



**Mi Universidad**

**Nombre de alumno: Valeria Carolina  
Torres Kanter**

**Nombre del profesor: Lic. Cristina  
Carreri**

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

**Materia: Comunicación Visual II**

**Grado: 5to cuatrimestre**

**Grupo: A**

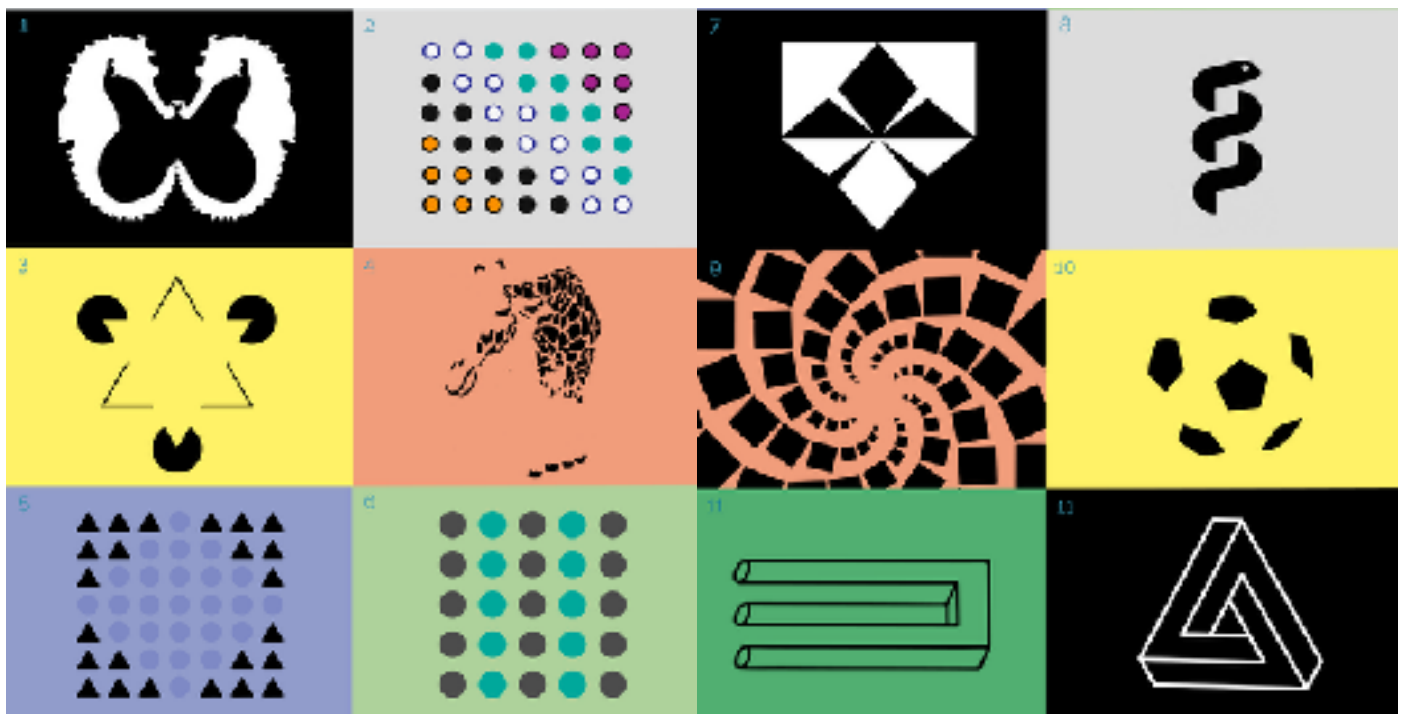
Comitán de Domínguez Chiapas a 28 de Marzo de 2022.

# Leyes de la Gestalt en el Diseño

## Introducción

La Teoría de la Gestalt fue un movimiento psicológico que se inició en la década de 1920 en Berlín, Alemania, este movimiento buscaba encontrar un sentido a cómo nuestras mentes perciben las cosas como un todo, en lugar de individualmente cada elemento.

Pero ¿Por qué se involucra en el diseño? Dentro del diseño, ya sea gráfico, comercial o incluso en el arte, buscamos compartir información por medio de alternativas visuales, es por ello que necesitamos saber acerca de la percepción humana, por ello las Leyes de la Gestalt son un rubro de suma importancia en este campo. Diversos autores mencionan que debemos de tomar en cuenta que para que un diseño sea funcional y cumpla exitosamente su objetivo se debe considerar siempre, no sólo sus elementos por separado, sino también cómo se percibe en su totalidad un diseño.



## *Desarrollo*

Existen distintas leyes de la Gestalt, podemos mencionar algunas que son sumamente utilizadas en el ámbito de diseño gráfico, comercial y artístico:

### **Ley de Pregnancia.**



Esta ley consiste en que nuestra mente percibe mejor las formas simples que las complejas, lo que significa que nuestro cerebro busca siempre una figura

completa en vez de diversos componentes, como es el ejemplo del logo de IBM, que son diversas líneas y nuestro cerebro a primer instante capta las letras y no las líneas que lo componen.

### **Principio o Ley de Fondo y Figura o Figura Fondo**

Esta ley consiste en que para el cerebro es difícil interpretar un objeto como figura y fondo al mismo tiempo, en este caso factores previos influirán a cómo lo percibimos primeramente. Se busca generar mínimamente dos objetos



principales, que se complementen entre sí, comúnmente una en positivo y la otra en negativo, como es el caso del póster de Blanca Nieves, podemos ver a Blanca Nieves y al Príncipe (en negativo), pero también encontramos la manzana (positivo) y los rostros nos dan la sensación de las mordidas que se le dieron a la manzana y el corazón, la semilla.

### **Principio o Ley de Continuidad.**

Está es cuando la mente continua con un patrón aún cuando este ha desaparecido, por ejemplo la pieza de debajo, aunque cuenta con el principio de figura fondo, nuestro cerebro continua con el patrón, ya sea el del rostro de la mujer o el hombre tocando el saxofón.



### **Principio o Ley de Cierre**

Consiste en que cuando una figura no esta cerrada completamente, nuestro cerebro tiende a cerrarla, buscando otorgarle mayor estabilidad a esta.

Como por ejemplo esta pieza de la marca Oreo, en la que a las galletas les falta un pedazo y están acomodadas de la manera perfecta para que nuestro cerebro lo cierre como un marco del texto.



### **Principio o Ley de Proximidad**

Al percibir objetos que se encuentran a una distancia cercana, nuestro



cerebro genera una asociación de los elementos como si estos pertenecieran a un mismo grupo, esto es para facilitar la percepción de los objetos y crear contornos donde en principio no existen. Un ejemplo podría ser el Logo de la compañía de aires acondicionados Aeroprof.

## *Conclusión*

La aplicación de las Leyes de la Gestalt nos permite tener un mayor campo para la creatividad dentro de las representaciones visuales que queramos realizar, además de que son un principio dentro del diseño, nos permiten atrapar de mejor manera la atención de nuestro espectador, consiguiendo un mayor alcance.

## *Referencias*

Blubber. (2018). “*Logotipos y las leyes de la Gestalt.*” <https://blubber.es/blog/logotipos-leyes-gestalt/>

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

Fernández, A. (2016) “*Teorías de la Gestalt y sus aplicaciones publicitarias*” <https://arzucomunicacion.lunaazul.org/2016/09/05/teorias-de-la-gestalt/>