

Gestalt do objeto em websites – Parte 01

23 de abril de 2010 por [Fabio Aires](#)

Este é o primeiro de uma série de artigos que falarão sobre as leis ou princípios da Escola Gestalt aplicados ao desenvolvimento do design de websites.

A Gestalt é uma Escola de Psicologia Experimental que teve como seus maiores pensadores Max Wertheimer (1880/1943), Wolfgang Kohler (1887/1967) e Kurt Koffka (1886/1941), da Universidade de Frankfurt, na Alemanha. Eles realizaram vários testes práticos de onde extraíram princípios, forças elementares da percepção visual humana, com base em suas observações. Segundo os teóricos, os humanos vêem, percebem os objetos não como figuras decompostas em outras menores e isoladas, mas sim como objetos relacionados, onde uma parte depende de outra para formar um chamado “todo”. Percebemos tal totalidade de maneira inconsciente e automática devido a forças internas fisiológicas e involuntárias, asquais chamaremos, neste artigo, conforme definido em tal Escola, de princípios ou leis.

[...] a palavra Gestalt [pronuncia-se ‘GUESTALT’] (plural gestalten) é um termo intraduzível do idioma alemão para o português. O dicionário eletrônico Michaelis apresenta como possibilidades as palavras figura, forma, feição, aparência, porte, estatura, conformação, vulto, às quais ainda se pode acrescentar estrutura e configuração (Instituto Gestalt de São Paulo).

Gestalt tem como significado uma integração de partes em oposição à soma do todo. Através da Gestalt, obtemos respostas aos porquês de certas organizações visuais transmitirem harmonia e agradarem mais que outras. Quando alguém entra em um ambiente, um restaurante, e ao olhar a sua volta percebe algo que o incomoda, mas que ele não consegue definir o que é, na verdade, são as leis da Gestalt que estão atuando (Revista Webdesign, 2007). Assim também é com websites.

Olhamos, percebemos todo o visual do site, mas existe algo que nos incomoda que faz com que sejamos distraídos do objetivo principal, mas que não sabemos definir o que é. A hipótese da Gestalt atribui ao sistema nervoso centrar um dinamismo auto regulador para explicar a origem dessas forças integradoras que, à procura de sua própria estabilidade, tende a organizar as formas em todos coerentes e unificados. Essas constantes das forças de organização são o que os *gestalistas* chamam de padrões, fatores, princípios básicos ou leis de organização da forma perceptual. São essas forças ou esses princípios que explicam por que vemos as coisas de uma determinada maneira e não de outra (GOMES FILHO, 2006, p.20).

DONDIS (2003, p. 22) afirma que um dos trabalhos mais significativos no campo da abordagem da questão da procedência do significado nas artes visuais foi o

realizado “pelos psicólogos da Gestalt, cujo principal interesse tem sido os princípios da organização perceptiva, o processo da configuração de um todo a partir das partes”.

De acordo com a Gestalt, a arte se funda no princípio da pregnância da forma. Ou seja, na formação de imagens, fatores de equilíbrio, clareza e harmonia visual constituem para o ser humano uma necessidade e, por isso, são considerados indispensáveis, seja numa obra de arte, num produto industrial, numa peça gráfica, num edifício, numa escultura ou em qualquer outro tipo de manifestação visual (GOMES FILHO, 2006, p.17).

As leis ou princípios que descrevem o comportamento cerebral perceptivo humano, descritos pelas leis formuladas por esta escola no campo da Psicologia Perceptual da Forma, fornecem um instrumental para a concepção de trabalhos gráficos mais consistentes, organizados e com um design que transmita a mensagem publicitária de tal forma que o usuário venha a captar o que está sendo anunciado rapidamente e ainda mais, podendo este ainda ter uma melhor experiência em termos de navegabilidade e aproveitamento do tempo em que está à procura de algo de interesse dele.

A Internet tem sido cada vez mais utilizada como mídia publicitária, o que, inevitavelmente, em breve a tornará a principal mídia neste ramo. Isso gera uma preocupação em relação aos designs de sites, se estão propiciando a transmissão da mensagem de forma rápida e plena. Tão grande é a importância de tal assunto que as equipes de planejamento e criação das agências digitais e publicitárias estão buscando meios e técnicas que ajudem na resolução desta questão. Lembrando aqui que não temos a utopia de tentar esgotar tal assunto, visto que a internet é uma mídia relativamente nova e a aplicação das leis da boa forma da Escola Gestalt neste meio carece de material didático especializado, sendo que estas próprias leis da percepção da forma são “...uma linha de pesquisa extensa pela sua abrangência e seus temas inesgotáveis” (GOMES FILHO, 2006).

