



ECOS DEL ARTE: IMPACTO DE LOS MOVIMIENTOS ARTÍSTICOS EN EL DISEÑO GRÁFICO ACTUAL

Diana Laura Pedraza López

ORCID: 0009-0009-4018-3810,
Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo,
Escuela Superior de Actopan,
pe375412@uaeh.edu.mx
laurapedraza20191242@gmail.com

142



Resumen

El presente artículo analiza la influencia de diversos movimientos artísticos en la evolución del diseño gráfico, mediante una revisión documental y un análisis visual comparativo de sus principales aportaciones estéticas y conceptuales. Para ello se examinan cinco movimientos artísticos fundamentales: impresionismo, cubismo, constructivismo, surrealismo y pop art. Se analizan sus aportaciones a la composición, el color, la tipografía y los recursos visuales empleados en la comunicación. El estudio se centra en las características clave de cada movimiento y la traducción actual en los elementos de composición, color, tipografía y estética visual en medios impresos y digitales. Se emplea una metodología cualitativa basada en un análisis visual comparativo y revisión documental de carácter descriptivo. Además, se incorpora una reflexión crítica de la vigencia de estas influencias en el contexto contemporáneo fundamentada en la evidencia analizada. Los resultados evidencian que las características formales y conceptuales de dichos movimientos continúan presentes en la comunicación visual contemporánea, fortaleciendo los procesos creativos y la construcción de identidades gráficas con significado cultural.

Palabras clave:

Diseño gráfico,
movimientos
artísticos,
estética visual,
publicidad.



Abstract

This article explores how various historical artistic movements have profoundly influenced the development of contemporary graphic design. Through an analysis of five fundamental currents—Impressionism, Cubism, Constructivism, Surrealism, and Pop Art—it examines their impact on visual, conceptual, and functional aspects of contemporary design. The study focuses on the key characteristics of each movement and how these are translated today into elements of composition, color, typography, and visual aesthetics in print and digital media. A qualitative methodology based on comparative visual analysis and documentary review is employed. It also incorporates a critical and personal reflection on the relevance of these influences in the contemporary context. The results reveal a continuous interdependence between art and design, where the visual legacy of each movement strengthens the identity of contemporary graphic design, allowing us to construct solid, relevant, and culturally significant graphic proposals.

Key words:
Graphic design, artistic movements, visual aesthetics, advertising.

Introducción

Las corrientes artísticas constituyen movimientos estéticos e intelectuales que surgen como respuesta a contextos históricos, sociales y culturales específicos. Cada una de ellas desarrolla características visuales y conceptuales particulares que han influido de manera significativa en la evolución del arte y del diseño gráfico. El estudio de estas corrientes artísticas permite reconocer los estilos visuales, ideas y conceptos que las distinguen, así como la comprensión de su permanencia en la práctica del diseño contemporáneo.

El diseño gráfico es una disciplina que se enfoca en los aspectos visuales y comunicativos. Su evolución ha estado estrechamente vinculada con diversos movimientos artísticos. La comprensión de dichas corrientes favorece una apreciación más amplia del diseño y contribuye a fortalecer los procesos creativos de los diseñadores. De igual manera, proporciona referentes estéticos y conceptuales que enriquecen la construcción de mensajes visuales con significado y mayor eficacia comunicativa.

A lo largo de la historia del arte, los movimientos artísticos han desempeñado un papel fundamental en el desarrollo del pensamiento visual y estético. Esta disciplina combina funcionalidad y expresión visual, retoma de las corrientes artísticas elementos como el color, la forma, composición, el simbolismo y la estructura visual. Como resultado, el mensaje gráfico transmite información a través de imágenes, tipografía y recursos compositivos, sin depender exclusivamente del lenguaje verbal. Esta comunicación permite transmitir emociones, valores e identidad de marca.

Este artículo corresponde a una revisión documental con carácter descriptivo. Su objetivo es analizar, a partir de una literatura especializada y un análisis visual comparativo, los movimientos artísticos clave y su influencia directa en el diseño actual. Mediante una revisión de literatura especializada, busca demostrar cómo los elementos característicos de cada corriente siguen vigentes y la manera en que han sido adaptados a nuevos contextos tecnológicos, sociales y culturales.

El presente estudio recupera el legado visual de estos movimientos y analiza su vigencia en la disciplina, destacando su relevancia estética, funcional y cultural como referente para la práctica profesional. La revisión se complementa con un análisis interpretativo sobre el valor estético y funcional que estas influencias aportan a la práctica del diseño en la actualidad y muestra cómo el diálogo entre el patrimonio artístico y las necesidades comunicativas contemporáneas construyen propuestas gráficas sólidas, pertinentes y culturalmente significativas.

