

07013

TESIS PROFESIONAL PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADO EN DISEÑO GRAFICO.

QUE PRESENTA:
OCTAVIO CONSTANTINI SCHIEVENIN

5
2ej



ARQ. GUILLERMO DE LA TORRE
PRESIDENTE DE LA COMISION
REVISORA DE TESIS

SEÑALIZACION DE UN CLUB CINEGETICO Y CALENDARIO CINEGETICO.



UNIVERSIDAD AUTONOMA DE GUADALAJARA
INCORPORADA A LA
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO



ARQ. y Ma. GUILLERMO DE LA TORRE
DIRECTOR
ESCUELA DE ARTES PLASTICAS

Guadalajara, Jalisco. México. Junio 1990.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

INDICE

CAPITULO I	1	CAPITULO IV	32
SIGNOS BASICOS. _____	2	CALENDARIO CINEGETICO. _____	33
SISTEMA DE SIGNOS. _____	3	MAPAS. _____	35
ELEMENTOS DE UN SIGNO. _____	4	CLUB CINEGETICO. _____	38
PICTOGRAMAS. _____	5	TRAP. _____	39
SIMBOLOS GRAFICOS. _____	6	JAULA _____	41
INTERPRETACION DE LAS SEÑALES. _____	7	COLOMBAIRE _____	43
CAPITULO II		SKEET _____	45
DISEÑO EDITORIAL		PISTOLA _____	47
PROPORCIONES DE LOS BLANCOS. _____	9	RIFLE _____	49
PRECAUCIONES PARA EL USO DE LOS		CAPITULO V	57
BLANCOS. _____	10	CONCLUSIONES _____	58
ANCHO DE COLUMNA. _____	12	BIBLIOGRAFIA _____	59
RETICULA. _____	14	PRESUPUESTOS _____	60
FOLIOS. _____	16		
CONSTRUCCION DE LA MANCHA. _____	20		
CAPITULO III			
COLOR	21		
¿QUE ES COLOR? _____	22		
PERCEPCION DEL COLOR. _____	23		
COLORES COMPLEMENTARIOS. _____	23		
VISIBILIDAD Y DESTAQUE DE LOS			
COLORES. _____	24		
VARIABLES DEL COLOR. _____	25		
SIGNIFICACION EMOTIVA DE LOS			
COLORES. _____	26		
COLOPR PARA REPRODUCIR. _____	29		
MAGAZINES O REVISTAS. _____	30		
CALENDARIOS. _____	31		





CAPITULO I

SIGNOS BASICOS

Empezaron con la utilización de hombres y animales para representar cosas, al igual - que ahora, pero ya evolucionados.

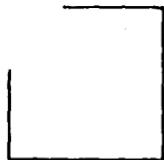
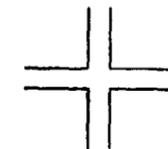
CUADRADO: Este representaba la tierra - y los cuatro puntos cardinales. Es inquietan - te cuando se apoya sobre uno de sus vertices. Perfecto para señales.

TRIANGULO: Apoyado sobre una de sus ca - ras muestra firmeza y estabilidad. Apoyado - sobre uno de sus vértices muestra acción ba - lanza y sentido de precaución. Excelente pa - ra señales informativas.

CIRCULO: Fue símbolo de movimiento des - de la invención de la rueda, no tiene princi - pio ni fin.

FLECHA: Antiguamente fue relacionado - como cuestión sobrevivencia y caza. Lo for - man dos líneas oblicuas que convergen.

CRUZ: Se usa como referencia.



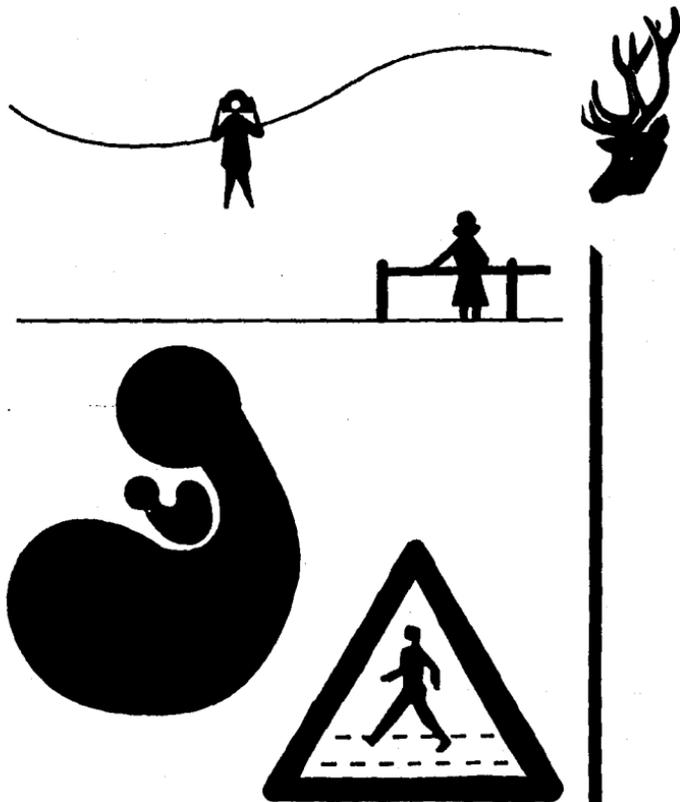
SISTEMA DE SIGNOS

Son los tipos de signos que las personas han creado y dividido, dependiendo de su significado.

SIGNOS SOCIALES: Están ligados únicamente a ciertos grupos sociales, no son mundiales.

SIGNOS ESTETICOS: Comprendidos dentro de la disciplina de la semiología, se basan en la definición de convencional y simbolizaciones, que son casi individuales afectando los grupos íntimos.

SIGNOS LOGICOS: Proporcionan explicación y pronóstico del medio, son universales pues hablan más que cualquier lenguaje o lengua.



ELEMENTOS DE UN SIGNO

Son las partes de las que se componen los signos.

PUNTO: Unidad más pequeña de un gráfico.

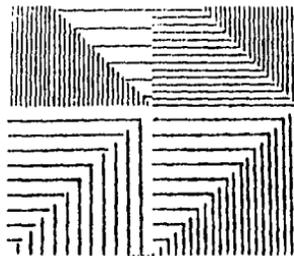
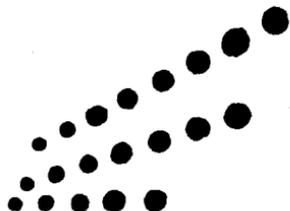
LÍNEA: Es una sucesión de puntos.

CURVA: Es una línea que no tiene una misma dirección.

SUCESION Y RITMO: Son varias líneas -- que nos dan una visualización de espaciado y ritmo.

simetría y asimetría: La simetría es -- la compaginación exacta entre dos partes y -- asimetría es la que no compagina.

LÍNEA OBLICUA: Es la línea desviada de cualquier horizontal o vertical.



PICTOGRAMAS

Tienen cinco características:

- a) Debe tener carácter de signo, no debe ser ilustración.
- b) Es culturalmente neutra.
- c) No debe herir ningún tabú.
- d) Debe ser neutral a nivel de información.
- e) Debe hacer la información más fácil y no más difícil.

Los pictogramas dependen más de su significado que de la distancia. Esto quiere decir que nosotros distinguimos el significado a gran distancia y no necesitamos de letras para identificarlo.



SIMBOLOS GRAFICOS

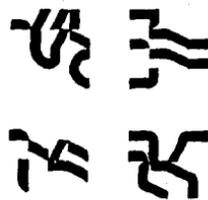
Existen los dramáticos y económicos que son simples reproducciones de los objetos y - conceptos.

Cuando sólo tienen relación con el objeto, estos son abstractos.

IMAGEN: Lo que capta el ojo aunque algunas veces se equivoca y cree captar algo -- que no es.

ESQUEMA: Debe ser de un objeto real, - para poder describirlo no sólo con palabras.

PLANO: Espacio y estructuración de una secuencia de líneas y colores.



INTERPRETACIONES DE SEÑALES

Se dividen en: De prohibición absoluta, de prohibición restrictiva, de prohibición ilustrada y también están las instructivas.

LAS TRIANGULARES: Son informativas.

COLOR: El rojo viene siendo el más significativo.

PICTOGRAMAS: Son de entendimiento mundial.

IDEOGRAMAS: Son la representación de ideas o cualidades.