E quando falamos em leis da boa forma, nos referimos a padrões de leitura visual, o que implica na necessidade de um alfabetismo visual.

Devemos buscar o alfabetismo visual em muitos lugares e de muitas maneiras, nos métodos de treinamento de artistas, na formação técnicas de artesãos, na teoria psicológica, na natureza e no funcionamento fisiológico do próprio organismo humano. (DONDIS, 2003, p.18)

Assim, pode-se afirmar que a Gestalt nada mais é que um caminho entre tantos outros que têm por objetivo estabelecer princípios gerais para a melhoria do design em um determinado meio com vistas a atingir de forma positiva os indivíduos que percebem a mensagem transmitida. João Gomes filho, no seu livro Gestalt do Objeto Sistema de Leitura Visual da Forma, implementa um sistema de leitura visual com base nas leis ou teorias da Escola Gestalt, traduzindo conceituações ou formulações abstratas e geométricas em aplicações conceituais práticas para serem aplicadas no design de objetos em qualquer meio.

Constatamos que muitos dos conceitos e fatores da organização formal estudados pelos psicólogos da Gestalt coincidiam exatamente com as nossas preocupações e práticas projetuais relativas à concepção de produtos com configurações formais fundamentadas nos princípios de ordenação, equilíbrio, clareza e harmonia visual, alicerces da formulação gestáltica no campo da percepção da forma [...] poderíamos avançar com a abrangência deste sistema de leitura para estendê-lo, não só ao campo do design e suas diversas especializações, mas a todos os modos de manifestações visuais... (GOMES FILHO, 2006, p.13)

Sobre a necessidade do estudo da linguagem visual com fins de aplicação nos ramos da comunicação social em geral, não nos baseamos em questões puramente tradicionais, e sim na importância natural humana que se dá ao que se vê. SILVA (2008) apud SANTAELLA (1993, p.11) diz:

[...] 75% da percepção humana é visual. A segunda em importância cabe ao ouvido, com 20%, e aos demais sentidos, representados por olfato, paladar e tato, 5%. Fica evidente o domínio absoluto do sentido visual como elemento mediador das atividades do homem.

Donis A. Dondis, em seu livro “Sintaxe da Linguagem Visual”, corrobora o dito anterior:

Não é difícil de detectar a tendência à informação visual no comportamento humano. Buscamos um reforço visual de nosso conhecimento por muitas razões; a mais importante delas é o caráter direto da informação, a proximidade da experiência real [...] Em textos impressos, a palavra é o elemento fundamental, enquanto os fatores visuais, como o cenário físico, o formato e a ilustração, são secundários ou necessários apenas como apoio. Nos modernos meios de comunicação acontece exatamente o contrário. (DONDIS, 2003, p.6,12)

Com base nesses conceitos, nossa abordagem será tanto na questão da funcionalidade quanto da mensagem comunicativa, qualidades do design, sendo que os Websites são produtos visuais responsáveis por oferecer não só funcionalidades, mas também transmitir a mensagem publicitária e direcionar a atenção dos usuários para produtos e serviços convencionais que satisfaçam as necessidades e os desejos das pessoas.

Entende-se por design a melhoria dos aspectos funcionais, ergonômicos e visuais dos produtos, de modo a atender às necessidades do consumidor, melhorando o conforto, a comunicação, a segurança e a satisfação dos usuários. (FAVA, 2006, p. 11)

Nós próximos artigos falaremos sobre o comportamento do internauta e as necessidades da adequação do design, introdução a Escola Gestalt e suas teorias e aplicações práticas de leis da Gestalt na composição visual de páginas de internet.

Referências

- GESTALT como processo de alfabetização visual. Revista Webdesign, Rio de Janeiro, n. 37, p. 31-37, Janeiro, 2007.
- DONDIS, Donis A. Sintaxe da Linguagem Visual. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- FAVA, Ricardo Almeida. Design Gráfico. Ricardo Almeida Fava. Dourados: UNIGRAN, 2006.
- GOMES FILHO, João. Gestalt do Objeto: Sintaxe da Leitura Visual da Forma. 7a Ed. São Paulo: Escrituras, 2006.
- RIBEIRO, Jorge Ponciano. Gestalt – refazendo um caminho. 7a Ed. São Paulo: Summus Editorial, 1985.
- SILVA, Rafael Souza (Org.). Discursos simbólicos da mídia. São Paulo: Edições Loyola, 2005.

Fonte: <http://imasters.com.br/artigo/16630/teoria-do-design/gestalt-do-objeto-em-websites-parte-01/>