



ZONA ÁUREA

MAGAZINE





#### INTRODUCCIÓN GENERAL

El material enviado debe ser original y general. Los escritos e imágenes, de exclusiva responsabilidad del autor firmante, serán sometidos a evaluación por el Comité Editorial de la Revista Zona Áurea pudiendo aprobar su publicación, desestimarla o solicitar modificaciones.

#### IMÁGENES Y FOTOGRAFÍAS

Deberán enviarse por separado en formato TIFF o JPG y con una resolución mínima de 300 DPI. En caso de ser seleccionado para publicarse debe cumplir los siguientes requisitos: adjuntar nombre de autor o fuente y contar con autorización para ser publicada. Revista Zona Áurea no se responsabiliza por los derechos intelectuales de estas. Deberán incluir una pequeña reseña explicativa muy breve en caso de ser necesaria.

**ZONA ÁUREA** Año 1 / Número 1 / Publicación Anual /  
Noviembre / [disenog.ubiobio.cl](http://disenog.ubiobio.cl)  
Universidad de Bio-Bio  
Facultad de Arquitectura Construcción y Diseño  
Escuela de Diseño Gráfico  
Zona Áurea / Chillán / Región Ñuble / Chile

## INSCRIPCIÓN REGISTRO DE PROPIEDAD INTELECTUAL

### DIRECTORA

Jacqueline Santos Luarte

### COMITÉ EDITORIAL

Camila Guiñez Varela  
Carolina Marcos Chavarría  
Jacqueline Santos Luarte  
Alejandro Saldías Mardones

### DISEÑO EDITORIAL AUTORÍA Y CONCEPTO

Zona Áurea Magazine, es una revista creada en el contexto de la Asignatura Taller de Diseño Contextualizado I, desarrollado por la Docente Camila Guiñez Varela.  
Camila Contreras Rebolledo  
Claudia Ojeda Delgado

### CORRECCIÓN DE ESTILOS

Camila Contreras Rebolledo  
Camila Guiñez Varela  
Claudia Ojeda Delgado  
Jacqueline Santos Luarte

### COLABORACIÓN TÉCNICA

Juan M. Solís Stegmann  
Carolina Marcos Chavarría  
Isabel Muñoz Labra

### FOTOGRAFÍA

Fabián Rubilar Navarrete  
Carolina Marcos Chavarría  
Jacqueline Santos Luarte

### IMAGEN PORTADA

Claudia Ojeda Delgado

### CONTACTO

[regina@ubiobio.cl](mailto:regina@ubiobio.cl)

### COMPOSICIÓN

88 páginas impresas a 4/4 colores  
Interior couché 170 gramos  
Tapas couché 350 gramos Termolaminado  
Tipografías Open Sans, Poiret One, Lemon Milk, Bebas Regular

### IMPRESIÓN

Impresora Icaro Ltda.



Convenio de desempeño Facultad de Arquitectura  
Construcción y Diseño.

Diseño Editorial, Revista Conmemorativa de los 50 años  
de la Carrera de Diseño Gráfico.

Zona Áurea, Magazine de Estudiantes para Estudiantes.

Escuela de Diseño Gráfico. Chillán. Región de Ñuble.  
Gestión de Proyectos MG. Jacqueline Santos Luarte  
Directora de Escuela de Diseño Gráfico.

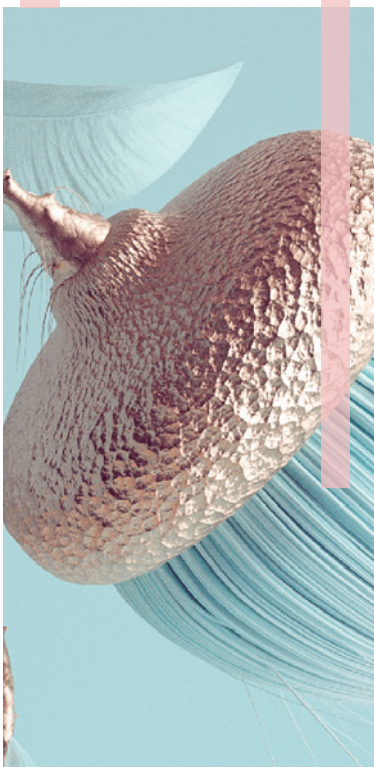
1969 / 2019



**FACULTAD de  
ARQUITECTURA  
CONSTRUCCIÓN  
y DISEÑO**  
UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO



## 04 IMPRONTA

Reseña Histórica de la  
Escuela de Diseño Gráfico

## 08 ENSAYOS

Identidad Mediada

## 11 INSTINTOS

Tendencias en Diseño

## 16 ESTANCIA

- Juan M. Solis Stegmann
- La Semiología de la Imagen
- El Transfondo de la Imagen
- Entre Heráldicas y Escudos
- La Mágia del 3D
- Zona Áurea
- Punto de Perfección



## 26 PUNTO CERO

Zona Creativa

## 28 EN DETALLE

Toy Advance

## 30 HOJEADAS

- Motion Graphics Design  
La dirección creativa en branding de TV
- Fantasía, invención, creatividad e imaginación en las comunicaciones visuales
- Artista y diseñador
- El ABC de la Bauhaus  
La Bauhaus y la teoría del diseño
- Storytelling como estrategia de comunicación

## 32 MIRADAS

Galería Creativa



# IMPRONTA

ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO  
UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO



El origen del término “diseño”, data del siglo XVI, su práctica se remonta y se asocia a las Bellas Artes. En Chile la carrera de Diseño se crea como carrera profesional el año 1968 en la Universidad de Chile en Santiago.

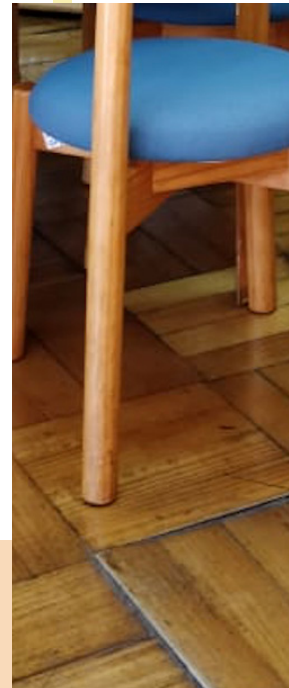
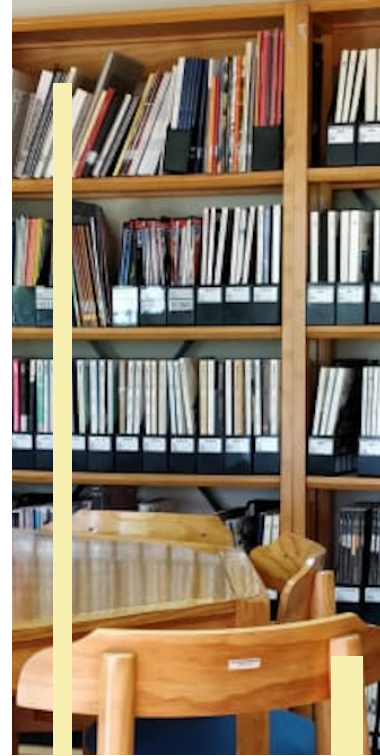
En 1969 se crea como carrera en la Sede Ñuble de la Universidad de Chile, específicamente en la ciudad de Chillán, constituyéndose así en la segunda carrera de Diseño Gráfico más antigua del país. La carrera de Diseño Gráfico -bajo el nombre de Diseño fue abierta en marzo del año 1969 en Chillán, junto a las carreras de Diseño -Textil y Diseño de Interiores y Exteriores, tres años después de la instalación de la Universidad de Chile, Sede Ñuble.

