

Teoría para el Diseño Visual

Archivo de temas

▼ 2011 (21)

▶ julio 2011 (1)

▶ agosto 2011 (6)

▼ septiembre 2011 (7)

Desnudando a la creatividad

¿El candidato, el partido o la campaña? ¿Quién gan...

No. Seguramente fueron los espíritus...

El signo subliminal desde lo sensorial y la concie...

TDV12011001 - Sensopercepción visual

El signo subliminal, umbrales y el principio figur...

TDV12011002 - Constancias perceptuales

▶ octubre 2011 (7)

▶ 2012 (6)

▶ 2014 (2)

▶ 2015 (1)

Lecturas de apoyo

- [Edugrafología: los mitos del diseño y el diseño de los mitos](#)
- [Sobre algunos temas y problemas del análisis del humor gráfico](#)
- [Una campaña contra los sustos \(Psicología del terror en el diseño audiovisual\)](#)
- [El sexo de las metáforas](#)
- [Composición. Los fundamentos sintácticos de la alfabetidad visual](#)
- [El nivel social y económico del guatemalteco urbano](#)
- [La semiótica de los bordes. Apuntes de metodología semiótica](#)
- [Alfabetización visual, lenguaje visual e imagen](#)
- [Alt.Fractals](#)
- [Antropología de la imagen](#)
- [Aplicación de la semiótica a los procesos de diseño](#)

28 de septiembre de 2011

El signo subliminal, umbrales y el principio figura-fondo

Desde la perspectiva de los umbrales de sensación visual y umbrales de conciencia, el signo visual subliminal puede explicarse como un significante que supera la energía lumínica mínima para ser registrada por el ojo humano, pero que su significación no supera el umbral de conciencia del individuo. Esto quiere decir que para provocar sensación son superados todos o al menos la mayoría de umbrales más significativos de color, cesía, textura, forma e incluso movimiento - *en caso de ser signos visuales atemporales* - mientras que la interpretación sucede en la persona sin que se de cuenta de ello.

La explicación de este fenómeno puede ampliarse abordándolo desde la Ley Figura-fondo - *principio gestáltico de percepción visual* - que se define como la discriminación perceptual entre el objeto protagonista de una imagen visual y el entorno en el que se encuentra.

Por alguna razón, el ser humano tiende a dirigir la mayoría de sus recursos atencionales y perceptuales a focalizar e identificar lo que la citada ley gestáltica llama "figura", relegando a un plano de menor importancia la atención y esfuerzo por interpretar lo que comunica el "fondo" como signo visual. Incluso, la mayoría de las veces, pasa totalmente inadvertido por el observador. El peligro de esta conducta humana para sí mismo es la vulnerabilidad que representa para su psiquismo.

Lo explico. Es tan poderosa "figura" como signo visual, como lo es el fondo, también como signo visual independiente. Ambos pueden tener el mismo poder comunicativo si los elementos visuales que lo construyen están configurados para el efecto.

Naturalmente hay muchas excepciones en las que la configuración de los elementos del alfabeto visual (punto, línea, superficie, volumen, tipografía como elemento visual, luz-color y movimiento) hacen resaltar más a uno respecto al otro. Pero igualmente, ambos analizados por separado significarán algo, por lo que investigar sus posibles interpretaciones por los receptores es importantísimo; identificar probabilidades de significación y su convencionalización; ejecutar metodologías para identificar si este o estos significados se formulan concientes o inconcientes, e incluso si alteran la conducta de las personas expuestas, de qué manera, en que medida, en qué circunstancias y en qué tiempo.

Parece un trabajo bastante arduo. Posiblemente sí lo sea. Pero lo peligroso de vivir de una profesión dedicada a "diseñar signos", es que cada creación deliberada, implica muchos riesgos por el simple hecho de tener mentes humanas como destino final, con la complejidad de todo el universo que cada una de ellas implica. Un grupo objetivo será entonces como un montón de universos. ¡Vaya responsabilidad! - *hubiese preferido estudiar alguna ingeniería, pues aún en física, matemática o química, uno más uno siempre será dos y puede ser comprobado más fácilmente* -

"El fondo es tan poderoso como la figura" - *insisto* - pero a nivel semiótico. A nivel de interés humano pareciera no serlo y aquí está el peligro, ya que a nivel de percepción, sea conciente o inconciente, sí mantiene su poderío tanto como la figura, dejando abierto un espacio mental a menudo se infiltran los signos de los medios de comunicación guiados por estrategias del marketing, publicidad y la comunicación visual. Ellos aprovechan esa vulnerabilidad "atencional" para poner ante los ojos de la gente "fondos" con significados específicos y de alta convencionalización que finalmente encuentran su interpretación en el subconciente. Dejan entonces sus significados allí, ocultos como un ladrón tras las sombras de la noche, que se moverá de un lado a otro cada vez que pueda; cambiará la mente poco a poco, se integrará sigilosamente a otros significados ocultos en el pasado y a otros por llegar, y guiará la

