

# PRINT



## EN ESTE NÚMERO

Yinsen • Color e impresión  
Tips & Clicks • Tasta'l ací

# LA ENERGÍA DE YINSEN

Yinsen nació en 2012, bisiesto y del Dragón según el horóscopo chino. Ese mismo año, Nacho Lavernia ganaba el Premio Nacional de Diseño, se estrenó *Moonrise Kingdom*, fallecieron Donna Summer y Tony Leblanc, se inventaron las Google Glass y vino al mundo la primera liligresa, fruto de un león y una ligresa. Ya han pasado ocho años y muchas cosas en su estudio; te las contamos a continuación.



STEDELJK  
M

**LORENA SAYAVERA (VILA-REAL, 1980) Y MARÍA PRADERA (MADRID, 1981)** se conocieron en un curso de danza contemporánea. Las artes escénicas como origen. Sobre el escenario hacían espectáculos de circo, malabares, teatro...; y detrás de él, realizaron su primer diseño para la compañía de una amiga. «Hicimos ese y otros dos, pero todo muy dilatado en el tiempo —explica María— sin intención de crear un estudio. Pero resulta que esos proyectos gustaron mucho y cuajaron muy bien». Los encargos fueron creciendo y no los podían compatibilizar con sus respectivos trabajos, así que primero Lorena, y diez meses después María, hicieron un *grand jeté* laboral y empezaron su andadura conjunta.

El diseño, de una forma u otra, siempre había estado presente en sus vidas. En la de Lorena porque sus padres, tíos y abuelos «trabajaban en una fábrica de papel, que era la que entonces hacía más colores de toda España. Recuerdo mucho haber jugado con ellos, recortándolos... Si jugaba a las cocinitas el papel azul era el pescado, el rojo la carne, el verde la verdura... Siempre tuve claro que no quería estudiar ni ciencias ni letras». En la de María porque su madre es profesora de Bachillerato Artístico. «Estuve en contacto con el dibujo, con la pintura, desde que era pequeña. Mi idea inicial fue hacer Bellas Artes, o publicidad, pero estudié Diseño Industrial y, al final me dedico al Diseño gráfico.»

En 2018 dejaron Vila-real y se instalaron en València. El factor geográfico no afecta a su trabajo. «Por ejemplo, para el Acuerdo Marco de Madrid, solo nos reunimos la primera vez con Nacho Padilla para conocernos y firmar el contrato. Hoy en día, con Skype, no hay ningún problema, estés donde estés», apunta María. «Es una

pasada que exista la tecnología que existe; nos facilita todo mucho», añade Lorena. Tampoco el lugar de origen piensan que impregne su trabajo, porque «vivimos en un mundo muy globalizado», contestan casi al unísono.

María y Lorena se compenetran hasta para contestar. A veces, una empieza las frases y la otra las acaba. O van sumando pareceres hasta completar una respuesta común. Ocurre cuando se les pregunta sobre qué es diseñar. (Lorena) «Diseñar es enfrentarte a un problema y buscarle una solución que tenga coherencia, estética y una respuesta a lo que solicita el cliente». (María) «Nuestro trabajo es simplificar mensajes muy complejos. Conseguir destilar el montón de cosas que quieren decir, desgranar esa semilla, para a partir de ella que arranque todo». (Lorena) «Primero hay que entender bien lo que te piden, que a veces es complejo». (María) «Hay una parte conceptual de entender el proyecto y hacer esa destilación de la que hablaba y es a lo que más tiempo dedicamos». (Lorena) «Y lo que más nos gusta». (María) «Una vez lo tenemos claro, solo queda producirlo».

No tienen una metodología única de trabajo porque cada proyecto es un mundo, pero sí reconocen algunos rasgos comunes en todos sus procesos. «Nos interesa que imagen y texto estén siempre juntos. Lo verbalizamos todo; diseñamos hablando. Llegamos a una serie de palabras que son las que nos hacen de palanca para la imagen; rara vez nos vienen antes las imágenes que las palabras», cuenta María. «Buscamos palabras, su significado, sinónimos, las apuntamos...», revela Lorena. «Además es que las palabras es un lenguaje fácil de poder compartir con un cliente. Igual una imagen, o hacerle imaginar algo, es más complicado. Pensábamos que eso era lo normal,



*«Nos interesa que imagen y texto estén siempre juntos. Lo verbalizamos todo; diseñamos hablando. Llegamos a una serie de palabras que son las que nos hacen de palanca para la imagen; rara vez nos vienen antes las imágenes que las palabras»*



pero hablando con otros creativos y diseñadores, nos hemos dado cuenta de que no», acaba confesando, entre risas, María.

