



MANUAL DE NORMAS Y APLICACIONES GRÁFICAS FOTOGRAFICAS Y AUDIOVISUALES

ÚLTIMA ACTUALIZACIÓN JUNIO DE 2026



 UNIVERSIDAD DE LA FRONTERA

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ITINERARIUM MENTIS AD VERITATEM
EL PEREGRINAJE DE LA MENTE EN BUSCA DE LA VERDAD

INTRODUCCIÓN

Este Manual de Normas Gráficas para uso fotográfico y audiovisual, tiene como finalidad orientar la aplicación de la marca UFRO en distintos soportes, para fortalecer la identidad visual de la Universidad de La Frontera.

A continuación, se presentan lineamientos sobre los tipos de fotografía, aspectos técnicos, nociones básicas del lenguaje fotográfico, aspectos éticos y legales, la gestión de archivos y su uso en campañas publicitarias. Así mismo, se presentan orientaciones sobre el uso de logotipos para distintos formatos de video, recomendaciones en la utilización de los generadores de caracteres, guías para la animación del logotipo de introducción y cierre para videos corporativos y el uso adecuado del subtítulo.

ORIENTACIONES GENERALES PARA LA PRODUCCIÓN FOTOGRÁFICA Y AUDIOVISUAL

Las imágenes fotográficas y audiovisuales deben representar, de manera prioritaria, la **vida universitaria** en sus distintos ámbitos. Esto incluye actividades académicas, administrativas y de convivencia, relevando a quienes integran la comunidad universitaria.

Es fundamental **destacar a estudiantes, académicas/os y funcionarias/os** en situaciones reales de su quehacer. Las imágenes deben mostrar a las personas realizando alguna acción concreta: estudiando, enseñando, dialogando, investigando, colaborando, participando en actividades colectivas o desempeñando labores propias de su rol. La acción ayuda a transmitir ideas como **atención, compromiso, dedicación o singularidad**, evitando imágenes con doble lectura.

■ Se debe prestar especial atención a las **expresiones corporales**. Idealmente las personas deben aparecer con:

- Ojos abiertos y atentos
- Expresiones naturales y neutras (evitar gestos exagerados o muecas)
- Posturas coherentes con la actividad que realizan

■ Asimismo, es importante cuidar los **detalles del entorno y la vestimenta**. Se debe procurar que:

- La ropa esté ordenada, sin manchas, arrugas excesivas ni elementos distractores
- El entorno se vea limpio, coherente y libre de marcas, logos o elementos visuales que desvíen la atención del mensaje principal

Estos elementos contribuyen a generar imágenes más realistas, respetuosas y estéticamente coherentes.



MANUAL DE NORMAS
SOPORTES

FOTOGRAFÍCOS

NOCIONES BÁSICAS DE LENGUAJE FOTOGRÁFICO

COMPOSICIÓN

La composición se refiere a la **forma en que se organizan los elementos dentro de una fotografía.**

Una buena composición ayuda a que la **imagen sea clara, equilibrada y fácil de comprender**, guiando la mirada de quien observa hacia lo más importante de la escena.

Una imagen bien compuesta permite **destacar personas, acciones o espacios** sin generar confusión visual.

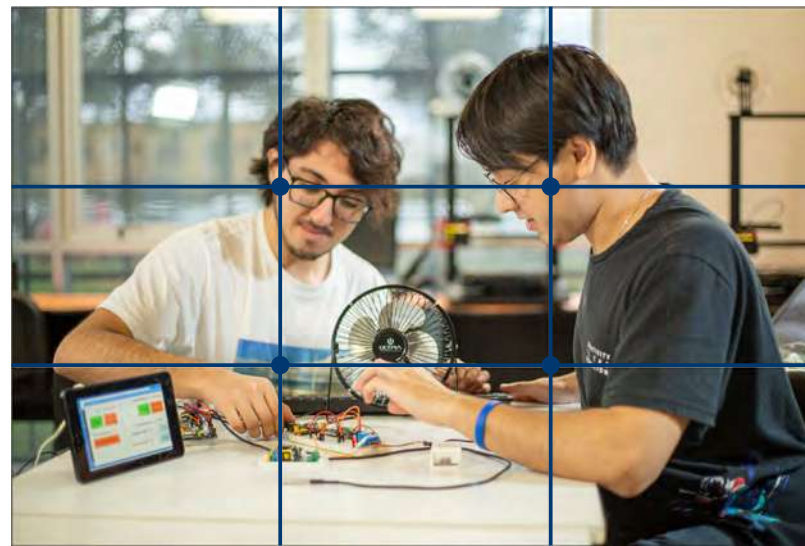
En el contexto universitario, una buena composición contribuye a **comunicar de mejor manera** actividades académicas, institucionales o creativas, reforzando el mensaje que se quiere transmitir.