- Área fractal
- Carácter y contenido de la alfabetividad visual
- Comunicación persuasiva en vallas de licores y bebidas alcohólicas en Municipio de Guatemala
- Comunicación visual en Internet - Componentes formales perceptibles e intangibles
- Comunicación y territorio
- Códigos relacionados con la percepción
- Dimensión audiovisual del idioma
- Eco, U. La estructura ausente. Introducción a la semiótica
- Ergonomía visual en el Diseño Gráfico
- Fibonacci, Fractals, and Inorganic Teleology
- Figuraciones del cuerpo femenino en el siglo XXI. La imagen femenina como cuerpo descarnalizado en las propuestas gráficas de una cultura light.
- Fractales basados en Phi
- Fractales y novedades matemáticas
- Fractales y Series de Fibonacci en la Naturaleza
- Geometría fractal y diseño
- Gramática del signo icónico
- Graphic Design III: Golden Section & Fibonacci Series
- Hacia un modelo teórico que describa la estructura semántica de los significados denotativos
- Ícono y televisión
- ¿Imagen didáctica o uso didáctico de la imagen?
- La aplicación de la semiótica al proceso del diseño
- La proporción áurea en el diseño web
- La imagen de un perro no es un perro
- La linealidad de la luz: La comunicación visual moderna
- La sintaxis de la imagen (Introducción al alfabeto visual)
- Las imágenes del mundo: una visión semiótica
- Las mejores y más creativas vallas publicitarias del mundo
- Metáforas y convención
- Modelo de competencia comunicativa
- Para leer al Pato Donald

conducta de la persona a partir de ese momento convertida en un robot, inocente e ignorante de lo que sucede.

Pregunta: ¿Los demás principios gestálticos de la percepción visual, podrían provocar la aparición de otros signos subliminales? ¿Cómo?

Enlaces relacionados:

Campaña HONDA, basada en ilusiones visuales

Citar como: Rodríguez, Andy. (2011). El signo subliminal, umbrales y el principio Figura-fondo Universidad de San Carlos de Guatemala. Guatemala. Disponible en: <http://psicosemiotica-visual.blogspot.com/2011/09/el-signo-subliminal-umbrales-y-el.html>

Publicado por Andy en 9/28/2011 09:35:00 p. m.



Recomendar esto en Google

26 comentarios:

Anónimo dijo...

C 200314017

Pues en repuesta a la pregunta creo que se pueden dar el caso en la ley de agrupamiento en proximidad, reconoceríamos los elementos cercanos pertenecientes a la misma figura pero si esta figura que se forma da un significado muy sutil que no alcance a percibirse por nuestro umbral de percepción

29 de septiembre de 2011, 13:09

Anónimo dijo...

b201122508

Los demas leyes de gestalt son parte muy importante de muchos anuncios publicitarios donde los utilizan de mala manera principalmente en casos donde solo desean mandar el mensaje sin pensar en las consecuencias indirectas o directas q pueden tener en cuenta.

la segunda ley la de la buena forma en donde el cerebro intenta organizar los elementos para percibirlos de la mejor forma posible en donde prefiere formas integradas completas y estables en esta tambien se encuentra otras como la ley de cierre la de continuidad en donde se puede incluir estos mensajes subliminales de maneras creativas pero pueden ser percibidas de manera conciente como cuando vemos un trinagulo tapado por un circulo pero en verdad solo ay tres triangulos con un lado arqueado de esta manera las leyes de gestalt pueden ser de manera muy utiles a la hora de crear mensajes subliminales.

el diseñador grafico debe tener cuidado de esto debido a q si uno abusa de el tiende a ofender o asta artar pero tambien son visto cuando no tratan mensajes ofensivos de manera muy creativa. Un diseñador debe tomar en cuenta tantas cosas que cualquier persona fuera pensaria q nada mas son buenas ideas que surgen pero son ideas que salen de un gran estudio en donde se toman en cuenta muchos elementos que pueden ser percibidos por el publico objetivo y tienen que significar algo para ellos en donde el referente debe estar claro y el significante ser exactamente lo que se desea comunicar.

29 de septiembre de 2011, 14:26

Anónimo dijo...

- Psicogeometría
- Semiótica, cognición y comunicación visual
- Serie PHI
- Teoría general de la imagen
- Three Articles on Fractal Art
- Tipología de los signos de Peirce
- Una interpretación teórica de los modelos de comunicación y su aplicación en diseño gráfico

Temas variados

Cómo hacer buenas páginas web

Diseño de Páginas Web [58 capítulos]

Mi mochila. e-learning varios.

C 201112189

La verdad sigo sin entender el mensaje subliminal... entiendo el concepto y el proceso de pasar a por los sentidos, para luego llegar al cerebro y después por debajo de los umbrales de conciencia, pero como en lugar de pasar por ellos, pasa por debajo de ellos y por eso no lo podemos percibir, entonces, si un diseñador quiere enviar un mensaje subliminal, como hace el receptor para entenderlo, si al pasar por los sentidos no los siento y tampoco lo puedo percibir porque fue algo inconsciente? Podría llegar a ciertas personas, quizá, ya que depende de los niveles intelectuales, de experiencia, educación etc, pero ahí está la parte en donde no la entiendo, ¿cómo puedo identificar si es un mensaje subliminal o no?

Con respecto al trabajo de "Diseñar signos" si puede ser un trabajo arduo, pero a la vez se van adquiriendo muchos más conocimientos más allá que solo dibujar, como piensa toda la gente que solo eso hacemos los diseñadores gráficos. Con estos estudios, y para obtener una convencionalización alta es de suma importancia adentrarse en la mente del grupo objetivo, cosa que me parece muy interesante porque al final de la carrera no solo tendríamos un título como licenciados en Diseño, si no también tendríamos muchas más habilidades ocultas que nos permitan crear diseños más allá de solamente la imaginación (que nunca deja de ser de suma importancia) para obtener todos los feedback deseados a la hora de realizar un trabajo.

