

Universidad Santo tomas

Diseño Grafico

Trabajo de grado/sistematización de experiencia

invisible: diseño de un sistema visual para comunicar procesos técnicos en VFX

Emerson David Hernandez Mendoza

Laburo Digital S.A

Bogotá D.C.

17 de mayo de 2025

1. Preliminares
2. Justificación
3. Diseño metodológico
 - 2.1. Enfoque y tipo de estudio
 - 2.2. Plan de sistematización
 - 2.3. Técnicas e instrumentos
4. Plazos y cronograma de la experiencia
5. Análisis de la experiencia y aprendizaje significativo
6. Tema de reflexión y discusiones académicas
7. Desarrollo de la propuesta de mejora
8. Validación de la propuesta
9. Conclusiones
10. Referencias
11. Anexos

Preliminares

Título de la propuesta:

Diseño de un sistema visual para la presentación ágil de proyectos VFX a clientes:

sistematización de una experiencia práctica en empresa de postproducción.

Elaborado por: Emerson David Hernandez Mendoza

Dirigido por: Ximena Lagos

Resumen:

La presente sistematización surge de la práctica profesional realizada en una empresa de postproducción de VFX, donde se detectó una problemática relacionada con la forma en que se presentaban los proyectos a los clientes. Se evidenció que la falta de una estructura gráfica clara dificultaba la comprensión de los procesos técnicos y creativos involucrados, afectando la percepción del valor del trabajo realizado.

Con el objetivo de mejorar este aspecto, se propone el diseño de un sistema visual para la presentación ágil de proyectos VFX. A partir de la aplicación de principios de diseño gráfico, se plantea una estrategia de organización de la información, creación de plantillas, generación de materiales visuales de apoyo y estructuración de *reels* narrativos que optimicen la comunicación con los clientes.

El documento describe el proceso de análisis, reflexión y propuesta, integrando los aprendizajes significativos obtenidos durante la experiencia. Asimismo, se plantea el desarrollo de un prototipo visual que ejemplifica la aplicación práctica de la propuesta, orientado a mejorar los

tiempos de aprobación, fortalecer la percepción de calidad y profesionalizar la relación empresa-cliente.

Palabras clave:

Efectos Visuales (VFX), Diseño Gráfico, Presentación de proyectos, Comunicación visual, Práctica profesional, Sistematización de experiencia.

1. ASPECTOS GENERALES

Título: Diseño de un sistema visual para la presentación ágil de proyectos VFX a clientes.

Elaborado por: Emerson David Hernandez Mendoza

Dirigido por: Ximena Lagos

2. INTRODUCCIÓN

Durante el desarrollo de la práctica profesional en una empresa de postproducción de VFX, se identificó un problema recurrente en la comunicación con los clientes: la falta de una estructura visual sólida en la presentación de los proyectos dificultaba la comprensión del proceso técnico y creativo involucrado en cada entrega.

Los proyectos de VFX, que implican tareas como *clean-ups*, integración de pantallas y efectos visuales, requieren de una comunicación clara para que el cliente valore adecuadamente el nivel de complejidad y calidad técnica. No obstante, las presentaciones actuales, basadas principalmente en resultados finales sin un soporte visual narrativo, dificultaban esta comprensión.

El presente trabajo sistematiza esta experiencia, reflexiona sobre los aprendizajes obtenidos y propone como solución el diseño de un sistema visual de presentación de proyectos, fundamentado en principios de diseño gráfico. La propuesta busca mejorar la claridad, agilizar los procesos de revisión y fortalecer la percepción de calidad del cliente.

El documento se estructura de la siguiente manera:

- Planteamiento del problema y objetivos de la investigación
- Justificación de la pertinencia del proyecto
- Diseño metodológico implementado
- Análisis de aprendizajes significativos y propuesta de mejora
- Conclusiones y aportes obtenidos

3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN Y OBJETIVOS

3.1 Planteamiento del Problema

En la empresa de VFX donde se realizó la práctica profesional, la presentación de proyectos a los clientes carece de una estructura gráfica clara que facilite la comprensión de los procesos técnicos y creativos realizados. Esta situación genera malentendidos, prolonga los tiempos de aprobación y disminuye la percepción de valor del trabajo entregado.

