



CARTELES DE MOVIMIENTOS ARTÍSTICOS

GEOMETRÍA Y DESCRIPTIVA

Profesor: Arq. Víctor Manuel Santiago Guillén

Estudiante: Karla Daniela Citalán Urbina

Carrera: Licenciatura en Diseño Gráfico

2do. Cuatrimestre

Fecha: 30/03/2025

Autora: Karla Daniela Citalán Urbina

CAROLINA HERRERA

EAU DE PERFUM



**NO AL GOBIERNO DE
DONALD TRUMP**



**DI NO AL
TRATO INJUSTO
CONTRA INMIGRANTES**



Autora: Karla Daniela Chalaín Urbino

**VOTA CONTRA
LAS LEYES
MIGRATORIAS**

ESTADOS UNIDOS

AUTORA: KARLA DANIELA CITALÁN URBINA

**¡MÁS MARTINIS
MENOS CONTROL!**

**¡MARTINIS,
GLAMOUR Y...
CAOS AL
AMANECER!**



**¿CUÁNTOS BRINDIS MÁS
HASTA PERDER EL CONTROL?**

JUSTIFICACIÓN DE MI CARTEL POP ART

Mi cartel es un excelente ejemplo de Pop Art porque cumple con varias características clave del movimiento:

1. Uso de la estética comercial y publicitaria

El Pop Art se inspiraba en la publicidad y la cultura de masas. Mi cartel toma un producto icónico como el martini, que en la publicidad suele asociarse con lujo y glamour, y lo usa para hacer una crítica.

2. Colores llamativos y contrastantes

El Pop Art se caracteriza por el uso de colores vibrantes y saturados que captan la atención del espectador. Esto genera un impacto visual inmediato, tal como lo hacían los anuncios publicitarios de los años 50 y 60.

3. Tipografía y diseño gráfico influenciado por el cómic

El uso de frases llamativas y tipografía en negrita con una estructura de lema publicitario refuerza la idea de que el Pop Art jugaba con la estética de los medios de comunicación de masas.

4. Crítica al consumismo

El Pop Art no solo celebraba la cultura de consumo, también la cuestionaba. Mi cartel hace una crítica al consumo de alcohol al mostrar el contraste entre el glamour inicial y el "caos al amanecer". Esto recuerda el estilo de artistas como Andy Warhol y Roy Lichtenstein, quienes usaban imágenes de la vida cotidiana para hacer reflexionar sobre los excesos de la sociedad.

5. Relación con los temas del Pop Art

El Pop Art solía representar objetos de la vida cotidiana (como las latas de sopa Campbell o botellas de Coca-Cola). Mi cartel sigue esta idea al centrarse en los martinis, pero transforma el mensaje publicitario en una reflexión sobre el consumo desmedido.

En resumen, mi cartel no solo adopta la estética Pop Art con sus colores, tipografía y composición, sino que también utiliza su lenguaje visual para hacer una crítica al consumismo del alcohol.