Fundamentación teórica

El arte, en sus diversas manifestaciones, ha sido una de las formas más poderosas y universales de comunicación humana. “Desde las pinturas rupestres de nuestros antepasados hasta las instalaciones contemporáneas más vanguardistas, el arte ha servido como un medio para expresar pensamientos, sueños y emociones” (Lorenzo de Reizábal, 2022, p. 14).

En este contexto, el diseño gráfico encuentra en el arte una de sus raíces más significativas al ser referentes conceptuales y formales. Ambas disciplinas comparten un terreno común: el lenguaje visual como medio de comunicación. Esta cercanía tiene como consecuencia que el diseño gráfico se nutra históricamente de los movimientos artísticos incorporando formas, colores, composiciones y conceptos a lo largo del tiempo para generar una comunicación efectiva de mensajes (Meggs y Purvis, 2012). En este sentido, puede afirmarse que el diseño constituye la arquitectura visual de objetos, publicaciones y sistemas de comunicación que conforman el entorno cotidiano (Campi, 2020).

Las corrientes artísticas surgen como respuesta a contextos históricos, filosóficos, sociales y tecnológicos particulares. En consecuencia, cada una ha generado una estética particular que modificaron la forma de representar la realidad y ampliaron las posibilidades del lenguaje visual. Estas aportaciones han proporcionado referentes compositivos que continúan siendo objeto de reinterpretación dentro de la comunicación visual (Eskilson, 2012).

Además, la teoría del diseño gráfico ha favorecido una perspectiva interdisciplinaria que integra aportaciones provenientes de la filosofía, la semiótica, la psicología de la percepción y la historia del arte, lo que permite comprender la comunicación visual desde enfoques complementarios (Bonsiepe, 2006).

Diversos autores coinciden en que la disciplina contemporánea mantiene un proceso constante de adaptación frente a las transformaciones tecnológicas y sociales, ajustando sus estrategias de comunicación a las necesidades de los usuarios y de las industrias creativas.

La influencia de las corrientes artísticas resulta especialmente evidente en ámbitos como la publicidad y la construcción de identidad visual. Movimientos como el impresionismo, el cubismo, surrealismo, el constructivismo y el pop art han aportado recursos expresivos que fortalecen la composición, la identidad de marca y el impacto visual de las piezas gráficas. De esta manera, la publicidad trasciende la función de promover productos, transformándose en una forma de comunicación visual capaz de influir en las emociones, percepciones y decisiones de compra de los consumidores.

Desarrollo metodológico

La presente investigación adopta un enfoque cualitativo con alcance descriptivo, orientado al análisis estético y funcional de la influencia de diversos movimientos artísticos en el diseño gráfico contemporáneo. La obtención de la información se realizó mediante la técnica de análisis documental de bibliografía académica de historia del arte, teoría del diseño gráfico y comunicación visual. Además se complementa con un análisis visual comparativo de obras artísticas y piezas representativas que permite identificar relaciones entre características formales de las obras artísticas y su reinterpretación en la comunicación visual. La metodología se estructura en tres fases:

Revisión teórica-documental

Se llevó a cabo una revisión sistemática de literatura especializada en textos académicos de historia del arte, teoría del diseño gráfico y comunicación visual. Esto permitió establecer un marco conceptual de la investigación para identificar los rasgos estéticos, formales y comunicativos distintivos de cada movimiento artístico.

Análisis visual comparativo

Se seleccionó un conjunto de veinte imágenes que corresponden a cinco obras artísticas y quince piezas de diseño contemporáneo en las que se identifican influencias visuales de dichos movimientos. Estas comparacio-

nes se centraron en los criterios de reconocimiento relevante dentro de la historia del arte, disponibilidad de fuentes documentales que sustentan su análisis y características visuales susceptibles de comparación con piezas de publicidad contemporánea. La comparación consistió en identificar permanencia o reinterpretación respecto de las obras artísticas seleccionadas.

Interpretación crítica fundamentada en el análisis documental y visual

Los hallazgos obtenidos del análisis documental y visual se integraron mediante una interpretación crítica sustentada en la evidencia recopilada. Esta fase permitió una valoración de la permanencia de los principios estéticos de los movimientos artísticos en el diseño gráfico, así como su resignificación en distintos contextos comunicativos.

Debido a la naturaleza cualitativa y documental del estudio, los resultados no pretenden establecer generalizaciones estadísticas, sino aportar una interpretación fundamentada sobre la continuidad de los lenguajes visuales del arte en la disciplina. Asimismo, mantiene un rigor metodológico que se sustenta en la selección de los casos de estudio, la aplicación de categorías de análisis, el contraste con literatura académica especializada y el contraste entre la evidencia documental y el análisis visual.