3.2 Pregunta de Investigación

¿Cómo mejorar la presentación de proyectos VFX a clientes mediante el diseño de un sistema visual que optimice la comunicación y agilice los procesos de revisión y aprobación?

3.3 Objetivo General

Proponer un sistema visual de presentación de proyectos en la empresa de VFX, basado en principios de diseño gráfico, que facilite la comunicación con los clientes y agilice los procesos de revisión.

3.4 Objetivos Específicos

- ☐ Analizar los principios de diseño gráfico aplicables a la presentación de proyectos de VFX, así como investigar buenas prácticas empleadas por estudios de referencia internacional en este campo.
- ☐ Diseñar y desarrollar un sistema visual estandarizado que, adaptado al flujo de trabajo de la empresa, permita ejemplificar la propuesta mediante un prototipo funcional para la presentación de proyectos.

4. JUSTIFICACIÓN

La presente propuesta se justifica tanto por la necesidad observada durante la experiencia profesional como por su pertinencia en el campo disciplinar del diseño gráfico. La falta de una estructura visual clara y profesional para presentar proyectos de VFX se traduce en dificultades comunicativas, baja comprensión del valor técnico del trabajo y una experiencia poco satisfactoria para el cliente. En un sector donde la calidad visual y la eficiencia comunicativa son esenciales, este vacío representa una oportunidad de intervención directa desde el diseño gráfico.

Desde la perspectiva de la empresa, contar con un sistema de presentación visual bien estructurado contribuirá a mejorar la percepción externa de profesionalismo, permitirá una mejor comprensión de las tareas realizadas y agilizará el proceso de revisión y aprobación de

entregas. Esto tiene impactos concretos en la relación con el cliente, en la fidelización y en la eficiencia del flujo de trabajo.

Desde el enfoque del diseño gráfico, este proyecto demuestra cómo el diseño puede ir más allá de la estética para cumplir funciones comunicativas, pedagógicas y organizativas. Como afirma Frascara (2006), el diseño gráfico bien aplicado mejora la comprensión y la efectividad de los mensajes. En este caso, permite visualizar lo invisible: procesos técnicos complejos que muchas veces pasan desapercibidos por falta de una narración visual clara.

La propuesta también se articula con los objetivos de formación del programa académico, pues implica investigación aplicada, análisis crítico del contexto profesional, uso de metodologías de diseño y producción de un prototipo que responde a una problemática real. Además, aporta al desarrollo del pensamiento proyectual desde la práctica y genera un producto con posibilidad de ser implementado.

5. DISEÑO METODOLÓGICO

5.1 Sobre la experiencia a sistematizar

La experiencia que se desea sistematizar corresponde a la práctica profesional desarrollada en una empresa de postproducción de VFX durante el primer semestre del año 2025. En este contexto, el practicante participó en tareas de integración de pantallas digitales, *clean-ups* y composición de efectos visuales. Esta experiencia permitió identificar una problemática concreta: la falta de una estrategia visual para la presentación de proyectos a clientes, lo cual dificultaba la comprensión del proceso técnico y reducía la percepción del valor agregado.

Durante la práctica se observó que los proyectos se entregaban sin un lenguaje visual unificado: cada presentación era distinta, sin una estructura narrativa clara ni elementos gráficos que ayudaran a visualizar el proceso. Esto generaba malentendidos, falta de conexión con el cliente y dificultades en la aprobación de entregables.

La experiencia se llevó a cabo entre febrero y junio de 2025 en una empresa ubicada en Bogotá, dedicada a la producción de efectos visuales para cine, televisión y plataformas digitales. Participaron editores, compositores, diseñadores y el área comercial. La pregunta que orienta esta sistematización es: ¿Cómo puede el diseño gráfico mejorar la presentación de proyectos VFX para facilitar su comprensión y aprobación por parte de los clientes?