En 1980, ésta se convierte en el Instituto Profesional de Chillán (IPROCH), y luego, el 29 de septiembre de 1988, se crea la Universidad del Bío-Bío, a partir de la integración de la Universidad Técnica del Estado UTE de Concepción y el Instituto Profesional de Chillán IPROCH.

En 1981, la carrera se muda a las nuevas instalaciones del terreno cedido por Fernando May Didier, más conocido como Fundo “El Mono”, emigrando las carreras de Diseño Gráfico Publicitario, Diseño Textil de Interiores y Exteriores y Artes Plásticas.

## INSTALACIONES

La Escuela de Diseño Gráfico cuenta con talleres equipados con la más alta tecnología para el desarrollo de los estudiantes y sus habilidades ligadas al diseño con una amplia gama de especialidades.

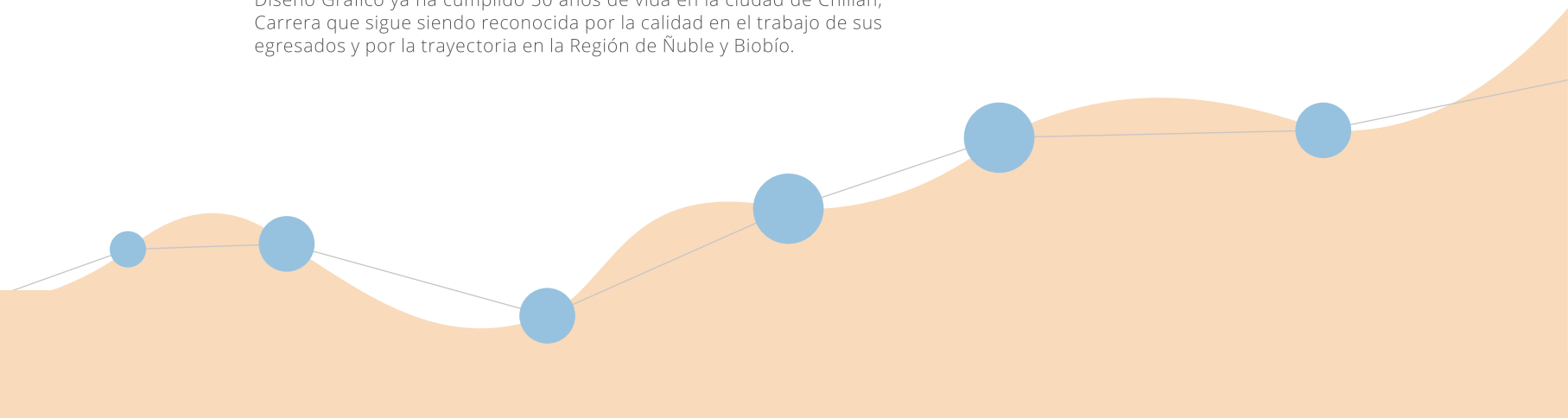






## CON NOSOTROS 50 AÑOS

Diseño Gráfico ya ha cumplido 50 años de vida en la ciudad de Chillán, Carrera que sigue siendo reconocida por la calidad en el trabajo de sus egresados y por la trayectoria en la Región de Ñuble y Biobío.



# ENSAYOS

JACQUELINE IVONNE SANTOS LUARTE.

## IDENTIDAD MEDIADA

La moderna subjetividad que ha producido la estructura cultural y los medios electrónicos de comunicación-entretención, está caracterizada en parte por fomentar el individualismo, hedonismo y la cultura narcisista del yo por sobre las relaciones solidarias. Se acentúa la competitividad por sobre el trabajo en equipo. La lucha por la libertad y felicidad aislada, y no grupal. El valor supremo de la eficiencia, por sobre las metas humanas superiores. La búsqueda constante y permanente de un vivir en el placer, y tal vez sin alegría. Una codicia mental que se satisface a través de todos los sentidos, a través del cuerpo.

La cultura social es la cultura del cuerpo, se ha creado la necesidad de vivir el momento, lo fugaz y efímero es lo verdadero, en plenitud y en gozo. Siempre en un estado constante de búsqueda de significados e identidades que nos definan como individuos ante nosotros mismos y ante los "otros". En esta infinitud, y globalidad ¿Qué es lo que verdaderamente buscamos desde nuestro origen? Tal vez es cercanía, el calor de una madre, un regazo que entrega seguridad, que hace reducir el miedo y la ansiedad, ese "estar ahí".

De esta manera, la tendencia de agruparse se efectúa en el plano de la necesidad de ir reafirmando nuestra identidad, a la vez que ir sumando y conformando nuevos elementos a esta historia de vida, que es disímil respecto de "otros". Como seres sociales siempre estamos en esa búsqueda exasperada de individualidad y autenticidad, a la vez que nuestro instinto nos llama a buscar a "otros". Necesitamos su cercanía y aceptación para reafirmarnos; por ello, nos orientamos en una búsqueda

ávida y decidida de pertenencia, ya sea a grupos universales, como también a grupos más reducidos, con la idea de reafirmar nuestras diferencias frente al todo social y hacernos creíbles como individuos para nosotros mismos y para los demás.

En el panorama social cultural que vivimos se está configurando y acentuando el "culto a lo nuevo", a lo moderno, a lo hipermoderno. Influenciados por la pantalla, el gran culto y fetichismo al cuerpo y a su individualidad, es la gran trama, idea de sujeto sin objeto (cuerpo sin alma), parafraseando al Gil (2001) "El sujeto agente de nuestra vida es nuestro cuerpo, pero también es el gran escenario donde compiten las acciones que se disputan la identidad". Tiempo atrás la tendencia social-cultural era la ocultación y represión del cuerpo ya sea por vergüenza, por pecado, por culpa y perdición; en el presente esto ha cambiado, se hace alarde de él al punto del frenesí, se muestra, se exhibe y se hace ostentación.

La publicidad y los medios de comunicación prometen al individuo transferir esa identidad abierta, confusa, variable y diluida que lo identifica; a ese común grupal mediático en el que puede proyectar y delegar toda posible responsabilidad y compromiso personal que inunda nuestro ambiente. Los medios de comunicación al guiar las experiencias de los individuos; han pasado a ser los narradores de la realidad, artificeando los estilos de vida y hedonizando el consumo, prometiendo un goce pleno y eterno de los sentidos.



AUTOR ILUSTRACIÓN DANIEL JARA MERINO

El extremo gusto por la sociabilidad y los deseos sensuales que son posibles, y que de alguna manera son manifiesto del poder mediático, permiten que el individuo esté sumergido en una vorágine de ensueño y que ya no haya terminado ni posiciones determinadas. El grupo humano modelizado, erotizado y seducido por el testimonio que recibe de sí mismo, se autogestiona para convertirse en su trabajo principal. Autosedución será la norma y la proclama social universal en una época sin originales de los cuales podamos sentir su aura.

Los medios de comunicación actúan como un sistema, armonizando cada uno de ellos en sí mismo y todos entre sí; todos los formatos visuales mediáticos se enlazan y coinciden en un sinfín de manifiestos en potencia. Han interpuesto en los mercados mediáticos masivos una propuesta estratégica modelizada por el tiempo del psicoanálisis, con ello impone estandarización y organización, a su vez que el gusto del grupo social y sus necesidades también asignan estereotipos y baja calidad. Este redundante círculo vicioso de manipulación y necesidad y el colectivo sistematizado de los medios es un vínculo que se estrecha cada vez más en un monopolio para el consumo. Lo que se ofrece como nuevo, no es más que la representación de formas siempre distintas de algo siempre idéntico, hiperreproductividad sin fin. Propositiones y seducciones sin fin. Provocación con deseo, relaciones variadas que inundan nuestros sentidos, distorsionando la realidad con discursos desconvencionalizados, así es su puesta en escena, proponiendo e implantando modelos.