ALGUNAS HERRAMIENTAS BÁSICAS DE COMPOSICIÓN

- **Regla de los tercios:** consiste en dividir la imagen en tres partes iguales, tanto horizontal como verticalmente. Al ubicar a la persona o elemento principal en uno de los puntos de intersección, la imagen se ve más equilibrada y natural
- **Líneas guía:** son líneas presentes en el entorno (pasillos, escaleras, mesas, caminos, muros) que ayudan a dirigir la mirada hacia el sujeto principal
- **Encuadre adecuado:** implica decidir qué incluir y qué dejar fuera de la imagen, evitando elementos innecesarios que desvíen la atención

• Foto Horizontal



• Foto Vertical



CONSEJOS PRÁCTICOS

- Activa la cuadrícula de la cámara o del celular para aplicar fácilmente la regla de los tercios
- Observa el entorno antes de fotografiar y utiliza líneas naturales para guiar la mirada
- Acércate o cambia tu posición si hay elementos que distraen en el fondo
- Prioriza siempre a las personas y la acción que se quiere destacar
- Mantén encuadres simples y ordenados.

TIPOS DE PLANOS

Los tipos de planos permiten decidir **qué tan cerca o lejos se muestra un sujeto dentro de una imagen.**

Su correcta utilización ayuda a **comunicar mejor una idea, destacar a las personas, mostrar acciones o contextualizar una actividad** dentro del entorno universitario.

Elegir el plano adecuado **mejora la claridad de la imagen y permite transmitir emociones, relaciones y dinámicas** propias de la vida académica, institucional o creativa.

PLANOS ABIERTOS

- **Gran Plano General:** Predomina el entorno por sobre el sujeto, mostrando un espacio muy amplio mientras que las personas u objetos principales aparecen muy pequeños dentro del cuadro



UTILIZACIÓN

- Los **planos abiertos** permiten mostrar el contexto, como salas de clases, laboratorios o espacios comunes, ayudando a situar la acción
- Los **planos medios** son ideales para destacar interacciones entre personas y actividades en desarrollo
- Los **planos cerrados** permiten resaltar expresiones, gestos o detalles importantes, aportando cercanía y énfasis

- **Plano General:** Muestra el contexto completo de la escena



PLANOS MEDIOS

- **Plano Medio:** Enfoca a personas u objetos principales



- **Plano Americano:** Persona cortada a la altura de la rodilla



PLANOS CERRADOS

- **Primer Plano:** Captura detalles específicos



- **Plano Detalle:** Elementos muy específicos y cercanos



ÁNGULOS DE CÁMARA

- **Ángulo Normal:** La toma está a la altura de la vista del sujeto



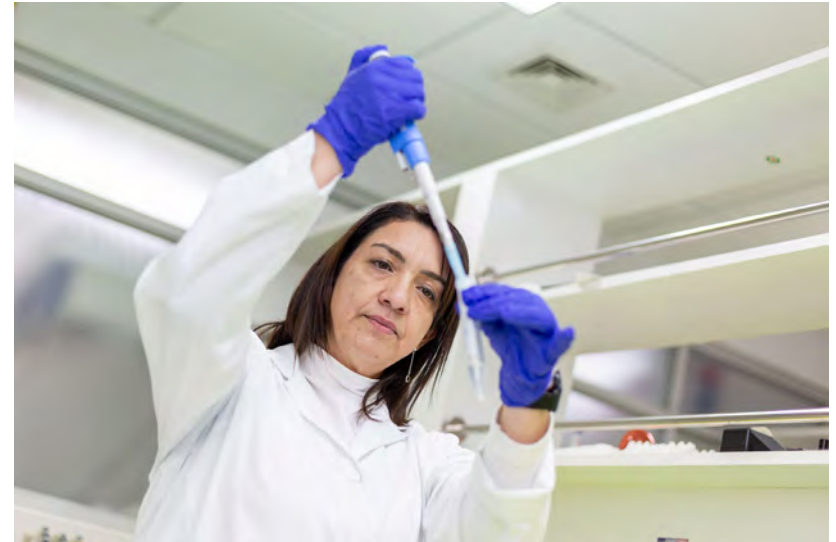
- **Ángulo de 45°:** Toma oblicua, ligeramente sobre o a un lado del sujeto



