**COMUNICACIÓN VISUAL PUBLICITARIA**

**ASPECTOS SEMÁNTICO**

**CONNOTACIÓN Y DENOTACIÓN**

****

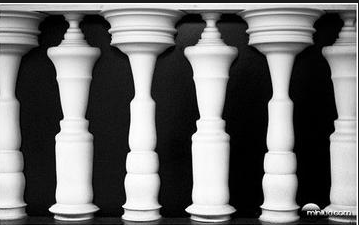
****

**LEYES DE LA GESTAL**









**LEY DE LA PROXIMIDAD**

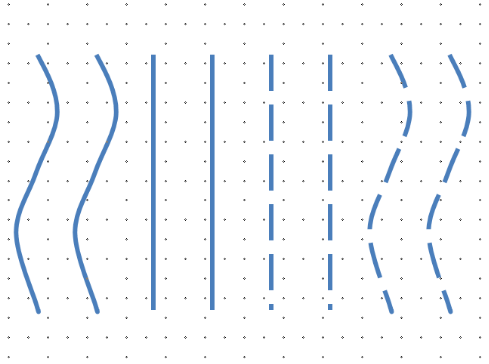
Nuestra percepción tiende a asociar los elementos que se encuentran cerca y a considerarlos como un grupo. Ilusiones ópticas relacionadas con la percepción de la forma.

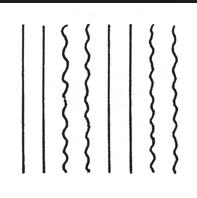
****

****

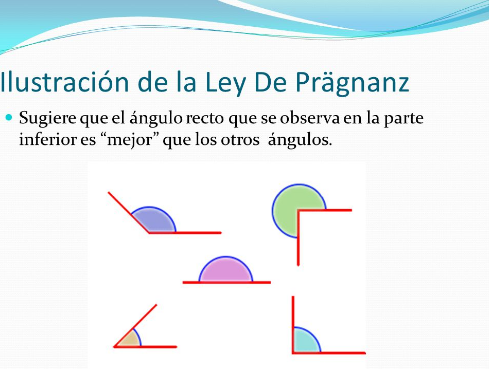
**LEY DE IGUALDAD O EQUIVALENCIA**

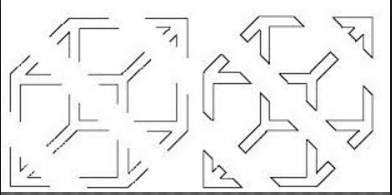
Cuando concurren varios elementos de diferentes clases, hay una tendencia a constituir grupos con los que son iguales.

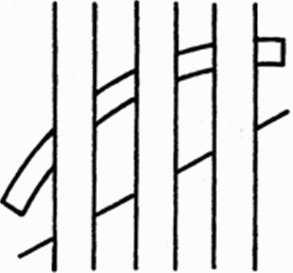
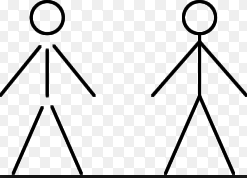
****

****

**LEY DE PRÂGNANZ (LEY DE LA BUENA FORMA Y DESTINO COMUN)**

****

****

** **

****

**LEY DE CIERRE**

La línea es una creación del dibujo, una abstracción, y es difícil encontrarla aislada en la naturaleza, por ello, siempre se asocian al límite de una superficie.

****

****

****

****

**LEY DE LA EXPERIENCIA**

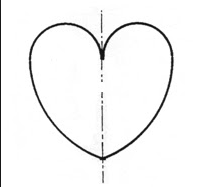
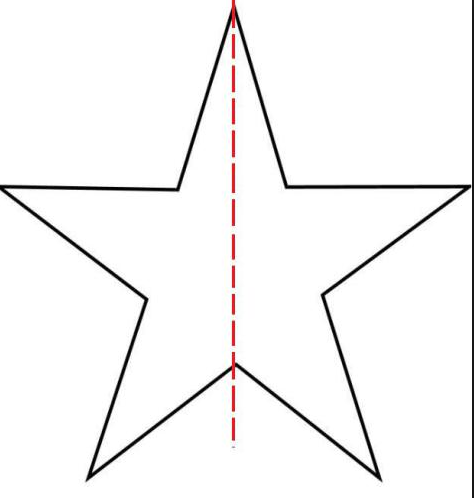
Esta es una ley muy discutida por que ataca cuestiones de fondo.