Son las promesas de la publicidad, que se plantea y replantea con una periodicidad superlativa, utilizando figuras retóricas que promueven la sobresignificación que insinúa con estrategias de apariencias. La publicidad inunda todos los formatos de comunicación informativos y mediáticos, ajustándose a ellos, en reciprocidad, en cooperación, en convivencia, aprendiendo de ellos, muchas veces licuando sus fronteras con todo para diversificar sus mensajes e innovar en el esquema o estructura, para reformular o crear nuevos formatos, Ajustados, precisos, concisos, incitando una inducción al deseo de ser seducidos y atrapados por su poder.

Sugerencia y erotismo es el mandato del acto creativo en esta performance, el cual no queda subordinado o anulado por esta comunicación prefijada, al contrario este releva este formato al estándar de obra artística. Mensajes heterogéneos, parciales y diversos, para entretener, emocionar y cautivar. Decididamente la hiperactividad con todos los significados que se superponen en ella, logra colaborar con ella misma, con su afán de seducción a varios niveles psicológicos logra seducir a quien observa en ubicuidad con su resultado estratégico de manipulación.



# TENDENCIAS

Descubre las tendencias en el Diseño a nivel mundial. Modelado 3D y Tipografía.

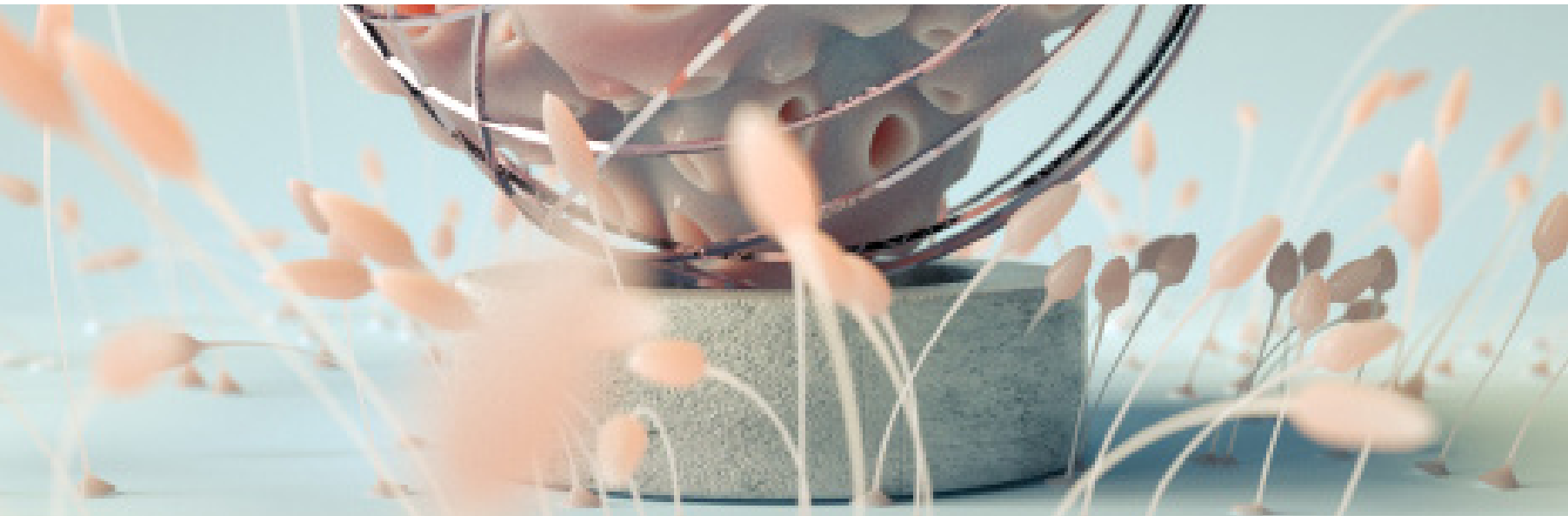


# INSTINTOS

# MODELADO 3D

ROMAN BRATSCHI, Experto Diseño Gráfico, Freelance

El modelado 3D permite generar ilustraciones fotorrealistas y maquetas convincentes para quien las observa, amplía el conjunto de habilidades para los planos de manualidades de los productos, como diseños ambientales. Además, permite presentar diseños en 360 grados, objetos o formas, mejorando la percepción de detalles. En Diseño Gráfico el Modelado 3D sirve además para procesos de visualización de marcas animadas, presentaciones audiovisuales, procesos de packaging e incorporación de espacios 3D simulados.





## MAYA

Es un software de renderización, simulación, modelado y animación. Es el más complejo y completo.

## AUTODESK 3DS MAX

Es la mejor opción para los usuarios de Windows. Cuenta con una robusta gama de herramientas, ideal para animadores principiantes o intermedios

## HOUDINI

A diferencia de otros programas de animación, los activos en Houdini FX generalmente se crean conectando una serie de nodos. Permite crear objetos detallados en un número relativamente corto de pasos en comparación con otros programas. Houdini Apprentice, una versión gratuita de Houdini FX que te permite acceder a prácticamente todas las características de la versión de paga y trabajar en tus proyectos.

## BLENDER

Programa gratuito de modelado 3D, capaz de producir imágenes y animaciones que están a la par con casi cualquier otro software de modelado 3D en el mercado. Es compatible con la totalidad del flujo de animación 3D: modelado, animación, simulación, renderizado, composición y seguimiento de movimiento, incluso edición de video y creación de juegos.

# TIPOGRAFÍAS

TOP 5 DE TIPOGRAFÍAS

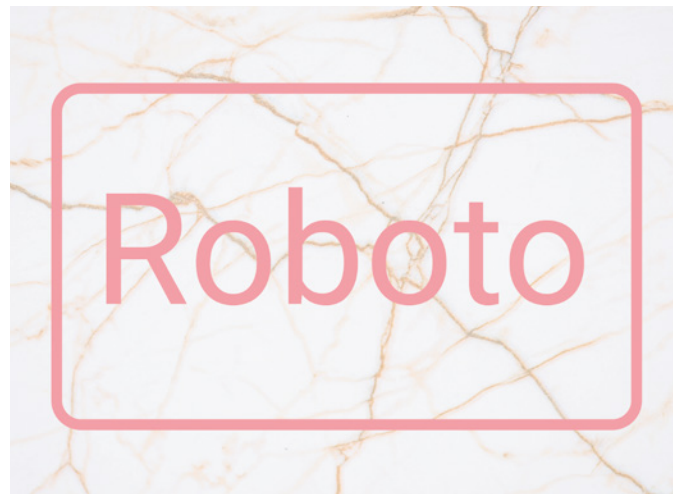


MONSE



Open  
SANS





Las tipografías más usadas y descargadas en el 2019 de acuerdo a Google Fonts Analytics.

## ROBOTO

Esta fuente fue completamente creada por el diseñador de interfaces de Google Christian Robertson, que no tan solo se lleva un lugar por su destacada tipografía, sino por su familia condensed.

## OPEN SANS

Diseñada por Steve Matteson, diseñador tipográfico estadounidense cuyo trabajo está incluido en varios sistemas operativos.