Informativas



preventivas



restrictivas





CAPITULO II

DISEÑO EDITORIAL

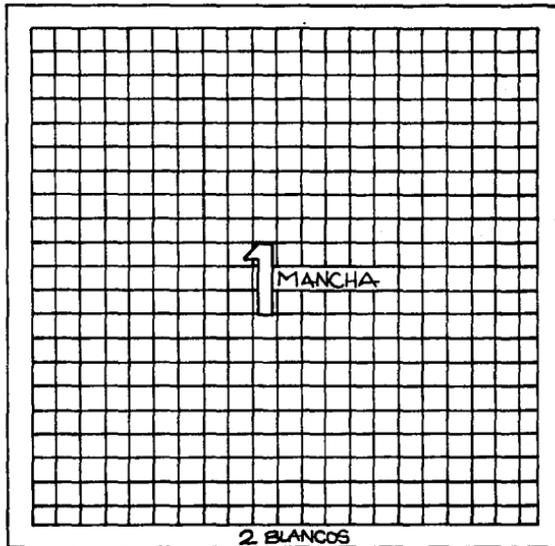
PROPORCIONES DE LOS BLANCOS

Son las partes en blanco que rodean a la mancha.

Estos espacios se dejan por dos motivos.

- Motivo Técnico: Los cortes de páginas son variables, estos pueden ir de 1 a 5 centímetros y así evitamos el corte del texto.

- Motivos Estéticos: La comodidad para una buena lectura muchas veces depende de la buena proporción de algunos blancos.



PRECAUCIONES PARA EL USO DE LOS BLANCOS

- Es recomendable dejar una buena anchura de los blancos para evitar el corte de la mancha.

- Las grandes ilustraciones en libros hacen perder las páginas cuando estas no tienen blancos.

- Un diseñador debe conseguir las proporciones más adecuadas para los blancos.

- Cuando los blancos son pequeños el lector siente que está muy saturado el contenido.

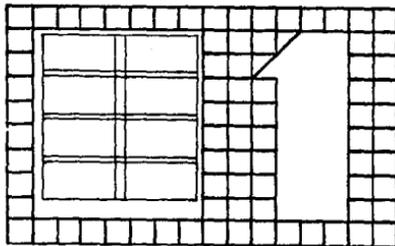
- Una relación armónica y proporcionada de los blancos en general da un efecto agradable y tranquilizador.

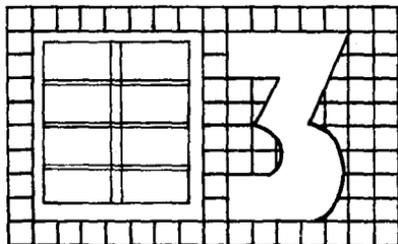
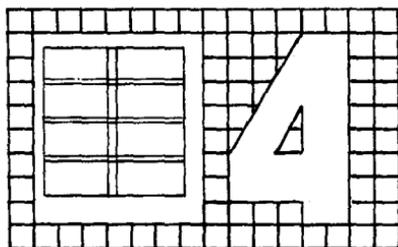
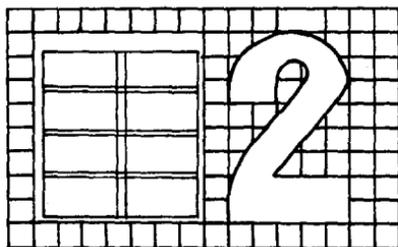
Ejemplos de blancos:

1. Muestra una mancha demasiado alta, por esa razón parece escaparse hacia arriba.
2. La mancha está demasiado baja, ópticamente parece que va a caer.

3. Muestra una imagen reticular que con respecto a la altura se encuentra bien por los márgenes de corte, lomo y cabeza son del mismo tamaño, lo que resulta insatisfactorio, porque no produce una configuración interesante.

4. Muestra las proporciones de blancos útiles y agradables en relación con el tamaño de la página y mancha.





ANCHO DE COLUMNA

Es importante porque la legibilidad depende del ancho de columna y del interlineado.

El tamaño de los tipos, deben ser de un cierto tamaño para que puedan ser leídos a una distancia de 30-35 centímetros sin esfuerzo.

Puntos que cansan la lectura:

- Líneas demasiado largas: es bastante cansado para el ojo mantener una línea horizontal larga.
- Líneas demasiado cortas: El ojo es obligado a cambiar de línea demasiado rápido.
- Líneas de texto muy próximas entre sí: El interlineado debe ser amplio para que el ojo no mezcle un párrafo con otro.
- Cuando se utilicen tipos de letras muy grandes las imágenes que se utilicen no deben de ser muy pequeñas.

- El ancho de columna debe de crear un ritmo regular y agradable para así poder tener una lectura pendiente del texto o contenido.

Puntos importantes del interlineado:

- Las líneas demasiado juntas, perjudican la lectura porque entran varias líneas en el campo visual del ojo y este se confunde.
- El interlineado con demasiado espacio dificulta la relación de una línea con otra.
- Un buen interlineado presta seguridad al ojo además de que estabiliza rápidamente el ritmo de lectura.
- Los textos largos deben tener un interlineado amplio y marcar la diferencia entre cada párrafo.





_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____

S _____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____

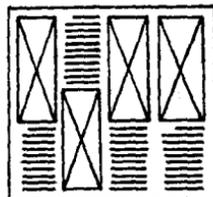
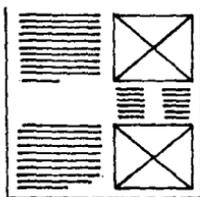
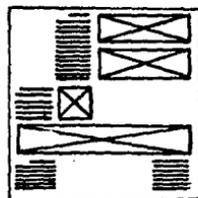
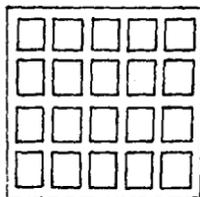
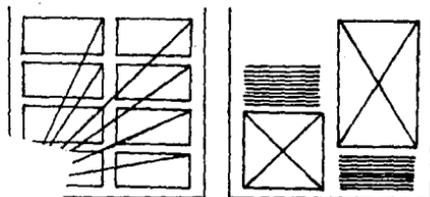
RETICULA

- . Principio de orientación.
- . Después de la mitad de los años 40's en Suiza salieron a la luz los primeros impresos con retícula, dándose una concepción de texto e imagen como una orientación del tema.

. Con una retícula podemos obtener: orden, claridad, análisis creativo y técnico -- productivo, disciplina en procesos mentales, armonía y reconocimiento de la impresión del trabajo.

. Con la retícula podemos dividir la superficie en campos y espacios a manera de rejera que pueden ser de diferentes dimensiones.

- La altura es igual al número de líneas del texto.
- El ancho es igual al de la columna del texto.
- Estas pueden ser medidas con picas, cuadratines y centímetros.



SEPARACION DE CAMPOS

. Las imagenes y el texto no se deben tocar para así tener mayor legibilidad.

. Colocar una pequeña reseña bajo las ilustraciones.

. Distancia Vertical: Puede ser de 1, 2 o más líneas de texto.

. Distancia Horizontal: Está va de -- acuerdo al tamaño de los tipos de letra.

MOTIVOS PARA USAR RETICULA

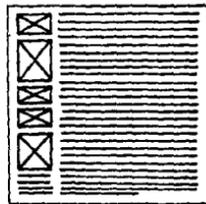
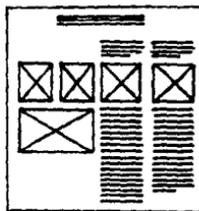
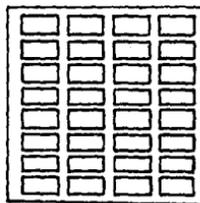
Existen dos motivos que son: los económicos y los racionales.

. Económico: Menos tiempo, menos costo y mayor aprovechamiento del material.

. Racionales: Para resolver problemas aislados.

¿Para qué sirve la Retícula?

- Para la solución de problemas visuales.
- Es utilizada en catálogos, anuncios, folletos, libros, etc., por los diseñadores gráficos.
- Favorece la credibilidad y la capacidad de retención.



FOLIOS

Los folios son los números de las páginas incluyendo su colocación para dar una vista funcional y estética.

La colocación de los folios va en función de la posición de la mancha y de los blancos.

Se puede colocar en el blanco del lomo cuando este es ancho, si se coloca en el centro de la página parece estar estético y si se coloca en el blanco del corte parece ser dinámico.

Cuando se coloca a la izquierda o derecha de la mancha la distancia es normalmente la del espacio intermedio entre columnas.

Ejemplos de página izquierda con una sola columna.

