

# PRINT



**En este número:** *Juan Nava* • Impresas

*VIAJE ALREDEDOR DE*

# JUAN NAVA

Una entrevista de RAFA RODRÍGUEZ con fotos de MARÍA MIRA  
Tipografía invitada, *Rótulo* de JUANJO LÓPEZ

De joven pintó el típico rótulo de gambas en el cristal de un bar del barrio valenciano de Monteolivete. Ahora, ya jubilado, redibuja los rótulos históricos que perviven y fotografía por la ciudad. Podría parecer que la vida de Juan Nava es un gran círculo perfecto, pero es mucho más. Sigue leyendo, que despegamos.









Un cartel de Insecticida Orion (por si las moscas...), otro de Michelin (sí, con Bibendum), un tríptico formado por los molinos de arroz Fuentes y Ríos, el exportador Manuel Giner y la fábrica de harinas Vicente Belenguer, un cenicero de licor Ricard, libros, revistas, archivadores, un par de vitrinas con objetos varios... Todo meticulosamente ordenado (la mesa de trabajo es una fantasía). El estudio de Juan Nava es donde a uno le gustaría que le pillara el fin del mundo.

Juan Nava nació en Ripollet (Barcelona). Pero apenas tiene recuerdos de aquella localidad catalana, porque «con seis o siete años nos trasladamos a València por el trabajo de mi padre». Su padre era «mecánico puro y duro, prácticamente autodidacta. Había estudiado mecánica en un curso de CEAC por correo. Igual te desmontaba un coche que te hacía una máquina para plegar embalajes de cartón. Lo diseñaba todo. Y si encima se estropeaba, también lo arreglaba. El empresario se ahorra más de un sueldo con él».

Además, su padre dibujaba. «Le gustaba mucho y lo hacía muy bien. Lo recuerdo perfectamente en el sillón orejero de la salita de casa, con una carpeta Enri de esas de gomas y un folio. Le encantaba dibujar artistas de Hollywood y rotular sus nombres. O en Navidad, en Reyes, también incluso de mayores, nos hacía un sobrecito a mano y ponía nuestros nombres, y cada año con una letra diferente». ¿Has heredado de él esa habilidad? «No lo sé, podría ser».

Nava nunca fue un buen estudiante, «no hice ni el Bachiller Superior». Fue su hermano mayor el que le aconsejó matricularse, con quince años, en la Escuela de Artes y Oficios, dada su destreza con el dibujo. «No tenía ni idea de dónde me metía. No era para nada lo que es ahora. La palabra diseño no se empleaba, ni entonces ni luego cuando empecé a trabajar; éramos grafistas».

Los estudios de Artes y Oficios duraban cinco años, «tres cursos que se llamaban comunes, en los que hacías modelado, dibujo, manualidades... y luego dos de especialización: Decoración o Dibujo publicitario eran los más importantes». Pero Juan, en segundo, con solo dieciocho años, empezó a trabajar.

### **Empieza una nueva era laboral**

Nueva Era era «una agencia muy pequeñita» de publicidad, en la que consiguió entrar a través de un amigo del barrio; le hicieron una entrevista y lo eligieron, rápido y sencillo. «Allí estuve dos años. Era otro mundo comparado con lo que estudiaba; estaba conociendo la realidad del oficio».

Su trabajo era incompatible con los horarios lectivos, así que para acabar los estudios se matriculó en una escuela privada, Peris-Torres. «Yo quería hacer Dibujo publicitario, pero al entrar a trabajar en Nueva Era y descubrir el mundo real, materiales, formas, profesionales... me decanté por Decoración. Porque lo otro, con tres meses en la agencia, ya era de licenciado lo que había aprendido».

A lo largo de las tres horas de entrevista, Juan se levantará varias veces para traer y mostrar algunos ejemplos de lo que está hablando. Lo hace, también, con algunos de los trabajos de clase que hizo cuando estudiaba, y que aún guarda. Y sí, son una maravilla.

En Nueva Era, en la que puso «kilómetros y kilómetros de letraset», ganó su primer sueldo, «pero no mi primer dinero». Este lo logró en Almacenes Gil, «si no recuerdo mal fueron dos mil pesetas». Buscaban a alguien para que les pintara un rótulo de «Rebajas» en una valla de 3x4 metros. «Le llevé mi carpeta de dibujos al gerente y me dijo que sí. Yo no había rotulado en mi puñetera vida, de hecho aún estaba en el colegio».