5.2 Sobre el plan de sistematización

Esta sistematización se plantea como un ejercicio reflexivo y proyectual orientado a identificar oportunidades de mejora en la forma en que se presentan los proyectos VFX a los clientes, a partir de la experiencia adquirida durante la práctica profesional. Más que recopilar evidencia documental exhaustiva, el énfasis recae en el análisis crítico de la dinámica de trabajo observada, el cruce con referentes teóricos y la formulación de una propuesta de valor desde el diseño gráfico. Se parte de la observación directa y de la vivencia práctica en el contexto laboral, utilizando como insumo la experiencia misma del diseñador en formación, junto con el conocimiento disciplinar y la revisión de buenas prácticas del sector. Esta aproximación permite identificar falencias comunicativas, patrones recurrentes y posibilidades de mejora en los procesos de presentación.

La sistematización se estructura en cinco momentos que se desarrollan de manera progresiva e interrelacionada: el primero consiste en un diagnóstico reflexivo sobre las prácticas de

presentación actuales observadas durante la experiencia profesional, donde se evalúa el impacto de la falta de estandarización visual en la comprensión de los proyectos. El segundo se enfoca en una revisión conceptual y referencial que permite contrastar las observaciones con teorías de diseño visual aplicadas a contextos técnicos y con modelos exitosos utilizados por estudios de VFX de reconocimiento internacional. El tercer momento corresponde al análisis crítico de los hallazgos identificados, que se agrupan en categorías de intervención desde el diseño. Luego, se pasa al desarrollo de una propuesta de mejora que integra recursos visuales funcionales, una estructura narrativa clara y un lenguaje gráfico coherente con la identidad y las necesidades de la empresa. Finalmente, se contempla la simulación y exploración del sistema propuesto mediante pruebas conceptuales y ejercicios proyectuales que permitan anticipar su implementación.

El resultado esperado es un sistema visual adaptable que ejemplifique cómo se puede optimizar la comunicación con los clientes mediante herramientas gráficas claras, profesionales y coherentes con el flujo de trabajo de la empresa.

5.3 Técnicas e instrumentos

Para el desarrollo de esta sistematización se optó por una combinación de técnicas cualitativas que permitieran abordar la experiencia desde una perspectiva integral, considerando tanto la vivencia directa del practicante como el conocimiento disciplinar y el análisis de referentes externos. En primer lugar, se utilizó una bitácora de campo con registro diario de observaciones, que permitió consignar impresiones, dificultades, ideas de mejora y reflexiones sobre el proceso comunicativo en torno a la presentación de proyectos. Esta bitácora funcionó como una

herramienta de seguimiento y análisis, enriqueciendo la mirada crítica sobre las prácticas cotidianas observadas en la empresa.

También se realizaron entrevistas semiestructuradas a miembros del equipo técnico y comercial con el objetivo de contrastar percepciones, identificar problemáticas comunes y obtener insumos para el diseño de la propuesta. Estas entrevistas, aunque informales en su mayoría, proporcionaron una visión valiosa sobre cómo se perciben las entregas desde distintos roles dentro de la empresa. Junto con ello, se llevó a cabo un análisis de documentos y entregas previas, a fin de identificar patrones gráficos, ausencias narrativas y oportunidades de estandarización en la comunicación visual con los clientes. Para organizar y depurar la información recolectada, se elaboró una matriz de categorización de hallazgos, que permitió agrupar los problemas identificados en dimensiones como estructura, claridad, coherencia visual y narración del proceso.

Sobre esta base se diseñó un proceso de prototipada visual que incluyó la elaboración de plantillas, piezas gráficas y simulaciones de presentaciones, orientadas a validar la propuesta. Finalmente, se formularon encuestas digitales para su aplicación con potenciales usuarios, tanto del equipo interno como clientes seleccionados, con el propósito de obtener retroalimentación sobre aspectos como claridad, legibilidad, utilidad y percepción profesional del sistema de presentación. Estas técnicas, integradas en una lógica proyectual, permitieron construir una propuesta coherente con el contexto, informada desde la experiencia y fortalecida con referentes conceptuales del diseño gráfico contemporáneo.