- **Picado:** Cámara ubicada desde arriba hacia abajo



- **Contrapicado:** Cámara ubicada desde abajo hacia arriba



EXPOSICIÓN

La exposición se refiere a la **cantidad de luz que entra a la cámara al tomar una fotografía**. Una exposición adecuada permite que la imagen se vea clara, con buen detalle, **sin zonas demasiado oscuras ni excesivamente iluminadas**.

Una **correcta exposición es fundamental** para representar de forma fiel a las personas, los espacios y las actividades universitarias. Cuando una imagen está mal expuesta, puede perder información importante y afectar la calidad y comprensión del registro visual.

Al tomar fotografías, es importante observar la luz disponible y ajustar la cámara o el celular para lograr un equilibrio entre luces y sombras, priorizando siempre que el sujeto principal se vea correctamente iluminado.



Subexpuesta (Falta luz)



Exposición Correcta



Sobreexpuesta (Demasiada luz)



Verificación de Exposición:

- Verificar que no hay zonas completamente blancas o negras
- Comprobar que los detalles son visibles
- Asegurar colores naturales y realistas

TIPOS DE FOTOGRAFÍAS EN LA UNIVERSIDAD

La fotografía institucional cumple un rol fundamental en la comunicación de la universidad, ya que permite **registrar, documentar y proyectar** desde su quehacer académico, administrativo, artístico, cultural y social.

Identificar y diferenciar los distintos tipos de fotografías facilita una **producción visual coherente**, ordenada y alineada con los objetivos institucionales. Cada tipo de registro responde a necesidades específicas y requiere criterios particulares en cuanto a contenido, composición y uso.

Esta clasificación busca orientar la correcta realización de fotografías, promoviendo una representación clara, respetuosa y poniendo en valor los espacios, las actividades y las personas que forman parte de la comunidad universitaria.



FOTOGRAFÍAS ACADÉMICAS

Las fotografías académicas deben mostrar **actividades propias de la vida universitaria**, como clases, laboratorios, salidas a terreno y actividades de investigación.

- Las imágenes deben representar a estudiantes y académicas/os **en acción, reflejando atención, participación y compromiso**
- Es importante cuidar el entorno y el contexto, procurando que los **espacios se vean ordenados, limpios y coherentes con la actividad académica** y la imagen institucional de la universidad



FOTOGRAFÍAS INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

Las fotografías de investigación científica deben registrar **fenómenos naturales, biodiversidad y procesos de laboratorio** propios del quehacer universitario.

- Las imágenes deben mostrar los **procesos de manera clara y comprensible**, cuidando el contexto en que se realizan las tomas y procurando que los espacios, materiales y equipos se vean ordenados y en condiciones adecuadas



FOTOGRAFÍAS INSTITUCIONALES

Las fotografías institucionales deben registrar **actos oficiales, ceremonias y actividades de difusión propias de la universidad.**

- Las imágenes deben reflejar el carácter formal de estas instancias, cuidando el entorno, el contexto y la correcta presentación de las personas y los espacios, de modo que **representen adecuadamente a la institución**



FOTOGRAFÍAS INFRAESTRUCTURA

Al realizar fotografías de infraestructura, edificios y espacios institucionales, se debe privilegiar **horarios en los que la luz natural favorezca la imagen, evitando sombras duras o condiciones que dificulten una correcta visualización del espacio.**

- Es importante **cuidar que el entorno se encuentre limpio, ordenado y en buen estado**, evitando la presencia de basura, elementos fuera de lugar u objetos que desvíen la atención y no representen adecuadamente a la institución
- En el caso de fotografías nocturnas, se debe poner especial atención al **uso adecuado de la luz**, procurando una correcta iluminación de los sujetos y aprovechando de manera consciente los elementos luminosos del entorno, como iluminación arquitectónica o luces ambientales, para reforzar la imagen institucional