## OSWALD

Fuente diseñada por Vernon Adams, este tipógrafo se destaca principalmente por publicar fuentes abiertas de google.

## MONTSERRAT

Tipografía diseñada por Julieta Ulanovsky, diseñadora Gráfica que vive y trabaja en Montserrat, Buenos Aires por lo que bautizó así su fuente tipográfica.

# ESTANCIA

CAROLINA MARCOS CHAVARRÍA.  
Periodista.

JUAN MARCOS SOLÍS STEGMANN





## EL MUNDO DE LA ACUARELA

### JUAN M. SOLÍS STEGMANN

La pintura y la docencia han marcado los últimos años en la vida de Juan Marco Solís, quien este año obtuvo el Premio Acuarelistas de Chile en la última versión del Salón Anual Tanagra. En la actualidad, el docente está a cargo de la asignatura de Animación Digital y Multimedia, enfrentando uno de los ramos favoritos por las nuevas generaciones de diseñadores gráficos que son alumnos de la Escuela de la UBB.

Pero como artista también tiene novedades. Hace poco, el docente de la Escuela de Diseño Gráfico, ingresó al selecto grupo de la Galería de los Ocho en Concepción, grupo que realiza todos los meses una exposición. "Ha sido una excelente experiencia y una gran vitrina para mi trabajo", precisa contento.

Juan Marco fue invitado a la Galería de los Ocho por otro artista, Rodrigo Burgos. "Llega mucha gente a la galería, pero se mantiene siempre un grupo de pintores que están desarrollando el trabajo. Como en la Universidad del Bío Bío tengo media jornada, el resto del día lo dedico a pintar. Lo hago en mi taller y realmente estoy feliz con poder tener esta posibilidad", añade.

"Mi temática siempre fue la figura humana, pero en situaciones, cafés, paisajes y poblados. Nunca he sido paisajista", añade mientras recuerda que solo este año la acuarela le entregó otra satisfacción.

Fue invitado al Festival Internacional de Acuarela de Lima en Perú y asistió. Dentro de la actividad, en torno a las exposiciones hay muchos maestros de la acuarela que realizan demostraciones. Lo que ellos están pintando, es proyectado en pantallas gigantes dentro de un auditorio. La gente entra, se sienta y puede observar el trabajo in situ", dice.

Juan Marco había tenido de ver a estos maestros de la pintura en Europa, "ahora verlos en Latinoamérica fue una tremenda experiencia y una oportunidad muy especial", advierte el artista, quien además el año pasado ganó el primer lugar del Salón Nacional de Tanagra.

"El año pasado fui a la Fiesta de la Longaniza en la Plaza de Armas de Chillán y decidí tomar varias fotografías. Luego hice una composición y pinté una de esas escenas para postular al certamen. Ganar fue toda una sorpresa porque el concurso de Tanagra no es un certamen de acuarela. Que un trabajo de este tipo gane un concurso abierto no es fácil", indica contento.

Hoy Juan Marco está enfocado a los concursos nacionales de acuarela, como el de Hardy Wistuba, para el cual ya se está preparando.



## FABIÁN RUBILAR NAVARRETE

Fabián Rubilar Navarrete (22) va en tercer año de la carrera de Diseño Gráfico. Chillanejo de nacimiento, derivó al diseño desde la pedagogía. “Estuve estudiando Filosofía, bien ajeno a lo que hago ahora. Pero tras un tiempo, empecé a buscar y me gustó la rama de la comunicación que da la carrera de Diseño. Me encanté con la semiología, con la comunicación visual, la lingüística. Nos enseñan a ver las imágenes y los signos de otra manera y esto me llamó profundamente la atención”, cuenta.

Hoy está dedicado a la comunicación visual, a la fotografía. Desde febrero de este 2019 está trabajando como fotógrafo de espectáculos en el Teatro Municipal de Chillán, haciendo lo que más le gusta. “Ahí me toca cubrir todos los eventos que se hacen en el teatro, que son varios. Más adelante, quiero hacer cortometrajes, trabajos audiovisuales, proyectos con amigos, algo más relacionado a lo audiovisual”, precisa.

# LA SEMIOLOGÍA DE LA IMAGEN

Fabián agrega que está enfocado en su Carrera, pero también en la autoformación en esta área. “Está más relacionado al cine, yo lo veo como un desafío, estoy cumpliendo con mi carrera, pero también visualizando lo que quiero hacer de mi vida más adelante. La fotografía me gustó desde pequeño, hace dos años pude tener mi propia cámara y hoy soy feliz estudiando y trabajando en los distintos eventos culturales de la ciudad”, dijo.

“Siento además que el Diseño Gráfico con todas sus posibilidades nos entrega no solo herramientas, sino que también experiencia con el fin de que podamos potenciar nuestras aptitudes. En mi caso, es la imagen, algo que he podido profundizar en estos años de carrera”, dijo.





# EL TRASFONDO DE LA IMAGEN

## ANIBAL SOTO GALLEGOS

Aníbal Soto Gallegos estudió primero Ingeniería en Construcción por influencia de sus cercanos “porque a veces uno tiende a pensar en la estabilidad económica dejando de lado la verdadera pasión que en algún momento te recuerda que sigue ahí, latente”, recuerda.

A pesar que no le fue mal durante el año en que permaneció en la Carrera, un día decidió abandonar Concepción, regresar a su Pinto natal y volcar su talento en la Escuela de Diseño Gráfico de la UBB. Hoy tiene 23 años y cursa segundo año.

Dentro de la carrera, ha potenciado su gusto por la fotografía a través de talleres. El año pasado, participó en el D+MISSTICA con su trabajo fotográfico.

También ganó un concurso organizado por Inacap sobre fotografía callejera. “Era la foto de un hombre. Era un vagabundo. Lo encontré sentado en una banca de la Plaza de Armas de Chillán y me quedé

observándolo por media hora. Me gustaba mucho la posición en la que estaba, tenía un papel en la mano y parecía que estaba leyendo. Pero cuando me acerqué, me di cuenta que estaba mirando solo rayas hechas en ese papel. Me gustó el mensaje que me dejó esa foto porque a veces vemos algunas cosas, pero no nos damos cuenta del trasfondo. Finalmente, el hombre se levantó, tomó su carro, y se fue insultando a todo el mundo que se le cruzaba”, recordó.

La fotografía que ganó este concurso, estuvo un tiempo adornando las paredes de Inacap, junto a otros trabajos locales. Hoy le gustaría dedicarse al branding, a estudiar proyectos y generarlos. “Me gusta la investigación, el generar ideas se me va muy bien”, dice contento al pensar en su egreso.



## ESTUDIANTES DE DISEÑO GRÁFICO

Hace dos años, la ex Provincia de Ñuble tomó el feliz desafío de convertirse en región. Entre todos los preparativos, surgió la idea de las autoridades de convocar a un concurso abierto para determinar los escudos de las tres nuevas provincias, Diguillín, Itata y Punilla.

Cuatro alumnos de la Escuela de Diseño Gráfico de la UBB Bárbara Herrera Aravena (22), Giovanni Aguilar Martínez (20), Javiera Flores Alarcón (21) y Claudia Ojeda Delgado (21) fueron motivados por sus docentes a participar y decidieron armar un grupo de trabajo. Marcos Morales Cruz egresado de la Escuela de Diseño Gráfico, ganador del escudo de la provincia de Diguillín.

