

Proyecto RENOV, cómo fomentar las energías alternativas a través del diseño gráfico

Actas de Diseño (2013, Julio),
Vol. 15, pp. 173-177. ISSN 1850-2032
Fecha de recepción: noviembre 2011
Fecha de aceptación: julio 2012
Versión final: mayo 2013

Fabián Bautista Saucedo (*)

Resumen: El presente artículo analiza los resultados obtenidos en el proyecto denominado RENOV. A partir de la creciente preocupación por los efectos ambientales que produce la exacerbada dependencia de los hidrocarburos, RENOV se propone comunicar a las nuevas generaciones de mexicanos los beneficios de las energías alternativas. A través de una estrategia que une los esfuerzos de ingenieros en diseño gráfico, mecánica, y psicólogos infantiles, se diseñó una feria interactiva. A partir de un análisis del comportamiento del usuario, se construyó una propuesta basada en la retórica visual y en la mitología para promover el uso de las energías solar y eólica.

Palabras clave: Diseño Gráfico - Energías alternativas - Retórica - Visual - Mitología - Feria interactiva.

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en p. 177]

Introducción

Para comprender el contexto del proyecto RENOV, es necesario tomar en consideración los siguientes aspectos. Ante la creciente crisis que desata el consumo irracional de energía, surge la necesidad de que las nuevas generaciones modifiquen su actitud en torno al concepto de sustentabilidad. Por ello, se desarrolla un proyecto multidisciplinario que comunica los beneficios de las energías alternativas para construir un mejor futuro. Ingenieros en diseño gráfico, mecánica y psicólogos educativos, proponen estrategias para estructurar una feria interactiva que exponga las posibilidades y alcances de la energía limpia. El auditorio al que se dirige el proyecto son niños de ocho a diez años de Baja California México.

¿Cómo fomentar el uso de energías alternativas en los niños? Sin duda la respuesta a este cuestionamiento no es fácil. Parecería que tal empresa es la indicada para un educador de nivel básico, pero, ¿un ingeniero en diseño gráfico puede resolver esta cuestión?

La experiencia que tuvimos en CETYS Universidad al desarrollar el proyecto RENOV, nos muestra que en efecto el diseño gráfico puede dar respuesta a problemas complejos que aquejan a las sociedades contemporáneas. Para ello, debemos comprender que el diseño debe generar experiencias profundas basadas en un proceso intelectual que propone ambientes encaminados a la persuasión de un auditorio a partir de elementos sensoriales. El diseño puede cambiar el mundo. Quizá esta frase pueda parecer fatua o frívola, sin embargo nos atrevemos a lanzarla para valorar el impacto del diseño en las comunidades. Desde el punto de vista económico y productivo, no cabe duda de que el diseño gráfico contemporáneo es el artífice que comunica los valores conceptuales de las organizaciones más exitosas. Por años, el diseño ha apuntalado el crecimiento que a la par de la tecnología ha modificado la manera de convivir de los seres humanos. De modo que la tecnología es una constante necesaria en la cotidianeidad, pero su avance depende de la capacidad de argumentación del diseño que siempre la acompaña.

Por ende, un Smartphone no es tan inteligente sin una fuerte dosis de diseño que interactúe de manera transparente con el usuario.

Pareciera que este punto lo tenemos bien claro, pero aún no hemos avanzado lo suficiente en materia de conservación del medio ambiente. Consideramos que ésta es una tarea primordial que postergamos por décadas, pero que ahora es un factor que pone en riesgo la existencia de nuestros ecosistemas como los conocemos.

Ahora bien, ¿cómo abordamos este problema desde la enseñanza del diseño?

Reunificar la teoría y la práctica

Por desgracia, el diseño padeció de una fractura que tuvo su origen desde las aulas. Algunas currículas no unificaron los aspectos conceptuales con la práctica del diseño. Por fortuna, ahora tenemos presente que el diseño es una actividad proyectual que de suyo incluye los aspectos de investigación que se sustentan en marcos conceptuales tomados de distintas ciencias, sobre todo, las sociales. Como bien apunta Paola Castillo (2010):

El diseño, en tanto se alimenta y requiere de los conocimientos aportados por un gran número de disciplinas e implica el trabajo con datos de múltiples orígenes, y exige la comprensión tanto de lo específico como de lo global, es un exponente de la complejidad.

