

# OJOS DE LUZ:

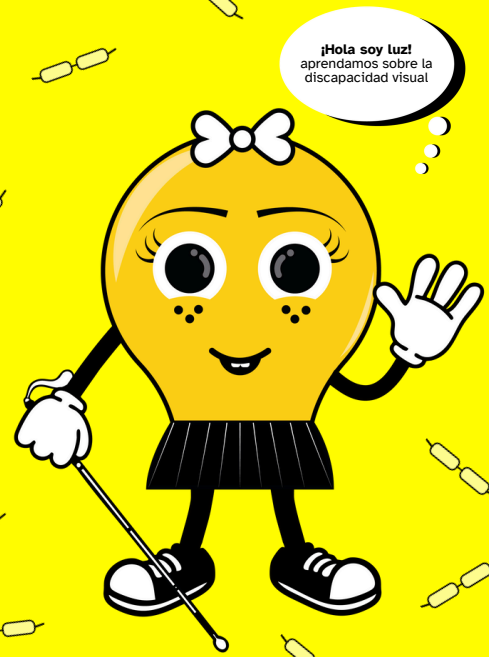
EDUCANDO SOBRE LA DISCAPACIDAD VISUAL

**Estefania Ospina Ortiz**  
Énfasis: Diseño de identidad corporativa y marca

**Directora: Luz Marina Morales Vivas**

**PROYECTO DE GRADO**

- Diseño de comunicación visual
- Facultad de creación y hábitat
- Pontificia Universidad Javeriana Cali
- 2025 - 1







# AGRADECIMIENTOS

Quiero expresar mi más profundo agradecimiento a mi mamá, Alix Ortiz, quien ha sido la principal inspiración para la creación de esta campaña educativa. Su fuerza, sabiduría y amor incondicional no solo guiaron este proyecto, sino que han sido la razón y el motor de muchas de las decisiones más importantes de mi vida. Gracias por enseñarme, con tu ejemplo, el verdadero significado de la empatía y la resiliencia

Agradezco sinceramente a la Fundación Ángel de Luz por su valioso apoyo durante el desarrollo de este trabajo. Su compromiso con la inclusión y su generosa colaboración fueron fundamentales para enriquecer este proceso.

Finalmente, extendiendo mi gratitud a mi directora de proyecto, Luz Marina Morales, por compartir conmigo su conocimiento, acompañarme con paciencia y brindarme un respaldo constante a lo largo de esta etapa.

# Tabla de contenido

---

**01** Tema y conceptos clave

**02** Introducción y justificación

**03** Situación abordada

**04** Objetivos generales y específicos

**05** Aliado

**06** Usuario

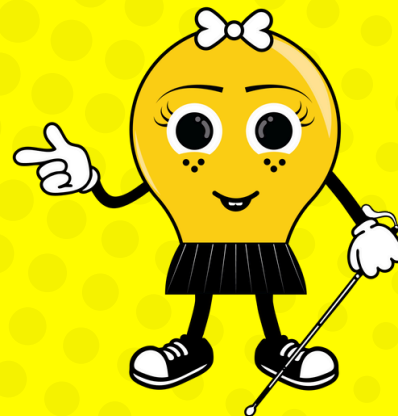
**07** Proceso creativo

**08** Sistema digital del proyecto

**09** Sistema análogo del proyecto

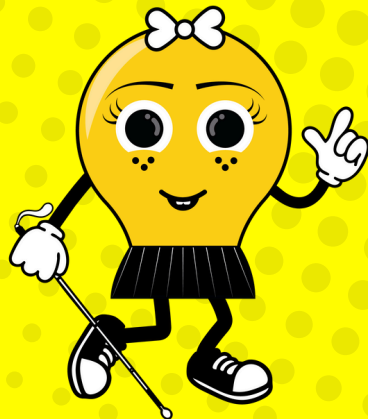
**10** Validación

**11** Referencias del proyecto



## TEMA

La inclusión social de las personas con discapacidad visual, desde una perspectiva comunicacional y de diseño con enfoque visual. Reconociendo la urgente necesidad de generar conciencia colectiva sobre su realidad.