Javiera recuerda que “en la Escuela nos prestaron una sala de trabajo y comenzamos a estudiar mucho, no solo la historia, flora y fauna de cada provincia, sino que también sobre heráldica, colores, entre otras herramientas. Tras esto, comenzamos a tirar líneas hasta que pudimos hacer la propuesta de los tres escudos que participaron en este concurso abierto”.

Finalmente, los estudiantes ganaron el primer lugar de los escudos de Diguillín e Itata. “Entramos en la historia de la región y eso fue lo más gratificante de haber participado y ganado este concurso. Ninguno lo esperó, nos alegramos mucho y sentimos que todo valió la pena, la investigación, el esfuerzo y el apoyo que recibimos de la Escuela de Diseño Gráfico de la UBB”, precisó Bárbara.

“Respecto al significado de los escudos, el diseño de Itata corresponde a un sable, que representa al héroe Arturo Prat y a la justicia; hojas de parra significa la producción vitivinícola característica de la provincia; y las ondas sugieren el vínculo e la provincia con su atractivo turística ligado al mar”, explicó Giovanni.

“Para Punilla, en tanto, la fundamentación responde a la flor violeta que simboliza los atributos folclóricos de la provincia representando a la cantautora Violeta Parra. Se dispone sobre púrpura para representar la humildad y la sabiduría; torre muestra a la cordillera que vigila sobre la tierra, y las ondas que simbolizan los tranques, un atractivo turístico de Punilla”, precisó Claudia.



# ENTRE HERÁLDICAS Y ESCUDOS



## PAULA PARRA ROMERO

Escribir la historia de la Carrera de Diseño Gráfico que este año está cumpliendo 50 años de vida, fue uno de los principales desafíos para la alumna Paula Parra Romero (26). Se trató de su Proyecto Final, idea para la cual comenzó a desarrollar un intenso trabajo de investigación respecto a los inicios de esta Escuela.

“Estaba viendo otros proyectos pero nada llamaba mi atención. Siempre me ha llamado la atención el área editorial y sabía que quería hacer algo relacionado a esta. Hasta que se me ofreció la posibilidad y no lo pensé dos veces porque me había dado cuenta que sobre historia había muy poco”, dijo.

Paula comenzó de esta manera un trabajo paralelo entre la recopilación de fotografías, historia y anécdotas que le permitieran editar un libro sobre la Carrera de Diseño Gráfico en el marco de los 50 años de vida institucional. “El trabajo tiene información sobre sus inicios, otras

carreras y los eventos a lo largo de todos estos años. Me ayudaron muchos docentes como Gino Álvarez, Gladys Bornand, Ninón Jegó, Paula Riffo y Norman Ahumada, a quienes les agradezco mucho la cooperación”, advierte.

Paula comentó además, que la idea es que el trabajo quede para las nuevas generaciones de estudiantes que ingresen a la carrera. “Es importante siempre conocer el origen de la institución a la cual se pertenece por lo que estoy muy contenta de poder haber concretado este proyecto que partió como una idea inalcanzable”, dijo.



# PROYECTANDO LA MEMORIA



## ZONA ÁUREA

### GETSEMANÍ PALMA VENEGAS NICOL BARRERA CÓRDOVA

Getsemaní Palma Venegas (21) y Nicol Barrera Córdova (23), son las alumnas de tercer año que diseñaron una de las revistas que tienes en tus manos. Ambas cuentan que se motivaron gracias al taller práctico contextualizado que las invitó a desarrollar un proyecto de diseño de la revista conmemorativa de los 50 años de la Escuela de Diseño Gráfico de la Universidad del Bío Bío.

Nicol explica que “siempre quisimos hacer algo que fuera novedoso, irreverente, una propuesta que se notara que era de diseño y creo que lo logramos porque los colores y las fotografías van en la misma línea de lo que queríamos proyectar”, precisó.

“Trabajamos por dos meses en esta propuesta y quedamos muy contentas con los resultados”, acotó Getsemaní, quien agregó que “Diseño nunca fue mi primera opción, pero siempre fui hábil para dibujar. Cuando entré a la carrera me di cuenta que esto era realmente lo que quería hacer, me gusta el área editorial y esta revista fue uno de los proyectos más interesantes que he podido realizar acá”, dijo.

Por su parte, Nicole, también derivó al diseño desde otra carrera. “Estuve dos años en Arquitectura, pero siempre pensé en estudiar Diseño. Me cambié y fue la mejor decisión que pude haber tomado en la vida”, agregó.





## PUNTO DE PERFECCIÓN

CLAUDIA OJEDA DELGADO  
CAMILA CONTRERAS REBOLLEDO

A Camila Contreras Rebolledo (21) le correspondió recibir en Bomberos a un grupo de estudiantes de Diseño Gráfico que estaban desarrollando un proyecto de marca con la institución. Camila, que colaboraba con Bomberos, quedó enamorada de la Carrera y no dudó en postular al salir de cuarto medio.

Por su parte, Claudia Ojeda Delgado (21) siempre soñó con estudiar Diseño. “Desde niña me gustó la comunicación, lo visual, el área de la pintura y la ilustración”, precisa la joven que nació en Cuba. Hace tres años sus padres llegaron a este país y a Chillán, en el preciso momento en que Claudia tenía que decidir su futuro.

“En Cuba es muy difícil estudiar Diseño porque los cupos son muy pocos. Por eso cuando vinimos a Chile, siempre vi acá una real posibilidad”, agrega la joven que se está formando en ilustración y 3D.



Ambas, Camila y Claudia, ganaron la opción de realizar la revista conmemorativa de los 50 años de la Escuela de Diseño.

“A través de este diseño buscamos equilibrio, enfoque, armonía, vimos una escala de colores que pudiera representar un efecto tornasol, el cual representa todos los colores. Quisimos que más que el color, la revista fuera simple y minimalista”, precisan.

“Diseñamos también la marca que busca la estructura de la Escuela, además de resaltar las esculturas de Marta Colvin que adornan nuestros patios. Estamos contentas porque le pusimos mucho empeño e hicimos varios bocetos. La mejor noticia es que este trabajo no quedará en la nota, sino que trascenderá”, dijeron ambas ganadoras.



MARINO JOFRÉ MORALES

# LA MAGIA DEL 3D



## MARINO JOFRÉ MORALES

Hace ocho años Marino Jofré Morales comenzó a explorar el diseño y todas sus infinitas posibilidades. Tenía apenas 12 años cuando se interesó en la programación, un ámbito que lo llevó a incursionar en programas de diseño como Photoshop por esos años.

No pasó mucho tiempo hasta que derivó a las ilustraciones 3D, su gran pasión hoy. “Desde muy pequeño supe que esto era lo mío. Me gustaba hacer cosas gráficas, empecé a conocer los programas de diseño y nunca más me detuve”, recuerda.

Por esto, decidió ingresar a la Escuela de Diseño Gráfico de la UBB, en donde siente que han potenciado sus aptitudes. Hoy cursa el tercer año y ha logrado hitos en su vida profesional que bien valen destacar.

Solo el año pasado fue uno de los exponentes en el evento D+MISSTICA que cada año organiza la carrera con el fin de ofrecer a los jóvenes una vitrina que también les permite acceder a la información actualizada de lo último en tendencias de diseño a nivel mundial. “Esa fue una tremenda experiencia para mí”, advierte Marino contento. “Siento que en la Universidad potencian las habilidades de cada uno. El diseño es bien amplio y muchos estamos en distintas especialidades”, cuenta.