Al abordar los problemas de diseño con una perspectiva proyectual, podemos avanzar en la conformación de una sinergia entre teoría y práctica. Así, el proyecto de diseño unifica la fractura que padecimos por años y que alejó a los profesionistas del diseño de los aspectos conceptuales para favorecer la mera práctica apoyada en la tecnología computacional.

De este modo, cuando se planteó en la materia de metodología del diseño la pregunta rectora del proyecto RENOV, los estudiantes sabían de antemano que debían

armar un marco referencial para poder sustentar el proyecto de diseño.

El arte de persuadir

Tenemos la firme creencia de que el diseño es un acto de persuasión. Además, sabemos que el reto radica en movilizar las emociones humanas a partir de experiencias sensoriales. El diseño contemporáneo es más que una imagen, la frase una imagen vale más que mil palabras ha sido superada desde hace años. La retórica visual de las marcas elabora complejas experiencias que estimulan y desencadenan infinidad de emociones en los centros comerciales. Ahí asistimos a la apoteosis del diseño que a través de la arquitectura, el mobiliario, la iluminación, la ambientación, las imágenes, los sonidos, las texturas y los aromas, capturan las emociones de su auditorio. Por ende, el diseño es más que mil imágenes; en la actualidad es un torrente de emociones con el propósito de comunicar un concepto unificado y generar un proceso de persuasión. Alejandro Tapia apunta con precisión la importancia de la retórica en la práctica del diseño:

La actividad proyectual está en estrecha relación con lo que postula la teoría de la argumentación, pues el objetivo de todo diseño es persuadir, y ello coincide con lo que señala Perelman a propósito de este tipo de problemas cuando escribe que: “El objetivo de toda argumentación (nosotros diríamos que también del diseño gráfico) es provocar o acrecentar la adhesión a las tesis presentadas para su asentimiento: una argumentación (o diseño) eficaz es la que consigue aumentar esta intensidad de la adhesión de manera que desencadene en los oyentes la acción prevista o, al menos, que cree, en ellos, una predisposición, que se manifestará en el momento oportuno”.

Tomando en cuenta el poder de la tradición retórica y su natural pertinencia para el proceso de diseño, volvamos a la pregunta original, ¿cómo persuadir a los niños para que utilicen energías alternas?

El primer paso que nos indica la retórica es la *intellectio*, en la cual se investiga el auditorio y su contexto con el propósito de poder tomar decisiones apropiadas sobre la construcción del discurso. Para los estudiantes de la clase, este punto abrió por completo su perspectiva y logró que conocieran de manera profunda a su auditorio. Partimos de una serie de malentendidos que pudieron haber conducido al fracaso el proceso de diseño. La percepción que se tenía de los niños de diez años era completamente alejada de la realidad. Por un lado se pensaba que la actitud de nuestro auditorio era dependiente de sus padres, hecho que en efecto se constata en aspectos propios de la edad, pero desconocíamos el fondo de sus emociones. Además, la primera impresión encasillaba a los niños como seres inocentes y alejados de temas de adultos, como la violencia, la sexualidad o los aspectos económicos. En suma, se pensaba que nuestro auditorio planteaba una distancia con el mundo y que se retiraban en una burbuja que los protege todo el tiempo. Nada más alejado de la realidad.

Los frutos de la investigación nos enfrentaron a una situación distinta en donde los niños no sólo son conscientes de los problemas de violencia que permean su comunidad, sino que han despertado de manera temprana hacia la consolidación de la sexualidad y además, son conscientes del valor e importancia del dinero en sus vidas cotidianas. El poder de adquisición es un factor de estrés constante, descubrimos que requieren más satisfactores materiales que cualquier otra generación.

Además, los niños persiguen de manera constante el éxito y el poder. La popularidad y el reconocimiento son factores que movilizan sus acciones, nadie quiere pasar desapercibido. También debemos señalar que nuestro auditorio tiene la particularidad de construir complejos sistemas de convivencia en donde si bien existen roles establecidos, cualquiera de los arquetipos puede cambiar. Esto implica un poder de adaptación notable, en el cual un niño puede pasar de un rol social a otro con facilidad. Su adaptación a los medios digitales puede ser la razón de este poder camaleónico de transformación.