6. PLAZOS Y CRONOGRAMA DE LA RECOPIACIÓN DE LA EXPERIENCIA

Para llevar a cabo esta sistematización de forma organizada y progresiva, se ha establecido un cronograma de trabajo que contempla tanto la recolección de información como el desarrollo

de la propuesta proyectual. Esta planificación permite estructurar de manera clara las fases del proyecto y asegurar una ejecución adecuada en términos de tiempo y calidad.

El proceso comenzó con la observación directa de la dinámica de presentación de proyectos dentro de la empresa, lo que permitió identificar los principales obstáculos comunicativos.

Posteriormente, se realizó una revisión teórica y referencial, acompañada de un análisis de casos exitosos de estudios de VFX reconocidos a nivel internacional. En paralelo, se inició la documentación de la experiencia mediante un registro de bitácora, anotaciones de campo, capturas de pantallas de entregas reales y entrevistas informales con compañeros de trabajo y supervisores.

Semanas	Fechas	Actividad principal
Semana 1	12 – 18 febrero 2025	Organización general y lectura metodológica
Semana 2	19 – 25 febrero 2025	Diagnóstico: observación de prácticas actuales
Semana 3–4	26 febrero – 10 marzo 2025	Revisión teórica y análisis de referentes de estudios de VFX
Semana 5–6	11 – 24 marzo 2025	Análisis crítico de hallazgos y categorización de problemáticas
Semana 7–8	25 marzo – 7 abril 2025	Diseño del sistema visual: plantilla, íconos, guía, estructura narrativa

Semana 9	8 – 14 abril 2025	Simulaciones de presentaciones modelo
Semana 10	15 – 21 abril 2025	Aplicación de encuestas exploratorias
Semana 11	22 – 28 abril 2025	Ajustes a la propuesta a partir de la retroalimentación
Semana 12	29 abril – 5 mayo 202	Redacción y organización final del documento
Semana 13	6 – 12 mayo 2025	Preparación de presentación y diseño de entrega visual
Semana 14	13 – 17 mayo 2025	Finalización de presentación y revisión completa del trabajo

7. ANÁLISIS DE LA EXPERIENCIA Y APRENDIZAJE SIGNIFICATIVO

A lo largo de la práctica profesional en la empresa de VFX, se consolidaron diversos aprendizajes significativos relacionados con el ejercicio del diseño gráfico aplicado a entornos reales de producción audiovisual. Uno de los principales aportes fue comprender que el diseño no solo debe funcionar como elemento estético, sino como un medio estratégico para resolver problemas comunicacionales concretos.

El análisis de la experiencia permitió identificar que muchas de las fallas en la relación cliente–empresa no provenían del contenido del trabajo entregado, sino de cómo era presentado visual y

narrativamente. La carencia de recursos gráficos que contextualizaran el proceso, justificaran decisiones o hicieran visible el valor técnico provocaba incertidumbre y retrasos. Esta situación evidenció una oportunidad de mejora: el diseño podía actuar como puente entre el conocimiento técnico del equipo de VFX y la percepción del cliente.

Otro aprendizaje valioso fue reconocer la importancia de observar de forma crítica las dinámicas internas de una empresa. A través de la observación participante, la documentación en bitácora y los diálogos informales con compañeros y supervisores, se hizo evidente que muchas veces se naturalizan prácticas ineficientes por falta de tiempo o recursos. Esto confirmó que el rol del diseñador puede y debe ser también el de proponer cambios que optimicen procesos más allá de lo visual.

Finalmente, la experiencia reafirmó que las herramientas de diseño gráfico —como la estructuración de información, la construcción de identidad visual, la organización de contenidos o el diseño de soportes narrativos— son clave no solo para comunicar mejor, sino para generar confianza, agilizar decisiones y posicionar el valor de una empresa ante sus clientes.