Su compañero en Nueva Era, José María Falomir, dejó la agencia y se montó su propio estudio. Invitó a Juan a unirse; a Nava le entró cierto miedo y declinó la oferta. «Pero siguió insistiendo y, al final, me decidí y me fui con él». El sector inmobiliario de la zona de Dénia, Jávea o Benidorm «lo hicimos polvo. Fue una época fantástica porque teníamos una libertad total. Les llevábamos los folletos impresos y nos pagaban al instante. Algo que ahora es imposible, cobrando a treinta o sesenta días». También trabajaron para algunas discotecas, «pero el mundo de la noche no me gustaba». La relación con Falomir se rompe cuando Nava le plantea que fueran socios y encuentra un no como respuesta. «Es cierto que cuando me propuso que me fuera con él como socio, le dije que no. Pero cuando me incorporé al estudio, trabajábamos hombro con hombro, yo no era un simple empleado, iba incluso con él a visitar a los clientes».

En el servicio militar, Nava conoce a Carlos Cuevas, «no era diseñador, pero era supercreativo, con muchas ganas de hacer cosas». Y empiezan a hacerlas, algunas con más fortuna que otras. «Hacíamos *stands*. No teníamos un duro, pero nuestros proveedores, el carpintero, el tapicero... estaban igual de locos que nosotros y nos ayudaban en todos los proyectos».







Con uno de ellos se adelantaron a su tiempo. Montaron una tienda *pop up* cuando no existían las tiendas *pop up*. «Se llamaba El Botón. Decíamos que vendíamos ilusiones. La abrimos para siete días, en Navidad, la noche de Reyes se cerraba. Vendíamos cosas antiguas que encontrábamos trasteando en tiendas, sótanos... Cosas estrambóticas. Carteles antiguos de Cifesa. O unas zapatillas que hacían los presos del penal de Chinchilla, con suela de neumático, muy cachondas, a las que les poníamos un número en la parte de la loneta». Pero apenas entraba gente y quien lo hacía no siempre compraba. «Fue un desastre. Un día entró un señor muy mayor que casi se puso a llorar porque le recordaba todo a su infancia, pero comprar no compró nada».

### Otros mundos, otro nivel

En 1976, Juan Nava entra a trabajar en la agencia Canut Bardina, otro mundo. «Era otro nivel. Se hacían *spots* de televisión; teníamos clientes como Turrones El Almendro, Licor 43, Juguetes Feber, Geyper...; campañas potentes de quince millones de pesetas; había un director creativo; un estudio con más gente...». Y estaba Mariano Canut Bardina al frente, al que Juan se refiere siempre anteponiendo un Don a su nombre. «Me enseñó una barbaridad. Todos le tenían mucho respeto, lo que él decía iba a misa. Hicimos kilómetros y kilómetros juntos, hablábamos mucho; viéndole actuar aprendí cómo hay que tratar a los clientes. Y, además, te dejaba hacer sin entrometerse».

Algunos de sus trabajos en Canut Bardina seguro que han estado en vuestras cocinas y en vuestras mesas en Navidad. «Diseñé *packaging*, envases, para Turrones Picó, para Antiu Xixona, para El Almendro... es que me los he hecho todos, pero era una cosa que no tenía la valoración que tiene ahora, no había un manual de imagen». Juan ejercía en la agencia, «sin que nadie supiera, creo yo, que esa figura existía, al menos en València», las labores de un director de arte, pero eso sí, sin cobrar su sueldo.

Por entonces, los diseñadores ya eran conscientes de que su trabajo tenía una parte creativa. «Pero también, al menos yo, de que hay que tener cierta perspectiva, eso de genios del diseño... a ver... calma». Juan recuerda una colección que hizo para Turrones Picó que, «cuando se los llevamos al cliente dijo que parecían envases de clínex. Querían el pergamino, la letra gótica... Intentabas hacer otras cosas, ya no solo por el tema creativo, sino por hacer algo nuevo, pero no siempre se podía».

A lo largo de su trayectoria profesional, Nava siempre ha tenido «etapas de cinco años como máximo en un sitio. Pasado ese tiempo, necesitaba algún cambio. Pero no era algo premeditado». Así pues, en 1981, junto a su compañero en Canut Bardina, Alfonso Usero, montan COM&AS (Comunicación y Asesoramiento). «Mariano Canut no quería perder nuestra savia nueva y nos propuso que, aunque nos fuéramos, gestionáramos algunos clientes de la agencia como Feber. Era una especie de pacto extraño que no acabó de salir bien». Rompieron lazos con su exagencia y empezaron a buscarse la vida. «Fue un poco desastre, allí aprendí que, aunque odio el tema administrativo, es imprescindible llevar un control de los números. La etapa de Com & AS (del 81 al 85) es de las que menos satisfecho está, «casi mejor que no hubiese pasado».