Para obtener estos datos, nos basamos en las enseñanzas que nos brinda un ejemplo clásico del estudio antropológico: la descripción profunda de la pelea de gallos de Clifford Geertz (1988). De este modo los estudiantes practicaron la observación participante mediante la cual pudieron obtener las características socioculturales de los niños que de manera abreviada hemos apuntado.

La vida es un videojuego

Un factor de capital importancia que arrojó la investigación, fue la convivencia que tienen los niños con los videojuegos. Muchas veces pasamos esto por alto y lo calificamos como algo infantil, pero al analizar los discursos de los videojuegos podemos encontrar valiosos puntos. En ellos, el ambiente se basa en el sentido de competencia y en la necesidad de superar retos de todo tipo. De manera peculiar, se desarrollan complejas historias en las cuales los niños son los protagonistas de las mismas. Pero sobre todo, los juegos otorgan la posibilidad de ostentar el poder y lograr transformaciones a partir de ellos. Por eso los niños desarrollan en ellos gran parte de sus actividades de convivencia ya que el reconocimiento que alcanza un jugador habilidoso lo convierte en un personaje influyente en su medio.

De lo local hacia la consciencia colectiva. Todos estos hallazgos sentaron las bases de la propuesta de persuasión, en la cual planteamos los siguientes puntos:

Si nuestro auditorio responde ante imágenes de poder y se movilizan cuando se les plantea un reto; para poder persuadirlos sobre los beneficios de las energías limpias, podemos apelar a la figura del héroe para que los guíe en la consecución de una batalla suprema, la conservación de su medio ambiente.

Para ello, recurrimos a la metáfora de un videojuego para crear un contexto de competencia en el cual el niño es el personaje que tiene el poder de resolver los problemas derivados por el consumo irracional de energía.

Los guardianes de la energía

De toda la mitología universal, el héroe es el más reconocido por su abnegada entrega para resolver los conflictos más difíciles. El carisma que posee el héroe lo convierte en un mito apreciado y reconocido por distintas culturas. “Lo encontramos en la mitología clásica de Grecia y Roma, en la Edad Media, en el lejano Oriente y entre contemporáneas tribus primitivas. También aparece en nuestros sueños” (Jung, 1995, p. 110).

Uno de los motivos por el cual la figura del héroe es aceptada ampliamente en nuestra sociedad, es la capacidad que tiene de combatir y triunfar sobre sus limitaciones históricas y personales. Esta característica es recurrente en los héroes de historietas (Superman, Batman), así como en personajes que han saltado al escenario público y que se han convertido en ejemplo a seguir para las multitudes. Recurrir al poder psicológico del héroe nos permitió movilizar con mayor facilidad las emociones de los niños. Por otro lado, no tratamos de comunicar los beneficios de las energías alternas desde un plano completamente tecnológico; consideramos que primero debemos involucrarlos en el problema, hacerles comprender que son ellos quienes librarán la batalla y acompañarlos mediante dos héroes que estarán a su lado para apoyarlos en la empresa de cambiar el mundo a partir del manejo apropiado de las energías renovables.

Fue así que diseñamos dos guardianes de la energía, uno dedicado a la solar y otro a la eólica. El propósito es que el niño incorpore la sustentabilidad como un aspecto de su propio universo. No es un concepto que se le impone, es un reto que desde su madurez intelectual se le invita a asumir para que se convierta en el artífice del cambio. Es como el llamado que recibe el héroe para que asuma la aventura que transformará su vida para convertirlo en un ser supremo (Campbell, 1959, p. 35).

Cada guardián se materializó en un prototipo que muestra a los niños cómo funciona la energía renovable tomada del sol y del viento.

A continuación detallamos los aspectos conceptuales de cada héroe.

• Félix

Es uno de los pocos que sobreviven de su especie. Desde pequeño fue solitario y desconoce qué lo trajo a la vida, sin embargo su espíritu lo mantiene activo en búsqueda de la respuesta a sus preguntas. Félix es grande y brilla de manera imponente, su fuerza despierta la curiosidad de todos. Félix hará que el niño comprenda de qué forma funciona la luz solar como medio alterno de energía. Sus destellos solares generan el brillo que los niños asociarán con la energía limpia y natural.