## Conceptos clave


- Comunicación para el cambio social
- Discapacidad visual
- Diseño inclusivo
- Sensibilización
- Educación
- Inclusión

# Introducción del proyecto



“Ojos de luz: educando sobre la discapacidad visual” es una campaña educativa creada por la urgente necesidad de visibilizar e incluir de manera efectiva a las personas con discapacidad visual en la sociedad. En la actualidad, persisten barreras sociales que dificultan su participación plena y equitativa en diversos aspectos de la vida cotidiana. Estas barreras provocan situaciones de discriminación y exclusión, por lo que se busca promover la empatía, la equidad y la transformación de imaginarios colectivos sobre la discapacidad visual, a través del diseño y publicación de una campaña educativa de comunicación inclusiva que eduque y sensibilice a la población.

La metodología utilizada para cumplir con el objetivo es la Metodología Munari que se destaca por su enfoque participativo y por involucrar a las comunidades afectadas en la creación de soluciones. A través de esta iniciativa, se da inicio a transformaciones sociales que promuevan la empatía, el respeto y la equidad. Una vez publicada la campaña por la red social instagram, se observó gran interés por parte de los seguidores en aprender sobre la discapacidad visual, sin embargo también se pudo observar la falta de conocimiento sobre este tema al analizar los comentarios y reacciones de desconocimiento frente a la información expuesta, demostrando así la gran necesidad de seguir promoviendo y apoyando campañas educativas sobre la discapacidad visual.



# Justificación del proyecto



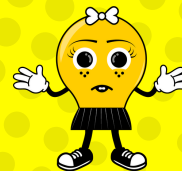
Este proyecto se justifica por la necesidad urgente de generar transformaciones culturales en torno a la percepción de la discapacidad visual.



Las personas con esta condición continúan siendo objeto de estigmas, subestimaciones o prácticas que refuerzan su exclusión.



Esto pasa por desconocimiento y falta de herramientas para el diálogo y la comprensión.

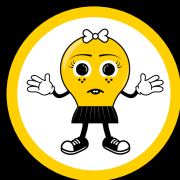


# Situación Abordada



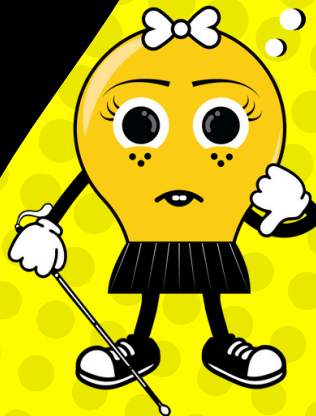
**1.948.332**  
Colombianos tienen  
discapacidad visual,  
según el censo de 2018.

Falta de **acceso a  
información y  
recursos** adecuados.



La sociedad todavía **no  
sabe cómo apoyar** de  
manera correcta a esta  
minoría.

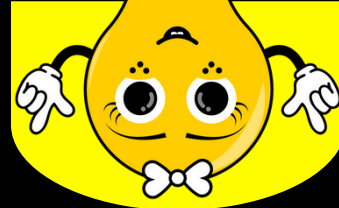
Lo anterior, limita las  
oportunidades de  
personas con  
discapacidad visual de  
una participación plena  
en la vida cotidiana.



A pesar de los avances normativos y las políticas públicas orientadas a la inclusión, la discapacidad visual persiste como una de las condiciones de salud más invisibilizadas en los entornos sociales y culturales.

En Colombia, aunque se han logrado progresos significativos en la educación sobre esta discapacidad, aún existen desafíos importantes para alcanzar una inclusión plena y efectiva, haciendo necesaria una mayor sensibilización y educación en la sociedad.

## Objetivos generales y específicos



## Objetivos Específicos

### Objetivo General

Diseñar una campaña educativa mediante un proceso de diseño participativo, para promover la visibilización e inclusión de personas con discapacidad visual en la sociedad.