Análisis

I. Impresionismo

Descripción del movimiento

El impresionismo surgió en Francia durante la segunda mitad del siglo XIX como respuesta a los principios del arte académico tradicional. Entre sus principales características destacan la representación de la luz natural, el uso de pinceladas visibles y la captura de instantes cotidianos mediante una percepción visual inmediata. Sus principales representantes fueron Claude Monet, Pierre-Auguste Renoir y Edgar Degas, quienes privilegiaron la percepción visual sobre la representación detallada de las formas para centrarse en la atmósfera visual como se puede apreciar en la Figura 1 (Gutiérrez et al., 2024; Meggs y Purvis, 2012).

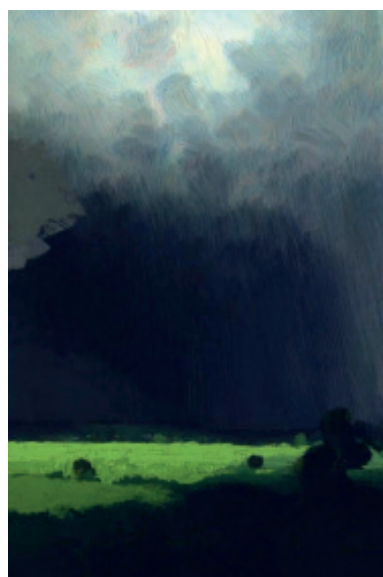





Figura 1. Tras la Lluvia. Arjip Kuindzhi, 1879. Fuente: Sitio web Historia Arte

Influencia en el diseño gráfico contemporáneo

La influencia del impresionismo en el diseño se manifiesta en el uso de composiciones atmosféricas, paletas cromáticas suaves, efectos de iluminación y recursos visuales orientados a generar experiencias emocionales. Estas características pueden identificarse en campañas publicitarias, identidades visuales e ilustraciones digitales que buscan transmitir cercanía, naturalidad y sensibilidad estética (Gutiérrez et al., 2024). La Tabla 1 presenta algunos ejemplos contemporáneos que retoman estas características visuales.

Tabla 1. Ejemplos de campañas contemporáneas con influencia impresionista. Fuente: Elaboración propia

Campaña Publicitaria	¿De qué trata?	Creadores	Difusión
	Proyecto 4270 “Chile como nunca antes lo viste” es una documentación geográfica de los distintos paisajes de Chile demostrando la diversidad del país desde las alturas.	Creado por Banco de Chile.	Página web Banco de Chile.
	Animación tradicional dibujada a mano con un equipo de 15 artistas para crear la secuencia de apertura y las 24 nominaciones, con más de 1000 fotogramas dibujados a mano que buscaban capturar la fugacidad de la vida cotidiana.	Creado por la agencia de Diseño Bito en Singapur, Taiwan.	Los Premios Caballo de Oro (Golden Horse Awards) el 25/11/25.
	Roma-Las Vegas es un libro de fotografías que priorizan la luz, el ambiente y la percepción de Roma y Las Vegas, Iwan Baan que captura la atmósfera de ambas ciudades desde el cielo, revelando similitudes inesperadas.	Creado por Haller Brun e Iwan Baan para Editoriales Lars Müller en Países Bajos.	Estudios editoriales de arquitectura, y fotografía.

II. Cubismo

Descripción del movimiento

El cubismo, desarrollado en los primeros años del siglo XX, representó una transformación significativa en las formas tradicionales visuales al introducir múltiples perspectivas dentro de una misma composición. Originado en Francia a principios del siglo XX, fue desarrollado principalmente por Pablo Picasso y Georges Braque. Esta corriente abandonó la perspectiva renacentista y propuso una representación simultánea de diferentes puntos de vista me-



Figura 2. Guernica. Pablo Picasso, 1937.

Fuente: Sitio web Museo Reina Sofía


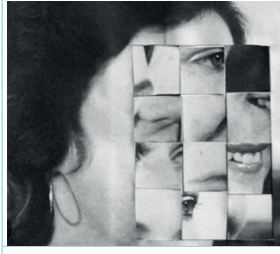

diante estructuras geométricas. El cubismo analítico descompuso objetos en planos superpuestos casi abstractos, mientras que el cubismo sintético incorporó elementos del collage y colores más vibrantes.

Influencia en el diseño gráfico contemporáneo

El cubismo constituye uno de los movimientos con mayor impacto en la evolución del diseño gráfico, debido a su aportación en la organización espacial, la fragmentación compositiva y la experimentación visual. Las composiciones fragmentadas, el uso de planos superpuestos, los contrastes tipográficos, las formas geométricas y la ruptura de la simetría tradicional derivan de esta corriente. Se observa en la cartelería experimental, portadas de discos, diseño editorial, y branding que apuesta por el impacto visual a través del caos controlado y la abstracción visual (Meggs y Purvis, 2012).

Diversas identidades visuales contemporáneas emplean recursos derivados del cubismo para comunicar innovación, dinamismo y creatividad mediante composiciones geométricas y estructuras visuales fragmentadas. También se aplica en el diseño de infografías y pósters culturales que usan la fragmentación visual para captar la atención del espectador y sugerir profundidad conceptual. La Tabla 2 muestra algunos ejemplos representativos de esta influencia.