• Quétzu

Es un héroe que desafía lo establecido, rememora al Dios azteca Quetzalcóatl cuya fuerza mítica organiza a una nación y le transmite un espíritu guerrero que no se doblega. Quétzu es dadivoso, su poder da balance al mundo y es la energía que sopla para hacer crecer el espíritu de quien toca. Es también evolución, su fuerza radica en su poder de transformación al romper con lo establecido. Su contraparte es Félix, el viento apaga el fuego o lo aviva. Balance de opuestos complementarios. Ying-Yang.

Renueva tu mundo

A continuación presentamos un resumen de la estrategia de diseño de identidad visual del proyecto RENO.

Ante el reto de proteger el medio ambiente, presentamos un concepto fresco que desde el naming involucra la conciencia de renovación de nuestros hábitos de consumo energético para construir un mejor futuro.

RENO implica restaurar la casa, un nuevo inicio, tomar un nuevo rumbo en donde podamos convivir de manera sana con nuestro entorno. RENO apela a cambiar los lugares de pensamiento que nos orillan al consumo de energías no renovables. RENO es universal, del castellano renovar o del vocablo inglés renovation.

El símbolo que representa a RENO personifica el espíritu de cambio de las nuevas generaciones. El dinamismo responsable se comunica con el diseño tipográfico que contempla formas suaves que sugieren respeto a la naturaleza. La O es una síntesis de la energía solar y eólica.

Feria RENO

Para lograr comunicar los beneficios de las energías alternas a los niños, diseñamos, en conjunto con psicólogos educativos y con el apoyo de ingenieros mecatrónicos, una feria de energías renovables en la cual desarrollamos un espacio interactivo de conocimiento y de experimentación lúdica. La Feria RENO se fijó como objetivo acercar el conocimiento y sembrar en el niño la idea firme de que él tiene el poder de cambiar la situación de consumo en nuestra comunidad. Cuando ellos tengan la capacidad de decidir sobre cómo generar energía en sus hogares, deseamos que se inclinen por energías limpias.

La animación tiene como objetivo colocar al niño en control de su vida a través de elementos focalizados como la ilustración y el manejo de un discurso que los enfrenta a un gran desafío. Desde la investigación sabíamos lo importante que es para los niños conquistar el poder. Por ello, la persuasión se enfocó en construir un ambiente en el cual ellos son responsables de tomar las decisiones que evitarán el deterioro de su comunidad. Auxiliados por los guardianes de la energía, se enfrentan al reto de convertir su mundo en un espacio donde el consumo se basa en energías renovables.

Al otorgarles la posibilidad de decidir, los niños se sintieron identificados y tomaron como suya la empresa de cambiar sus acciones hacia la sustentabilidad.

De este modo, iniciamos desde lo local para ir hacia aspectos globales. Evitamos un lenguaje catastrofista para dar paso a una exposición de motivos prácticos ante los cuales los niños pudieron comprender mejor la necesidad de las energías verdes. El planteamiento fue directo, si continuamos utilizando energías no sustentables, no podremos hacer lo que más nos gusta, como utilizar videojuegos, computadoras y demás aparatos electrónicos. Además, enfatizamos la idea de que en esta batalla ellos no están solos, fue así como presentamos a Félix y Quétzu quienes desde la proyección del video se convirtieron en sus héroes a seguir.

Después de la proyección, los niños fueron guiados a un espacio de talleres en donde se les informó cómo funciona la energía solar y la eólica. Posteriormente,

los pequeños dibujaron las ideas que tenían sobre cómo utilizar las energías limpias en sus casas. Los resultados fueron gratificantes ya que en muchas de sus creaciones aparecían nuestros héroes produciendo la energía que le da vida a sus electrodomésticos.

Para reforzar esta etapa, Félix y Quétzu se materializaron en dos prototipos gigantes. Félix cuenta con dos paneles solares en cada una de sus alas y Quétzu posee un generador eólico en la parte más alta de su cola. Ambos héroes generaron energía eléctrica para demostrar cómo podemos utilizar la fuerza del sol y del viento en nuestros hogares. La respuesta de los niños fue maravillosa al experimentar a través de los personajes que existen alternativas limpias para enfrentar los retos ambientales. Para la última etapa de la Feria organizamos una obra de teatro guiñol. Basados en la investigación de nuestro auditorio, escribimos una historia en donde el videojuego fuese la metáfora para acercar el conocimiento a los niños. El teatro guiñol tiene la gran virtud de construir un ambiente fantástico en donde los pequeños se identifican con los muñecos. Aprovechamos su fuerza expresiva y didáctica para motivar y catalizar el aprendizaje (Aller, 2004, p. 147). La historia ubica a dos niños que están en un videojuego en el cual la misión es liberar a un reino de las entidades malévolas que han destruido la energía limpia. La acción de conquista motiva a los pequeños y los hace partícipes de la historia. Siguiendo la tradición retórica, los personajes de los niños, Mely y Pepe, van creciendo conforme avanza la historia. Al principio son temerosos y no saben qué hacer, pero conforme avanza la trama se vuelven valientes y salvan al reino con la ayuda de Félix y Quétzu.