- Explorar los principios del diseño inclusivo aplicables a la comunicación visual, considerando criterios de accesibilidad, legibilidad, contraste, tipografía, uso del color y tecnologías asistivas.
- Fomentar la participación activa de personas con discapacidad visual en el diseño de soluciones y recursos comunicativos, garantizando la representación de sus voces y experiencias.
- Desarrollar materiales informativos, guías y recursos educativos que sensibilicen y eduquen a la sociedad sobre la discapacidad visual, integrando enfoques de diseño universal e inclusión.
- Evaluar la efectividad de la campaña mediante la recopilación de retroalimentación de los públicos objetivo, con el fin de ajustar la propuesta en función de criterios de comprensión, sensibilidad e impacto educativo.

# Aliado

## Fundación Ángel De Luz

Ángel de Luz es una organización creada con la misión de ofrecer acompañamiento integral a una comunidad especialmente vulnerable y excluida socialmente: las personas con discapacidad visual. En un entorno donde las oportunidades para este grupo provienen de un número limitado de entidades, trabajan constantemente para impulsar su participación activa, reconociendo sus habilidades y cualidades, y fomentando que se sientan apreciados, necesarios y valiosos dentro de la sociedad.

Es una organización sin fines de lucro dedicada a brindar apoyo integral a personas con discapacidad visual en Colombia.



Fotografía de mi autoría tomada dentro de la fundación Ángel de luz.

# Usuario

jóvenes y adultos entre los (edad: 15 a 45)

Personas con y sin discapacidad visual, que interactúan cotidianamente con contenido de redes sociales.



Fotografías de mi autoría tomadas a los diferentes públicos objetivo con y sin discapacidad visual.

Este proyecto está dirigido a un amplio rango de edades, reconociendo la importancia de sensibilizar y educar sobre la discapacidad visual desde temprana edad. Además, se enfoca tanto en personas con discapacidad visual como en aquellas sin ella, ya que la co-creación con personas que viven esta condición es fundamental para el desarrollo del contenido.

# Proceso Creativo

## Tipografía del proyecto

Atkinson Hyperlegible

### TÍTULOS

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789  
!@? () [] "" ' \* + - = # \$ % & . , ; :

### TEXTOS

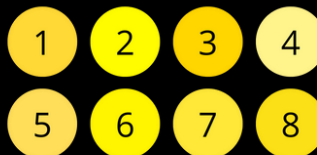
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789  
!@? () [] "" ' \* + - = # \$ % & . , ; :

La tipografía Atkinson Hyperlegible fue diseñada específicamente para personas con discapacidad visual, se considera una de las mejores ya que combinan diseño tipográfico y accesibilidad.



## Elección de colores

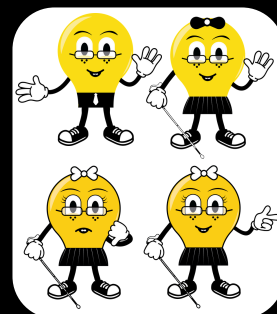
En la selección de colores, se investigó cuáles ofrecían mayor contraste para personas con baja visión. Se identificó que el negro, blanco y amarillo eran opciones ideales para contenido visual dirigido a esta población. No obstante, se realizó un estudio adicional con la Fundación Ángel de Luz para determinar la tonalidad específica de amarillo que mejor contrastaba con el negro. Los resultados indicaron que la opción número 2 era la más efectiva.



## Idea de diseño

Para esta campaña educativa, se creó a Luz, Luz es una bombilla con discapacidad visual que guía y educa sobre temas relacionados con esta condición, su nombre simboliza la luz que ilumina el camino hacia la comprensión y la inclusión.

## Bocetación del proyecto



# Sistema digital del proyecto

Se implementó una estrategia de contenido que incluyó 26 publicaciones, una historia destacada compuesta por 17 segmentos y cuatro reels. Para optimizar la interacción, se seleccionaron horarios de publicación estratégicos, complementados con una cuidadosa elección de hashtags diseñados para impulsar la viralidad. En términos generales, el contenido generó una respuesta muy positiva entre la audiencia de Instagram, evidenciada por numerosos comentarios favorables y una alta tasa de 'me gusta'.