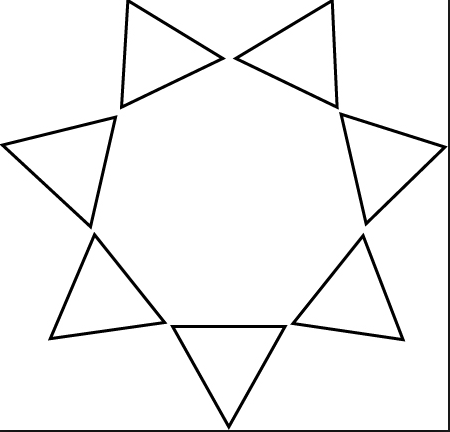
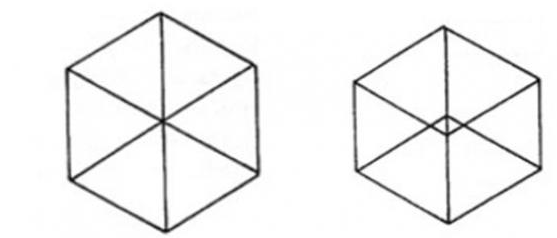




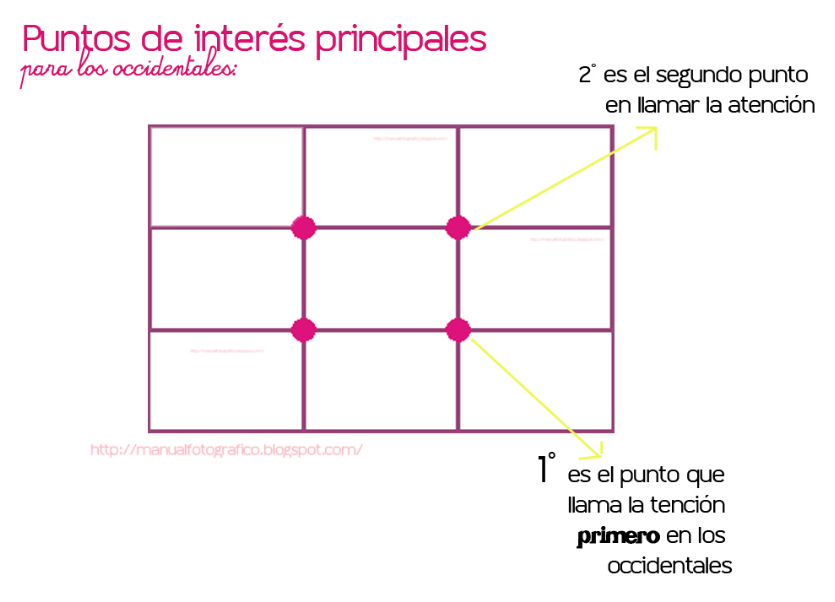
**LEY DE SIMETRIA**

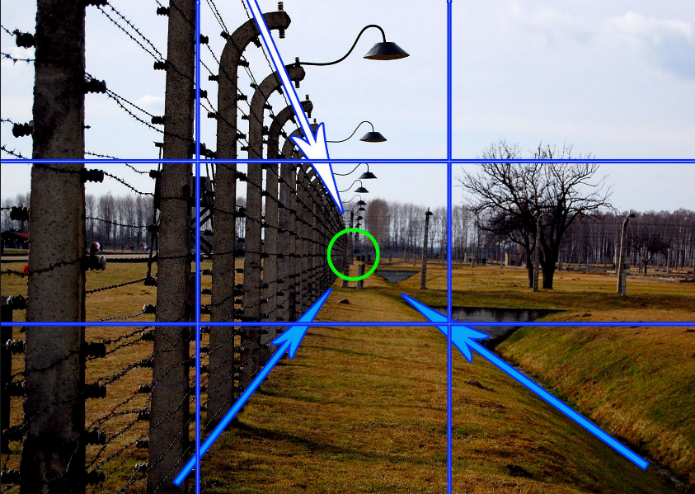
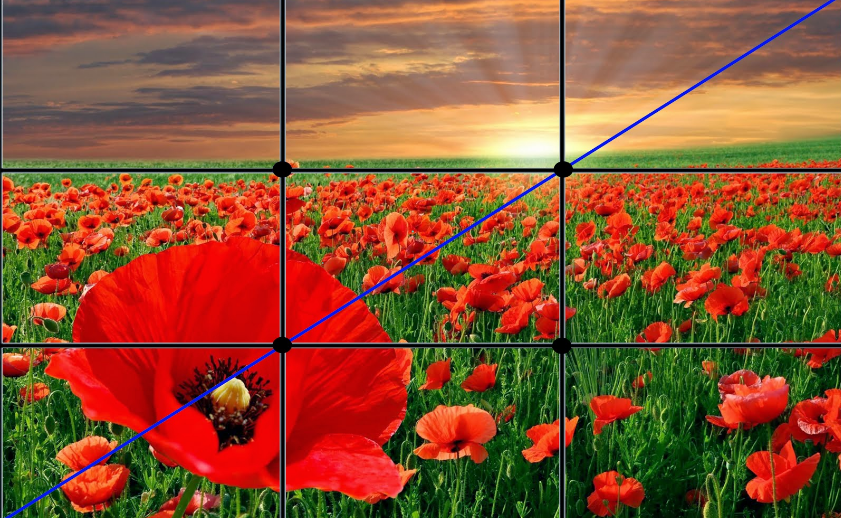
Es una ley muy arraigada en el ser humano, probablemente porque su propia estructura fisiológica, también es simétrica.