El siguiente paso fue montarse su propio estudio, Juan Nava Diseño Gráfico. «Empecé a tener mis clientes propios y a hacer algunas cosas con más conocimiento, digamos, de lo que era ya diseño, de marcas...». También colaboraba con algunas agencias de publicidad. «Por ejemplo, les salía algo de *packaging* de envases para un determinado cliente y me llamaban porque yo ya tenía como una medio fama de haber hecho mucho a ese nivel. Esto también tenía un peligro porque mi cliente era la agencia de publicidad, no el cliente final... tenías que pactar condiciones y, dependiendo de quién te llamara, decir sí o no». Pasados cinco años, cómo no, cambió de rumbo.

Pepe Gimeno y Nacho Lavernia habían montado un estudio conjunto y a los dos meses le llamaron. «Tenía que desmontar el mío y perder los clientes, pero fui de cabeza. No entraba de socio, pero sí con unas condiciones especiales». Aunque aún ninguno de los dos había recibido el Premio Nacional de Diseño, ya eran dos referentes en la profesión. Su estudio era como subir a otra división: «muchas marcas, clientes también de fuera de València, manuales de imagen corporativa... con ellos también aprendí un montón». Y con ellos, también, estuvo cinco años («y medio»).

Nava se marcha y vuelve a empezar de cero con estudio propio. Es entonces cuando comienza a trabajar con la Galería Jorge Juan. «Carles Barranco y Artur Sales eran quienes se encargaban de sus diseños. Ambos se marchan a una agencia de Madrid y como María Jesús (Rodríguez), mi mujer, trabajaba con ellos, nos pasaron el cliente».

Empieza un idilio profesional que se prolongó durante quince años, en los que Nava diseñó diversos formatos para la galería, destacando sus bolsas. «Una de ellas está en el Museo del Diseño de Barcelona como pieza permanente». Es una bolsa en la que se reproducía un código de barras y sobre él el nombre de la galería. Hubo otros modelos, como uno inspirado en los patrones de la revista *Burda*, «toda la vida me han enloquecido, estéticamente son una pasada; haces un giro, le cambias el color para no hacer una réplica exacta y son una bolsa».

Otro cliente importante que tuvo fue el Museo Valenciano de la Ilustración y de la Modernidad (MuVIM) con el que llegó a colaborar en una docena de exposiciones. «Esto fue por una desgracia. Paco Bascuñán, que era muy amigo mío, estaba trabajando para ellos y falleció. Me llamó Carlos Pérez, su jefe de exposiciones, para pedirme que acabara un trabajo de Paco». Juan avisó a Pérez de que jamás había hecho nada así. «Me dijo que daba igual, que estaba seguro de que lo iba a hacer muy bien». A partir de ahí,

mientras él siguió en el museo, Nava se encargó de varias muestras. «Daba gusto trabajar con él, no se metía en nada, confiaba en el profesional».

El currículum de Nava es casi infinito. Ha diseñado revistas, libros, identidades corporativas, bolsas, imagen gráfica para catálogos de exposiciones, agendas, envases para esmaltes, calendarios o incluso escaparates. Pero le faltan... «etiquetas de vino. Tuve una experiencia, pero igual no estaba preparado, que hay que decirlo todo. Fue cuando Com & As y lo tengo un poco escondido. Tampoco tuve la suerte en este caso de tener un cliente que dejara hacer. Así que sí que hice algunas etiquetas de vino, pero no quiero saber nada de ellas. Me he quedado con las ganas de trabajar en ello, porque era un sector muy clásico y ahora es un auténtico desmadre».

Humildad y discreción. A lo largo de toda la conversación, Juan Nava dribla cualquier protagonismo. Sea cuando matiza el papel del diseñador («en el catálogo de una exposición, su trabajo no puede competir con el del artista, tiene que estar a su servicio»), al hablar de trabajos alimenticios («los reivindicó también. No me escondo de los que he hecho. Que te tengas que adaptar a un encargo en el que un departamento de *marketing* te marca por dónde quieren ir, no es excusa para no hacer un buen trabajo») o de la autoría de los proyectos («He tenido colaboradores trabajando en el estudio y son también diseñadores. No todo es mío; ha salido de este estudio, pero aquí ha habido profesionales muy buenos. Eso hay que ponerlo en valor. Muchas veces hacía dirección de arte, era un trabajo conjunto. Y me gusta decirlo»).