FOTOGRAFÍAS ARTÍSTICAS Y CREATIVAS

Las fotografías artísticas y creativas deben registrar **proyectos estudiantiles, concursos y exposiciones desarrolladas en el contexto universitario.**

- Las imágenes deben destacar a las personas involucradas en sus procesos creativos y en la presentación de sus trabajos, mostrando **acciones que reflejen participación, dedicación y expresión personal**
- Es importante cuidar el entorno y el contexto en que se realizan las tomas, procurando **espacios ordenados y coherentes con la actividad**, de modo que las imágenes representen de forma clara y adecuada la vida universitaria y la identidad institucional



CAMPAÑAS PUBLICITARIAS

Las fotografías publicitarias son aquellas destinadas específicamente a **promocionar la universidad, sus programas académicos, servicios o eventos**, con el objetivo de atraer estudiantes, generar reconocimiento institucional y fortalecer la imagen de marca.

LINEAMIENTOS ESPECÍFICOS

PARA MATERIAL PROMOCIONAL UNIVERSITARIO

Las fotografías destinadas a campañas promocionales deben cumplir con **estándares más exigentes** que el material institucional de uso general, ya que su objetivo es representar a la universidad ante públicos internos y externos.

En términos de **calidad técnica**, las imágenes deben contar con una resolución adecuada para distintos soportes, privilegiando imagen de alta calidad, correcta iluminación y nitidez.

La **composición debe ser pensada estratégicamente**, considerando desde la toma la posible incorporación de textos, logotipos y otros elementos gráficos, sin que estos interfieran con el contenido principal de la imagen.



Las fotografías deben reflejar, de manera responsable, la **diversidad cultural, social y territorial de la región**, promoviendo una representación inclusiva y acorde a los valores institucionales.

Es fundamental mantener **coherencia visual** con la identidad institucional, respetando criterios de estilo, tono y estética definidos por la universidad.

Finalmente, las imágenes deben ser **versátiles en su formato**, de modo que puedan adaptarse a distintos medios y soportes, como plataformas digitales, material impreso y soportes exteriores, sin perder calidad ni sentido comunicacional.



CONSIDERACIONES DE MARCA

E IDENTIDAD VISUAL

Las imágenes institucionales y promocionales deben contribuir a **reforzar la marca de la universidad**, proyectando una identidad de marca coherente con sus valores y su rol académico, social y territorial.

Las fotografías deben reflejar la **excelencia académica y la innovación**, mostrando claramente la calidad de los procesos formativos, de investigación y de creación de conocimiento.

Asimismo, es importante evidenciar la **vinculación con la comunidad regional**, destacando el aporte de la universidad a su entorno social, cultural y territorial.

Las imágenes deben poner en **valor la multiculturalidad y el respeto por los pueblos originarios**, promoviendo una representación inclusiva, respetuosa y pertinente.

Se debe proyectar una imagen de **modernidad y proyección internacional**, sin perder la identidad local, y destacar de manera adecuada la **calidad de la infraestructura, equipamiento y recursos** con los que cuenta la institución.

Contacto Obligatorio: Para fotografías destinadas a campañas publicitarias, contactarse previamente con la Coordinación de Diseño e Imagen Institucional de la Dirección de Comunicaciones, para asegurar alineación con la estrategia institucional.

GESTIÓN Y ARCHIVO DE FOTOGRAFÍAS

Las fotografías producidas en el contexto universitario deben ser gestionadas y archivadas de manera **ordenada, segura y accesible**, con el fin de resguardar el patrimonio visual institucional y facilitar su uso.

Se recomienda el uso de **repositorios institucionales**, con respaldo tanto en la nube (drive, icloud, etc) como en dispositivos físicos, para asegurar la conservación y disponibilidad de los archivos en el tiempo.

Es fundamental que todas las fotografías cuenten con **metadatos básicos**, tales como fecha, autor/a, lugar y tema. Esta información es clave para la correcta organización, identificación y posterior recuperación de las imágenes.

El acceso a los archivos debe ser **restringido y regulado**, de acuerdo con los fines académicos, institucionales o comunicacionales definidos por la universidad.