Tabla 2. Ejemplo de campañas vigentes con influencia cubista. Fuente: Elaboración propia

Campaña Publicitaria	¿De qué trata?	Creadores	Difusión
	<p>Campaña publicitaria “The Rewards Bag” de TaTa Bolsa reutilizable inteligente que incorpora un código QR para ofrecer beneficios personalizados a los consumidores.</p>	<p>Creada por la agencia VML Uruguay.</p>	<p>Festival internacional de creatividad Cannes Lions 2024, donde ganó un Oro en la categoría Media.</p>
	<p>Esta imagen se utilizó como una de las portadas hechas a mano creadas exclusivamente para la edición benéfica del sencillo en vinilo de 7 pulgadas de Jessie Ware.</p>	<p>Creada por Seth Pugh en Reino Unido.</p>	<p>Se difundió y dio a conocer públicamente a través de la plataforma de diseño global D&AD.</p>
	<p>La creación de este objeto encarna la profundidad 3D de la identidad de la marca HD Cubed su función principal es celebrar el 21.º aniversario de la prestigiosa agencia londinense Hayes Davidson.</p>	<p>Creado por la agencia de Diseño BOB Design en Suiza, Reino Unido para Bubu.</p>	<p>Difundida a estudios de arquitectura élite, librería RIBA, y sitios web de diseño editorial.</p>

III. Constructivismo

Descripción del movimiento

El constructivismo surgió en Rusia después de la Revolución de 1917 como un movimiento artístico comprometido con la transformación social. Su propósito consistía en poner el arte al servicio de la sociedad mediante composiciones funcionales, geométricas y orientadas a la comunicación visual. Sus principales exponentes fueron Aleksandr Ródchenko, Lissitzky y Varvara Stepanova.

A diferencia de otros movimientos artísticos centrados en la expresión estética, el constructivismo promovía un enfoque utilitario en el que el diseño debía cumplir una función social y comunicativa. Su lenguaje visual se caracterizaba por el uso de líneas rectas, figuras geométricas, estructuras modulares, contraste cromático (rojo, negro y blanco), tipografía en bloques y composiciones dinámicas orientadas a la acción (Strizver, 2022).



Figura 3. Golpead a los blancos con la cuña roja de E. Lissitzky, 1919. Fuente: Sitio web Historia Arte.

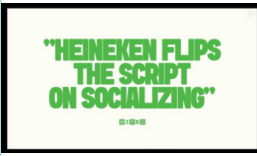


Influencia en el diseño gráfico contemporáneo

La influencia del constructivismo permanece vigente en la comunicación visual contemporánea, particularmente en el diseño editorial, la comunicación institucional, la cartelería y la identidad visual, donde predominan la claridad compositiva, la jerarquía tipográfica y el uso estratégico de la geometría.

Su enfoque funcional ha contribuido al desarrollo de sistemas gráficos capaces de comunicar información de manera directa, eficiente y visualmente estructurada. La retícula moderna, la jerarquía visual, la composición asimétrica, la utilización del collage tipográfico y el uso de elementos diagonales encuentran aquí uno de sus orígenes.

En branding y diseño digital, el constructivismo ha sido rescatado para transmitir energía, estructura, y compromiso social. También es frecuente su reinterpretación en portadas de libros, festivales culturales, campañas de responsabilidad social o movimientos activistas, donde el mensaje debe ser contundente, visualmente poderoso y orientado a la acción colectiva. La Tabla 3 presenta ejemplos contemporáneos que incorporan principios visuales derivados del constructivismo.

Tabla 3. Ejemplos de campañas contemporáneas con influencia constructivista. Fuente: Elaboración propia

Campaña	¿De qué trata?	Creadores	Difusión
	Utiliza una herramienta de escucha entrenada con inteligencia artificial, conectada a un brazo robótico, para girar el teléfono que se encuentra en su interior cuando detecta la palabra “cheers” (¡salud!), una	Creada por la agencia LePub para Heineken en Ámsterdam.	Plataformas digitales como YouTube y TikTok con su característico estilo humorístico de “robots inútiles”.
	Esta imagen muestra un fanzine creado por Heinz para presentar una nueva familia tipográfica llamada “Heinz Label” para celebrar la identidad de marca.	Creada por la agencia Estudio DRAMA y Jones Knowles Ritchie (JKR) para Heinz en Reino Unido.	A través de empaques, redes sociales y sitios web de la marca.
	El Festival Internacional de Cine de Chicago creó una identidad de marca y tipográfica por sus 60 años del sistema de diseño cinematográfico.	Creada por la agencia Ogilvy Chicago para Festival Internacional de Cine de Chicago en Estados Unidos de América.	Publicidad exterior en espectaculares, o paradas de autobús de Chicago, señalética en las sedes del festival y sus redes sociales.

