



NOMBRE DEL ALUMNO (A): JOSUE RUBEN PEREZ ROBLERO

NOMBRE DEL PROFESOR (A): MARIA EUGENIA PEDRUEZA.

MATERIA: TEORIA Y APLICACIÓN DEL COLOR

GRADO: PRIMER CUATRIMEASTRE

NOMBRE DEL TRABAJO: EJEMPLOS DE LAS SENSACIONES QUE PROVOCAN LOS
COLORES EN LOS LOGOTIPOS.

GRUPO: DISEÑO GRAFICO



El amarillo siendo uno de los colores mas luminosos representa muchas cosas como la felicidad, alegría lo positivo, En este logo pude transmitir un estimulo de felicidad.



Dependiendo de la tonalidad del color este puede transmitir sensaciones diferentes como en este caso el amarillo es un poco más oscuro, este siendo una marca que da la sensación que se relaciona a productos de trabajo y a la opulencia.



este logo tiene como base el color marrón que puede transmitir una sensación de apetito ya que lo podemos asociar con el chocolate, café, la tierra en este caso es el logo de un producto echo de chocolate.



Este logo de igual manera tiene como base el color marrón pero un poco mas neutro, despierta una sensación de gusto por el café siendo una marca asociada al consumo de café, así como también podemos observar en el centro del logo un color mas claro que puede referirse al otro producto que se mezcla con el café.



El azul se asocia mucho con varias cosas como el color del agua, cielo, es un color agradable y sociable, se asocia también con la limpieza, salud y la tecnología, en este caso podemos observar una marca de Skype, de comunicación esta transmite confianza, tranquilidad.



Este siendo un logo de una maraca muy reconocida que es la de Nike, el color tramite una sensación como la elegancia, de limpieza y lujosidad entre otras sensaciones como el poder.



Este logo esta asociada a la vida, naturaleza, la salud este transmite una sensación de la frescura del producto de lo saludable.



El color verde que representa y transmiten diferentes sensaciones como en este logo es algo natural y saludable ya que este color representa la vida, salud, naturaleza, etc.



El rojo siendo un color muy llamativo, representa el amor, la sangre un color que marca el peligro, emergencia es el color de algunas frutas, transite la sensación de apetito hacia un producto como en este caso es un logo de coca cola trasmite el apetito y lo estimula.