Juan hace siete años que se jubiló. Repasando su vida laboral se percata de que nunca ha hecho la labor de comercial. «No me he vuelto a poner un traje desde que me casé y estoy casi a punto de celebrar las bodas de oro». Los encargos le fueron surgiendo por relaciones, por contactos,





«Estilo, no; igual un sello, sí». Son palabras de Juan Nava sobre su trabajo a lo largo de estos años. «He estado muy acostumbrado a trabajar con más gente y encargar aquellas partes de un proyecto, por ejemplo las ilustraciones, que requerían a un profesional concreto».



PRINT #16



«Sea lo que sea lo que se diseñe, se tiene que entender. Esto me lo enseñó el mundo de la publicidad. Luego, dentro de los límites del mercado y de lo que estés haciendo, a mí siempre me ha gustado introducir pequeñas innovaciones que, a veces, me podía permitir y, otras, era imposible»

por referencias de su trabajo, por casualidad... «Si hubiera tenido que asumir la labor de comercial hubiese sido un desastre, porque me vendó muy mal».

La misma coherencia que le acompañó durante su trayectoria profesional estuvo presente en la siempre difícil decisión de retirarse. «Uno también tiene que saber hacerlo. Igual que cuando yo era joven empujé a otros más mayores para ganarme el puesto, ahora era el turno de hacerme a un lado. Además, cada vez me daba más pereza tener que aprenderme programas nuevos. De hecho, me jubilé antes de lo que me tocaba. Ahora tengo mis pequeños proyectos como *Letras recuperadas*: funciona de maravilla, estoy entretenido y vengo todos los días al estudio».

#### **Juan Nava, recuperador de letras**

València, 2004. Primer Congreso Internacional de Tipografía. Juan Nava forma parte del comité organizador. Raquel Pelta, directora del congreso, le propone realizar visitas guiadas en torno a los distintos rótulos que aún se conservan en la ciudad. «Cómo se notó que Raquel no me conocía (ríe), le habrían hablado de mí, pero yo... con un paraguas o una banderita diciéndole a la gente siganme por favor...». Juan propuso convertir el encargo en una publicación que se acabó llamando *Itinerarios tipográficos*. Un paseo por los viejos rótulos comerciales valencianos.

Ahí se puede decir que está el origen de *Letras recuperadas*. Nava empezó a fotografiar rótulos y hacía pequeños planos por zonas para que la gente ubicara el comercio donde estaban.



EUGENIO GIARDINO









**SU ÚLTIMA VEZ.** Mi última vez en una imprenta, porque de la primera evidentemente no me acuerdo porque hace de eso muchos años, no es tal cual en una imprenta, pero sí que forma parte del proceso de trabajo de la misma, me refiero al encuadernado.

Siempre he tenido mucho interés en ver los procesos de los trabajos, porque considero que forman parte del mío, de su resultado final. Quiero saber qué posibilidades tengo, cuáles no; he ido a ferias de artes gráficas porque entiendo que hay que ver cosas que no conoces, incluso que no están a tu alcance... y tenía la deuda de ver cómo trabaja un encuadernador industrial. Al final, el encuadernador es el que tiene la última palabra de tu diseño. El impresor puede hacer un trabajo brutal y que se estropee todo si el encuadernador no ha sido muy fino.

El libro *Letras recuperadas* no tiene portada como tal y, como en algún sitio tenía que poner el título y el nombre del autor, solo nos quedaba el lomo. La única forma de poderlo resolver era con este tipo de encuadernación industrial. Tenía mucha curiosidad por verlo; que casasen todas las letras en cuadernillos diferentes me parecía muy complicado. Le dije a Dani (Matoses, de Impresum) que quería ir a ver el proceso, al menos el arranque, y fue un auténtico descubrimiento. Nos hicieron una primera prueba, que yo pensaba que iba a ser un desastre, y estaba perfecta.

«Pero siendo un congreso de tipografía también pretendía, sobre todo, poner en valor las letras de los rótulos.

A la gente le parecían muy curiosas las fotos, se quedaban en la cuestión anecdótica, pero no entraban en el tema de las letras».