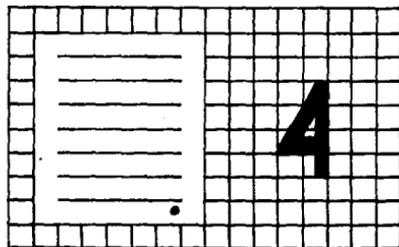
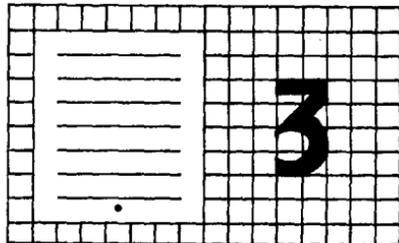
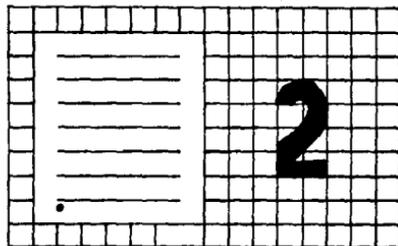
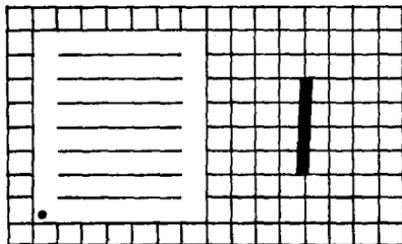
Ejemplos cuando los números se encuentran a lado de la mancha.

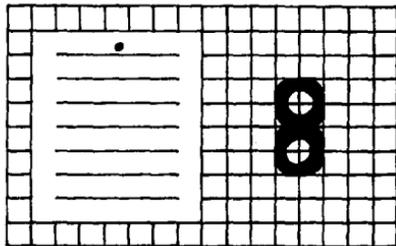
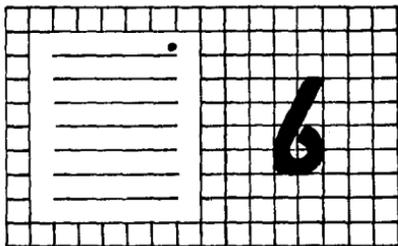
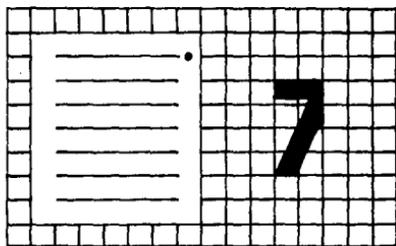
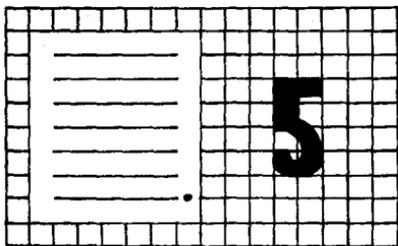
Ejemplos Folio página izquierda de una sola columna.

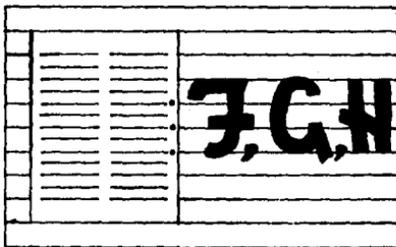
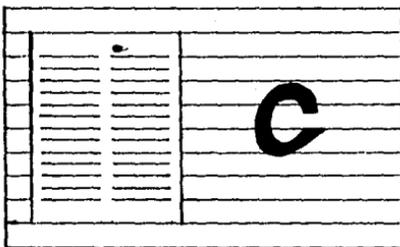
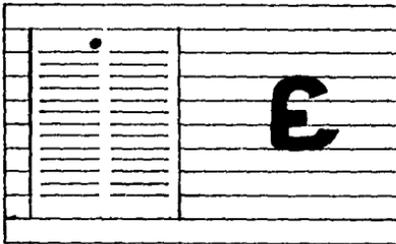
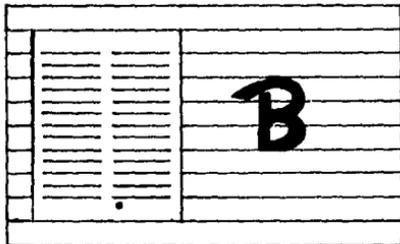
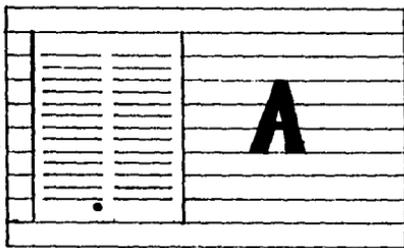
1. Se considera desfavorable porque ópticamente se desliza hacia abajo.
2. Utilizado muy frecuentemente por su valor óptico.
3. Su colocación es simétrica y su efecto es estético y tranquilo.
4. La foliación de una página izquierda y -- abajo de la mancha en páginas dobles quedan subrayadas los ejes simétricos vertical y horizontal.
5. La foliación en este caso es muy poco habitual pero bastante interesante.
6. Esta foliación es poco frecuente y prolonga la línea del comienzo.
7. La foliación en el margen superior debe aproximarse a la columna para no deslizar se en dirección ascendente.
8. La foliación situada en el eje central y en la cabeza atrae la atención y resulta práctica para diccionarios.
 - A. Alineado a la primera columna, parte inferior.



- B. Alineado al principio de la segunda columna en la parte inferior.
- C. Cuando al principio de la segunda columna en la parte superior.
- D. Alineado en la primera columna (al principio) en la parte superior.
- E. Alineado en la primera columna, al final en la parte superior.
- F.G.H. Alineados a cualquier línea, ya sea en la parte superior, media o inferior.







CONSTRUCCION DE LA MANCHA

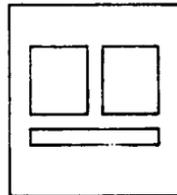
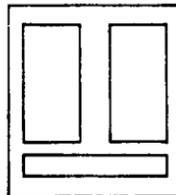
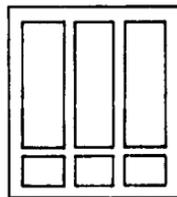
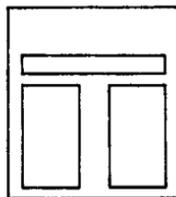
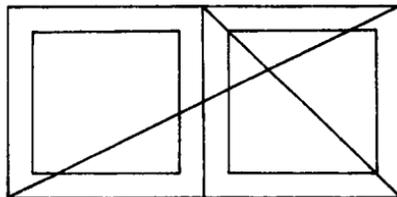
Es determinado por el diseñador cuando este conoce la amplitud y naturaleza de la información gráfica y textual.

Para poder apreciar claramente el texto y las ilustraciones debemos desarrollar correctamente el boceto de la mancha.

La calidad de la forma de los tipos, su tamaño, longitud de línea, separación entre ellas y la amplitud de los blancos marginales son importantes para la imagen de armonía y legibilidad de una página impresa.

La impresión estética global depende de la calidad de las proporciones del formato, de las dimensiones de la mancha y de la tipografía.

Las formas de expresión de la publicidad van ligadas según la época y dependen de los procesos psicológicos y sociales.





CAPITULO III

COLOR

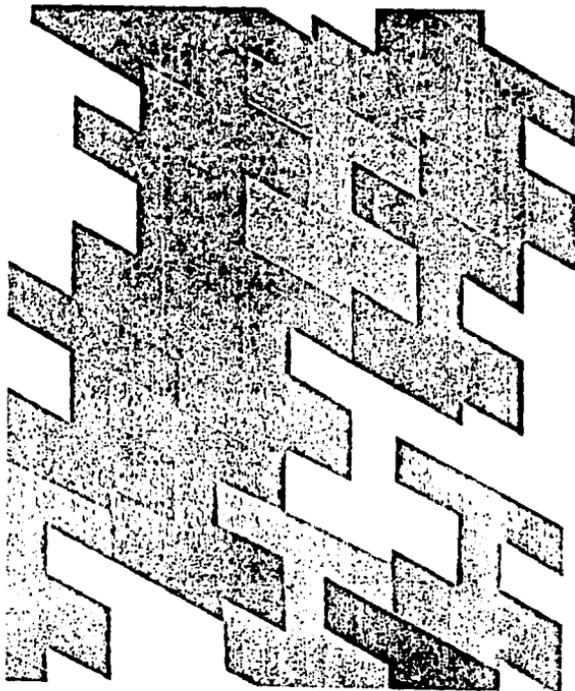
QUE ES COLOR

El color en el diseño gráfico es muy importante pues debido al buen uso de este depende el éxito del diseño.

El color es, sobre todo, una sensación-puesto que no tiene existencia por sí mismo, - esta sensación es generada por determinadas ondas electromagnéticas que, al ser registradas por el órgano de la visión y percibidas por el cerebro, producen sensación de color.

