Você já se perguntou por que algumas imagens ou logotipos se destacam instantaneamente em nossa mente, enquanto outras passam despercebidas? A resposta para essa questão pode estar na **teoria** **da** **Gestalt**.

À primeira vista, a palavra “*Gestalt*” pode soar um tanto complexa, mas, na realidade, é um conceito super acessível que está ao nosso redor todos os dias.

De maneira resumida, essa teoria é uma abordagem psicológica que busca compreender como **percebemos** **e** **organizamos** **elementos** **visuais** para criar significado e coerência.

Neste artigo, vamos explorar os **7 princípios fundamentais** da teoria da Gestalt – *proximidade*, *similaridade*, *continuidade*, *fechamento*, *figura-fundo*, *pregnância* *e* *ponto* *focal* – e entender como os designers usam esse conhecimento para criar experiências atraentes e intuitivas em seus projetos. Confira!

**O que é Gestalt?**

A teoria da Gestalt, originária da Alemanha no início do século XX, é uma abordagem fundamental para a compreensão da **percepção** **visual** e a organização de elementos.

Em alemão, “Gestalt” pode ser traduzido como “**forma**” ou “**configuração**“, e essa tradução é essencial para compreender a teoria.

A Gestalt se concentra na ideia de que nossa mente tende a organizar elementos visuais em **padrões** **significativos**, em vez de simplesmente percebê-los como partes isoladas. Em outras palavras, quando olhamos para uma imagem ou objeto, não vemos apenas uma coleção de linhas, cores e formas, mas sim uma forma completa e coerente.

Essa teoria defende a ideia de que o todo é maior do que a soma de suas partes. Isso significa que a forma como percebemos uma composição visual não depende apenas dos elementos individuais, mas também da relação entre esses elementos e como eles se encaixam para criar uma imagem completa e significativa.

Vou explicar!

Pense em um quebra-cabeça. Pensou? Cada peça individual pode parecer insignificante por si só, mas quando todas são montadas corretamente, revelam uma imagem clara e compreensível, não é mesmo?

Da mesma forma, a Gestalt nos ensina que nossa mente naturalmente busca **padrões**, **simetria**, **continuidade** e **significado** em tudo o que vemos.

**Os 7 princípios da Gestalt no Design**

A teoria da Gestalt apresenta **7 princípios**de fácil compreensão que são como chaves para criar designs eficazes e visualmente agradáveis.

Agora, vamos explorar cada um deles e entender como podem ser usados de **maneira** **prática** em situações de design:

**1. Proximidade**

Este princípio afirma que temos a tendência de perceber elementos que estão próximos uns dos outros como um grupo ou uma unidade.

Por exemplo, imagine um panfleto com informações sobre um evento. Quando os detalhes, como *data*, *hora* e *local*, são agrupados próximos uns dos outros em uma seção específica, a proximidade ajuda os leitores a entender que essas informações estão relacionadas.

Em logotipos famosos, como o da Mercedes-Benz, por exemplo, as três estrelas próximas no centro do emblema também usam o princípio da proximidade para criar uma conexão visual entre elementos.

**2. Similaridade**

Este princípio afirma que elementos que compartilham características semelhantes, como *cor*, *forma* ou *tamanho*, tendem a ser agrupados mentalmente. Isso significa que, se você deseja destacar um item em um conjunto, torná-lo visualmente diferente dos outros ajudará a chamar a atenção.

Imagine um site de comércio eletrônico onde todos os botões de “Comprar” são vermelhos, exceto um que é verde. Seguindo o princípio da similaridade, este botão verde vai se destacar e chamar mais atenção devido à sua cor diferente.

**3. Continuidade**

A continuidade refere-se à nossa tendência natural de seguir linhas ou padrões que se desenvolvem de forma suave e contínua. Em um gráfico de barras, uma linha de tendência que liga os pontos de dados facilita a compreensão da evolução dos valores ao longo do tempo, não é mesmo?

No design de um site, por exemplo, você pode empregar a continuidade para criar um fluxo visual, como uma seta que guia os usuários a seguir uma direção específica na página, ou mesmo imagens e símbolos que conduzem automaticamente o usuário por um determinado caminho.

**4. Fechamento**

Este princípio diz que nossa mente tende a “fechar” formas ou padrões, mesmo quando partes estão faltando. Por exemplo, se você vê um círculo com um pequeno pedaço faltando, sua mente preenche automaticamente a lacuna e percebe o círculo completo.

Este princípio é útil para criar logotipos ou ícones extremamente reconhecíveis. Vou dar um exemplo: pense no logotipo da World Wildlife Fund (WWF), que apresenta a imagem estilizada de um panda.

O panda não está completamente desenhado, certo? Mas as áreas em branco ao seu redor sugerem parte de sua forma. Então, nossa mente preenche automaticamente as partes ausentes, percebendo o panda completo.

**5. Figura-Fundo**

A ideia aqui é que nossa mente percebe automaticamente objetos como figuras que se destacam em relação ao fundo que os rodeia. Isso é essencial para criar contraste e destacar elementos em um design.

Imagine um anúncio com um texto escuro sobre um fundo claro – a figura (texto) se destaca claramente do fundo.

**6. Pregnância**

A pregnância, também conhecida como “boa forma”, sugere que nossa mente prefere perceber objetos de forma simples e organizada. Então, quanto mais simples e clara for a forma, mais rapidamente e facilmente será percebida.

Pense em logotipos icônicos, como McDonald’s, Apple ou Nike – esses logotipos representam exemplos perfeitos de pregnância.

**7. Ponto Focal**

O último princípio, o Ponto Focal, refere-se a criar um elemento de destaque em seu design que atrai a atenção do espectador de forma imediata.

Imagine uma pintura com uma única flor vermelha em meio a um campo de flores brancas. A flor vermelha se torna o ponto focal que cativa o olhar do observador, não é verdade?

Podemos ver outro exemplo em um site de notícias, onde a manchete principal apresenta uma fonte maior e mais chamativa em comparação com as demais notícias na página inicial. Essa manchete se torna o ponto focal que direciona a atenção do leitor para a notícia mais importante do momento.

Ter um ponto focal ajuda a orientar os olhos do público para onde você quer que eles olhem primeiro.

**Conclusão**

Talvez você já tenha aplicado esses princípios mesmo sem estar familiarizado com a teoria da Gestalt, estou certa?

Isso acontece porque eles são como um conjunto de ferramentas essenciais para a criação de designs eficazes e cativantes.

Esperamos que esta breve explicação sobre a teoria da Gestalt tenha despertado seu interesse e mostrado como a percepção visual exerce um impacto significativo no mundo do design!

Kamila Rossi

AIKO

Creative school