Marino también recibió el apoyo cuando recién ingresado a la carrera, fue reclutado por la empresa española Inoutwells para desarrollar distintos proyectos de Skate Parks en España. “Hoy estoy articulando esas redes que dejé cuando desempeñé este trabajo. Mi idea es viajar a España, para poder desarrollarme. He pensado en partir haciendo un semestre allá, son posibilidades que estamos estudiando”, precisa.

Marino también ha tenido la oportunidad de desarrollar ayudantías en la Escuela de Diseño Gráfico, preparándose para egresar y desarrollar su potencialidad en 3D ya sea en Chile o en extranjero. “Ahora hay más empresas que están dedicadas a esta especialidad, pero está claro que afuera es donde están las mejores oportunidades hoy por hoy”, dice entusiasmado.

PUNTO

CERRO



# EN DETALLE

CLAUDIA OJEDA DELGADO

"Disney-Pixar pondrá a disposición del público gratis la versión 22 de Renderman para uso no comercial".

## TOY ADVANCE

Nueve años después de lo que parecía un cierre magistral, reaparece en las pantallas Toy Story 4, de la mano de Disney- Pixar. La cuarta entrega sorprende, sin dudas, por una depurada animación y un logrado realismo en el modelado de los personajes.

La cinta forma parte de una saga acreditada por ser un referente dentro de la realización de dibujos animados para el cine. Su primera entrega, en 1995, resultó el primer largometraje animado por computadora, mientras que las siguientes se convirtieron en inspiración para el cambio en la industria, donde Pixar estaría a la vanguardia.

Evidentemente el éxito de la ahora tetralogía Toy Story se debe en gran medida al amigo más fiel de Pixar: Renderman, tanto un software como una interfaz de programación de Aplicaciones (API), desarrollada desde sus inicios para redes de renderizado distribuido de imágenes en tercera dimensión.

Dicho más claro, el programa, que durante los años ha evolucionado sin cesar, puede renderizar escenas y animaciones que contengan luces, pelo, piel y efectos de lente de un modo más veloz de lo que un procesador normal pudiera hacerlo.





En los inicios lograr un nivel de realismo en el cabello de los personajes podría complejizar el trabajo, sin embargo, quedaron atrás los días donde los animales no tenían pelaje y los humanos usaban sombreros o poseían poco cabello para disimular las limitaciones del software. Toy Story 4 se coloca en tal sentido, en la cima de las realizaciones de la saga. Son disímiles los ejemplos; la tienda de antigüedades, espacio para el que tuvieron que crear-diseñar 10.000 objetos, aunque algunos fueran reutilizados de otros filmes de la compañía. Crearla les tomó a sus productores casi dos años. El realismo del pelaje del gato que aparece durante la escena del escape de varios juguetes de la propia tienda es impresionante. Su textura, apariencia y reflejos de luz lo hacen de una autenticidad extrema. Ocurre algo similar con el personaje de Bo, quien tuvo un equipo de animación solo para ella, y cuyo trabajo era hacerla un juguete único. Su personalidad, movimientos y estética general, tomaron inspiración de Rey (de Star Wars), Dottie (de un equipo muy especial), La Novia (de Kill Bill), la gimnasta Aly Raisman, la bailarina Sharna Burgess, las artes marciales y el lanzamiento de lanza entre otros, según han declarado sus realizadores. Por si fuera poco, Bo y su oveja están hechas de porcelana, hecho al que sus animadores pusieron mucha atención en el glaseado que tiene el material, y todas las sutiles rajaduras que aparecen en la cerámica.

En el diseño de los personajes puede decirse que a primera vista se ven básicamente igual, excepto que se agregaron más raspaduras debajo de la superficie para reflejar el desgaste de un juguete que ha vivido una vida plena. Woody tiene la camisa desgastada. Incluso, se ve el hilo rojo usado para coser su brazo en Toy Story 2!, mientras en Buzz, algunas de sus calcomanías han comenzado a despegarse y tiene raspaduras en las articulaciones donde se doblan sus brazos y piernas.

La veracidad lograda en la película es tal que empieza con una enorme tormenta eléctrica, lo cual hubiera sido simplemente imposible en sus primeras entregas. En aquel entonces, no contaban con la tecnología para hacer que la lluvia interactuara ni tocara nada más en la escena.

Pasados casi 20 años el sello estilístico que escolta a Toy Story es inconfundible. Una simple comparación de la primera parte hasta hoy permite distinguir cuanto ha avanzado la animación en el mundo cinematográfico. En cada entrega se percibe el aporte inestimable de la evolución de Renderman, con el que Pixar ha trabajado durante 25 años.

Aún si es imposible olvidar que detrás de cada diseño, de cada detalle, existen miles de horas y de bocetos que se transformaron en los personajes que hoy conocemos. En un período de 4 años hubo entre 8 y 10 proyecciones de la película para audiencias internas. Algunas fueron versiones alteradas de las proyecciones anteriores, mientras que otras fueron películas completamente diferentes de principio a fin. Gracias a ello, esta tetralogía fílmica no ha perdido frescura, los juguetes siguen siendo los personajes principales en un mundo donde los niños cada vez más prefieren los videojuegos y su interacción con tablets y teléfonos inteligentes es mayor. A pesar de los efectos visuales contemporáneos y los avances tecnológicos, mantiene las características primordiales de sus personajes, entrañables y sencillos, quienes, con su calidez, nostalgia y alegría, dejan huellas imborrables en el espectador, y junto a excelentes historias de amor, fidelidad y aventuras, han logrado llegar a niños de todas las edades.

Sin dudas Toy Story, de la mano de Disney-Pixar, ha legado al cine no solo una obra excepcional, sino que ha logrado superponerse a la tecnología con una historia inmortal.

# HOJEADAS

## “STORYTELLING COMO ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN”

Storytelling como estrategia de comunicación  
Herramientas narrativas para comunicadores, creativos y emprendedores, de Guillaume Lamarre.

Las historias nos emocionan, nos inquietan, permanecen en nuestra memoria y reaparecen para influirnos cuando tenemos que actuar. Este libro desgrana el arte del storytelling como técnica de comunicación y lo aborda en todas sus dimensiones —vivencial, cultural, racional— para que comprendamos bien sus mecanismos de funcionamiento y logremos transmitir eficazmente mensajes en forma de narración.







# ng icación

tas narrativas  
nicadores,  
emprendedores

De María Cecilia Brarda. La cultura de la comunicación audiovisual está cada vez más presente en la vida cotidiana de las sociedades occidentales. Su objetivo es crear discursos y formas innovadoras de expresión para persuadir y llamar la atención de audiencias específicas.

La fantasía, la invención y la creatividad no son patrimonio de unos pocos iniciados, los artistas, sino facultades esenciales del ser humano que todos deberíamos comprender. Bruno Munari desvela en este ensayo, algunos de los secretos de estas tres capacidades básicas que hoy englobaríamos bajo la palabra creatividad.

De Bruno Munari. El lenguaje visual ha creado dos universos, el del arte y el del diseño, que a menudo confluyen y se entrelazan, pero que en otras ocasiones se distancian y se ignoran. El mundo del arte es el del estilo personal, la crítica, la fantasía, la belleza. El del diseño, en cambio, es el del profesional, la industria, la creatividad, la funcionalidad.

De Ellen Lupton, J. Abbott Miller. El ABC de la Bauhaus se ha convertido en una referencia y un clásico entre los diseñadores. Nos cuenta los orígenes y el florecimiento de uno de los fenómenos más ampliamente debatidos, diseccionados, imitados y difundidos del diseño moderno, la Bauhaus, y el impacto creativo que su experimento pedagógico supuso para el diseño, el psicoanálisis, la geometría, la educación infantil y la cultura popular.