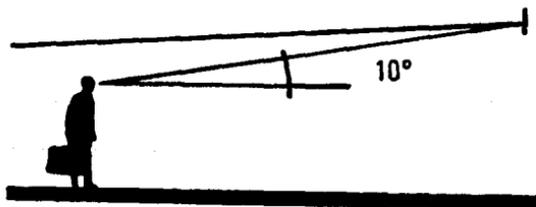
Las ondas al ser reflejadas por el cuerpo, objeto o superficie con reflejadas totalmente o parcialmente y en un grado de mayor o menor intensidad o de color, según sea la calidad de la luz.

Cuando la luz blanca es descompuesta, - como se aprecia viendo los rayos del sol que atraviesan un prisma o un vaso de cristal, se divide en unas fracciones o franjas de colores que son las que constituyen el llamado espectro solar, este manifiesta los tres colores primarios.



PERCEPCION DEL COLOR

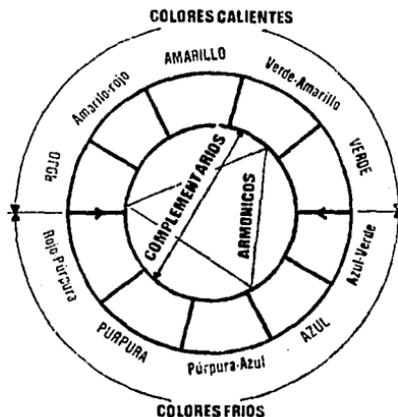
Un determinado color podrá tener las -- mismas longitudes de onda para la percepción en el cerebro y la impresión en la cámara o -- lo que es lo mismo, un grado igual en la banda espectral, pero como el cerebro no es un -- elemento pasivo, como la cámara tiene su propia interpretación de lo que la vista le -- transmite; de esta manera un color puede ser -- distinto en la percepción a lo que es por su naturaleza física.



COLORES COMPLEMENTARIOS

Cada color tiene otro que lo complementa, o sea que con él completa la trinidad primaria. Por ejemplo: El amarillo tiene como complementario el violeta porque este se contiene de rojo y azul.

Los complementarios de los primarios -- son secundarios y los de los intermedios y -- subintermedios otros colores de su misma clasificación.

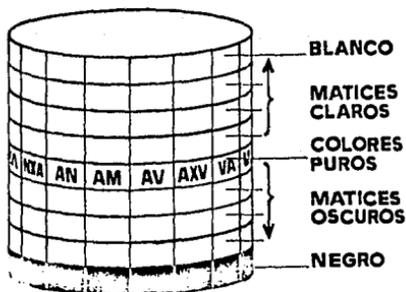


VISIBILIDAD Y DESTAQUE DE LOS COLORES

La buena visión y destaque de cada color son dependientes de su intensidad, de contraste sobre el fondo o con los colores -- que tiene al lado y también de su extensión, tamaño o proporción, en relación con los demás colores y con el conjunto.

Entre los pares de colores se considera más visible, en primer lugar, negro sobre amarillo, negro sobre blanco, amarillo sobre negro, blanco sobre negro, azul sobre blanco, -- rojo sobre blanco, blanco sobre rojo, negro -- sobre naranja, naranja sobre negro, rojo sobre verde, verde sobre rojo.

El amarillo es el color más visible, de biéndose ello a que este color enfoca de manera normal en la retina mientras que los demás colores requieren de un ajuste.



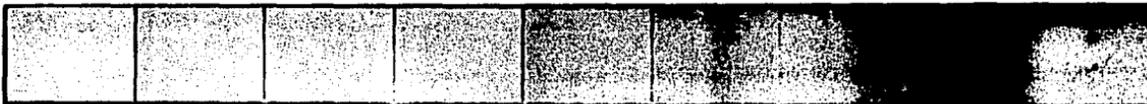
VARIABLES DE COLOR

Los colores tienen cualidades variables y dimensionales en su percepción, como la tienen las formas, las tres dimensiones de aquellos se traducen en el color por tinte, saturación y tono.

SATURACION: Se refiere al grado de intensidad del color la saturación es lo mismo que la concentración.

TONO: Es el grado de luminosidad del color.

TINTE: Es la propia cualidad del color que se distingue por su nombre.



SIGNIFICACION EMOTIVA DE LOS COLORES

AMARILLO: De luminosidad máxima, estimulante agradable y ligeramente cálido, significa arrogancia, poder fuerza, oro y dominio. Al ser mezclado con negro produce una tinta - verdoza de cualidad repulsiva y al mezclarse con el blanco un matiz débil que puede ser -- asociado con la cobardía.

NARANJA: Es el color más cálido, no es tan excitante como el rojo, significa atrevimiento, deseo impulsivos, juventud y aventura; es el color de la imaginación y del estímulo.

ROJO: Es un color que persiste en la - percepción y tiene el máximo atractivo para - la atención. Significa fuego, pasión desbordada, excitación, violencia, especialmente -- cuando su tendencia es hacia el amarillo como la del bermellón. Al ser mezclado con el negro produce un matiz parecido a la sangre que sugiere dolor y también horror y guerra. Como el rojo significa peligro es utilizado en las señales de circulación y en las partes de riesgo en las máquinas.

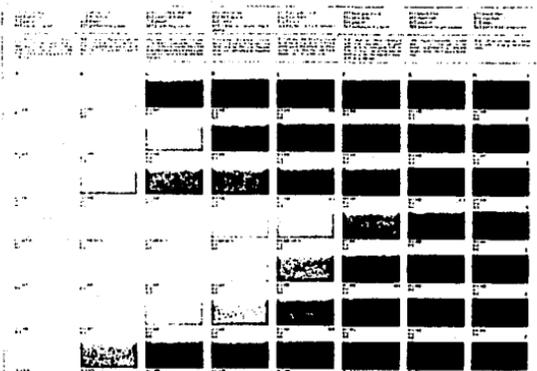


Centro
Clayton
Billard



VERDE: Es un color neutro en cuanto a temperatura, por estar constituido con amarillo y azul. Por su situación intermedia es mediador entre la emoción y el juicio, siendo el color simbólico de la naturaleza de los campos y de los bosques, significa descanso, para los ojos, esperanza, razón y deseo de posesión, mezclado con el blanco se debilita y simboliza pobreza y con el negro es un matiz misterioso que sugiere aventura.

AZUL: Es sobre todo descanso físico, quietud y velo espiritual. Mezclado con blanco produce el matiz celeste que simboliza cielo, fé, pureza, sacrificio y confianza. El azul marino tiene cierta influencia grata y de carácter místico, el azul mezclado con negro sugiere fanatismo, intolerancia, profundidad del mar y misterio impenetrable.



COLOR PARA REPRODUCIR

Los medios directos, folletos, catálogos, etc., al ser impresos en negro resultan más económicos pero esta conclusión será sólo aparente por cuanto aquéllos carecerán de excitación y poder de atracción y sólo manifestarán en porcentaje que no cubrirá en la mayor parte de los casos, ni los gastos de su aición.

El color puede ser de decoración o estética, pero tiene sobre todo, una función predominante, esta depende logicamente, al costo de la impresión que depende a su vez, del número de colores a utilizar.

El problema que se plantea al proyectar un impreso no es el de cuántos colores se podrán utilizar si no en los que será necesario para el efecto pretendido, ya que un folleto en un color plano o tramado y negro puede ser más atrayente y sugetivo que otro que haya sido impreso con una costosa cuatritomia.

Lo verdaderamente importante no es la cantidad de colores sino el acierto de una buena selección y lo que se puede hacer con

ellos en cuanto a función, y destaque, aunque siempre dentro de la limitación, ya que éstas es en la que radica el mejor efecto y también el menor costo.

En toda creación impresa es utilizado el color para representar de manera más objetiva y real las imágenes del mundo visible y también para atraer, sugerir e interesar, simbolizar, producir impresiones, estimular sentimientos y crear sensaciones y emociones.



MAGAZINES O REVISTAS

Su medio de expresión natural es el color, aunque algunas de estas publicaciones, - por limitación de tiraje y razones de costo, - lo excluyan en la mayor parte de sus páginas interiores.

El color en el anuncio de revistas es - el factor estimulante de la reacción emotiva - y sirve para crear asociaciones en la mente - del lector y sobre su retención.

La característica más importante de estos anuncios es una gran limitación en el texto para que así actúe el color por sí mismo.

Estos anuncios en color son una impresión fugaz que se registra en el subconciente y que se registra o trabaja para crear deseo; por ello no necesitan del texto puesto que su misión es la de producir sensaciones y entregar un mensaje con mayor vida y expresión que por medio de la palabra.



CALENDARIOS

Es un medio que actúa en recuerdo de un servicio, de un nombre o marca de un envase - de productos que, por lo corriente y para reforzar la llamada, se contrae en una escena o asunto referente al tema, o no tiene relación alguna con éste y se basa en representaciones familiares o domésticas, deportivas, cinematográficas, taurinas, teatrales, figuras populares u otras.