Para una mejor comprensión y uso del sistema de archivo, se sugiere incorporar un **esquema de almacenamiento jerárquico** que muestre la organización de carpetas y archivos, facilitando su correcta clasificación y gestión.

ASPECTOS TÉCNICOS BÁSICOS

Uso	Resolución	Formato	Tamaño máx aprox	Peso máx aprox	Observaciones
Publicaciones impresas	300 dpi	PDF, JPG, PNG	Según soporte	Según soporte	Alta calidad para impresión
Publicaciones digitales (RRSS)	72 dpi	JPG, PNG	Según soporte	Según soporte	Optimizado para redes sociales
Publicaciones web	72 dpi	Webp	-Foto nota web 900 x 600	-80k	Optimizado para web
			-Banner 1280x450	-150k	

Importante: Evitar formatos especiales como HEIC, configurando correctamente los dispositivos móviles para que guarden en JPG.



USO DE LÍNEA GRÁFICA
EN SOPORTES

AUDIOVISUALES

USO LOGOTIPO MARCA UFRO

Cada video producido debe ser identificado con el logotipo UFRO de uso publicitario, el cual puede ser encontrado en [Recursos Institucionales UFRO](#).

Es importante que los logos **entén integrados dentro de los márgenes seguros**. Los márgenes seguros (o "safe areas") son guías visuales que aparecen en los programas de edición de video y sirven para indicar qué partes de la imagen se verán correctamente en pantalla, **sin riesgo de quedar cortadas o fuera de cuadro**.

Aunque hoy la mayoría de los contenidos se ven en pantallas digitales, los márgenes seguros siguen siendo importantes para asegurar una correcta visualización en distintos dispositivos y formatos.

- **El logo con fondo azul** se debe ajustar al borde superior y al margen de la derecha del primer margen seguro tal como lo indica en el ejemplo 1
- **Aquellos logos que sean utilizados sin fondo azul**, deben quedar dentro de los márgenes seguros, tal como lo muestra el ejemplo 2 y el ejemplo 3

EJ 1



EJ 2



EJ 3



LOGOTIPO ANIMADO

INTRO / INICIO DE VIDEO

Al inicio de cada video, se puede incluir ya sea título, logotipo animado o simplemente comenzar con el contenido visual. **Se recomienda utilizar el mismo estilo gráfico de la campaña o actividad que se está comunicando** (ver ejemplos).

Pieza referencial



Inicio video



Pieza referencial



Inicio video



El logotipo UFRO **no debe ser intervenido** con texturas, biseles ni iluminaciones que interfieran la marca visual.

Click [aquí](#) para revisar el Manual de Normas Gráficas UFRO.

OUTRO / FINAL DE VIDEO

Al finalizar, cada video debe llevar un cierre institucional que tenga incluido el logotipo de la marca UFRO.

- Puede acceder a las animaciones tipo ya creadas para cada Vicerrectoría, Facultad, Instituto o Dirección, [consultando el repositorio de logos animados.](#)

Las animaciones se encuentran en formato MOV con canal alfa.

De no encontrarse la animación apropiada, puede ser solicitada a la Dirección de Comunicaciones.

- De la misma forma **se permite utilizar un cierre propio**



Todo video usado para difusión o fines publicitarios para públicos externos a la Universidad, debe contener el **Sello de Acreditación Institucional** o el **Sello de Acreditación de Carrera de pre y postgrado**, según corresponda. **Esta norma está establecida en la circular n° 30 de la Comisión Nacional de Acreditación (CNA). [Click aquí para ver circular.](#)**

UTILIZACIÓN DE GENERADOR DE CARACTERES

GC / GENERADOR DE CARACTERES

Para hacer menciones de personas y quehacer, se sugiere **utilizar el estilo gráfico de la actividad** que se esté trabajando.

Preferentemente, en cada GC debe ir en **primer lugar el nombre propio**, incorporando la primera letra del segundo apellido. El nombre completo debe ir resaltado en tamaño o grosor.

En una segunda línea o nivel de lectura, se debe mencionar el **cargo o acción**, como se muestra en los siguientes ejemplos.

En el caso de que la información no sea nombre propio. Puede agragar un **cuadro gráfico**.



GENERACIÓN DE SUBTÍTULOS

Si el video contiene **locución, entrevistas y/o voces en off**, éste **deberá estar subtulado**.