IV. Surrealismo

Descripción del movimiento

El surrealismo surgió en Europa en la década de 1920 como una respuesta artística al racionalismo, influenciado por las teorías psicoanalíticas de principios del siglo XX. Buscaba representar lo irracional, los sueños, lo subconsciente y lo fantástico. Artistas como Salvador Dalí, René Magritte y Max Ernst fueron figuras clave del movimiento, caracterizado por imágenes oníricas, yuxtaposiciones improbables, metamorfosis y simbolismos ocultos. El surrealismo no solo fue una estética, sino una filosofía que cuestionaba la lógica y abrazaba lo insólito (Pradillon, 2024).



Figura 4. La persistencia de la memoria de S. Dalí, 1931. Fuente: Sitio web Historia Arte.

Influencia en el diseño gráfico contemporáneo

La influencia del surrealismo en el diseño actual se manifiesta mediante composiciones visuales que integran elementos fantásticos, metáforas visuales y asociaciones conceptuales destinadas a generar sorpresa e impacto emocional. Asimismo, sus principios han sido incorporados en ilustración digital, diseño editorial y campañas publicitarias orientadas a estimular la interpretación del espectador mediante recursos simbólicos. Se utiliza

ampliamente en publicidad creativa, branding experimental y arte gráfico editorial donde se explora la ambigüedad, el subconsciente y la metáfora visual. El desarrollo de herramientas digitales ha ampliado las posibilidades de aplicación de la estética surrealista en distintos medios de comunicación visual. La Tabla 4 presenta ejemplos representativos de esta influencia.

Tabla 4. Ejemplo de campañas vigentes con influencia surrealista. Fuente: Elaboración propia

Campaña Publicitaria	¿De qué trata?	Creadores	Difusión
 <p>Did you know, that seven out of ten, seven out of ten,</p>	<p>Esta imagen forma parte de la campaña "Feelin' Planty Good" de la marca de leche vegetal Silk. El músico de TikTok Carter Vail protagoniza esta campaña de comedia musical. La campaña promueve la bebida de almendras vainilla de Silk.</p>	<p>Creada por la agencia HAVAS y Carter Vail para Silk en Nueva York.</p>	<p>Plataforma de streaming +Paramount y las redes sociales de TikTok, Facebook y Youtube.</p>
 <p>Will using plastic bottles?</p>	<p>La campaña #UnPlasticIndia lanzó tres impactantes imágenes de alerta en el Día Mundial del Medio Ambiente que simulan la apertura manual de botellas de plástico al girar los cuellos, ilustrando cómo este acto mata sin piedad a las criaturas marinas.</p>	<p>Creada por la agencia VML India para The Times of India en Tailandia, India.</p>	<p>Instalaciones públicas en playas, noticieros locales y nacionales, medios impresos en periodicos, redes sociales y pataformas.</p>
 <p>mentos FIZZOOKA</p>	<p>La Mentos Fizzooka es el primer lanzacohetes anticonstrucción de Fortnite aprovecha la famosa reacción explosiva de Mentos y Cola para lanzar a los oponentes por todo el mapa y destruir construcciones.</p>	<p>Creada por BBH London, Metavision, y Beyond Creative para la marca Mentos en Reino Unido.</p>	<p>Diferentes redes sociales como Facebook, Instagram, Tiktok, YouTube, y publicidad Online.</p>

V. Pop Art

Descripción del movimiento

El Pop Art surgió en el Reino Unido y posteriormente se consolidó en Estados Unidos durante la década de 1950 como una respuesta al expresionismo abstracto y a las transformaciones derivadas de la cultura de consumo. Artistas como Andy Warhol, Roy Lichtenstein y Richard Hamilton incorporaron elementos de la publicidad, los medios de comunicación, el cómic y los productos de consumo masivo, integrándolos al lenguaje artístico. Sus características incluyen colores vibrantes

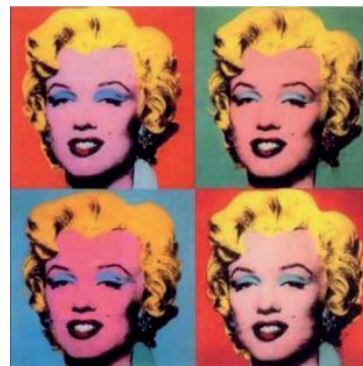


Figura 5. The Shot Marilyn de Andy Warhol, 1964, Fuente: Sitio web La izquierda Diario

tes, repetición de imágenes, uso de iconos populares y estética inspirada en la gráfica comercial (IFEMA, 2021).

Influencia en el diseño gráfico contemporáneo

El Pop Art constituye una de las corrientes con mayor presencia en la disciplina debido a su estrecha relación con la publicidad, la cultura visual y los medios masivos de comunicación. Su paleta saturada, uso del contraste, el estilo de cómic y técnicas como la serigrafía han sido adoptadas por marcas, campañas virales, diseños de empaque, moda urbana y posters culturales.