29 de septiembre de 2011, 22:41

Marvin Tablas dijo...

A 200418343

El signo subliminal es tan o más poderoso que el mensaje que deseamos destacar directamente. Me permito mencionar o tomar como ejemplo al Artista visual Octavio Ocampo en la cual su obra a mi punto de vista juega con nuestra percepción en la cual tanto la figura-fondo tienen vital importancia ya que interactúan. O un ejemplo comercial sería la marca de desodorantes Axe, en la cual la función principal del producto sería evitar la transpiración...pero la temática aborda netamente atraer al sexo opuesto, en lo cual la función principal pasa a un segundo plano y la idea o finalidad es la que vende pasaría a la función primordial. Nuestro umbral a mi juicio sería atraer al sexo opuesto, el signo: un desodorante, lo subliminal que aunque no seamos atractivos este producto nos daría los elementos necesarios para cambiar nuestra suerte, o esa es la idea que nos vende o lo que percibimos

30 de septiembre de 2011, 11:31

Anónimo dijo...

A 201114909 Interesante este tema del mensaje subliminal, y como es que por medio de signos visuales puedan estar moldeando (plasticidad) nuestros cerebros, para crear una conducta, pero te doy la razón en por qué jocosos jaja. La mayoría de los creadores de signos hacen mensajes subliminales referente a sexo, estoy de acuerdo que el sexo vende, pero en nuestros tiempos es un cliché que sigamos creando mensajes subliminales referente a sexo, considero que nosotros como diseñadores, debemos estudiar un poco mejor las necesidades de nuestro grupo objetivo y hacer mensajes subliminales referentes a esto, por ejemplo y es lo primero que se me ocurre, pero que tan factible sería acá en Guatemala, un mensaje subliminal en que se trate de dar paz al espectador por medio de esto mismo, creo que no estaría nada mal verdad. Pero bueno en general considero que los mensajes subliminales o inconscientes deberían ser un poco más estudiados para poder generar un mensaje positivo, y no solamente el morbo de que tiene que ver con sexo.

30 de septiembre de 2011, 13:13

Stephanie Urbina dijo...

B200821542

Respondiendo a la pregunta...

Con las demás leyes gestalticas podrían aparecer signos subliminales, en el caso de la ley de agrupamiento se puede hacer que el cerebro perciba

mediante un patron de orden (Proximidad, semejanza, continuidad y simetría) podemos crear una manera de guiar el cerebro por ese orden, y quizás sin que el público se percate hay alguna intención de que al seguir con la vista el orden se interprete algo, en el caso de la ley de contraste, podemos crear una comparación para que el cerebro subliminalmente elija el que se ve mejor, y se cree la intención de yo quiero eso o yo quiero estar así para explicar mejor mi punto de vista. Encuentro esta imagen :D jejeje

<http://www.svenson.es/menu/servicios/microinjerto/resultados/resultados-2.html>, habla del microinjerto, que es una solución para recuperar el cabello perdido y ya no estar calvo...le pregunte a mi papa (quien es calvo) como le gustaría estar? en referencia a estas imágenes y me dijo que quería una cabellera frondosa como la del joven a la derecha, entonces se puede ver claramente como aparece el signo subliminal, al hacer que el cerebro compare y elija en esa comparación, con respeto a la ley de cierre o clausura, tal vez se parezca un poco a la ley de figura fondo, que se colocan las figuras con una intención, estas colocadas ahí por algo, para que el cerebro sin necesidad que le indique responda a reconocer, unir etc algo que puede interpretar en la colocación de tales elementos, podemos ver la aparición del signo subliminal cuando el cerebro reconoce la figura pero sabe que le hace falta algo más y "mágicamente" lo une o lo termina, se puede dar inclusive pocos elementos pero el cerebro termina de construir la imagen, tal es el ejemplo del logo de Jhonny Walker.

2 de octubre de 2011, 11:58

Anónimo dijo...

A201114889

mi comentario será corto, como vos dijiste en clase, los signos visuales son poderosos, y más el mensaje subliminal como tal puede causar grandes atrocidades en una sociedad. pienso que este tema de signos, umbrales y así, no es tan ligero que debe tomarse, es una GRAN herramienta para nosotros los diseñadores, comunicadores y persuasores gráficos de una sociedad ! :D

2 de octubre de 2011, 13:53

Anónimo dijo...

A201122673

El tema de los mensajes subliminales es muy extenso, es más estos necesitan de poco tiempo para poder sobrepasar el umbral de percepción, un ejemplo, lo podemos ver en las páginas web, donde a los anuncios publicitarios que allí se presentan, les prestamos lo mínimo de atención, pero este mínimo es suficiente para poder entrar en el subconsciente, y esto es lo que explotan los diseñadores gráficos. Con respecto a la pregunta, creo que sí se puede, los diseñadores gráficos son tan creativos, que buscan maneras de enviar mensajes subliminales, ayudándose de las leyes de Gestalt, combinándolas puede ser una manera creativa de presentarlas, pero individualmente presentan el mismo grado de funcionalidad, por ejemplo la ley de clausura o cierre, que creo que es una de las más interesantes, ya que con el mínimo de información se puede enviar un mensaje específico, también está la ley de agrupamiento, en las cuales las formas agrupadas pueden ser organizadas de tal manera que dentro de estas mismas se inserten los mensajes.