Los retos de diseño consistieron en escribir la historia, elaborar la escenografía, el teatro, la ambientación, los efectos de sonido y elaborar las marionetas. Además, los mismos estudiantes de diseño actuaron en la obra de teatro, lo cual trascendió como una experiencia enriquecedora y llena de retos.

Diversificación; hacer que el estudiante produzca

Un aspecto importante para la actividad docente es la oportunidad que nos brinda el manejo de proyectos de diseño para diversificar el aprendizaje de los estudiantes. En la etapa de preparación de la Feria RENOV, se debían realizar múltiples actividades para poder cumplir con los entregables requeridos. El ritmo de trabajo en el aula exigía un dinamismo similar al de los estudios profesionales de diseño.

Para el desarrollo de las actividades, recurrimos al concepto de diversificar el aprendizaje el cual implica entender la heterogeneidad de los estudiantes. De modo que el reto para el educador es lograr asignar tareas diferenciadas a cada uno de ellos para lograr que su desarrollo corresponda a los aspectos individuales que los caracterizan. El manejo de la diversidad en la clase de metodología del diseño, obligó a que observáramos y reflexionáramos sobre el perfil y el desempeño de cada alumno. Asimismo, como docentes establecimos distintas labores para lograr el objetivo común (Tomlinson, 2005, p. 44).

Debido a que el proyecto de diseño era complejo, aprovechamos las cualidades de cada estudiante para desarrollar las distintas actividades y potenciar así su conocimiento. De esta manera, a estudiantes que tienen un desarrollado sentido del análisis se les asignó el desarrollo de los guiones para el teatro guiñol y la animación. En tanto que los alumnos con un perfil extrovertido y dinámico, se encargaron de la ilustración de personajes así como de actuar manejando una marioneta.

Éste es sólo un ejemplo de como se establecieron roles distintos para realizar los diseños requeridos. El resultado fue una cohesión en el grupo que desencadenó una sinergia por demás interesante en la cual los estudiantes unieron sus capacidades para desarrollar lo mejor posible los contenidos audiovisuales.

En suma, diversificar el aula nos ayuda a evitar que los estudiantes más avanzados se estanquen al platearles retos que los mantengan en un nivel de superación constante. En contraparte, aquellos alumnos con deficiencias específicas se desarrollarán mejor en labores en las cuales puedan descubrir los talentos que poseen y acrecentarlos.

Conclusiones

La Feria RENOV redituó en beneficios para todos los involucrados.

Los estudiantes lograron realizar una investigación cercana a la comprensión profunda de los fenómenos sociales mediante un abordaje antropológico. Además, construyeron su propio marco referencial el cual fue imprescindible para elaborar una estrategia de persuasión que movilizara las emociones del auditorio.

Por su parte, los niños aprendieron los aspectos más importantes de la energía renovable a través de la experimentación y del pensamiento mágico. Cobraron consciencia de que son ellos los que pueden definir el futuro y convertirse en seres responsables y maduros. La feria les otorgó la oportunidad de tomar el control de sus decisiones en aspectos trascendentales, justo como lo hacen cuando juegan con los medios digitales, pero ahora con una encomienda universal.

Para los docentes, el proyecto nos puso a prueba y nos enseñó que debemos utilizar todos los canales que están a nuestro alcance para que el conocimiento de nuestros estudiantes sea construido por ellos mismos y que lo apliquen en causas sociales.

Guiarlos y analizar sus virtudes y desventajas es algo fundamental para poder facilitar su aprendizaje. En cuanto a la teoría en el diseño, tenemos que procurar que el estudiante comprenda por que es imprescindible; los profesores de teoría no podemos vanagloriarnos de ser los más odiados y temidos por nuestra inflexible postura que obliga al estudiante a enfrentarse a un cúmulo de conceptos en un examen escrito. La teoría es la columna vertebral de la estrategia de diseño, y si logramos que el estudiante lo razone, le otorgaremos la herramienta más poderosa con la cual se enfrentará a miles de diseñadores mal preparados que sólo confían en la magia de los tutoriales de los programas computacionales.