En los medios digitales, esta influencia se refleja en contenidos para redes sociales, campañas virales, ilustraciones, animaciones y estrategias de comunicación dirigidas principalmente a públicos jóvenes. Su aplicación favorece la construcción de identidades visuales dinámicas, cercanas y altamente memorables. La Tabla 5 resume algunos ejemplos representativos de esta influencia.

Tabla 5. Ejemplos de campañas contemporáneas con influencia del pop-art. Fuente: Elaboración propia

Campaña Publicitaria	¿De qué trata?	Creadores	Difusión
	El anuncio presenta una estética nostálgica, mostrando un televisor de estilo retro con el logotipo de la marca Nutter Butter en la pantalla. La campaña buscaba revitalizar la marca que tiene más de 50 años, dirigiéndose a nuevas generaciones a través de TikTok.	Creada por la agencia DENTSU CREATIVE para Nutter Butter en Nueva York.	Red social de TikTok.
	Pangmei Shitang es una reinterpretación de la cultura pop de los postres tradicionales chinos para una nueva generación, combinada con imágenes vibrantes y nostálgicas. Inspirada en los puestos callejeros taiwaneses.	Creada por la agencia Meat Studio para Postres Pangmei en Canadá.	Bolsas de empaque y letreros en 3D.
	Es la identidad visual del 6.º Festival de Artes de Guanzhong Mangba centrado en la vida rural, cuyo objetivo es mostrar la diversidad y el arte de la cultura rural. Es un estilo arraigado en los paisajes y costumbres locales de la región de Guanzhong.	Creada por la agencia Untitled Macao para Festival de las Artes Guanzhong Mangba en distrito de Huyi, en la ciudad de Xi'an (Provincia de Shaanxi), China.	Mediante su portafolio y redes de diseño global como Behance e Instagram.

Resultados

En análisis comparativo permitió identificar que la influencia del impresionismo en el diseño gráfico se manifiesta principalmente en el uso de paletas cromáticas suaves, iluminación natural, composiciones abiertas y recursos visuales orientados a generar atmósferas emocionales que promueven una sensibilidad hacia lo intangible. En las piezas analizadas, estos elementos se emplean con frecuencia en campañas relacionadas con productos de cuidado personal, perfumería, cafeterías y estrategias de identidad visual de carácter minimalista. Asimismo, se observó que estos recursos visuales favorecen la asociación con sensaciones de tranquilidad, cercanía, confianza, elegancia y nostalgia.

En las campañas con inspiración cubista se identifica la utilización de fragmentación de formas, múltiples perspectivas, estructuras geométricas y composiciones abstractas. Estos elementos fueron empleados principalmente en carteles, diseño editorial, moda, tecnología y portadas musicales. El análisis mostró que las estrategias visuales aplicadas favorecen la generación de curiosidad, atención visual y una percepción asociada con la innovación y la experimentación gráfica.

En los casos analizados, el constructivismo evidencia la permanencia de composiciones geométricas, diagonales, contrastes cromáticos marcados y una integración funcional entre imagen y tipografía. Estas características se observaron principalmente en campañas institucionales y sociales, carteles urbanos y proyectos de identidad. En las piezas revisadas, estos recursos se asociaron con mensajes que transmiten autoridad, urgencia, dinamismo y motivación para la acción.

El análisis del surrealismo permitió identificar la incorporación de asociaciones visuales no convencionales, alteraciones de escala, escenarios irreales y recursos simbólicos. Estas características fueron observadas principalmente en campañas de moda, publicidad de lujo, arte digital, campañas conceptuales y producción audiovisual. En los casos analizados, estos elementos favorecieron la generación de sorpresa, intriga, impacto emocional y una mayor recordación del mensaje publicitario.

En relación con el pop art, las piezas examinadas presentaron el empleo de colores altamente saturados, contornos definidos, repetición de elementos gráficos y referencias a la cultura popular. Estas características fueron identificadas en publicidad de comida rápida, diseño de empaques, campañas dirigidas al público juvenil y contenidos para redes sociales. El análisis mostró que estos recursos favorecen una comunicación visual de alto impacto, asociada con dinamismo, entretenimiento y rápida identificación por parte del público objetivo.