TEMA DE REFLEXIÓN Y DISCUSIONES ACADÉMICAS

La presente sistematización tiene como tema de reflexión la aplicación del diseño gráfico como herramienta estratégica para la mejora de procesos comunicacionales en entornos de producción de VFX. En particular, se centra en cómo una presentación visual estructurada y pensada desde los principios del diseño puede facilitar la comprensión del cliente, mejorar su percepción sobre el producto y optimizar la dinámica de entrega-aprobación.

Desde una mirada académica, esta reflexión se articula con las teorías de comunicación visual que plantean el diseño como una mediación entre información técnica y experiencia perceptiva.

Jorge Frascara (2006), por ejemplo, señala que el diseño gráfico es una disciplina que organiza información visual con el propósito de mejorar la comprensión, no simplemente de decorarla. En el contexto de la empresa donde se realizó la práctica, este principio cobra gran relevancia: el trabajo de VFX es técnicamente complejo, pero si no se comunica con claridad, su valor se pierde ante el cliente.

Ellen Lupton (2014) refuerza esta idea al afirmar que la organización tipográfica, el ritmo visual y la jerarquía de la información son fundamentales para guiar al lector (o espectador) por un mensaje complejo. Así, una presentación de proyecto de VFX debe tener no solo imágenes finales, sino una narrativa visual que cuente el proceso y justifique las decisiones de diseño, efectos y composición.

Autores como White (2011) y Lidwell, Holden y Butler (2010) también abordan la importancia de los principios universales del diseño, tales como el contraste, la repetición, el alineamiento y la proximidad. Estos principios no solo embellecen, sino que estructuran el mensaje, y en este caso, ayudan a visualizar el paso a paso de una integración de efectos o el trabajo detrás de un *clean-up*.

Además, esta discusión se conecta con la dimensión estratégica del diseño, abordada por autores como Neumeier (2006) y Wheeler (2017), quienes explican cómo la identidad visual coherente y las presentaciones consistentes fortalecen la marca y la confianza del cliente. En una empresa de VFX, donde el cliente no siempre es experto técnico, una presentación diseñada estratégicamente ayuda a posicionar el estudio como profesional, transparente y confiable.

Finalmente, este trabajo de grado se apoya en referentes prácticos del sector, como The Mill,

Framestore y Blur Studio, que han desarrollado formatos de presentación visual que incluyen

breakdowns animados, *reels* explicativos y manuales de comunicación para mostrar su proceso a los clientes. Estas estrategias no solo comunican, sino que educan al cliente sobre el valor del trabajo, posicionando a la empresa no solo como ejecutora, sino como aliada creativa.

Así, la reflexión que guía este proyecto no se limita a “mostrar mejor” el trabajo, sino a transformar la presentación en un puente de entendimiento entre el equipo de VFX y el cliente. Un puente construido con los fundamentos del diseño gráfico y alimentado por una mirada crítica sobre la práctica profesional.

DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE MEJORA O DEL PROTOTIPO

La propuesta de mejora consiste en el diseño de un sistema visual estandarizado que permita presentar los proyectos de VFX a los clientes de forma clara, profesional y coherente. Esta propuesta se fundamenta en la necesidad detectada durante la práctica profesional y se basa en principios de diseño gráfico aplicados a la organización de información técnica.

El sistema de presentación está compuesto por los siguientes elementos:

1. Una plantilla gráfica base para organizar las presentaciones de proyectos. Esta plantilla incluye secciones visuales para mostrar el antes y después de las escenas, explicaciones breves del proceso técnico y elementos gráficos que refuercen la identidad visual de la empresa.
2. Un set de íconos y recursos visuales diseñados para representar etapas del flujo de trabajo (*brief*, *clean-up*, integración, revisión, entrega final), lo cual ayuda a contextualizar rápidamente en qué parte del proceso se encuentra cada escena.