Los esquemas de color deben ser armónicos y con pocas estridencias, sin exceso de colores puros y con limitados contrastes, aunque sin pérdida de cualidad y destaque; los mejores para estos medios son aquellos que -- conjugan una buena armonización de neutros y graduaciones sutiles que con algunos acentos de color puro contrastantes.

El texto o letra en los cartelitos y calendarios no deben contrastar excesivamente. De manera corriente el destaque se impone en el texto interés o principalidad y progresivamente menos en el resto y en relación con su importancia.

El primer requerimiento de cualquier medio es la simplicidad en el dibujo, en la composición y en el color.





CAPITULO IV

CALENDARIO GINEGETICO

Considerando que la fauna silvestre es un recurso natural renovable integrante de los ecosistemas naturales del país, cuyo aprovechamiento racional debe darse en función de sus ciclos biológicos, distribución y abundancia, y que en tal virtud se requiere establecer regulaciones periódicas consecuentes con su dinámica.

Que todas las especies de animales silvestres que subsisten libremente en el territorio nacional son propiedad de la nación y que corresponde a la Secretaría de Desarrollo Urbano y Ecología autorizar el ejercicio de la caza y la apropiación de sus productos.

Que habiéndose tomado en consideración los resultados de las diversas reuniones de consulta promovidas por esta Secretaría, a través de la Dirección General de Conservación Ecológica de los Recursos Naturales, en sus delegaciones estatales, con la participación de los tres niveles de gobierno y de personas físicas y morales

relacionadas con la materia, se ha establecido la duración de la temporada, especies susceptibles de aprovechamiento cinegético, épocas hábiles, límites diario, posesión y por temporada, así como las es y áreas cinegéticas permitidas y .as para cada entidad federativa.



**CALENDARIO
CINEGETICO
1990, 91**

JAGUAR



**el mayor felino de américa
en peligro de extinción.
conservémoslo**



MAPAS

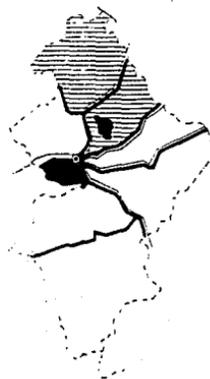
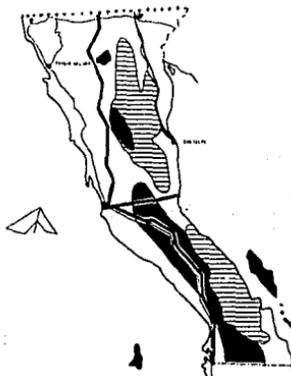
Cada uno de los mapas de los estados de la República indicarán las diferentes regiones cinegéticas del estado, así como las principales ciudades y carreteras de éste, pero mostrando con mayor claridad las áreas vedadas y las áreas vedadas para permisos especiales, con el fin de hacer notar claramente las zonas prohibidas para el ejercicio de la cacería, así como región cinegética en que está permitida la cacería y el tipo de especie que está permitido en esta región.

CUADRO GUIA

Dentro de este cuadro se especificarán:

- . El estado
- . En cuantas regiones se divide el estado.
- . Tipo de personas.
- . Epoca hávil de cacería.
- . Los límites (posesión, diario y por temporada).
- . Regiones permitidas para el ejercicio de la cacería.
- . Un espacio para observaciones.

BAJA CALIFORNIA



CLUB CINEGETICO

Un campo de tiro es un club el cual debe de estar amparado, registrado y con instalaciones fijas las cuales seran supervisadas por la Secretaria de la Defensa Nacional en el cual se podran inscribir cualquier tipo de personas y se podran practicar todo tipo de deportes correspondientes a armas de fuego no prohibidas por la Secretaria de la defensa siempre y cuando la persona tenga los registros y transportaciones de sus armas debidamente en orden.

Este Club debe contar con los debidos señalamientos, tanto para la casa club como los respectivos para cada uno de los diferentes eventos de dentro de este se practiquen.

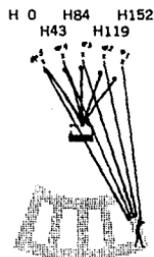
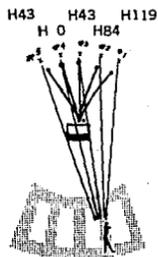
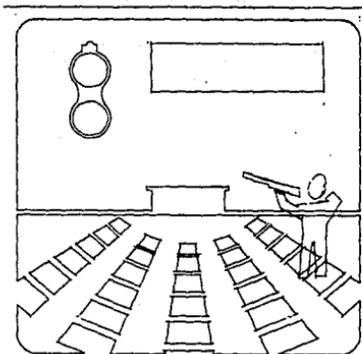


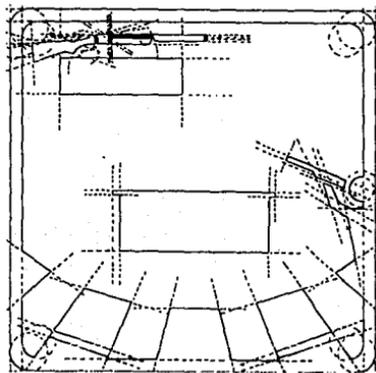
TRAP

Hay dos tipos de competencias: sencillas y dobles. En los sencillos todos los competidores tiran desde la marca de 14.50 metros. Cada tirador hace un disparo a cada uno de sus blancos, hasta un total de 25. La mayor parte de las competencias se hacen a 100 blancos y también a 50. Las competencias estatales y nacionales a 200 blancos.

Dobles: Se presenta el mayor reto en todos los tipos de trap. En dobles se dispara a 14.50 metros a dos discos que salen al mismo tiempo; uno a 22 grados a la derecha y otro a 22 grados a la izquierda de la línea central. El tirador hará un disparo a cada uno de los discos; cada disco se contará individualmente y no como par.

Este señalamiento consta de la caseta de salida del disco, un tirador estilizado al igual que la escopeta. De esta manera el tirador sabrá el tipo de evento que se realiza en este lugar. La función de la escopeta es la de mostrarnos el tipo de arma permitida en éste evento.





JAULA

La plancha de tiro o pedana, sobre la -- que se situarán los tiradores, estará dividida en espacios de 24 a 33 metros.

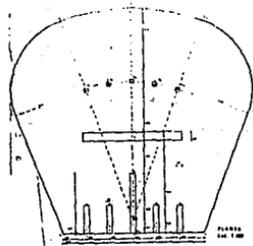
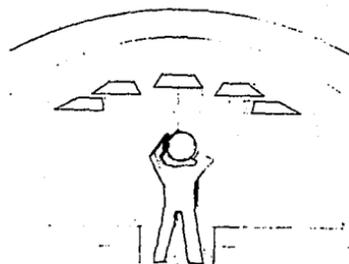
Las distancias comprendidas entre los 24 y 27 serán subdivididas en 3/4. Las comprendidas entre 27 y 29 se dividirán en 1/2 metros y las comprendidas entre 29 y 33 en 1/4 de metro.

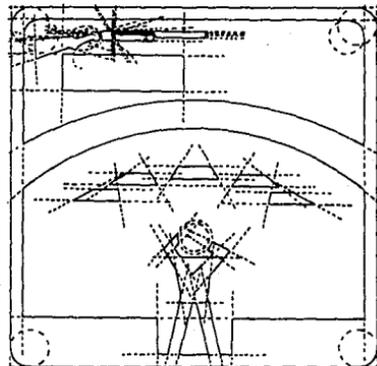
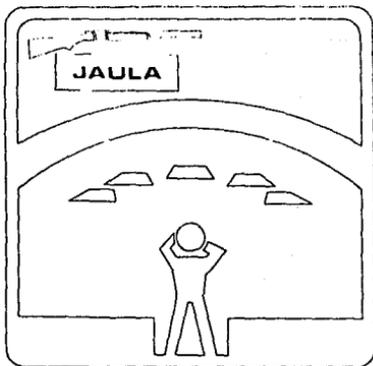
El límite de tiro. es decir el terreno en el cual los pichones deban caer para ser juzgados "buenos". estará circundado por un alambrado de 60 cm. de altura mínima y 80 cms. máxima.

Las cajas serán 5. que estarán separadas entre sí por 5 mts. La distancia de las cajas y la alambrada será de 16 mts. máxima y 14 mts. mínimo.

El competidor tiene derecho a 2 disparos sobre el pichón, el cual deberá caer muerto o herido dentro de la alambrada.

En este señalamiento puse como elementos el campo donde se realiza este evento. el tirador y el tipo de arma requerida. todos desde luego estilizados dando a entender rápidamente al tirador el tipo de evento que se realiza en ese lugar.