****

**LEY DE TERCIOS**

****

****

**SENSACIONES PERCEPTIVAS**

* **DE ARRIBA HACIA ABAJO**

****

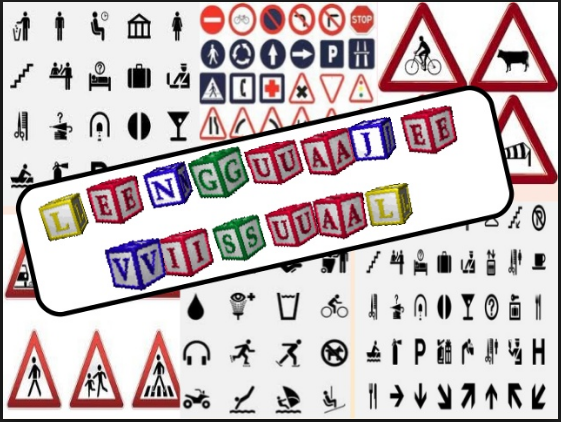


**LENGUAJE VISUAL**



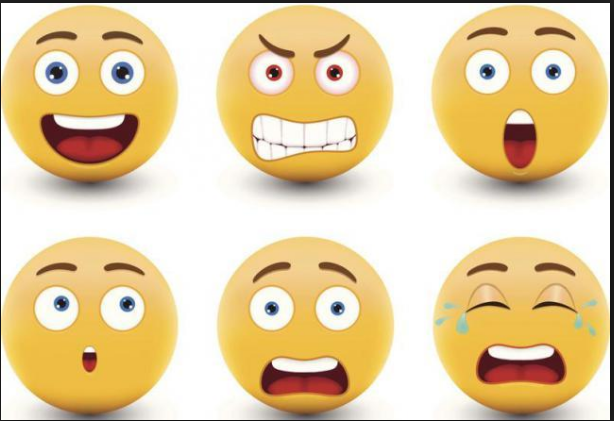
***SEÑALES DE TRANSITO***







LENGUAJE DE IMAGEN





**POLISEMIA**

**PALABRAS IGUALES DIFERENTES SIGNIFICADOS**



