

Teoria - UX: Parte 2 - Gestalt y Leyes UX

Las 13 Leyes de la Gestalt

1. Ley de la Totalidad

- La percepción del todo es más importante que la suma de las partes.
- El diseño debe funcionar de manera integral, no como elementos aislados. El look & feel global importa tanto como cada botón.

2. Ley de la Estructura

- La mente organiza los estímulos en patrones coherentes.
- Interfaces con grillas, alineaciones y layouts bien definidos ayudan a que el usuario entienda mejor la información.

3. Ley Dialéctica

- La percepción surge de la relación entre opuestos o tensiones visuales.
- Usar contraste entre secciones claras y oscuras, botones activos/inactivos, o feedback positivo/negativo.

4. Ley del Contraste

- Los elementos diferentes resaltan respecto a su entorno.
- Se usa para dar jerarquía: CTA en color destacado, tipografía más grande para títulos, o alertas en rojo.

5. Ley del Cierre

- La mente completa figuras incompletas para darles sentido.
- Íconos minimalistas, loaders circulares incompletos o gráficos simplificados.

6. Ley de la Compleción

- Similar al cierre, pero más enfocada en que el usuario percibe lo “faltante” como parte de un todo.
- Barras de progreso, checklists o pasos incompletos que motivan al usuario a terminarlos.

7. Ley de la Prägnanz (Buena Forma)

- Se tiende a percibir la forma más simple, ordenada y estable posible.
- Interfaces limpias, minimalistas, con layouts predecibles y sin ruido visual.

8. Ley de la Invariancia Topológica

- Los objetos se reconocen aunque cambien de tamaño, color o posición.
- Iconos de navegación, logotipos o patrones de interacción que mantienen su identidad aunque se adapten en responsive design.

9. Ley del Enmascaramiento

- Un objeto puede ocultar o distorsionar la percepción de otro.
- Overlays, modales, menús desplegables que “tapan” el contenido, o el mal uso de fondos recargados que dificultan la legibilidad.

10. Ley de Birkhoff (Estética como orden + complejidad)

- La belleza se percibe como equilibrio entre orden y complejidad.
- Una app atractiva no es solo minimalista, sino que equilibra simplicidad con detalles visuales (iconografía, microinteracciones).

11. Ley de la Proximidad

- Elementos cercanos se perciben como relacionados.
- Agrupar campos en formularios, menús, tarjetas de productos, o etiquetas con sus inputs.

12. Ley de la Memoria

- El usuario recuerda patrones visuales familiares.
- Consistencia en botones, menús, colores de estado (verde=ok, rojo=error). Evita “reinventar la rueda” en patrones ya aprendidos.

13. Ley de la Jerarquización

- La mente organiza la información en niveles de importancia.
- Uso de tipografía, tamaños, colores y espacios para guiar la atención:
títulos → subtítulos → texto → detalles.

Leyes de UX:

1. Atención selectiva

El enfoque solo sobre un subconjunto relevante de estímulos ayuda a que los usuarios se concentren en lo importante.

2. Carga cognitiva

Cuida la cantidad de recursos mentales que el usuario necesita invertir para comprender y usar la interfaz.

3. Efecto estética-usabilidad

Un diseño visualmente atractivo se percibe como más usable; puede incluso maquillar pequeños problemas de usabilidad.

4. Efecto de posición en serie (Serial Position Effect)

Tendemos a recordar mejor el primer y el último elemento de una serie.

5. Efecto de tendencia a la meta (Goal Gradient Effect)

La cercanía al objetivo impulsa la motivación y el acercamiento a él.

6. Efecto Von Restorff

Un elemento que difiere del resto resalta y es más memorable.

7. Efecto Zeigarnik

Recordamos mejor las tareas incompletas o interrumpidas que las finalizadas.

8. Fluir (Flow)

Estado mental de inmersión total y disfrute en una actividad.

9. Fragmentación (Chunking)

Agrupar información en unidades más pequeñas facilita su comprensión.

10. Memoria de trabajo (Working Memory)

Sistema cognitivo que sostiene temporalmente la información necesaria para completar tareas.

11. La Navaja de Occam (Occam's Razor)

Prefiere explicaciones simples con menos supuestos.

12. Ley de Conectividad Uniforme

Los elementos visualmente conectados se perciben más relacionados.

13. Ley de Fitts

El tiempo para alcanzar un objetivo depende de la distancia y su tamaño.

14. Ley de Hick

Cuantas más opciones y más complejas sean, más difícil y lento es decidir.

15. Ley de Jakob

Los usuarios esperan que tu sitio funcione igual que otros ya conocidos.

16. Ley de la Semejanza

Elementos similares se agrupan visualmente aunque estén separados.

17. Ley de Miller

La mayoría solo puede retener entre 5 y 9 elementos en memoria activa.

18. Ley de Parkinson

Una tarea se expande hasta llenar el tiempo disponible para completarla.

19. Ley de Postel

Sé flexible en lo que aceptas, conservador en lo que envías.

20. Ley de Proximidad

Elementos cercanos se perciben como relacionados.

21. Ley de Prägnanz

Percibimos las formas más simples y ordenadas posibles.

22. Ley de la Región Común (Common Region)

Los elementos dentro de un área delimitada se perciben como grupos.

23. Ley de Tesler (Conservación de la Complejidad)

Hay complejidad inherente que no se puede eliminar, solo trasladar entre sistema y usuario.

24. Modelo Mental (Mental Model)

Representación interna de cómo creemos que funciona algo; coincidir con el modelo del usuario mejora la experiencia.

25. Paradoja del Usuario Activo (Paradox of the Active User)

Los usuarios tienden a ignorar manuales y prefieren usar un sistema desde el inicio.

26. Principio de Pareto (Pareto Principle)

El 80 % de los resultados provienen del 20 % de esfuerzo.

27. Regla de Fin de Pico (Peak-End Rule)

Las personas evalúan una experiencia por su pico emocional y su final, más que por su duración total.