Para los subtítulos, es importante seguir las sugerencias del **Manual de Normas Inclusivas de la Universidad**, de modo que tengan un tamaño y formato adecuado que permitan su correcta visualización.

PARÁMETROS SUGERIDOS

- **TIPOGRAFÍA:** Sans Serif o Palo seco
- **TAMAÑO:** Entre 40 y 48 dependiendo de la tipografía
- **FONDO:**

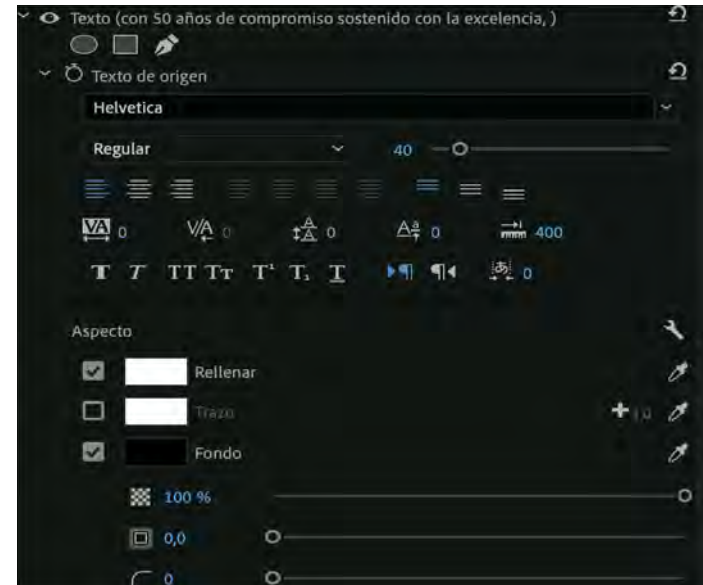
Negro con letras blancas



Blanco con letras negras



Letras blancas con sombras marcadas



TRADUCCIÓN EN LENGUA DE SEÑAS CHILENA

Para incorporar al traductor de Lenguaje de Señas Chilena, este debe ir en la parte inferior a la derecha, el traductor debe estar vestido de negro.

El fondo puede ser blanco o puede ser transparente con un recuadro blanco que lo delimite, esto sólo si no hay textos que intersecten con el traductor.





ASPECTOS

ÉTICOS Y LEGALES

EN FOTOGRAFÍA Y AUDIOVISUAL

ASPECTOS ÉTICOS Y LEGALES

DERECHOS DE AUTOR

Toda fotografía tiene propietario/a intelectual. Según la Ley 17.336 sobre Propiedad Intelectual, se debe:

- Identificar y acreditar al autor de la fotografía
- Obtener autorización para uso y modificación
- Respetar los derechos morales y patrimoniales

DERECHO A LA IMAGEN

• Publicidad

Se requiere consentimiento expreso para fotografiar y difundir imágenes de personas

• Eventos

En lugares públicos o eventos se permite captar imágenes de interés general siempre que no vulneren la vida privada de las personas

MENORES DE EDAD



Protocolo Obligatorio: Autorización escrita de padres, madres o tutores legales antes de fotografiar menores de edad.

*Considerar además el contexto y finalidad de la imagen.

Pueden solicitar la autorización de uso de imagen a la **Coordinación de Diseño e Imagen Institucional de la Dirección de Comunicaciones.**

EDICIÓN PERMITIDA

- Ajustes de luz, contraste y saturación
- Corrección de color
- Recorte que no altere el contexto
- Corrección de imperfecciones técnicas menores

EDICIÓN NO PERMITIDA

- Manipulación que distorsione la información
- Modificación de personas u objetos de manera engañosa
- Uso de filtros que alteren la realidad
- Eliminación de elementos que cambien el contexto

**USO DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL
EN FOTOGRAFÍA Y AUDIOVISUAL INSTITUCIONAL**

El uso de herramientas de Inteligencia Artificial (IA) en procesos fotográficos y audiovisuales **debe regirse por principios de veracidad, respeto y responsabilidad**, especialmente en el contexto de la comunicación institucional, donde las imágenes cumplen un rol documental al representar la vida real de la comunidad académica.