Las risas están muy presentes a lo largo de la conversación en su estudio. Un espacio recoleto y luminoso en el que Yinsen cocina sus diseños una vez superada esa primera fase con el cliente. «Hay veces que te pones y todo te sale de forma natural, y otras que es un infierno», advierte María. «¿Para qué engañarnos?», se sincera Lorena. «Yo (retoma María la palabra) soy muy *patidora* (sufridora), dramática, de que no me guste lo que estoy haciendo; me ha pasado hasta con campañas que han sido un éxito rotundo. Me contaminó durante el proceso, puedo llegar a odiarlo si no se saca rápido y después necesito algo de distancia para poder valorarlo». «Yo soy más práctica en ese sentido», señala Lorena. Y vuelven las risas. «Creo que está bien ser dos, para que cuando una flojea, la otra ayude a levantarlo»; la coda es de María.

Esta última declaración nos lleva a la siguiente pregunta, ¿cómo se dividen el trabajo? La parte conceptual la hacen a dúo, se proponen cosas, se van pasando la pelota, buscando el *feedback* entre ellas... En la parte de desarrollo gráfico empieza una y cuando se satura le releva la otra. En el arte final «Lorena es muy fina», confiesa María. ¿Y en lo relativo a esas otras tareas más engorrosas que toda profesión tiene? (Lorena) «María se encarga de la facturación y las relaciones con los clientes vía *mail* o telefónica». (María) «Lorena asume toda la parte técnica como instalar programas, localizar averías informáticas...». Un tándem bien engrasado, posible en parte porque, «aunque a nivel personal somos muy diferentes, en lo profesional coincidimos mucho. Hicimos una vez una prueba: cogimos un libro, cada

una por separado, elegimos diez imágenes de él y prácticamente fueron las mismas», explican a dos voces.

Esa conexión, sin embargo, no creen que se traduzca en un estilo propio. (María) «Yo no lo percibo tanto, aunque sí que hay cosas que se repiten en nuestro trabajo, pero hay gente que nos dice que sí es reconocible». (Lorena) «Hay elementos en común en nuestros trabajos; hay un poso conceptual en todo lo que hacemos, una historia detrás que intentamos que se entienda lo más rápido posible por el mayor número de gente, independientemente de la técnica empleada». (María) «Variamos mucho de técnica. Empezamos con la idea de hacer marcas, *branding*... y ahora hacemos un montón de carteles que no tienen nada que ver con el proceso de una marca, y utilizamos ilustraciones, y hacemos vídeos...». (Lorena) «Pero luego hay cosas que repites como el color, la tipografía...».

Color y tipografía. Ya tardaban en salir en la conversación. (Lorena) «Nunca hemos tenido miedo al color». (María) «De hecho, a veces decimos... menuda verbena». (María) «Hay páginas de diseñadores que son en blanco y negro, muy finas y elegantes, y entras en la nuestra y...». Estallan las risas. Sobre el papel de la tipografía en el diseño lo tienen muy claro. (Lorena) «La tipografía, en muchos casos, es todo...». (María) «La tipografía es un elemento fundamental en nuestro trabajo. En diseño gráfico se comunica con imágenes y textos...». (Lorena) «A nosotras nos gusta mucho el *copy* y tenemos muchos proyectos que son solo tipografía y, en ellos, esta acaba funcionando como imagen. Solo con el texto comunicas mucho».