2 de octubre de 2011, 14:43

Anónimo dijo...

A 201122437

Respecto a la pregunta que plantea al final de este documento pues a mi parecer a las demás leyes gestalt sí se podría adaptar viéndolo desde el punto en, que por ejemplo en un conjunto de elementos iguales encontramos uno fraccionado y ese nosotros podemos identificarlo por medio de los sentidos y superando el hecho que está fraccionado ese elemento, sabemos que pertenece a ese conjunto y sabemos que es el mismo elemento que los demás pero con variante... que está fraccionada.

2 de octubre de 2011, 18:31

e Angie Ambrosio dijo...

A200731382

♦ Que si es posible que por medio de los demas principios gestalticos, podrian provocar la aparicion de otros signos subliminales?
claro que si, y es q no importa el grado de dificultad que se le de a la elaboracion de signos, siempre sera interpretado de diferente manera, ya sea por el grado de complejidad, color, tamaño, etc.
pero si en algunos pocos casos se lograra la interpretacion del signo al 100%, el ser humano es capaz de buscarle otras funcionalidades a los signos.

Un ejemplo muy claro de esto, aunque no sea el mas adecuado, seria el signo del grupo politico "Partido patriota", que aunque no soy partidaria del candidato, hay tantos medios de comunicasion, personas particulares que estan en desacuerdo y que se han dedicado a utilizar el signo para formar malas interpretaciones ya sea modificando las carteleras de cine, empleado en obras de teatro, las criticas caricaturizadas en la seccion de opiniones de la Prensa Libre, etc.

♦ Como se provoca la aparicion de otros signos subliminales por medio de los principios gestalticos?

→ Por medio del principio de la Semejanza: Nuestra mente tiende a agrupar los elementos similares en una entidad. La semejanza depende de la forma, el tamaño, el color y otros aspectos visuales de los elementos.

→ Por medio del principio de la Proximidad: El agrupamiento parcial o secuencial de elementos por nuestra mente basado en la distancia.

→ Por medio del principio de Simetría: Las imágenes simétricas son percibidas como iguales, como un solo elemento, en la distancia.

→ Por medio del principio de Continuidad: Los detalles que mantienen un patrón o dirección tienden a agruparse juntos, como parte de un modelo. Es decir, percibir elementos continuos aunque estén interrumpidos entre sí.

→ Por medio del principio de dirección común: Este implica que los elementos que parecen construir un patrón o un flujo en la misma dirección se perciben como una figura.

→ Por medio del principio de simplicidad: Asienta que el individuo organiza sus campos perceptuales con rasgos simples y regulares y tiende a formas buenas.

→ Por medio del principio de la relación entre figura y fondo: Establece el hecho de que el cerebro no puede interpretar un objeto como figura o fondo al mismo tiempo. Depende de la percepción del objeto sera la imagen a observar.

2 de octubre de 2011, 19:14

Anónimo dijo...

Por lo que entiendo de mensaje subliminal, es el significado que según nuestra percepción visual siente, que eso depende de nuestra intelectualidad y experiencia de cada quien.

Respondiendo la pregunta, a mi criterio si pueden comunicar mensajes subliminales. Y como lo logran, pues por la misma percepción visual de cada quien.

Ahora bien ¿será todas la personas captan el mismo mensaje subliminal por medio de la percepción?. Yo diría que no, eso dependen de que tan claro sea y dependiendo la experiencia e intelectualidad tenga uno.

Por ejemplo un niño, pueda ser que no capte un mensaje subliminal de un

anuncio de cerveza, que una persona que ya capta ese tipo de mensajes, hasta creó que los que entiendes los mensajes subliminales son los que ya conocen de lo que se esta trasmitiendo, por ejemplo: Si alguien que toma cerveza ve un mensaje subliminal en un cartel, me atrevo a decir que lo puede captar, porque cada mensaje subliminal, tiene un grupo objetivo, y ese grupo es de las personas que tomen cerveza. Aunque puede ser también que lo capten personas que no tomen ese tipo de bebida.

Hay mensajes subliminales que entran de forma conciente e inconciente. Los inconcientes pueden ser figura fondo, pero tambien puede estar en la categoria inconcienete, es dependiendo de la percpeccion que captamos de lo trasmitido.

Creó que los demás principios de gestálticos, si tienen provocación de mensajes subliminales, contrastes, camuflaje, que creó que es el mas utilizado y también esta el de simplicación. En los concientes pueden ser, proximidad, semejanza y continuidad.

Inconciete es peligroso y la vez, aunque tal vez no sea un punto algo bueno, pero creo que los que hacen mensajes subliminales los admiro un poco, porque logran en cierto punto su objetivo. Y tomando en cuenta los mensajes incocientes, ellos toman un gran logro en convenser, que repito incocientemente tramite la idea a nuestro cerebro que hasta podría retomar un cambio en nuestra conducta.

Por esa misma razón son peligrosos.