Motion Graphics Design  
La dirección creativa en  
branding de TV

Fantasía  
Invención, creatividad  
e imaginación en las  
comunicaciones visuales

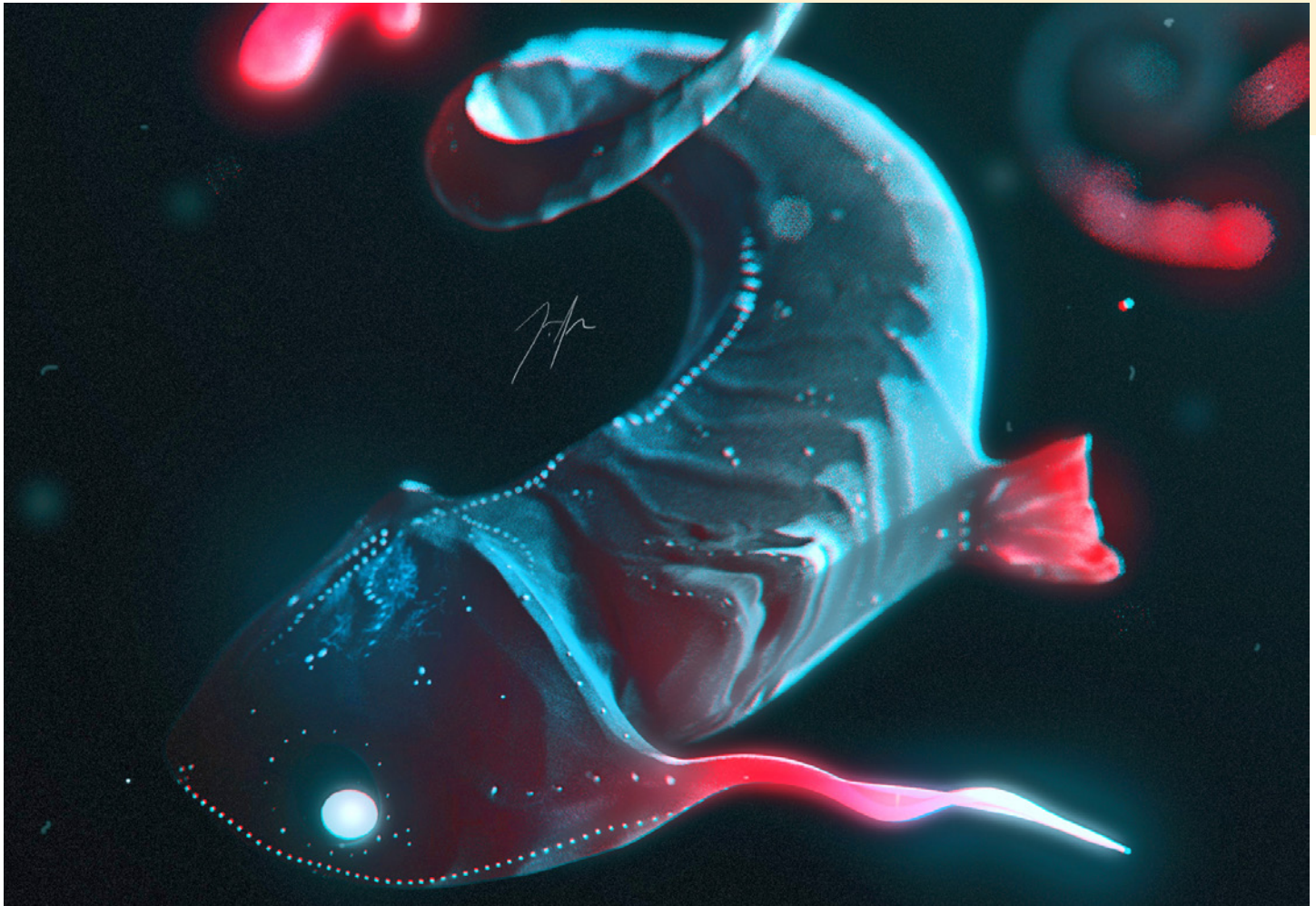
Artista y diseñador

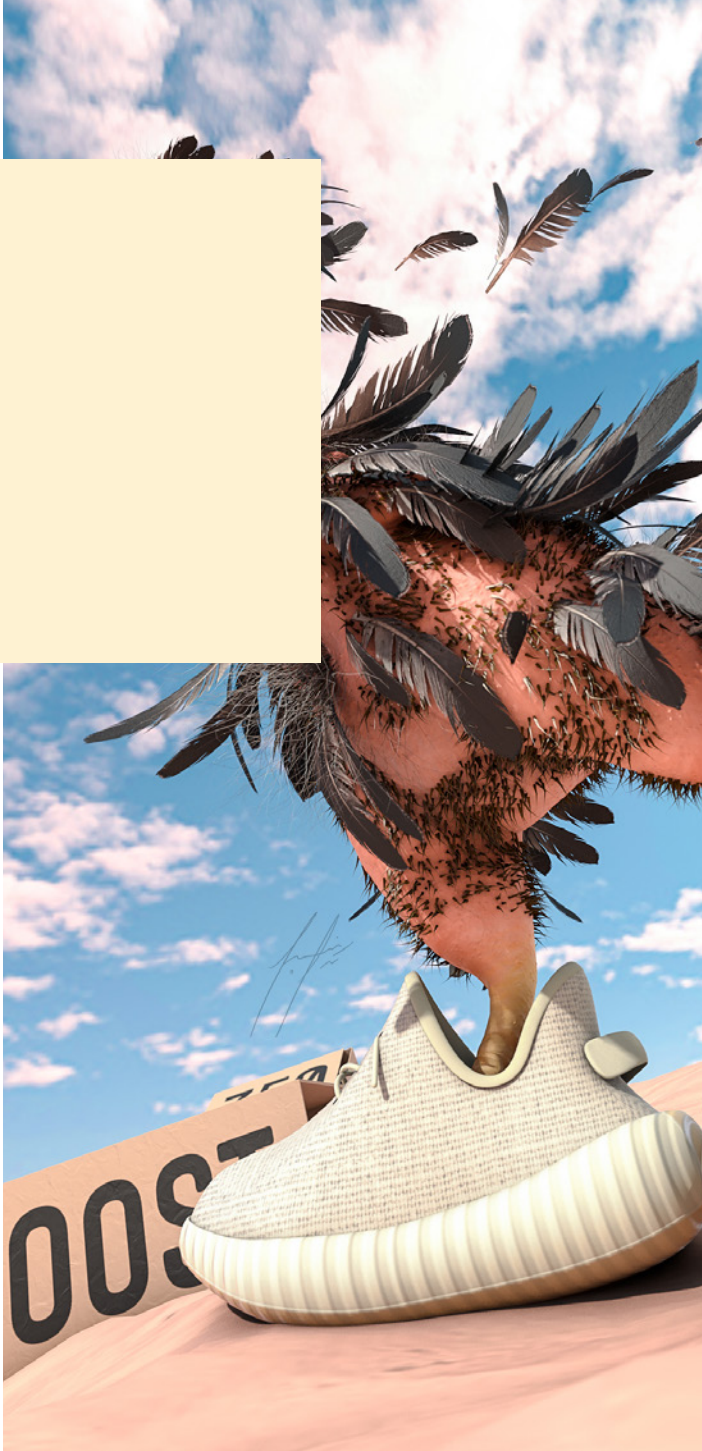
El ABC de la Bauhaus  
La Bauhaus y la teoría  
del diseño