3. Una guía visual de estilo que define colores, tipografías, márgenes, disposición de imágenes y reglas para el uso del lenguaje visual. Esta guía busca mantener coherencia en todas las entregas.
4. Una estructura narrativa para los *reels* de presentación, con duración recomendada de 1 a 2 minutos, que combine fragmentos de video del antes/después, intertítulos explicativos y acompañamiento sonoro sutil. El objetivo es generar un relato breve pero impactante, fácil de entender por el cliente.
5. Un instructivo interno (manual de uso) para el equipo de diseño o postproducción, que indique cómo adaptar la plantilla y los recursos a cada proyecto específico, sin perder coherencia gráfica.

Dado que el sistema aún se encuentra en fase conceptual, se plantea como siguiente paso la realización de pruebas con ejemplos simulados y materiales referenciales. Estas pruebas no implican la aplicación directa del sistema en proyectos reales, sino la creación de presentaciones modelo que permitan ilustrar cómo funcionaría la propuesta. A partir de estos ejemplos, se aplicarán encuestas exploratorias a miembros del equipo y clientes seleccionados, con el fin de recolectar opiniones sobre la claridad de los mensajes, la organización visual, la comprensión del proceso y las posibles mejoras al sistema.

Estas encuestas permitirán obtener retroalimentación cualitativa y cuantitativa que ayude a refinar el prototipo antes de proponerlo como una herramienta oficial. Asimismo, se incluirán espacios abiertos para que los encuestados sugieran elementos que podrían añadirse o ajustarse para mejorar la experiencia de visualización de los proyectos.

Esta estrategia de validación temprana —mediante simulaciones y recolección de recomendaciones— permitirá confirmar la utilidad y pertinencia del sistema propuesto. Además, abrirá el camino para una futura implementación gradual y participativa, en la que tanto diseñadores como clientes puedan sentirse parte del proceso de mejora continua en la comunicación de proyectos VFX.

PROPUESTA FINAL QUE EVIDENCIA EL ANÁLISIS

Como resultado del proceso de reflexión, análisis de referentes, revisión teórica y observación directa durante la práctica profesional, se ha definido una propuesta final en forma de sistema visual de presentación de proyectos. Esta propuesta se materializa en una serie de recursos gráficos que buscan representar, de manera ordenada y coherente, el valor técnico y creativo de los proyectos VFX realizados por la empresa.

El prototipo de presentación incluye los siguientes elementos evidenciales:

- Ejemplos simulados de presentaciones organizadas con base en la plantilla visual propuesta. Estos ejemplos recrean casos reales observados durante la práctica, estructurados con títulos, subtítulos, secuencia del proceso, imágenes del antes y después, y breves descripciones técnicas.
- Piezas gráficas diseñadas para representar el flujo de trabajo, con íconos y señalética visual que identifica las etapas de cada proyecto. Estas piezas buscan mejorar la comprensión del recorrido técnico que implica cada entrega.
- Guía de estilo visual preliminar que define parámetros básicos para la coherencia gráfica: tipografía, paleta de color, disposición de bloques informativos, márgenes, alineación, estilos de iconografía y tratamiento de imagen.

- Borradores de storyboard para *reels* narrativos, en los que se plantea una estructura comunicativa simple: introducción del proyecto, desarrollo técnico visual (con comparativas de *frames*), cierre con mensaje de agradecimiento y branding de la empresa.
- Diseño preliminar del instructivo de uso, en formato esquema, que explica cómo se puede aplicar la plantilla a distintos tipos de proyectos (publicidad, serie, videoclip, etc.) según el tipo de cliente y nivel de detalle requerido.

Estos elementos constituyen una propuesta abierta a validación y mejora. En lugar de presentarse como una solución definitiva, se configuran como punto de partida para un proceso de co-construcción colectiva dentro de la empresa, que involucre tanto al área de diseño como al equipo técnico y comercial.

El desarrollo de esta propuesta evidencia la comprensión crítica del contexto, la aplicación pertinente de conocimientos disciplinares del diseño gráfico, y el compromiso por aportar a la mejora continua en los procesos comunicacionales internos y externos de la empresa de VFX.