Tabla 6. Corrientes artísticas y características en la publicidad vigente. Fuente: Elaboración propia

Corriente artística	Características principales	Colores predominantes	Composición	Aplicación en Publicidad	Efectos comunicativos
Impresionismo	Representación de la luz y el momento, pinceladas suaves, atmósferas emocionales, apariencia natural.	Pasteles, tonos cálidos, colores luminosos.	Libre y fluida.	Fondos desenfocados, luz natural, efecto pintura/ acuarela, estética delicada. <ul style="list-style-type: none"> • skincare • perfumes • cafeterías • branding femenino/ minimalista 	Tranquilidad, cercanía, confianza, elegancia y nostalgia.
Cubismo	Fragmentación de figuras, múltiples perspectivas, geometría, abstracción.	Tonos neutros, ocre, grises, combinaciones contrastantes.	Dividida en planos geométricos.	Rostros fragmentados, polígonos, collages geométricos, perspectivas irreales. <ul style="list-style-type: none"> • posters • diseño editorial • moda • tecnología • portadas musicales. 	Curiosidad, atención visual y percepción de innovación.
Constructivismo	Funcionalidad, propaganda visual, geometría simple, tipografía dominante.	Rojo, negro, blanco, beige.	Ordenada, diagonal, estructurada.	Letras grandes, diagonales, contraste fuerte, diseño tipo propaganda. <ul style="list-style-type: none"> • propaganda • campañas sociales • carteles urbanos • branding alternativo 	Autoridad, urgencia, dinamismo y motivación para la acción.
Surrealismo	Escenarios ilógicos, sueños, subconsciente, mezclas imposibles.	Variables, muchas veces contrastes intensos o tonos oscuros.	Fantástica y poco realista.	Objetos flotando, cambios de escala, composiciones imposibles, escenas irreales. <ul style="list-style-type: none"> • moda • publicidad de lujo • arte digital • campañas conceptuales • videos creativos 	Intriga, sorpresa, impacto emocional y recordación del mensaje.
Pop Art	Cultura popular, estilo cómic, repetición, exageración visual.	Muy saturados: rojo, amarillo, azul, rosa.	Llamativa y repetitiva.	Contornos negros, estilo cómic, frases exageradas, estética retro y comercial. <ul style="list-style-type: none"> • comida rápida • packaging • publicidad juvenil • redes sociales. 	Alto impacto visual, dinamismo y rápida identificación del mensaje.

En conjunto, los resultados evidencian que las corrientes artísticas analizadas continúan proporcionando referentes formales y comunicativos. La comparación entre las obras artísticas y las piezas de diseño permitió identificar la permanencia de elementos relacionados con el color, la composición, la tipografía, la geometría, los recursos ilustrativos y la función comunicativa, los cuales son adaptados de acuerdo con los objetivos de cada proyecto gráfico.

Esta permanencia ha favorecido que el diseño gráfico incorpore formas, colores, composiciones y conceptos a lo largo del tiempo (Meggs y Purvis, 2012).

Es un recordatorio de que el diseño también puede ser lúdico, crítico y popular a la vez. Estas estéticas, cuando son adaptadas al diseño gráfico, proporcionan estructuras visuales que enriquecen el mensaje comunicativo, simbólico y emocional (Eskilson, 2012). Como resultado del análisis comparativo que se realizó a las anteriores campañas publicitarias, en la Tabla 6 se muestran las principales características visuales de cada corriente artística, los recursos gráficos identificados, sus aplicaciones más frecuentes en publicidad y los efectos comunicativos observados durante el análisis.

Conclusiones

El análisis documental y visual realizado permitió identificar que los movimientos artísticos mantienen una influencia vigente en el diseño actual. Corrientes como el impresionismo, el cubismo, el constructivismo, el surrealismo y el pop art aportaron recursos visuales que enriquecen el lenguaje gráfico mediante el uso del color, la composición, la geometría y la tipografía. Estos recursos fortalecen la comunicación en la publicidad y las identidades visuales.

La principal aportación de este estudio consiste en sistematizar las características visuales de los movimientos artísticos analizados y relacionarlas con sus aplicaciones en la comunicación visual mediante un análisis comparativo sustentado en categorías de evaluación previamente definidas. Esta aproximación ofrece un marco de referencia que puede contribuir al análisis y la práctica profesional del diseño.

Entre las limitaciones del estudio se puede identificar el carácter cualitativo y documental, por lo que los resultados deben interpretarse en función del contexto analizado y no como generalizaciones aplicables a la totalidad de las producciones de comunicación visual. Se recomienda ampliar el número y la diversidad de casos de estudio para incorporar estas referencias estéticas en entornos digitales y en aplicaciones emergentes de la disciplina.