# MIRADAS

TRABAJO 3D

MARINO JOFRÉ MORALES

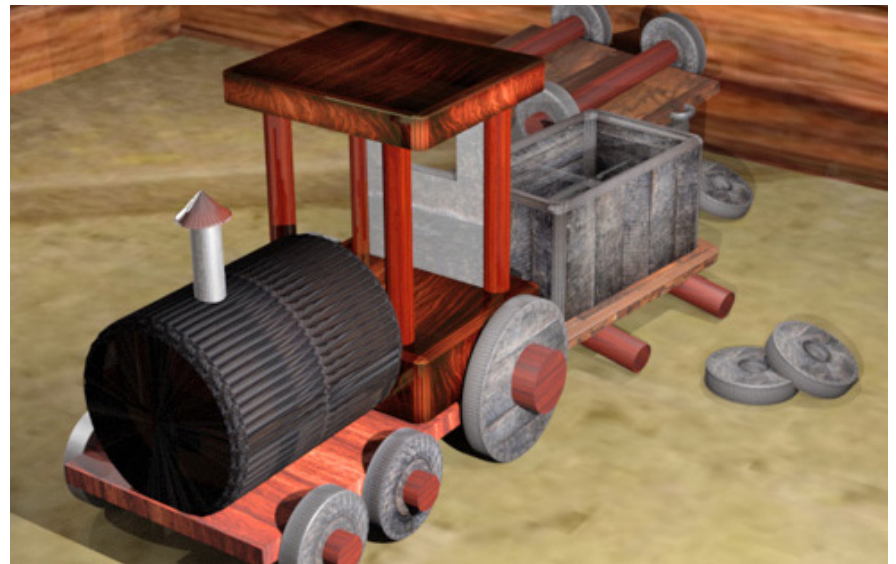




MARINO JOFRÉ MORALES



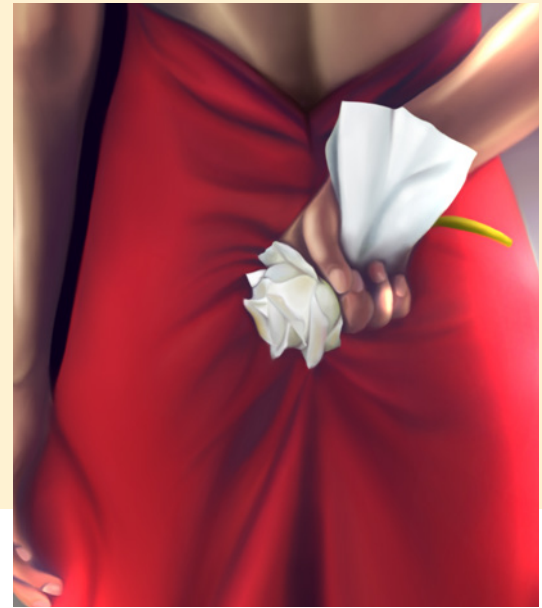
CLAUDIA OJEDA DELGADO



KIMBERLY PAVEZ UTRERAS



RICARDO ALARCÓN SALGADO



CLAUDIA OJEDA DELGADO



RICARDO ALARCÓN SALGADO

DAS



JOSÉ THOMAS ROBER CISTERNAS



GIOVANNI AGUILAR MARTÍNEZ



JOAQUÍN IGNACIO WALL MUTIS



ANA FUENTES MUÑOZ



PABLO ROMERO SEPÚLVEDA

# MIRADAS

ILUSTRACIÓN PROCESO



CONSTANZA TURRA MÖDINGER



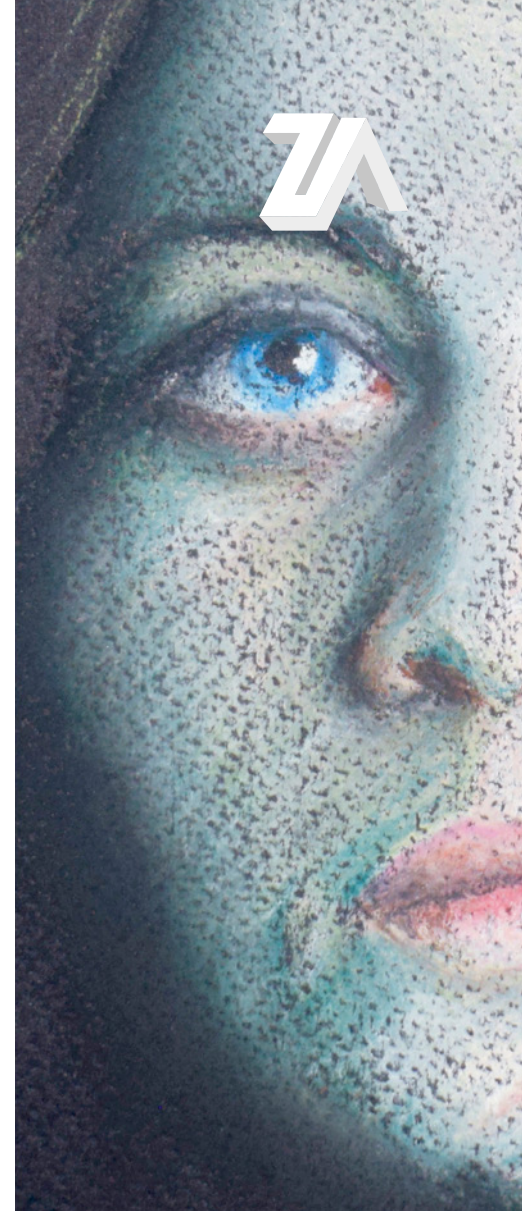
JAVIER ENRIQUE CHAVEZ ORTIZ



ELADIA ANDREA MUÑOZ CASTRO



ANTONIA NAVARRETE SALGADO



ANDRES DE LA HOZ ALARCÓN



ANIBAL SOTO GALLEGOS



FABIÁN RUBILAR NAVARRETE



PAULA PARRA ROMERO





ANDRES DE LA HOZ ALARCÓN



# MIRADAS

FOTOGRAFÍA

# LA HIJA DE LA CORDILLERA

## MARTA COLVIN ANDRADE

Marta Colvin Andrade constituye un referente en la escultura nacional, con variados premios nacionales e internacionales, con muchas obras emplazadas en espacios públicos en Chile y en Francia. Su obra se caracteriza por la abstracción y simbolismo, la monumentalidad y el material, la piedra, la madera y el metal, la integración de la geometría y el equilibrio entre el concepto de horizontalidad y verticalidad.

Su casa de campo, en el Fundo el Mono de Chillán, es hoy la sede de la Escuela de Diseño Gráfico de la Universidad del Bío-Bío, Chillán Región de Ñuble, donde se emplaza el museo con su obra y el Parque de las Esculturas.

“La cordillera ha sido mi maestra. Me despertaba cuando niña en mi ciudad natal, Chillán, y veía por el ventanal el volcán, siempre en el horizonte. Era para mí un sostén. A veces se veía una fumarola en su extremo, pero nunca me asustó, nunca me pareció malo o negativo. La cordillera ha sido mi horizonte necesario desde niña y muchas veces la eché de menos al recorrer países europeos.”





La morfología de nuestra marca se genera como concepto la significación plástica desde las piezas escultóricas de la artista Marta Colvin Andrade, de manera simbólica representa el hacer creativo de la Escuela de Diseño Gráfico. Su tipografía y color van entrelazados para generar modernidad y equilibrio concepto en los que se basó el diseño y estructura de esta revista. Tipografía utilizada Bebas Regular.