La campaña de los European Design Awards, la del Día Internacional de la Mujer Trabajadora de Madrid o la de



Vlanc serían ejemplos del protagonismo tipográfico en sus trabajos. Las podéis consultar en su web, donde también aparece la relación de los numerosos premios que han ganado en estos años. «Para nosotras han sido importantes», reconoce Lorena; «nunca hemos invertido en publicidad ni hemos hecho ningún tipo de labor comercial; todo lo relacionado con la difusión de nuestro trabajo ha nacido de forma espontánea y los premios han ayudado mucho». «No son necesarios e imprescindibles —completa María— pero a nosotras nos han servido para valorar nuestro trabajo porque en nuestro entorno, sobre todo en Vila-real, no había una cultura del diseño que nos ayudara a reconocer si lo estábamos haciendo bien o mal».

En 2018, Yinsen firmó la campaña gráfica de las Fallas y para este 2020 han diseñado los monumentos de la comisión Mossén Sorell-Corona, que con el permiso del coronavirus deberán arder en verano después del aplazamiento de las fiestas valencianas. «Por nuestro pasado en los escenarios no nos da miedo tirarnos a hacer proyectos nuevos que nos saquen de lo que hacemos habitualmente», reconoce Lorena, que añade que «curiosamente, nuestro único nexo en común con las Fallas, antes de nuestros trabajos, era el haber hecho, hace años, espectáculos con fuego». Lo de este año «era mucha responsabilidad; el listón estaba muy alto», admite María, y además abrían un ciclo en esa falla. La nueva presidenta, Elena Muñoz, «pensó enseguida en nosotras. Nos llamó y nos lo dijo; yo (Lorena) le contesté que no hacíamos fallas, pero ella insistió en que sí, que lo tenía muy claro». Y con la colaboración del artista Martín y su taller la llevaron a cabo.

Ocho años de trayectoria profesional ya es una cifra para hacer balance. «Ocho años es una eternidad —contesta

María—. Han pasado muchas cosas, sí, pero es que ocho años son muchos años». Lorena recoge el hilo de la respuesta: «Han pasado muchas cosas, efectivamente, y muy buenas. No nos lo podíamos imaginar cuando empezamos, con toda la ilusión que teníamos de trabajar en un proyecto nuestro». María remata: «El *feedback* a tu trabajo, los clientes que te llaman, los premios que nos han dado..., otras, no lo hacemos tan mal». Risas, muchas risas. 🥰







**SU PRIMERA VEZ.** (Lorena) Creo que fue para un museo de Vila-real. Teníamos que hacer un desplegable con fotos, pero no las tenían. ¡Las tuve que hacer yo con mi cámara! Quedó muy bien. Cuando fuimos a la imprenta, también en Vila-real, lo queríamos en *offset*, porque nos gustaba la textura. Pero nos avisaron de que las fotos de los cuadros no saldrían con luz, no quedarían potentes. «Ya, pero es que no queremos susar un estucado», insistimos. Al final nos dijo que le ponía un barniz. La verdad es que hemos aprendido un montón de la gente de las imprentas. Al verlo en papel flipas. (María) También nos impresiona cuando vemos una campaña nuestra en la calle. Por ejemplo, cuando estuvimos en el 8M en Madrid durante dos horas todas las pantallas de la ciudad tenían nuestra campaña en bucle. Ibas andando por la manifestación y lo veías en Callao, en Gran Vía... fue flipante. (Lorena) Me gusta mucho diseñar para papel y verlo luego bien impreso, con una textura natural que puedas oler, tocar; me parece lo máximo. (María) Para muchos trabajos es importante que el trabajo de diseño no se quede en el ordenador. (Lorena) Que, de alguna manera, se quede para siempre; de forma física, conservarlo.»



La campaña de los European Design Awards, la del Día Internacional de la Mujer Trabajadora de Madrid, la imagen para el centenario de la Biblioteca Musical Víctor Espinós de Madrid, el CD del Betlem de la Pigà o el diseño de los monumentos de la comisión Mossén Sorell-Corona son solo algunos ejemplos de sus trabajos. Los podéis consultar en la web de Yinsen. ➔ [yinsenstudio.com](http://yinsenstudio.com)



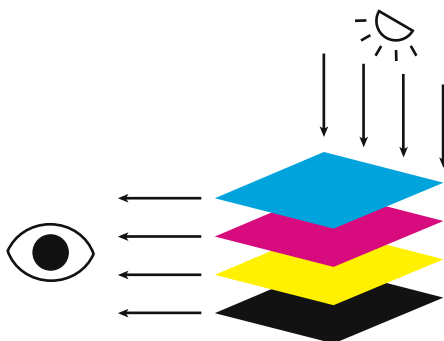
# ¿COLOREAR O NO COLOREAR?