COLOMBAIRE

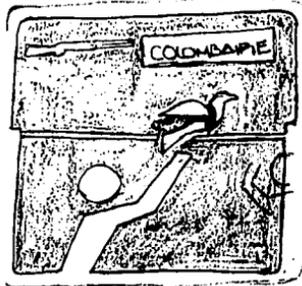
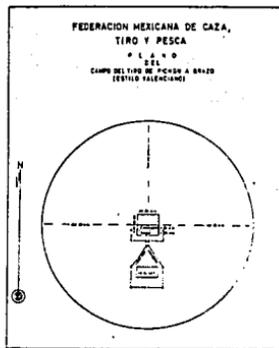
Los campos de tiro en que hayan de celebrarse estas competencias se orientarán de -- Sur a Norte, y sus medidas mínimas y máximas son las siguientes:

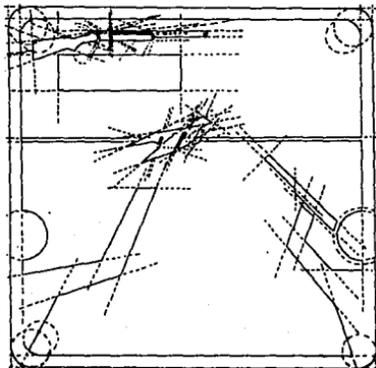
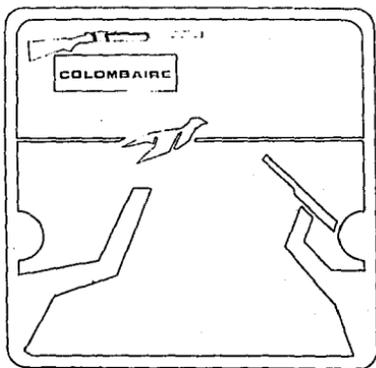
- a) Cuadro de tiro: 20 m. por lado.
- b) Radio de muerte: 90 m. mínimo y 100 m. máximo.
- c) Los cuatro vértices del cuadro de tiro, - estarán señalados por un poste cada uno, - el cual sobresaldrá 4 mts. pasando por -- sus extremos una cuerda tirante que limitará el cuadro por 3 lados dejando libre el orientado al Sur.

El competidor tiene derecho a dos disparos sobre el pichón y este debe caer muerto o herido dentro del radio de muerte.

Este señalamiento consta de 2 personas. - un pichón, una línea del campo y una arma todos estilizados. Una de las personas es el colombaíre lanzando el pichón y la otra es el tirador apuntando al pichón. estos nos indican claramente el tipo de evento y el arma --

una escopeta que es la permitida en éste evento.

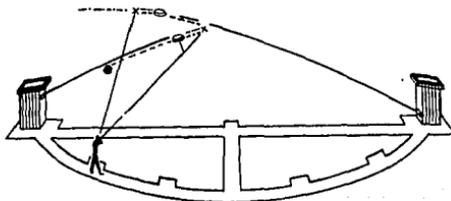


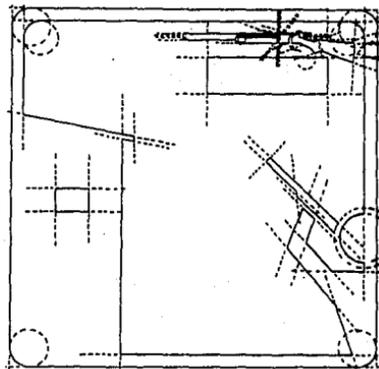
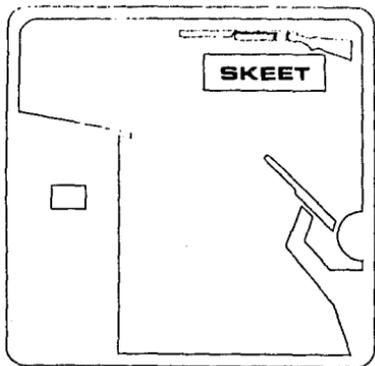


SKEET

Estos campos constaban de 8 puestos de tiro colocados sobre el segmento de un círculo cuyo radio medirá 19.20 mts. Uno de los blancos debe salir de una de las trampas llamada caseta alta situada a 3.05 mts. sobre el nivel de suelo. El otro blanco debe salir de una trampa llamada caseta baja situada a un metro sobre el suelo. Los blancos de arcilla o cerámica deben llenar los siguientes requisitos: Diámetro 11 cms. 25 a 28.5 milímetros de espesor y un peso de 100 a 110 grs. El competidor tiene derecho a un disparo por blanco en cada uno de los 8 puestos.

Este señalamiento consta de una parte del campo donde se realiza este evento, el tipo de arma requerido para este y la estilización de un tirador de esta manera el tirador podrá darse cuenta rápidamente del tipo de evento que ahí se realiza y el tipo de arma que él puede usar.

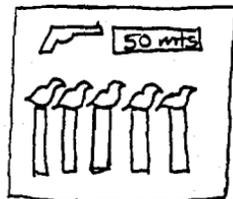
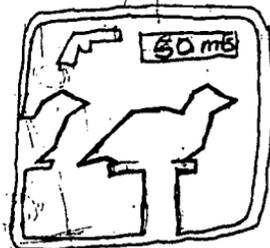
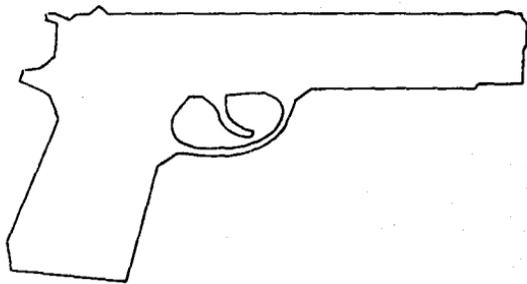


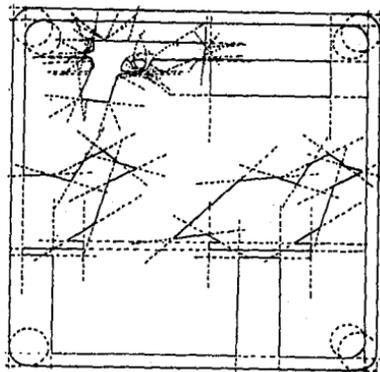
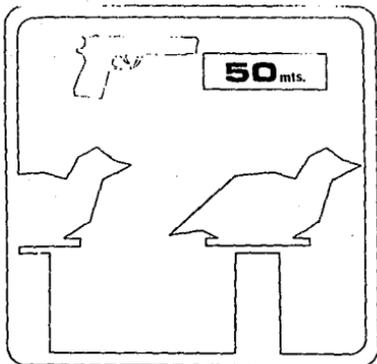


PISTOLA

En los eventos de pistola se efectuarán 10 disparos en dos series de 5 cada una, en un tiempo máximo de 2.5 minutos. Las series se iniciarán de izquierda a derecha, en relación con el competidor, disparando en orden sucesiva y obligatoriamente, después de cada 5 disparos, los tiradores cambiarán de puesto de tiro. Todos los competidores abastecerán su arma con cartuchos para cada serie.

Este señalamiento se compone de siluetas estilizadas, así como de una pistola también estilizada y un cuadro indicando la distancia del evento que ahí se realiza, la función de la pistola es la de diferenciar entre los eventos de pistola y rifle pues ambos son a siluetas. La función de la silueta es mostrarnos que ese lugar es únicamente para tiro de este tipo.





RIFLE

En todos los eventos se efectuarán 10 -- disparos en 2 series de 5 cada una, en un - - tiempo máximo de 2.5 minutos por serie, excepto en el evento de 400 mts. que serán a disparos en dos series y que tiene ya establecido su tiempo de recorrido.

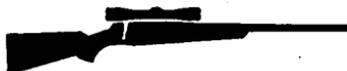
Todas las series, se iniciarán de iz- - quierda a derecha, en relación al competidor.

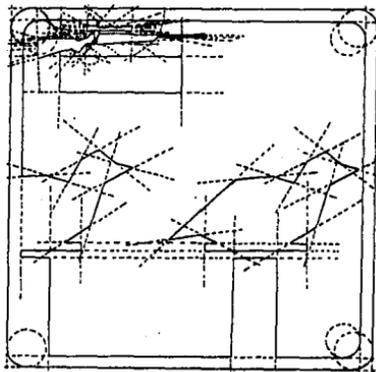
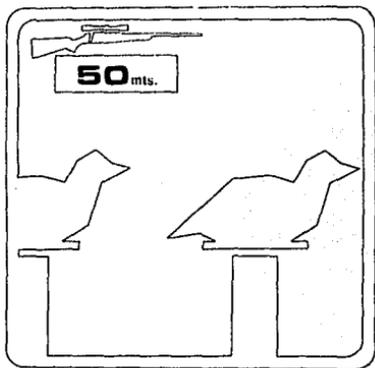
Este señalamiento tiene siluetas estilizadas que nos indican el área para tiro de silueta incluyendo un rifle estilizado y la distancia a que se efectúa este evento, la función del rifle es la de diferenciar entre tiro de pistola a siluetas y de rifle. Así el tirador podrá dirigirse al lugar del evento - que él escoja sin ningún problema.