3 de octubre de 2011, 13:04

Anónimo dijo...

c201122504

:O, disculpa Andy @_@!!! mi comentario de esta fecha 3 de octubre que habla sobre el ejemplo de mensaje subliminal en un anuncio de cerveza que cada quien capta el mensaje subliminal es mio. n_n!, no había puesto mi numero de carnet. No se si aun asi me vake

Pero de todas maneras lo volveré a escribir x_X.

La respuesta de la pregunta mi respuesta es si, si todos los principios gestáticos, ¿como?. Por la misma percepción. Cada quien segun la experiencia o intelectualidad, puede sentir ese mensaje y segun nuestra estimulación podemos percibir y da un cambio o resultado a nuestra conducta. Por como funcion nuestro cerebro, que segun la informacion el cerebro decide si o no se queda lo que capta y segun la comulacion de ese mensaje subliminal, el cerebro puede tomar esa conducta que se trasmitio en ese mensaje subliminal.

En los otros comentarios de mis compañeros, tomaron en cuenta las otras leyes, y estoy de acuerdo a ello.

Por ejemplo un anuncio de cerveza que tenga un mensaje subliminal, un niño no lo puede ver a simple vista, pero si puede entrar inconcientemente, pero el resultado sera algo lento, ¿por que?, porque en si el mensaje subliminal por lo que entiendo tiene un grupo objetivo, si el que lo diseño sabe que su grupo objetivo son personas que toman, tomara un grupo especifico de las edades, por lo tanto le interesa mas que su mensaje subliminal tome una estimulación rápida. Y bueno podía decir que la edad de un niño esta fuera del alcance en un logro rapido de estimulacion, pero conforme el tiempo ese niño puede tomar una conducta, hasta formar una personalidad por ese mensaje, pero creo que tiene que ver un cambio segun la acumulación de la cantidad del mensaje subliminal, para que nuestro cerebro lo capte y ya lo transmite a una conducta.

Cada ley, cada principio que se da en la comunicacion visual es un elemento que es un arma de doble filo, porque se puede usar para el bien y para el mal. Y es una responsabilidad que comunicadores puede afectar,

porque una puede que haya mas consumidores, pero si es para deteriorar la mentalidad del emisor, creó que si es un mensaje que no vale la pena, mi cliente puede estar feliz, pero talvez lo que mi cliente queria transmitir perjudico a cietas personas. Creo que es llamativo esta clase de mensajes, y como ellos lo utilizan, tal vez no sea algo bueno mi punto de vista, pero en cierto punto los admiro, pero cuando sus mensajes entran inconciestamente, porque hace que su objetivo se logré.

Y ya llegando mas realista, me atrevo a decir que la conducta del ser humano, tiene mucha influencia en la comunicación visual, por los estímulos recibidos, creo que si los mensajes subliminales afectan en que hayan adolescentes con anorexia y bulimia y hasta juvenes que se drogan, se podrian hacer mensajes subliminales ¿buenos?, para afectar ¿positivamente?. Pues en el diccionario sublimnal, no dice que sea malo, si no de caracter psíquicas no conciente.

Gracias Andy, por los contenidos en el blogs ;).

3 de octubre de 2011, 13:40

e A201115066 dijo...

Bueno, pienso que sí pude ser posible valerse del empleo de otras varias leyes de Gestalt, aunque no creo que sus resultados lleguen a ser tan eficaces como los de la Ley Figura-Fondo.

Existe, si mal no recuerdo, una ley, que trata de plasmar determinada figura sobre un plano, no, y, esta figura se presenta de tal forma, que no termina completamente, mejor dicho, no es una figura completa, pero su impulso, o induce de cierta forma, o se registra de cierta forma que son concluidos por el cerebro como respuesta ante el estímulo que estos generan. La complementación de esta figura, es como el reflejo de que el cerebro pudo percibirla sin ningún problema, pero, hago mención de esta ley, porque si bien se basa en principios de plasmar imágenes incompletas, bien podría entonces aprovechar esta característica para utilizarla en el campo de mensajes subliminales. Es decir, que la media o parte de la imagen, pueda tener ambigüedad, que pueda terminarse para formar dos figuras, y no solamente una. Entonces si de la misma manera en que el cerebro se enfoca en la figura sobre un fondo, entonces, creo que igualmente el cerebro o la mente podría concentrarse por resolver o tratar de completar lo que resta de la imagen para averiguar su significado, o significados, en caso último a éste, si la imagen tiene ambigüedad. También debo mencionar, que no debe quedar fuera de lugar que, la misma incompleta imagen, respaldándose sobre algún respectivo fondo, este último bien podría seguir sirviendo como una de sus partes en que se divida la imagen, para que cuando todo se una, juntos formen un solo, mismo, o varios mensajes, si en caso es les atendiera individualmente según el ojo del ser humano, y su percepción ante este estímulo.

3 de octubre de 2011, 18:23

e A201115066 dijo...

Bueno, pienso que sí pude ser posible valerse del empleo de otras varias leyes de Gestalt, aunque no creo que sus resultados lleguen a ser tan eficaces como los de la Ley Figura-Fondo.