## Horarios de publicación

- Entre las 6 a.m. y 9 a.m. (cuando las personas se despiertan o están en camino al trabajo/escuela).
- Entre las 11 a.m. y 1 p.m. (en su descanso de medio día).
- Entre las 7 p.m. y 9 p.m. (cuando las personas llegan a casa y se relajan).

### Sábados y Domingos (Fines de semana):

- Entre las 10 a.m. y 12 p.m. (las personas suelen estar más relajadas por la mañana).
- Entre las 7 p.m. y 9 p.m. (similar a los días de semana, cuando ya han terminado sus actividades diarias).

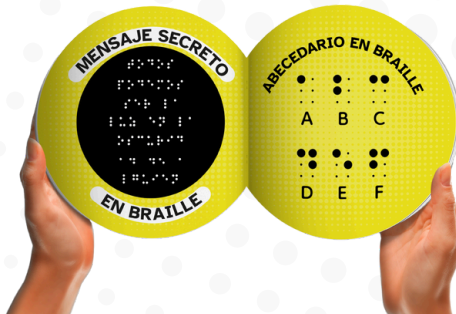


97 222 55



# Sistema análogo del proyecto

Se desarrolló una colección de piezas análogas que se componen de dos carteles, cinco postales, quince stickers y un libro informativo e interactivo dedicado a la discapacidad visual. Cada elemento fue diseñado con el objetivo de no solo informar al usuario, sino también de hacerlo querer conservar la información transmitida.



# Validación del proyecto



Validación de contenido Digital

Previo al lanzamiento, el contenido digital fue sometido a una validación mediante Google Forms, permitiendo afinar los detalles finales. En este proceso participaron 43 individuos, incluyendo personas con y sin discapacidad visual. Tras integrar las sugerencias obtenidas, se realizaron los ajustes pertinentes y se procedió a la publicación de la campaña.

De manera similar, el contenido análogo fue validado en colaboración con personas con baja visión pertenecientes a la Fundación Ángel de Luz, así como con el público objetivo sin discapacidad visual.

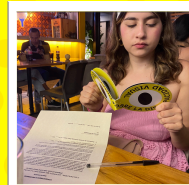
Validación de contenido análogo



¡Por fin un amarillo que sí veo!



Muy bonitos los colores



Aprendí cosas nuevas



Un proyecto muy lindo



¿Me puedo quedar con uno?



Muy buena información



Digan: ojoss



¡Super!



Está muy chevere

Fotografías de mi autoría tomadas dentro de la Fundación Ángel de Luz y a los diferentes públicos objetivo sin discapacidad visual.

# Referencias de la memoria

- Braille Institute. (s.f.). Free font for low vision [Página web]. <https://www.brailleinstitute.org/freefont/>
- Buffer. (2023, 20 de diciembre). The best times to post on social media in 2023. <https://buffer.com/resources/best-time-to-post-social-media/>
- Centers for Disease Control and Prevention. (2020, 16 de septiembre). Barreras comunes a la participación completa de las personas con discapacidad. <https://www.cdc.gov/ncbddd/spanish/disabilityandhealth/disability-barriers.html>
- Hogar Taller Ángel de Luz. (s.f.). Inicio. <https://hogartallerangeldeluz.org/>
- Instituto Nacional para Ciegos - INCI. (2020, 13 de abril). ¿Dónde están los ciegos en el censo 2018? <https://www.inci.gov.co/blog/los-ciegos-en-el-censo-2018>
- RNIB. (2020). Colour and contrast: A design guide for people with sight loss. [https://media.rnib.org.uk/documents/Colour\\_and\\_contrast\\_for\\_people\\_with\\_sight\\_loss\\_2020.pdf](https://media.rnib.org.uk/documents/Colour_and_contrast_for_people_with_sight_loss_2020.pdf)
- donDiseno. (2022, 21 de junio). El método de diseño de Bruno Munari: Resolución de problemas con metodología [Artículo]. <https://www.dondiseno.es/metodo-diseno-bruno-munari-resolucion-problemas-metodologia-tutoriales-don-diseno-i/>