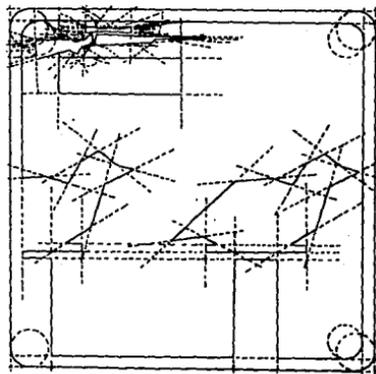
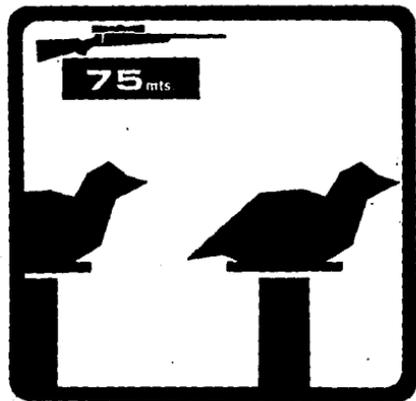
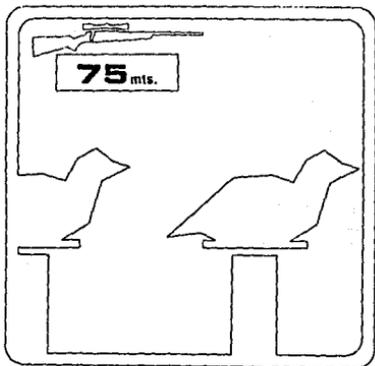
En éste señalamiento utiliza la estilización de un venado, pues éste tipo de evento - es el realizado a 400 mts. y los blancos para éste pueden ser un borrego vivo o silueta, un jabalí silueta, o un venado silueta. así pues el tirador al ver éste señalamiento sabrá de-

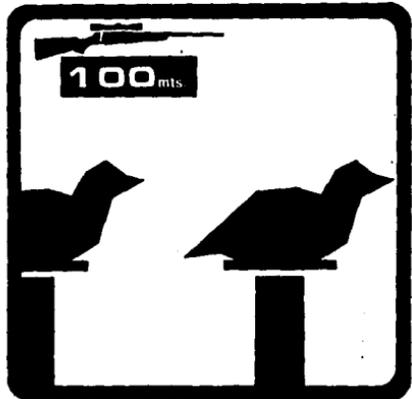
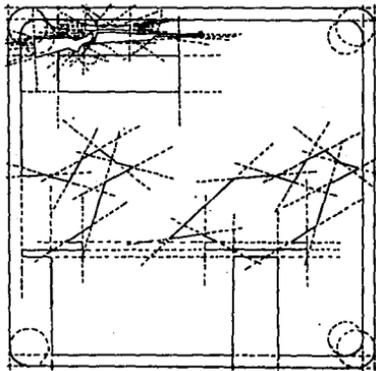
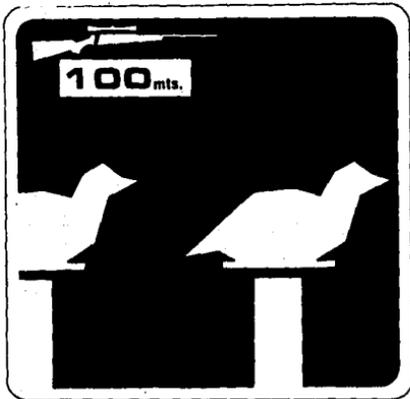
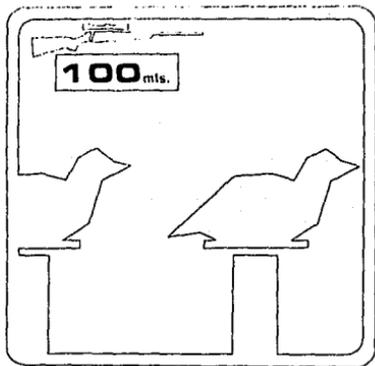
inmediato el tipo de evento que se realiza en ese lugar.

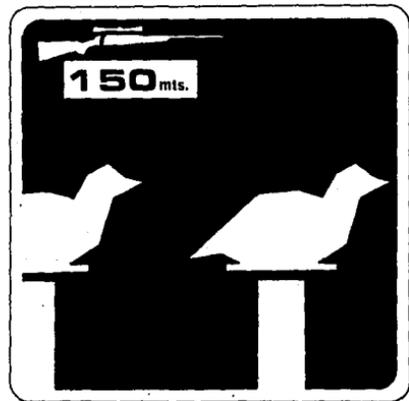
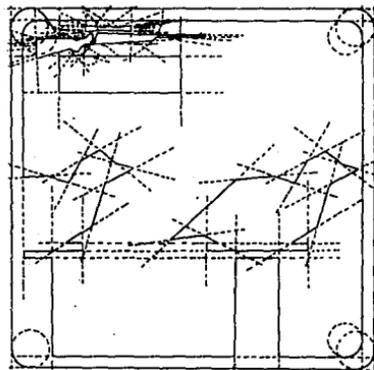
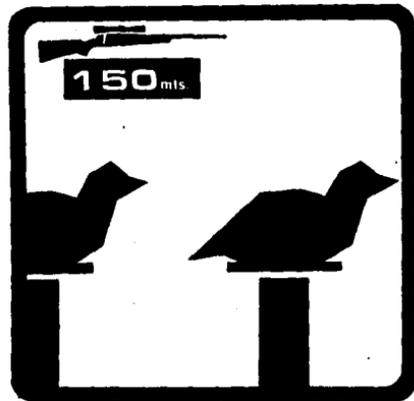
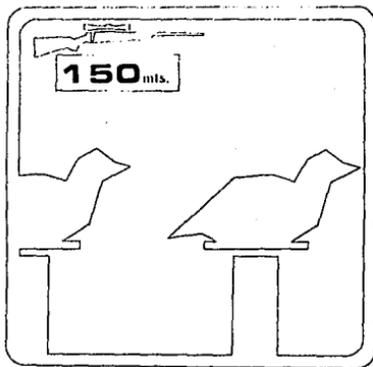
También utiliza dentro de éste señalamiento un rifle estilizado que nos muestra el tipo de arma utilizado en éste evento.

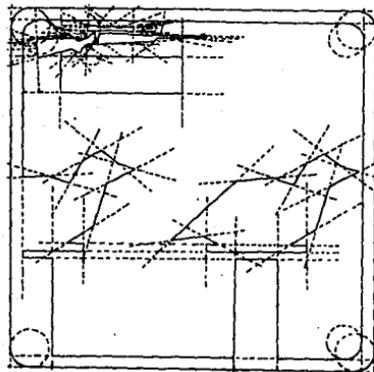
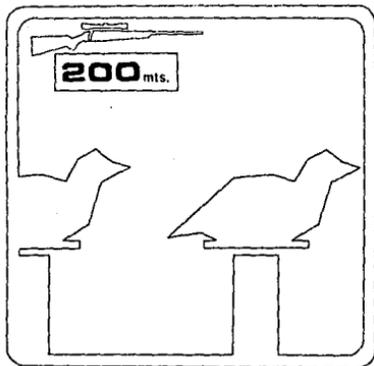