## *esa es la pregunta*

Uno de los errores más comunes a la hora de mandar nuestros archivos a imprenta es enviarlos con colores o tintas (RGB) que no son para impresión (CMYK). Por eso es importante que conozcas la diferencia entre ambos modelos: una de las características que pueden influir (no siempre de manera positiva) en la reproducción de los colores en el producto que quieres realizar.

### RGB VS. CMYK

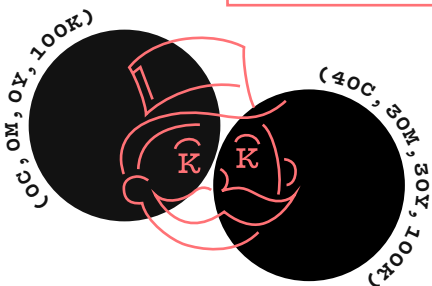
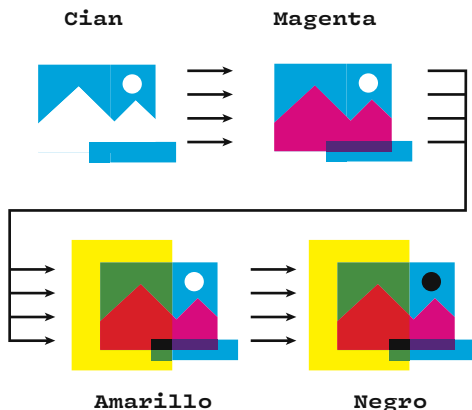
El RGB es el modelo aditivo de color que, básicamente, se representa en nuestras pantallas y usa diferentes proporciones de luz de los colores rojo, verde y azul; se utiliza en pantallas de ordenador. La ausencia de luz da por resultado el negro, y la suma de todos es el blanco.



**CMYK** es el modelo de color sustractivo y que se usa en imprenta, y en el que la presencia de un color en un material significa que el material solo está reflejando parte de la luz entrante y cancelando el resto. En la impresión usamos este sistema en el que la tinta filtra la luz entrante y visualiza un color que refleja solo esa parte del espectro de luz; si refleja todo el espectro vemos blanco, y si no se reflejan los colores se ve negro.

## LA SEPARACIÓN DE COLORES

Aunque últimamente estemos acostumbrados a separarnos un metro en la cola del súper, separar los colores es más que eso. Tienes que tener en cuenta que la previsualización de fusión, transparencia o sobreimpresión aparecerá en la salida para impresión con colores separados.



## ¿IMPRIMES O ENRIQUECES?

El negro enriquecido o compuesto es un tono de negro que se produce con la suma de K y, al menos, un color extra. El resultado es un negro más intenso, pero has de tener cuidado; no has de usar este negro en bloques de texto para evitar problemas de registro.

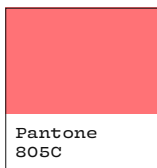
## ¿DAS EL PERFIL?

Para trabajar en CMYK siempre lo haremos con el perfil de color FOGRA Coated 39, pero si te sientes muy pro puedes usar el ISOCoatedV2 del Consorcio Europeo de Color. Nos garantizará un 95% de buenos resultados. Todo esto funciona muy bien para el 80% de los papeles. Si necesitas hilar muy muy fino, danos un toque y te asesoramos.



Coated

Uncoated



## Y ESTO ES UN PANTONE

Los colores Pantone ya están previamente mezclados; con ellos se pueden imprimir tonos de color que no se consiguen con CMYK. En este número hemos usado el Pantone 805C.