Existe, si mal no recuerdo, una ley, que trata de plasmar determinada figura sobre un plano, no, y, esta figura se presenta de tal forma, que no termina completamente, mejor dicho, no es una figura completa, pero su impulso, o induce de cierta forma, o se registra de cierta forma que son concluidos por el cerebro como respuesta ante el estímulo que estos generan. La complementación de esta figura, es como el reflejo de que el cerebro pudo percibirla sin ningún problema, pero, hago mención de esta ley, porque si bien se basa en principios de plasmar imágenes incompletas, bien podría entonces aprovechar esta característica para utilizarla en el campo de mensajes subliminales. Es decir, que la media o parte de la imagen, pueda tener ambigüedad, que pueda terminarse para formar dos figuras, y no solamente una. Entonces si de la misma manera en que el cerebro se enfoca en la figura sobre un fondo, entonces, creo que igualmente el cerebro o la mente podría concentrarse por resolver o tratar de completar lo que resta de la imagen para averiguar su significado,

o significados, en caso último a éste, si la imagen tiene ambigüedad. También debo mencionar, que no debe quedar fuera de lugar que, la misma incompleta imagen, respaldándose sobre algún respectivo fondo, este último bien podría seguir sirviendo como una de sus partes en que se divide la imagen, para que cuando todo se una, juntos formen un solo, mismo, o varios mensajes, si en caso es les atendiera individualmente según el ojo del ser humano, y su percepción ante este estímulo.

3 de octubre de 2011, 18:24

Anónimo dijo...

A201115058, si, las imagenes figura fondo pueden tener sus trucos bajo la mentee hace dias encuentre un foto de flechas con direccion a la derecha y flechas con direccion a la izquierda(verde y amarillo) la imagen decia q es lo q ves, mi cerebro lo que capto rapidamente fueron la flechas verdes ni note que habian flechas amarillas, despues en esa imagen decia que segun el lado del cerebro que uses ese lado de direccion de flechas verias, la conclusionde esto es q las imagenes pueden ser engañosas cuando las vemos estas imagenes saltan umbrales tan rapido que la idea llega a nuestro cerebro en un minimo instante, entonces lo que debemos hacer a esto es analizar la imagen tomar nuestro tiempo y deducir q estamos haciendo y que estamos viendo por que todo en nuestro alrededor puede cambiar nuestra idea

3 de octubre de 2011, 23:14

Anónimo dijo...

A-2 201114938

Cualquier principio gestáltico, puede servir para un fin subliminal. Es parte fundamental de ser un diseñador gráfico, el comunicar el mensaje efectivamente. La mayoría de los diseñadores hoy en día utilizan ésta técnica, la de enviar signos subliminales hacia el receptor para obtener diferentes retroalimentaciones. Queda en discreción del diseñador y comunicador que se realicen de forma eficaz y sin ser dañinas para ningún grupo objetivo.

Aquí entra en juego la creatividad y poder del diseñador, al lograr que el receptor perciba el estímulo que se le está mostrando por medio de los principios gestálticos como la figura-fondo, la ley de la proximidad, plasticidad, agrupamiento, etc.

Considero que, en función a la pregunta, mi respuesta es afirmativa. Todos los principios gestálticos están formulados para que se utilicen de una manera ya sea subliminal o no, para así tener un mayor o menor impacto a la hora de presentar el diseño.

3 de octubre de 2011, 23:44

Anónimo dijo...

B201115086

Con respecto a la pregunta, me parece que si pudiera ser posible enviar mensajes subliminales con las otras leyes, pero me parece que ya no serían TAN ocultas, como lo sería usando figura/fondo.

Y tambien me parece que utilizar esta figura de mensajes subliminales es un arma de dos filos, como puede ser muy util, podria ser muy peligroso, ya que podriamos manipular lamente del receptor, pero podria el tener otra percepcion, y entonces lo que nosotros quisieramos comunicar se nos escaparía de las manos provocando una conducta inadecuada a la persona que recibe el mensaje

4 de octubre de 2011, 0:25

Anónimo dijo...

C200821531

Ahora todo tiene mas sentidos para mi, tenia una fuerte confusión respecto a los umbrales, no comprendía como el cerebro podía percibir subconscientemente algo que estuviese por encima o por debajo de nuestros umbrales, pero con esta explicación de la ley gestáltica entiendo

mejor este tema. El mensaje subliminal aunque nuestra conciencia no la perciba, no quiere decir que nuestro cerebro no, aun este abajo del umbral absoluto el mensaje entra de igual manera, media vez sean signos que nuestro cerebro sea capaz de percibir nuestro subconsciente lo tomara y lo guardara aunque no estemos conscientes de ello.

Esto mismo podría pasar con las leyes gestálticas, aunque la imagen este dentro de umbral absoluto podríamos ignorarla y enfocar nuestra atención consciente hacia otro lado y es ahí como entraría el mensaje subliminal, porque aunque no pongamos atención a nuestra conciencia el mensaje entraría de forma inconsciente ya que se encuentra entre el rango de umbrales de percepción. Claro esta, que esto debe conservar una gran responsabilidad, ya que con esto modificamos conductas, lo cual, nunca debe aplicarse hacia alguna mala intención, aunque, muchos de estos mensajes subliminales ese es el principal motivo y quizá, podríamos entender que esto es una gran causa de muchos sucesos que acontecen a diario.