En este marco, **no está permitido utilizar IA para modificar cuerpos, rostros o características físicas de las personas**, ni para alterar su **apariencia, identidad o expresiones**. Asimismo, no se deben modificar los **contextos reales** en los que se desarrollan las actividades universitarias mediante la incorporación o eliminación artificial de personas, objetos o espacios que **cambien el sentido de la escena**.

Las herramientas de IA pueden utilizarse **únicamente para mejoras técnicas de la imagen**, como ajustes de iluminación, nitidez, reducción de ruido o procesos de organización de archivos, siempre que estas intervenciones **no alteren el contenido ni el significado** de la fotografía o del registro audiovisual.

El uso responsable de estas tecnologías contribuye a resguardar la **credibilidad institucional y el respeto hacia las personas** que forman parte de la comunidad universitaria.

PUEBLOS ORIGINARIOS

En el registro fotográfico y audiovisual que involucre a pueblos originarios, **se debe actuar con respeto, responsabilidad y pertinencia cultural.**

Se recomienda contar con **consentimiento previo, idealmente a nivel comunitario, y consultar antes de realizar cualquier registro**, definiendo en qué contextos, momentos o actividades es apropiado hacerlo.

Es fundamental **respetar las normas culturales, simbólicas y territoriales**, así como el uso posterior de las imágenes, evitando registros que puedan resultar invasivos, descontextualizados o contrarios a los valores de las comunidades.

CONSIDERACIONES CULTURALES:

- Consultar con líderes comunitarios antes del registro
- Evitar fotografías que puedan ser malinterpretadas
- Respetar ceremonias y espacios sagrados
- Considerar el contexto cultural en la difusión



INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

Las imágenes asociadas a investigación científica deben **representar de manera fiel y rigurosa los fenómenos, procesos o resultados registrados**, sin manipulaciones que alteren su interpretación ni las conclusiones científicas.

Se **permite únicamente** el uso de **ajustes básicos que mejoren la legibilidad de la imagen**, siempre que no modifiquen el contenido ni el sentido del registro.

Es importante cuidar el **contexto, la correcta identificación de los elementos observados** y el **uso responsable de las imágenes**, asegurando coherencia con los principios éticos y académicos de la universidad.



PUBLICACIÓN DE CONTENIDO SENSIBLE

PLATAFORMAS DIGITALES

En el caso de fotografías que contengan **contenido explícito o potencialmente sensible**, como imágenes asociadas a procedimientos médicos, material clínico o situaciones que puedan resultar impactantes para la audiencia, **su difusión debe evaluarse con especial cuidado**.

Estas imágenes **sólo deben utilizarse cuando tengan un claro valor educativo, científico o informativo, resguardando siempre la dignidad, privacidad y consentimiento de las personas involucradas.**

Por esta razón, **se recomienda:**

- Evaluar la pertinencia de la imagen
- Privilegiar encuadres que reduzcan la exposición innecesaria de detalles gráficos
- Contextualizar el contenido mediante textos explicativos.

Publicación en plataformas digitales o redes sociales: Es importante considerar que algunas plataformas pueden restringir, advertir o incluso eliminar contenidos que incluyan imágenes gráficas o explícitas, especialmente cuando muestran lesiones, sangre o intervenciones médicas de forma detallada.

Estas medidas contribuyen a una **comunicación responsable y respetuosa, así como al cumplimiento de las políticas** de las plataformas digitales.

CONSULTAS

Para consultas sobre este Manual de Normas y Aplicaciones Gráficas Fotográficas y Audiovisuales, contacte al área de comunicación audiovisual de la dirección de comunicaciones ufro.

barbara.salum@ufrontera.cl

(56) 45 2 322842

www.ufro.cl

MATERIAL DESCARGABLE

Podrán descargar desde Intranet/UFRO los elementos gráficos que pueden servir de referencia para el diseño de soportes.

También se incluyen algunas sugerencias breves que, junto con las indicaciones que presenta este manual, pueden servir como ejemplo para estructurar los proyectos gráficos que se estén desarrollando.

Le sugerimos que cuando requiera uno de los soportes de normas gráficas, lo solicite al equipo de diseño gráfico de DirCom, así contará con la versión actualizada, dado que estos se encuentran en constante proceso de mejora.

DIRCOM

DIRECCIÓN DE COMUNICACIONES

UNIVERSIDAD DE LA FRONTERA