# Tips&Clicks



## El hombre que (re) diseñó España

Cambiar el imaginario visual de toda una nación. Ese sería el resumen de la extensa labor que desempeñó Cruz Novillo durante la transición y que explica el título del documental que puede verse ya en Filmin. Este artista es responsable de una amplísima cantidad de logotipos como los de Renfe, Endesa, Repsol, Correos o el PSOE, entre muchísimos otros. Además es autor de carteles de películas como *La escopeta nacional*, *El espíritu de la colmena* o *Cría cuervos*. ➔ [www.filmin.es](http://www.filmin.es)

## Un diccionario de combinaciones de colores

Sanzo Wada (1883-1967) fue artista, maestro, diseñador de vestuario y kimono durante un tiempo turbulento en el arte y el cine japonés de vanguardia. Wada se adelantó a su tiempo en el desarrollo de combinaciones de colores con influencia tradicional y occidental, ayudando a sentar las bases para la investigación contemporánea del color. Basado en su trabajo original de seis volúmenes de la década de 1930, este libro ofrece 348 combinaciones de colores, tan atractivas como originales. Un libro que tiene su traslación digital en la propia web del artista. ➔ [sanzo-wada.dmbk.io](http://sanzo-wada.dmbk.io)



## Bosque, una agenda consciente y sostenible

*Bosque* es una reivindicación sencilla y honesta que invita a poner en valor los árboles, el tejido orgánico que crean. Una agenda consciente y sostenible con calendario visto 2020 y 2021, lunas, eclipses, lluvia de estrellas, solsticios y equinoccios... Ideada mano a mano entre Israel Barranco y Pau Ruiz, la hemos impreso en Impresum con Papel 100% reciclado Favini Shiro Echo, tintas de base vegetal y portadas serigrafiadas en tapa rígida 650 g con encuadernación cosida con hilo visto. ➔ [israelbarranco.com/agenda-bosque](http://israelbarranco.com/agenda-bosque)

# El cliente

➔ TASTA'L D'ACÍ nació en 2012 de la mano de AU Agenda Urbana, una guía cultural mensual en papel de la ciudad de València. Lo hizo con la finalidad de crear vínculos entre las iniciativas que apuestan por revalorizar el producto valenciano en diferentes campos: la agricultura, la elaboración culinaria tradicional, la industria alimentaria local y los colectivos en defensa de un mundo más sostenible.

«Después de más de setenta colaboraciones, y fruto de la investigación que hemos hecho progresivamente por nuestras comarcas, hemos empezado a caminar para poner en marcha una plataforma web donde poder dar valor y reconocimiento a la sabiduría de la cocina valenciana de todos los tiempos, a sus variedades locales, los restauradores y restauradoras que nos las llevan a la mesa, a la memoria gastronómica de

## Tasta'l d'ací

@tastaldaci

nuestros mayores y los productores que luchan para hacer un producto de km 0 concienciado y sostenible utilizando la materia prima valenciana».

«Hace muchos años que conocemos Impresum y, sobre todo, nos hizo confiar en ellos su profesionalidad y proximidad. Cuando haces un proyecto sostenible tan arraigado en el territorio, quieres confiar en una empresa valenciana que cree firmemente en lo que hace y que te ofrece con creces un trato cuidadoso, no solo del producto final (unas ilustraciones preciosas de Marta Antelo), sino durante todo el proceso de producción. Tanto es así que hemos empezado otro proyecto con Impresum para final de año». 🍷



# PRINT

Impreso en papel Fedrigoni Arena® Natural Rough de 120 g.  
Su composición hace que no envejezca, con lo que es idóneo  
para soluciones editoriales por su blanco natural,  
la elegancia de su tacto y su apariencia.

En este número se han utilizado las tipografías Theodor by  
RÜDIGER para titulares, Pliego de Juanjo López para texto  
general, y Vulf Sans / Vulf Mono de la fundición Ohno Type  
en elementos complementarios.

PRINT es una iniciativa de **Impresum**.

**Diseño y edición:** estiu (Diego Obiol y Pablo Ejarque).

**Corrección de textos:** Marta Salvador.

**Colaboran:** Rafa Rodríguez y María Mira.

**Agradecimientos:** El Observatorio.

Puedes suscribirte en [www.impresum.es/print](http://www.impresum.es/print),  
escribiendo a [dani@impresum.es](mailto:dani@impresum.es) o llamando  
al 606 994 542 (Dani Matoses).

**impresum**

C/ Vicent Lleó, 20 nave · 46006 València  
[impresum.es](http://impresum.es)