. El caso de Europa II en Vogue. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 1(13), 285-297. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM.19881>
- Kandinsky, V. (1982). *De lo espiritual en el arte*. Barcelona: Barral - Labor. Ediciones de bolsillo.
- Laguillo Abbad, C. (2016). Hibridación de medios en la confluencia de la forma, tiempo y espacio: de la Danse Serpentine al Capturing Dance. *Espacio, Tiempo y Forma*(4), 373-391. <https://doi.org/10.5944/etfvii.4.2016.15517>

- Oakley Smith, M., & Kubler, A. (2013). *Art/ Fashion in the 21st Century*. Londres: Thames and Hudson.
- Peisajovich, S. (2021). Desfile de moda: arte y performance. *Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*(100), 85-95.
- Santagelo, M. J. (2020). Fashion film: vínculos intermediales entre la moda y los medios audiovisuales en el siglo XXI. *CAIANA. Revista de Historia del Arte y Cultura Visual del Centro Argentino de Investigadores de Arte (CAIA)*(17. Segundo semestre), 165-179.
- Squicciarino, N. (1998). *El vestigio habla: consideraciones psico-sociológicas sobre la indumentaria*. Madrid: Cátedra.
- Uribe Wolff, M., & Venditti, S. (2023). El fashion film, memoria de la moda y expresión posmoderna de la televisión digital. *Folios. Facultad de Comunicaciones y Filología, Universidad de Antioquia*, 2(50), 100-109.

---

**Abstract:** This article explores the use of colour in audiovisual creations specific to the field of fashion, related to the evolution of colour theory from the perspective of artistic analysis and production. As a case study, the short films *Danse Serpentine* by the Lumière brothers (1896) and *Absent Presence* by fashion designer Hussein Chalayan (2005) are examined. The approach is based on a comparison between the beginnings of cinema (end of the 19th century) and the technological change that took place between the end of the 20th century and the beginning of the 21st century. Furthermore, a connection is established in the interest in the study of colour that coincides temporally with the periods mentioned, where at the end of the 19th century and the beginning of the 20th century the physical properties of colour are studied and at the end of the 20th century the symbolic and psychological characteristics of colour are analysed in depth. Therefore, it can be seen that in *Danse Serpentine* (1896) the use of colour is at the service of the perception of colour, textures and volumes in the audiovisual medium, while in *Absent Presence* (2005) colour is used to emphasise and conceptually deepen the object of the narration through the main character of this audiovisual fiction.

**Key words:** *Danse Serpentine* - *Absent Presence* - audiovisual creation - fashion film - uses of colour

**Resumo:** Este artigo explora a utilização da cor em criações audiovisuais específicas do campo da moda, relacionada com a evolução da teoria da cor na perspectiva da análise e produção artística. Como estudo de caso, são apresentadas as curtas-metragens *Danse Serpentine* dos irmãos Lumière (1896) e *Absent Presence* do estilista Hussein Chalayan (2005). A proposta baseia-se numa comparação entre os primórdios do cinema (finais do século XIX) e a evolução tecnológica ocorrida entre o final do século XX e o início do século XXI. Para além disso, estabelece-se uma relação no interesse pelo estudo da cor que coincide temporalmente com os períodos indicados, onde no final do século XIX e início do século XX se estudam as propriedades físicas da cor e no final do século XX se aprofundam as características simbólicas e psicológicas da cor. Assim, verifica-se que em

*Danse Serpentine* (1896) o uso da cor está ao serviço da percepção da cor, das texturas e dos volumes no meio audiovisual, enquanto em *Absent Presence* (2005) a cor é utilizada para enfatizar e aprofundar concetualmente o objeto da narração através da personagem principal desta ficção audiovisual.

**Palavras-chave:** *Danse Serpentine* - *Absent Presence* - criação audiovisual - *fashion film* - utilizações da cor

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo.]

---