11. CONCLUSIONES

La práctica profesional realizada en una empresa de VFX permitió identificar un problema real en la forma en que se presentan los proyectos a los clientes: la falta de una estructura gráfica clara y coherente que comunique el valor técnico y creativo de cada entrega. A partir de esta observación, se planteó un proceso de sistematización que permitió reflexionar críticamente sobre la experiencia, identificar oportunidades de mejora y diseñar una propuesta fundamentada desde el campo del diseño gráfico.

La principal conclusión de este trabajo es que el diseño gráfico, aplicado estratégicamente, puede convertirse en una herramienta clave para optimizar los procesos de comunicación visual en entornos técnicos como la postproducción de efectos visuales. La estructuración visual del contenido, el uso de lenguaje gráfico coherente y la construcción de una narrativa visual clara son elementos que contribuyen no solo a una mejor comprensión del cliente, sino también a una valoración más justa del trabajo realizado por el equipo de VFX.

El sistema visual propuesto, aunque aún en fase de prototipo, representa una solución viable, adaptable y coherente con las dinámicas de producción de la empresa. Su validación mediante simulaciones y retroalimentación permitirá afinar detalles, garantizar su utilidad práctica y generar una herramienta escalable que pueda institucionalizarse como parte del flujo de trabajo.

A nivel personal, esta experiencia permitió fortalecer habilidades analíticas, críticas y proyectuales. También reafirmó la importancia del diseño como puente entre el conocimiento técnico y la experiencia del usuario o cliente. El ejercicio de sistematizar no solo consolidó el aprendizaje logrado en la práctica, sino que lo proyectó hacia una propuesta concreta con potencial de impacto real en el contexto empresarial.

Finalmente, se concluye que el proceso de sistematización, cuando se realiza con rigor y reflexión, es una herramienta poderosa para transformar la experiencia vivida en conocimiento aplicable. Este trabajo demuestra que desde el rol de diseñador es posible observar, cuestionar, proponer y aportar al mejoramiento de procesos comunicacionales dentro de contextos productivos complejos como el sector de los VFX.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Birn, J. (2006). Digital Lighting and Rendering (2nd ed.). New Riders.
- Chaves, N. (2003). La imagen corporativa: teoría y metodología de la identificación institucional. Editorial Gustavo Gili.
- Frascara, J. (2006). Diseño gráfico y comunicación: cómo funcionan los mensajes visuales. Ediciones Infinito.
- Gobé, M. (2010). Emotional Branding: The New Paradigm for Connecting Brands to People. Allworth Press.
- Lidwell, W., Holden, K., & Butler, J. (2010). Universal Principles of Design (2nd ed.). Rockport Publishers.
- Lupton, E. (2014). Pensar con tipos: una guía crítica para diseñadores, escritores, editores y estudiantes. Editorial Gustavo Gili.
- Neumeier, M. (2006). The Brand Gap: How to Bridge the Distance Between Business Strategy and Design. New Riders.
- Olins, W. (2004). La marca. Paidós.
- Poulin, R. (2011). The Language of Graphic Design: An Illustrated Handbook for Understanding Fundamental Design Principles. Rockport Publishers.
- Samara, T. (2005). Diseño gráfico: fundamentos y práctica. Blume.
- Ware, C. (2008). Visual Thinking for Design. Morgan Kaufmann.
- White, A. W. (2011). Los elementos del diseño gráfico. Editorial Gustavo Gili.
- Wheeler, A. (2017). Diseño de identidad de marca: una guía esencial para toda la empresa. Editorial Gustavo Gili.
- Williams, R. (2014). The Non-Designer's Design Book. Peachpit Press.

Studio Dumbar. (s.f.). Proyectos de identidad visual. <https://studiodumbar.com/>

Pentagram. (s.f.). Estudio de casos de identidad visual. <https://www.pentagram.com/work>

The Mill. (s.f.). Portafolio de VFX y reels. <https://www.themill.com/>

Framestore. (s.f.). Estudio de casos de proyectos VFX. <https://www.framestore.com/>

Blur Studio. (s.f.). Reels y proyectos de animación y efectos visuales. <https://www.blur.com/>

Art of VFX. (s.f.). Artículos y entrevistas sobre producción de VFX. <https://www.artofvfx.com/>