Referencias

- Bonsiepe, G. (2006). El diseño como actividad proyectual. Editorial Gustavo Gili.
- Campi, I. (2020). ¿Qué es el diseño? Editorial Gustavo Gili. https://editorialgg.com/media/catalog/product/9/7/9788425232947_inside.pdf
- Eskilson, S. J. (2012). Graphic design: A new history (2nd ed.). Yale University Press.
- Gutiérrez, R., Gutiérrez, K., & Carrasco, A. (2024, 13 de diciembre). 150 años de impresionismo. UNAM Global. https://unam-global.unam.mx/global_tv/150-anos-de-impresionismo/
- IFEMA Madrid. (2021, 5 de febrero). Pop art: Qué es, artistas y características. <https://www.ifema.es/noticias/arte/pop-art-que-es-artistas-caracteristicas>
- Lorenzo de Reizábal, M. (2022). El arte como generador de emociones: Estudio de ocho narrativas de estudiantes de posgrado. Revista Humanidades, 12(2). <https://archivo.revistas.ucr.ac.cr/index.php/humanidades/article/view/50893/51446>
- Meggs, P. B., y Purvis, A. W. (2012). Historia del diseño gráfico (5.ª ed.). Editorial RM.
- Pradillon, J. (2024, 13 de diciembre). ¿Qué es el surrealismo? Art Insolite. <https://www.artinsolite.com/es/post/qu%C3%A9-es-el-surrealismo>
- Strizver, I. (2022, 8 de junio). Russian constructivism and graphic design. CreativePro. <https://creativepro.com/russian-constructivism-and-graphic-design/>
- D&AD. (2025). HD Cubed. Awards Archive. <https://www.dandad.org/work/d-ad-awards-archive/hd-cubed>
- D&AD. (2025). Love Letters. Awards Archive. <https://www.dandad.org/work/d-ad-awards-archive/heinz-love-letters>
- D&AD. (2025). Pangmei Desserts. Awards Archive. <https://www.dandad.org/work/d-ad-awards-archive/pangmei-desserts>
- D&AD. (2025). Rome-Las Vegas. Awards Archive. <https://www.dandad.org/work/d-ad-awards-archive/rome-las-vegas>
- Heineken. (2025, 6 de abril). The Flipper [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=u8kmtzyROp0>
- Historia Arte (2026). Tras la lluvia. A. Kuindzhi, 1879. Historia Arte. <https://historia-arte.com/obras/tras-la-lluvia>
- Historia Arte (2026). Golpead a los blancos con la cuña roja. E. Lisitzky, 1919. Historia Arte. <https://historia-arte.com/obras/golpead-a-los-blancos-con-la-cuna-roja>
- Historia Arte (2026). La persistencia de la memoria. Salvador Dalí 1931. Historia Arte. <https://historia-arte.com/obras/la-persistencia-de-la-memoria>
- La izquierda Diario (2026). The Shot Marilyn. Andy Warhol 1964. La izquierda Diario. <https://www.laizquierdadiario.mx/Marilyn-Monroe-por-Andy-Warhol-la-serigrafia-que-se-convirtio-en-la-obra-de-arte-mas-cara-del-siglo>
- Museo Reina Sofía (2026) Guernica. Pablo Picasso 1937 Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía. <https://www.museoreinasofia.es/colecciones/obra/guernica>
- Nutter Butter. (2025). Nutter Butter, You Good [Video]. Vimeo. <https://vimeo.com/1153572923>
- Silk. (2025). Feelin' Planty Good. <https://www.feelinplantygood.com/>
- TA TA. (2025). The Rewards Bag. VML. <https://www.vml.com/work/the-rewards-bag>

Tablas y Figuras

- Banco de Chile. (2025). Proyecto 4270 y Chile como nunca antes lo viste. <https://sitiospublicos.bancochile.cl/proyecto-4270/home>
- D&AD. (2024). #UnPlasticIndia. Awards Archive. <https://www.dandad.org/work/d-ad-awards-archive/unplasticindia>
- D&AD. (2024). 60th Golden Horse Awards. Awards Archive. <https://www.dandad.org/work/d-ad-awards-archive/60th-golden-horse-awards>
- D&AD. (2025). 60 Years of Film Design System. Awards Archive. <https://www.dandad.org/work/d-ad-awards-archive/60-years-of-film-design-system>
- D&AD. (2025). 6th Guanzhong Mangba Arts Festival. Awards Archive. <https://www.dandad.org/work/d-ad-awards-archive/6th-guanzhong-mangba-arts-festival>
- D&AD. (2025). Fizzooka. Awards Archive. <https://www.dandad.org/work/d-ad-awards-archive/fizzooka>



Diana Laura Pedraza López

Diseñadora Gráfica egresada de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo (UAEH), con experiencia en el desarrollo de proyectos de comunicación visual para medios digitales e impresos. A lo largo de su trayectoria profesional he colaborado en la creación de contenido gráfico para redes sociales de marcas reconocidas como Toyota. Asimismo, ha compartido sus conocimientos mediante la impartición de cursos de Teoría del Color. Cuenta con experiencia en procesos de producción gráfica y medios impresos, incluyendo serigrafía, corte láser, sublimación, rotulación y personalización de productos. Complementariamente, es fundadora y responsable creativa de un emprendimiento de artículos personalizados, donde desarrolla desde la conceptualización y diseño hasta la producción final de cada pieza, integrando creatividad, atención al detalle y soluciones visuales adaptadas a las necesidades de sus clientes. Actualmente continúa fortaleciendo su formación profesional mediante un diplomado en Fotografía Forense.