4 de octubre de 2011, 13:13

CoCo dijo...

a201122675

Cada uno de las géstales pueden provocar signos subliminales, hay que saberlas aplicar porque todas son diferentes por ejemplo la ley de Inclusividad, trata de homogenizar la figura y el fondo, tratando de llevar todo a un primer plano y disfraza elementos, objetos o formas no percibidas a primera vista, una ley que con solo leer su definición te dice mucho, así como llevando la figura y fondo a primer plano aun así para el receptor la figura tiene más relevancia, pues es fácilmente aprovechar los elementos a los q generalmente la gente no presta importancia ya sea un botón, un ademan o algo que a pesar de ser grande no pasa por nuestros umbrales de conciencia, incluso un color o textura podrían servir para ello ya que son variables que dan importancia a los elementos por jerarquía. Debemos valernos hasta de los accesorios para hacer llegar nuestro mensaje, pero de forma responsable.

6 de octubre de 2011, 23:51

Anónimo dijo...

200919852, Este tema es super interesante y con una infinidad de usos que como diseñadores le podemos dar, solo quiero agregar que es triste saber que por la sociedad en la que vivimos muchos no usan esto como un beneficio sino que solo con fines sucios, dandole al diseño un pensamiento en doble sentido y solo corrompiendo mas a nuestra sociedad.

9 de octubre de 2011, 19:31

A201115066 dijo...

Bueno, pienso que sí pude ser posible valerse del empleo de otras varias leyes de Gestalt, aunque no creo que sus resultados lleguen a ser tan eficaces como los de la Ley Figura-Fondo.

Existe, si mal no recuerdo, una ley, que trata de plasmar determinada figura sobre un plano, no, y, esta figura se presenta de tal forma, que no termina completamente, mejor dicho, no es una figura completa, pero su impulso, o induce de cierta forma, o se registra de cierta forma que son concluidos por el cerebro como respuesta ante el estímulo que estos generan. La complementación de esta figura, es como el reflejo de que el cerebro pudo percibirla sin ningún problema, pero, hago mención de esta ley, porque si bien se basa en principios de plasmar imágenes incompletas, bien podría entonces aprovechar esta característica para utilizarla en el campo de mensajes subliminales. Es decir, que la media o parte de la imagen, pueda tener ambigüedad, que pueda terminarse para formar dos figuras, y no solamente una. Entonces si de la misma manera en que el cerebro se enfoca en la figura sobre un fondo, entonces, creo que igualmente el cerebro o la mente podría concentrarse por resolver o tratar de completar lo que resta de la imagen para averiguar su significado, o significados, en caso último a éste, si la imagen tiene ambigüedad.

También debo mencionar, que no debe quedar fuera de lugar que, la misma incompleta imagen, respaldándose sobre algún respectivo fondo, este último bien podría seguir sirviendo como una de sus partes en que se divide la imagen, para que cuando todo se una, juntos formen un solo, mismo, o varios mensajes, si en caso es les atendiera individualmente según el ojo del ser humano, y su percepción ante este estímulo.

10 de octubre de 2011, 15:54

Anónimo dijo...

B201122465

Ya me di cuenta de que es arduo y hasta complicado e.e Pero me parece tan interesante, tan gracioso cómo se puede manejar a la gente. Estamos todos tan indefensos al no más salir a la calle o encender la radio o la televisión. Me parecen rebonitos los signos subliminales y en especial esto que se trata aquí de la figura-fondo. Conozco el trabajo de un diseñador coreano que hace imágenes increíbles y trabaja casi solamente con la figura-fondo. Es de admirar realmente. Aquí va el link para uno de sus álbumes, se pueden ver también todos los que tiene: <http://bit.ly/nudDvN>. Se me hace aún demasiado difícil crear algo en donde la figura y el fondo sean claro en lo que significan. Supongo que la habilidad se va desarrollando conforme se avanza en experiencias...

En cuando a la pregunta, digo que claro que los otros principios pueden transmitir mensajes ocultos. ¿Cómo? Haciendo lo mismo que hace lo de figura-fondo: aprovechando lo que queda en segundo plano para el cerebro y planeando la mejor manera de meter un mensaje que se vea, entienda o sienta al menos por el grupo objetivo.

10 de octubre de 2011, 18:36

Anónimo dijo...

B201023118

El tema del signo subliminal es muy interesante porque, como lo entiendo yo, trata de enviar un mensaje escondido que logra pasar los umbrales de sensibilidad, sin embargo no logra pasar los umbrales de conciencia, entonces el mensaje queda guardado en nuestro cerebro y, aunque nosotros no nos demos cuenta, este puede llegar a influir en futuras interpretaciones. Pienso que los demás principios gestálticos sí provocan la aparición de otros signos subliminales, por ejemplo la ley de cierre o clausura nos envía una imagen incompleta y nuestra percepción la completa, sin embargo las siluetas del diseño pueden representar no sólo uno sino dos o más mensajes que nuestro cerebro no logra interpretar.

10 de octubre de 2011, 20:56

Anónimo dijo...

a 198716804 Lo que he podido investigar y comprender es que la mente humana se divide básicamente en dos partes o niveles: conciencia y subconsciencia. El consciente está integrado por procesos mentales cuya presencia advertimos. Es capaz de analizar, criticar, modificar, aceptar y/o rechazar las propuestas que recibe desde afuera. La subconsciencia en cambio está constituida por un conjunto dinámico de deseos, sentimientos e impulsos fuera del campo de nuestra percepción consciente, se le puede comparar con un gran banco de memoria que almacena, por períodos variables, la mayor parte de la información que percibimos, entonces en la publicidad muchos trabajan con la subconsciencia, en ods temas que a la gente le atrae, sexo o muerte por ejemplo mujeres semi desnudas ofreciendo licor, mujeres orgasmicas lavandose el pelo etc. ofreciendonos que el producto servira para obtener estos resultados.