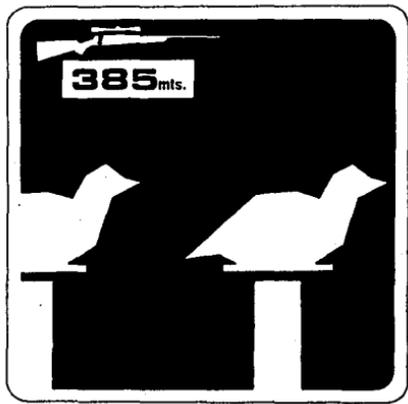
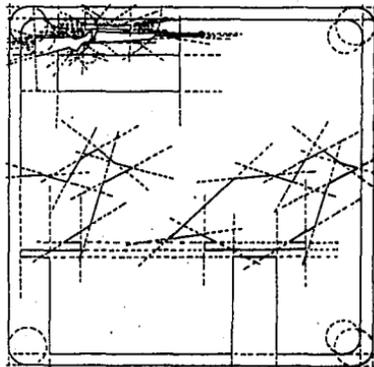
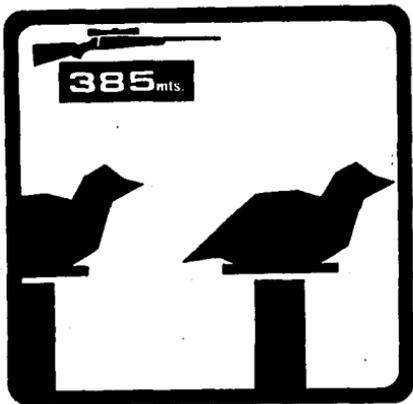
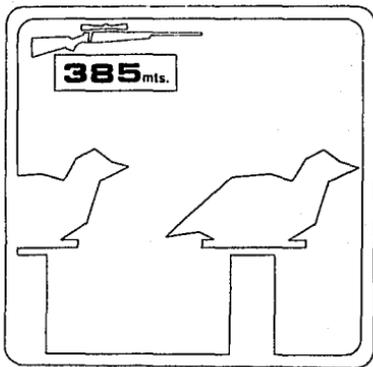


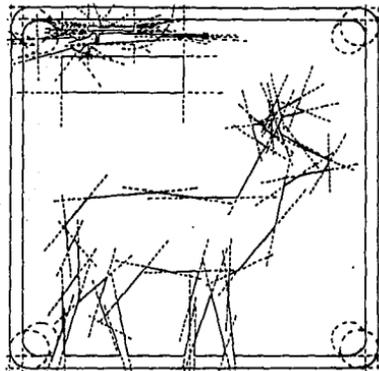
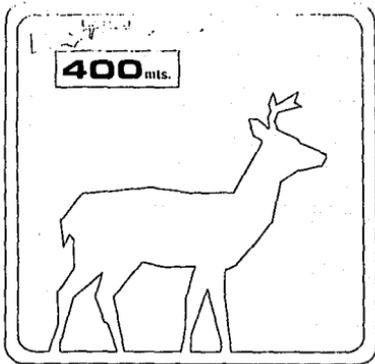














CAPITULO V

CONCLUSIONES

Los señalamientos de un club cinegético son de gran importancia como comunicación gráfica. Para identificación de los diferentes eventos practicados dentro de este pero también son de suma importancia para la prevención de accidentes tanto en el deportista que lo practica como para el observador, pues debemos tomar en cuenta que las armas con las que se practica este deporte son las denominadas de largo alcance por lo que debemos hacer conciencia en las personas de no jugar con las armas dentro y fuera del club por el peligro que implica el uso de armas de fuego.

La importancia de un calendario cinegético no es solamente que nos muestren las regiones cinegéticas en que se encuentran divididos los Estados de la República, ni las zonas vedadas o parques de control de la fauna silvestre, sino saber orientar y concientizar a los practicantes de este deporte, sobre los animales en extinción, así como el tipo de especie animal que se debe cazar, la temporada permitida para cada una de las especies, el límite de posesión y por temporada; de esta manera se podrá tener un mayor control ecológico del país favorable para todos y sobre todo para futuras generaciones.



BIBLIOGRAFIA

PATRICIA NOGUEL RUIZ

Imagen corporativa en Transportes frailesanos.

Tesis U.A.G.

Escuela de Artes Plásticas.

Incorporada a la UNAM, Mayo 1984.

SILVIA ELENE MORAN ORREA

La Importancia de los Signos Gráficos como medio de comunicación.

Tesis U.A.G.

Escuela de Artes Plásticas, 1987.

APUNTES 7o. Semestre

Manolo Hernández U.A.G.

Fundamentos para Tiro de Skeet

Cartuchos Deportivos de México, S.A.

Fundamentos para tiro de Trap.

Cartuchos Deportivos de México, S.A.

Reglamento General de Tiro sobre

Siluetas de animales en papel o metálicas.

Expedido por Femeti (Federación Mexicana de Tiro).

Ley Federal de Caza

Expedida por SEDUE (Secretaría de desarrollo urbano y ecología).

Impreso en los Talleres de SEDUE.

Estatutos y Reglamento General de la Unión Internacional de Tiro (U.I.T.)

Cuarta Edición.

Impresora Barrie, México, D.F.

Diario Oficial de la Federación

Tomo CDXXX, No. 7

México, D.F. 11 Julio 1989.

ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA



PRESUPUESTOS

CALENDARIO

Gráficos Unión

Costo por Calendario \$2,000.00
Costo por un monto de 1000 calendarios
\$1'200,000.00.
Costo por un monto de 500 calendarios
\$1'000,000.00.

Thermo Impresiones

Costo por calendario \$6,000.00.
Costo por un monto de 500 calendarios
\$3'000,000.00

Impresos del Baño

Costo por Calendario \$1,500.00.
Costo por un monto de 500 calendarios
\$750,000.00.
Costo por un monto de 1000 calendarios
\$1'100,000.00.

SEÑALAMIENTOS

- Costo Lámina	\$ 4.000.00
Costo Rotulista	3,000.00
TOTAL	\$ 7,000.00
- Costo rotulista incluyendo lámina	
	\$6,000.00.
- Costo Lámina	
	\$ 3.100.00
Costo Rotulista	2,500.00
Costo dobles	1.000.00
TOTAL	\$ 7,600.00

Estos costos son por señalamiento.



IMPRESION

Reproducción de dibujos o textos mediante la transferencia de tinta al papel a partir de una superficie de impresión. Según el método utilizado se divide en:

a) TIPOGRAFICA O EN RELIEVE.- La superficie de impresión tiene en relieve las partes impresoras, de modo que los rodillos de entintado depositan la tinta solo en dichas partes.- Este procedimiento es el usado generalmente en imprenta.

b) PLANOGRAFICA O DE SUPERFICIE.- Las partes impresoras y las que no deben imprimir están al mismo nivel pero las primeras aceptan la tinta y las otras la rechazan.

c) EN HUECO.- La superficie de impresión tiene en hueco las partes que han de llevar tinta, la cual sale de ellos cuando el papel entra en contacto con dichas superficies.

OFFSET

Procedimiento litográfico de impresión indirecta por maticas rotativas. La plancha metálica, que es una hoja de cinc o aluminio, se graba en positivo sin inversión y se enrolla al cilindro de inversión, primero de los cuatro de que consta básicamente una máquina tipo. Todos ellos son de igual tamaño, aunque distintos según los tipos de máquina. Este primer cilindro lleva a ambos lados una serie de rodillos: unos proporcionan el agua y los otros la tinta. Tangencialmente a él va colocado el segundo cilindro, de caucho, que es impreso por el primero. El tercer cilindro, de presión, tiene la misma generatriz que el segundo, y entre ambos pasa el papel, generalmente continuo, que hay que imprimir. El cuarto cilindro, de recepción, recoge el papel ya impreso y está situado debajo del de presión. Con estas máquinas se puede imprimir a dos colores a la vez. Para más colores se colocan a continuación varias máquinas que el papel continuo va recorriendo. Es un método usado sobre todo en impresión comercial y publicitaria y actualmente en la confección de algunos periódicos.



ESTA TESIS SE IMPRIMO
EN

copiroyal SM

1990

GUADALAJARA

MARIZ
CHAPULTEPEC SUR 54
TEL. 16 91 31 30 28 26 16 06 04

MONDIVA
AV. VALLARTA 1783
TEL. 16 60 56

EDIFICIO 500
14 DE SEPTIEMBRE 130 CASITA 1 A
TEL. 16 96 86

MOLINER
AV. COPPOLA 161-167
TEL. 16 61 99

TEPEYAC
LOCAL 15 ZONA D
TOLSA
AV. TOLSA 345
TEL. 26 06 62

COOHUPE
CALLE PROVICENCIA 1077
TEL. 41 62 49

PLAZA DEL SOL
LOCAL 9 ZONA B
TEL. 41 00 41

PLAZA DEL ANGELO
LOCAL 18 ZONA B

PLAZA COLON
LOCAL 14 ZONA E
TEL. 30 72 31

PLAZA SAN PEDRO
TEL. 30 72 31

PLAZA PATRIA
LOCAL 9 ZONA J
TEL. 41 50 86

ABASTOS
CALLE LAGARDO GARCENAS 2948 B

PARROQUIA
AV. JUAREZ 349 A
TEL. 16 83 62

CHAPULTEPEC
AV. CHAPULTEPEC SUR 418
TEL. 16 96 14

PALACIO FEDERAL
PNT FALACIO FIED HOSPITAL Y A. CALDE

ALAMO
TEATLES 3300 ALAMO 110
TEL. 30 81 40

FRAGUEROURIA
CALLE INDEPENDENCIA 509
TEL. 41 10 47