A partir de esta experiencia, siguió fotografiando rótulos, incluso fuera de València, cuando se iba de viaje. En la segunda edición del congreso decidió ir más allá. «Empecé a hacer tomas ampliadas, centrándome más en la letra que en el propio rótulo. Y se me ocurrió redibujar la letra; la idea era hacer un alfabeto a partir de letras de rótulos». El resultado fue veintisiete letras encontradas en un paisaje urbano, publicado por Contra Ediciones, aventura editorial detrás de la cual se encontraba Dani Matoses, de Impresum.

Y le llega otro encargo, o más bien una propuesta. Consuelo Císcar, directora entonces del IVAM, decide hacer exposiciones de diseñadores. «No me preguntes cómo aparezco yo en ese listado. A mí me daba mucha vergüenza exponer en el IVAM. Para hacer el ridículo me quedo en mi casa. Císcar me llamó y le expliqué que mi trabajo no era relevante, que no era para hacer una exposición. Pocos días después se puso en contacto conmigo un asesor suyo. Le dije lo mismo. Tengo mucho respeto al IVAM y no expongo allí».

Juan volvió a hablar con el asesor y le propuso trabajar en torno a una idea que pusiera en valor esas letras de los rótulos. «Aún no me había dado tiempo a explicarle el proceso y dónde quería acabar y me dice que

con eso ya tenía la exposición. Le dije que no, que esto era parte de algo más». Nava estuvo trabajando en ello los fines de semana porque el resto de los días los dedicaba a su estudio. El IVAM programó tres muestras protagonizadas por diseñadores y Císcar le hizo *ghosting* al resto.

Nava decidió montar una web donde alojar y compartir todas las fotos que había hecho. «Pero no le veía mucho sentido a subir imágenes y más imágenes, y se me ocurrió lo de dibujar todo el rótulo. ¿Tenía algún sentido? Pregunté a unos cuantos compañeros, entre ellos también a jóvenes, que siempre me interesa saber lo que opinan, y a todos les encantó la idea, me animé y monté el blog».

Los seguidores del mismo empezaron a reclamarle que hiciera una publicación en papel sobre ello. «Yo dije que lo haría cuando tuviera una editorial». Y apareció Víctor Palau, de Gràffica. El resultado, *Letras recuperadas*, un libro con más de doscientos rótulos fotografiados y redibujados por Nava. «El proyecto ha funcionado y se ha vendido muy bien; ya vamos por la segunda edición. En Instagram estoy cerca de los 13.000 seguidores, que sé que es algo relativo, pero para mí es una cifra enorme, algo impensable».

La cabeza de Juan Nava no descansa. Ya anda pertrechando otro proyecto nuevo, «que es más de lo mismo. Veo que esto ha funcionado y es una forma de estar presente sin haberme retirado del todo. Me lo paso bien, me distraigo, le gusta a la gente, ¿qué más le puedo pedir?». ❧



«Cuando Gráficas Litolema, lo que hoy en día es Impresum, cumplió diez años, organizaron una fiesta. Dani Matoses, que ya trabajaba allí junto a su padre con el que yo ya había colaborado antes, me propuso hacer algo en papel para celebrarlo. Cuando cualquier imprenta de la época lo hacía, editaban un catálogo con papeles muy buenos, brillos, golpes en seco, relieves, *stamping*... para lucir lo bien que trabajaban.

Yo, como siempre, en plan medio rebelde, porque no está reñido que tú puedas hacer opciones locas sin olvidar que hay un cliente, le propuse un libro, y trabajar con lo que se tira en la imprenta, utilizar las máculas para las sobrecubiertas de los libros que imprimirían. Dani me siguió y se animó a llevar a adelante esta idea tan poco convencional. Estuve seleccionándolas una a una porque no valía cualquier mácula; buscaba que tuvieran algo bajo mi modesto criterio y que fueran de papeles diferentes.

Y así hicimos cien libros, que se repartieron en la fiesta, con la particularidad de que cada uno tenía una cubierta diferente a partir de una mácula distinta. Cada persona se llevó un libro exclusivo que nadie más tenía».

## — Una historia en común

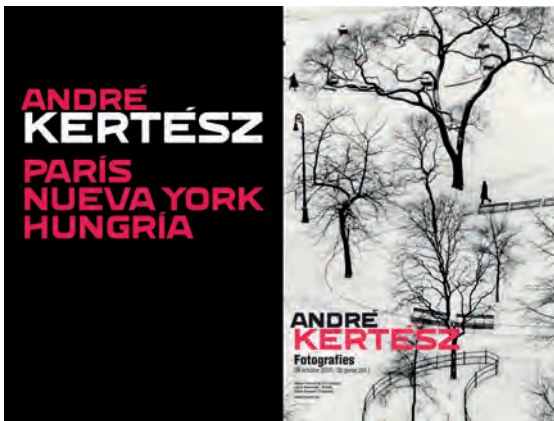








## Recuperadas y aplicadas



El proyecto *Letras recuperadas*, creado por el protagonista de este *PRINT*, es un ejemplo de cómo el diseño gráfico puede utilizarse para preservar el patrimonio cultural.