12 de octubre de 2011, 20:39

Anónimo dijo...

Para comenzar, estoy de acuerdo con vos en el sentido en que, el ser humano no toma en cuenta el fondo y solo ve la figura, yo te lo digo, porque hasta hace poco tiempo yo era de esas personas.

en ese aspecto, la ley de figura fondo ejemplifica muy bien lo que acabas

de decir en el artículo, y en realidad todas las leyes gestalticas pueden ser utilizadas para dar mensajes ocultos, por ejemplo, y aclaro que es una opinión muy personal, la ley de cierre de gestalt, a mi parecer es la más poderosa para dar mensajes ocultos ya que provoca distracción al espectador al momento de hacerlo enfocar su atención a otra cosa, y para responder tu pregunta, pues, te puedo decir que si usas la ley de cierre y lo conjuntas con otros aspectos de legibilidad o de cesia, pues de esa manera siento yo que se podrían generar mensajes ocultos.

ahora, respecto a un comentario que hiciste sobre que mejor hubieras seguido ingeniería, bueno pues, ese comentario lo único que hace para mí es reforzar la idea de que elegí la carrera adecuada, porque no cualquiera es capaz de lograr diferentes "universos" en las personas y hacer que a pesar de su diferencia, estos "universos" respondan a lo que nosotros buscamos como diseñadores gráficos.

26 de octubre de 2011, 17:17

Anónimo dijo...

B201114973 A favor, la ley de cierre o clausura y la de ambigüedad creo que pueden ser utilizados para dar cabida a los mensajes subliminales creo que es esto es porque estas se dan gracias a la ley de figura fondo, para la ley de cierre o clausura uno completa la forma con los pocos elementos que se dan como las figuras que son predominantes por su color o tamaño para luego con la información que tenemos en el fondo terminar de darle forma, en esta se usa tanto como el fondo como la figura a la que se le da importancia logran que terminemos de completar lo que se quiere. Para esta creo que se le da importancia casi equitativa cada uno de estos elementos, tanto como el fondo como la figura van a tener el mismo poder por separado para comunicar que en conjunto tomando as fuerza. Cuando el mensaje es ambiguo se puede dar diferentes interpretaciones, esto puede ser utilizado para que se cree un interés por el receptor de tratar de comprender lo que se da haciendo que todas esas interpretaciones que se den generen atención hacia lo que se quiere comunicar, creo que esto se puede entender como un mensaje subliminal por que se darán diferentes significado pero se prestara atención a ese signo que se quiere grabar en la mente de grupo objetivo. Creo que es importante estudiar los elementos de alfabeto visual antes de entender las leyes de la percepción, esto es porque creo que facilitara el entender que elementos son los que hacen que estas leyes e percepción son las que logran que como receptores los interpretemos, digo como receptores porque creo que es de ayuda el al crear nos pongamos en los zapatos de a quienes vamos a comunicar. Logre darme cuenta que la vulnerabilidad del ser humano no radica en su aptitudes físicas si no que en las psicológicas, de que vale tener cada musculo del cuerpo bien definido y desarrollado si al presentamos un afiche con algún producto que no es de utilidad y gracias a la composición efectiva de los signos utilizados vamos a ir corriendo a comprarlo, es inimaginable la cantidad de cosas que como diseñador gráfico puede llegar a lograr en las personas, cambiar conductas, pensamientos casi me hace sentir como si el diseño hace que como personas nos tengamos que preparar para penetrar de manera violenta cada cabeza para lograr un cambio mínimo es una carrera que conlleva grandísimas responsabilidades y que creo que mas de alguna vez lograra hacer que cuestionemos nuestra ética pero que esperemos ser lo suficientemente fuertes para ir a en dirección contraria y no hacer daño.

29 de octubre de 2011, 11:25

[Publicar un comentario en la entrada](#)

[Entrada más reciente](#)

[Página principal](#)

[Entrada antigua](#)

Suscribirse a: [Enviar comentarios \(Atom\)](#)

[Recursos on-line](#)

Bibliotecas/catálogos

USAC • Archivo General de C.A. • BANGUAT • UFM • UNIS • UMG • UVG • BVU • WDL • cervantesvirtual • Project-Gutenberg •

Datos y soporte on-line

INE • Diario de Centroamérica • RAE • Google Maps •

Software para estadística, apps/sites) y videos



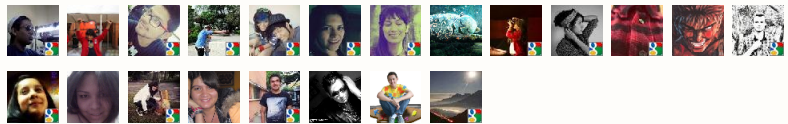
Logit Calc on-line. Logistic Regression On-line. ¿? ¿?



HOME

Seguidores

Seguidores (94) [Siguiente](#)



Seguir

Recibir temas por e-mail

Email address...

Submit