En cuanto a la educación ambiental, el diseño hace la diferencia.

La Feria RENOV logró dejar una marca en las emociones de los niños y desencadenar una serie de vivencias en las cuales aprendieron de, manera lúdica, el poder para producir un cambio significativo en su comunidad. Su generación será la que se enfrente a los problemas acumulados por años, de modo que desde pequeños les mostramos que ellos están llamados a corregir el rumbo. Sabemos que este reto es complejo y que intervienen muchas variables, pero en el mundo comienzan a surgir ejemplos de sustentabilidad como el primer pueblo autárquico de energía tradicional, en Feldheim Alemania. A partir de generadores eólicos y paneles solares, esta comunidad cambió su futuro gris por la imagen de una comunidad autosuficiente y comprometida con el medio ambiente (Botello, 2011).

Por todo esto, el compromiso de las escuelas de diseño es elevar la práctica profesional al lugar que ocupa, la de una actividad de estrategia intelectual que se encarga de resolver problemas complejos de comunicación audiovisual. Podemos concluir con la siguiente afirmación, el diseño sí puede generar un cambio sustancial en el desarrollo sustentable de las comunidades, y ese cambio se inicia desde el aula.

Referencias bibliográficas

- Aller, Carlos (2004). *Los textos orales al alcance de los niños en educación infantil*. Glosas Didácticas [Revista electrónica]. Disponible en: <http://www.um.es/glosasdidacticas/doc-es/GD12/11aller.pdf>
- Botello, Yaotzin. (2011). *Logra pueblo alemán autonomía energética*. Reforma [Diario de circulación nacional en la República Mexicana]. Publicado el 17 de julio de 2011. Disponible en: <http://www.reforma.com/internacional/articulo/616/1231138/?compartir=2240590a8967d484edfa9252ce88e4ee>
- Campbell, Joseph (1959). *El héroe de las mil caras*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Castillo, P.A. (2010). *Para qué sirve el diseño transdisciplinar*. ForoAlfa [Revista electrónica]. Disponible en: <http://foroalfa.org/articulos/para-que-sirve-el-diseno-transdisciplinar>
- Geertz, Clifford. (1988). *La interpretación de las culturas*. Editorial Gedisa.
- Jung, Carl. (1995). *El hombre y sus símbolos*. España: Paidós.
- Tomlinson, C.A. (2005). *Estrategias para trabajar con la diversidad en el aula*. Buenos Aires: Paidós.

Abstract: This article analyzes the results of the project called RENOV. From the growing concern about the environmental effects produced by the heightened dependence on petrol based fuels, RENOV aims to inform new generations of Mexicans the benefits of green energy. Through a strategy that unites the efforts of engineers in graphic design, mechatronics, and psychologists, we designed an interactive exhibition. Based on an analysis of user behaviour, a proposal based on visual rhetoric and mythology to promote the use of solar and wind power energies was constructed.

Key words: Graphic Design - Alternative energies - Rhetoric - Visual - Mythology - Interactive exhibition.

Resumo: Este artigo analisa os resultados do projeto chamado RENOV. A partir da crescente preocupação por os efeitos ambientais produzidos pela dependência elevada em hidrocarbonetos, RENOV se propõe comunicar às novas gerações de mexicanos os benefícios das energias alternativas. Através de uma estratégia que une os esforços de engenheiros de design gráfico, mecatrônica, e psicólogos infantis, se projetó uma exposição interativa. A partir da análise do comportamento do usuário, construímos uma proposta baseada na retórica visual e na mitologia para promover o uso das energias solar e eólica.

Palavras chave: Design Gráfico - Energias alternativas - Retórica - Visual - Mitologia - Exposição Interativa.

(* **Fabián Bautista Saucedo.** Diseñador de la Comunicación Gráfica con Maestría en Ciencias y Artes para el Diseño por la Universidad Autónoma Metropolitana de la Ciudad de México. Director de la Escuela de Ingeniería de CETYS, Universidad campus Tijuana. Su desempeño profesional ha sido en el área de la publicidad, la multimedia y el branding.