Nava ha demostrado que los rótulos antiguos son más que simples objetos decorativos, sino que también son una fuente de belleza, historia e inspiración.

Durante los últimos diez años, Juan ha pateado las calles con el doble objetivo de rescatar y documentar los rótulos que se están perdiendo, además de reivindicar el buen oficio de los antiguos rotulistas, un gremio artesanal prácticamente extinguido.

Este trabajo de recuperación y síntesis, que ha ido plasmándose tanto en sus redes, el blog, y en el libro editado por Gráfica, también ha tenido su reflejo en algunos trabajos de diseño gráfico en los que Juan ha utilizado esas letras que provienen de los rótulos fotografiados y digitalizados por él mismo.

El cartel que acompaña a este número o los trabajos que pueden verse en esta página son algunos ejemplos de esas letras recuperadas y aplicadas, que defienden la vigencia estética de aquellos letreros de origen casi siempre modesto. Y, de paso, sirven como una inyección de inspiración para curiosos y amantes de las letras. 🐣



# EL CLIENTE



## Impresas, el papel como lugar de entendimiento

Allá por 2017, un grupo de profesionales del periodismo y el ámbito social concibieron *Impresas*, un proyecto que busca crear la primera revista editada exclusivamente por mujeres en el Centro Penitenciario de Picassent.

El proyecto acompaña a las participantes en todo el proceso de edición de una revista única, desde la concepción de las ideas hasta la impresión final. El resultado es una publicación impresa en papel, donde las mujeres son las creadoras totales del contenido.

En la primera edición del proyecto, fue la prisión quien costeó la impresión de la revista. Pero no fue hasta el segundo año cuando el equipo de *Impresas* acudió a Impresum, porque «tenía una filosofía de trabajo muy



afín a los criterios con los que hacemos *Impresas*, trabajaba con un montón de proyectos culturales y sociales que admirábamos (y admiramos) y decidimos intentarlo ahí», comenta Pilar Almenar, parte del equipo.

Cada número, nos encanta ver cómo el equipo de *Impresas* se esfuerza en transmitir a las participantes la 'magia' del proceso de impresión. Les llevan hojas de prueba para que puedan verlas en prisión y toman fotos de cada paso del proceso.

«Gracias a eso, ellas sí han podido sentir el olor del papel recién impreso, sonriendo mientras hunden la nariz en él, el tacto de las hojas del pliego antes de doblarse, han podido evaluar los matices y el respeto tan brutal que Impresum tiene por el color... y, en definitiva, ellas sí han podido sentir que su revista se está imprimiendo», añade Pilar.

Las participantes del proyecto coinciden en que «entre los muros hay cultura y ganas de divulgarla». Y en Impresum nos encanta contribuir a convertir el papel en un lugar de entendimiento y empatía que apoye el camino hacia la reinserción de estas mujeres. ✉ [impresas.org](http://impresas.org)

# TIEMPO

Este número de *Print* es el último que recibirás. A lo largo de estos tres años hemos sido muy felices compartiendo el maravilloso universo del papel contigo. Pero nada de añoranzas y tristezas, porque hay relevo con un enfoque algo diferente. Así que sigue pendiente de tu buzón. ;-)

*Print* es una iniciativa de Impresum.

Diseño y edición: estiu.

Colaboran: Rafa Rodríguez y María Mira.

Corrección de textos: Marta Salvador.

De este nº16 de *Print* se han impreso 2.500 ejemplares con papel Fedrigoni Arena White Rough 120 g.

El sobre con el envío de este número se ha realizado en impresión digital con dato variable.



Tipografía: Graveur de Juanjo López para texto general y elementos complementarios.  
Tipografía invitada en titulares: Rótulo de Juanjo López.

Puedes suscribirte en [www.impresum.es/print](http://www.impresum.es/print)

Escríbenos al *e-mail* [dani@impresum.es](mailto:dani@impresum.es) (Dani Matoses) si tienes un proyecto interesante para imprimir.

## IMPRESUM

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