



Nombre. Carlos Israel Bautista Espinoza

Profesor. María Eugenia Pedrueza Cano

Materia. Teoría y aplicación del col

Trabajo. Logotipos

Primer cuatrimestre

Diseño Grafico

The VANS logo is displayed in a bold, black, sans-serif font. The word "VANS" is written in all caps, with a horizontal line above the letters "A" and "N". The logo is centered within a white square that has rounded corners and a subtle drop shadow.

El blanco es un color reflectante que **representa pureza, satisfacción y eficiencia**, las marcas que buscan transmitir un cierto nivel de exclusividad y lujo usan el color blanco con éxito

Este logo fue vasado en una plantilla que pretendía pintar en las patinetas de sus clientes y sobre las suelas de las propias patinetas

The Coca-Cola logo is the classic script font, rendered in white. It is centered on a solid red square background. The logo has a slight drop shadow.

El rojo es sinónimo de **emociones intensas y normalmente se asocia con la excitación, pasión, energía y acción.**

La marca dela coca esta en rojo para que los consumidores identifiquen casi universalmente el rojo y blanco, ya que son los colores estándar de las maquinas.

The Levi's logo is the word "LEVI'S" in a bold, white, sans-serif font. It is set against a red background that is shaped like a batwing or a banner with a wavy bottom edge. A small registered trademark symbol (®) is located at the bottom right of the logo.

A pesar de los tonos de rojo que sea es sinónimo de emociones intensas y normalmente se asocia con la excitación, pasión, energía y acción. Sin embargo otras emociones negativas como la agresividad peligro furia

El logo de color rojo de levis representa la fuerza en los jeans



El color amarillo es un color que expresa accesibilidad y cercanía, el amarillo es uno de los colores más alegres

El amarillo puede transmitir innovación y precaución lo que hace perfecto el color para el logotipo que transmite el trabajo duro



La tipografía del logotipo presenta líneas gruesas, formas redondeadas y algunos elementos afilados, colocados en los extremos de las líneas de letras. El emblema brillante y notable evoca un sentido amistoso y acogedor, mostrando a la marca como una marca moderna y progresiva por el color amarillo



El verde, además de transmitir tranquilidad y calma, se asocia con la naturaleza, prosperidad, fertilidad, salud, y generosidad. Sin embargo, como ocurre con los demás colores, otras connotaciones negativas como la envidia y los celos son asociados al color verde.

El logotipo original, formado por una sirena con dos colas, lo imaginó Heckler. En la mitología griega, esta sirena atraía a los marineros a la costa de una isla llamada Starbuck. Así que utilizaron la imagen de la sirena para atraer a los amantes de las aguas profundas para que vinieran a beber las suyas



En muchas partes del mundo el color azul representa libertad, lealtad, armonía, verdad y seriedad. Así mismo, está asociado a la energía física y al deporte. También a la masculinidad, al modernismo y el desarrollo tecnológico

La idea principal de este diseño fue que se mostrase como el coche del pueblo mostrar que es una marca confiable



En muchas partes del mundo el color azul representa libertad, lealtad, armonía, verdad y seriedad. Así mismo, está asociado a la energía física y al deporte. También a la masculinidad, al modernismo y el desarrollo tecnológico



Entre otras de las connotaciones positivas del color gris, podemos decir que refleja seguridad, modestia, confianza, inteligencia y conocimiento. Por último, el color gris puede ser sinónimo de calma, compostura y estabilidad.



El naranja quiere decir entusiasmo, confianza, éxito, generosidad y creatividad. Es un color con un carácter cálido, y no llega a ser tan agresivo como el color rojo. Incita a la creatividad y tiene un efecto extrovertido y vibrante