



PASIÓN POR EDUCAR

Nombre de alumno: Judith Calvo Díaz

Nombre del profesor: Cristina Carreri Flores

Carrera: Diseño Gráfico

**Nombre del trabajo: Aplicación de las
Leyes de la Gestalt**

PASIÓN POR EDUCAR

Materia: Comunicación visual

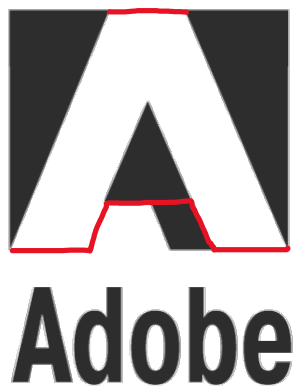
Grado: 5to cuatrimestre

Grupo: A

Comitán de Domínguez Chiapas a 24 de Marzo de 2022.

LEYES DE LA GESTALT APLICADAS

En diseño gráfico, buscamos influir o impactar visualmente a nuestro espectador. Para conseguirlo mejor, necesitamos conocer cómo funciona la percepción humana. Y aquí es donde entra en juego la Teoría de la Gestalt. Para que un diseño funcione bien se debe considerar siempre, no sólo los elementos visuales por separado, sino también cómo se percibe la totalidad del diseño. La Teoría de la Gestalt nos va a ayudar a conocer mejor cómo funciona la percepción visual, para comunicar mejor a través del diseño gráfico y no únicamente en el diseño gráfico, si no también en otros medios como lo es publicidad o el arte.

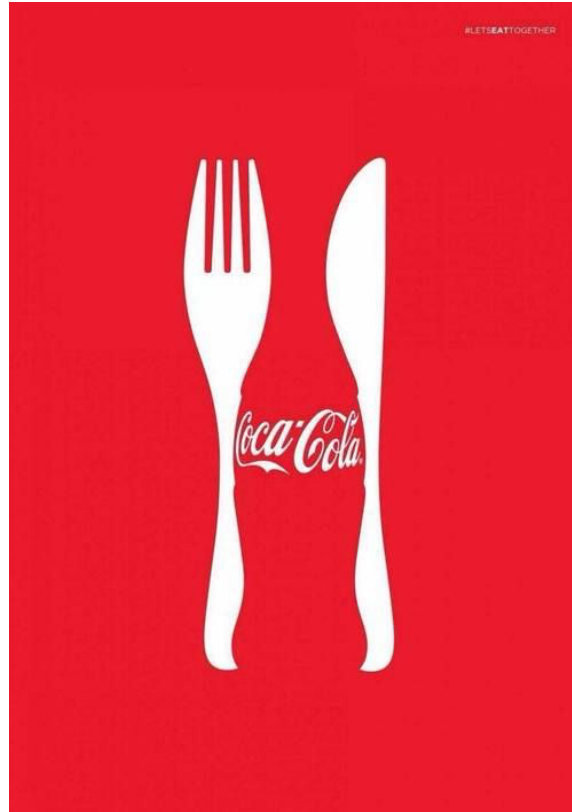


1.- LEY DE CIERRE

La mente tiende a añadir los elementos que faltan para completar una figura que está incompleta.

Poniendo un ejemplo tenemos al logotipo de Adobe, en donde ellos utilizan una ley de la Gestalt que es la de ley de cierre. En el logotipo podemos ver la "A" pero le hacen falta partes de esta misma que automáticamente nosotros cerramos, como observamos en el primer ejemplo tenemos el logotipo normal y en el otro las partes faltantes

2.- LEY DE MULTIESTABILIDAD



La idea de la Multiestabilidad o figura fondo se basa en que la gente a menudo interpreta objetos ambiguos en más de una forma. Nuestros cerebros van de un lado a otro buscando la certeza. En este caso tenemos una pieza publicitaria en donde se aplica una de las leyes de la Gestalt en este caso la multiestabilidad, podemos ver los dos cubiertos y en la silueta de estos se hace la botella de coca cola.

3.- LEY DE CONTRASTE



Los elementos que se diferencian y que son singulares tienden a destacar, porque contrastan. En este principio tenemos tres tipos de contrastes de color, tamaño y forma. El contraste guía al lector hacia dónde mirar primero. Esto se puede crear a través del color, pero también se puede usar a través del tono, como el contraste entre los elementos oscuros y claros de una página, como el ejemplo de la imagen.

4.- LEY DE PROXIMIDAD



El principio de proximidad teoriza cómo tendemos a agrupar las formas o elementos visuales que están próximos entre sí. Para ello, dichos objetos deben compartir alguna de estas características en común: forma, color, tamaño o textura.

Por otro lado, si aumentamos el espacio entre los elementos podemos conseguir una sensación de separación, aún cuando los elementos tengan características en común. Y el ejemplo lo tenemos en esta pieza publicitaria en donde los elementos están agrupados, con cierta distancia y comparten tamaño y eso hace una sonrisa.

5.- LEY DE SEMEJANZA



Según la ley de semejanza, nuestra mente agrupa los elementos que comparten características visuales y los unifica. La semejanza depende de la forma, el tamaño y el color.

Estos elementos similares tienden a ser percibidos como parte del mismo conjunto. Por ejemplo, en este logotipo encontramos la atención en el isotipo, vemos que simplemente son formas básicas diseminadas que nosotros asociamos con un árbol.

BIBLIOGRAFÍA

Blubber. (2018, 4 de Julio). *Logotipos y leyes de la gestalt*.
<https://blubber.es/blog/logotipos-leyes-gestalt/>

Idea Kreativa. (2019, 11 de noviembre). *Principios del diseño gráfico: conceptos básicos que necesitas para un buen diseño*. <https://ideakreativa.net/principios-de-diseno-grafico-conceptos-basicos-que-necesitas-para-un-buen-diseno/>

Imborrable. (2021, 9 de febrero). *La Teoría de la Gestalt y sus leyes aplicadas al Diseño Gráfico*. <https://imborrable.com/blog/teoria-de-la-gestalt/>

ILERNA Online. (2019, 7 de Junio). *La percepción visual: las leyes de la Gestalt*.
<https://www.ilerna.es/blog/fp-a-distancia/3d/leyes-de-la-gestalt/>