

LAVERNIA Y CIENFUEGOS

Daniel Nebot

Ser diseñador en España, a principios de los setenta, era, sin lugar a dudas, un atrevimiento reservado sólo a aquellos capaces de renunciar a cualquier tipo de estabilidad laboral o reconocimiento social, y dispuestos a asumir las penurias económicas que, sin duda, les esperaban. Intentarlo en Valencia era una temeridad sólo al alcance de un puñado de insensatos entre los que se encontraba Nacho Lavernia. Lavernia, resuelto a ser diseñador, fue a estudiar a Barcelona, a Elisava, única escuela en España que por aquellos años impartía clases de diseño, y abandonó el calor de su familia y los besos de su novia movido por la ilusión y fascinado por la minipimer.

Instruido en la disciplina del diseño, de nuevo entre sus amigos, se convierte en un elemento indispensable en los foros relacionados con el diseño; sus opiniones aportan fundamento y valor a una actividad en aquellos años marginal. El grupo de diseño industrial Caps i Mans supuso la primera puerta para salir de la utopía y Nacho fue uno de sus miembros más significativos. Proyectos como «el Montari», diseñado para Feber, son testimonio de esos años en que la civilización moderna parecía que empezaba a encontrar respuesta en algunos empresarios valencianos.

Empezaban los ochenta y Milán acogía el Congreso del ICSID. Se escuchaban viejos y nuevos discursos en torno al diseño, teorías bauhausianas y realidades escandinavas a tortas con el novísimo tiovivo del postmodernismo, la casa de la Triennale y los estupendos *panini*. De vuelta, en el Midi francés, después de dejar atrás las playas de la Costa Azul, llegó la decisión: sería un estudio grande, en una nave industrial; un ecosistema donde un grupo de amigos serían felices, se harían diseñadores de verdad e intentarían salir de la mediocridad. La Nave fue una gran experiencia en el momento adecuado. España despertaba de la oscuridad y un nuevo sistema político con un gobierno de jóvenes comenzaba a replantear el país. Era la oportunidad



Integrantes del estudio (de izquierda a derecha): José Ortega, web; Ania Gorska, gráfico; Irene Ortega, diseño industrial; Carolina Hereu, gráfico; Alberto Cienfuegos y Nacho Lavernia, industrial y gráfico; Eva Benedito, gráfico; Beatriz García, administración; Nacho L. Amador, web; Lucía Hurtado, secretaria; Fernando Amador, gráfico (ausente).

Studio members (left to right): José Ortega, web design; Ania Gorska, graphics; Irene Ortega, industrial design; Carolina Hereu, graphics; Alberto Cienfuegos and Nacho Lavernia, industrial and graphics; Eva Benedito, graphics; Beatriz García, administration; Nacho L. Amador, web; Lucía Hurtado, secretary; Fernando Amador, graphics (absent.)

de demostrar que había cosas que decir y que se querían decir. Los años de dictadura y miedo habían acabado y nuestro país necesitaba de forma acelerada ponerse al día. Aunamos esfuerzos y disfrutamos trabajando duro, diseñamos símbolos, señalizaciones, espacios, marcas, libros, estufas, fuentes, bancos, lámparas, juguetes, exposiciones... Fuimos asesores, consultores y amigos de todos los que confiaron en nosotros, y aprendimos y enseñamos que el diseño es una disciplina seria. Los ochenta se terminaban y los nuevos proyectos querían estrenar década. La Nave concluyó con la década sin dramatismo, con el cariño y el agradecimiento de todos con todos.

Nuevas alianzas, nuevas ilusiones, más y más imágenes corporativas, marcas, libros, señalizaciones... El estudio Lavernia nace en 1995. Comienza la aventura individual. Han pasado 25 años y Nacho continúa siendo diseñador, uno de los mejores. Las condiciones hostiles de esta sociedad no le han robado la ilusión, y los conocimientos aprendidos, junto con las experiencias vividas, lo sitúan en un punto de partida inmejorable para abordar este

proyecto. El nuevo estudio centra su actividad en proyectos de diseño industrial y diseño gráfico en cualquiera de sus variantes.

En 2000, Alberto Cienfuegos, que colabora con el estudio desde el principio, se incorpora como socio. Conoció a Alberto cuando fue alumno mío y de Nacho en el CEU. Lo traté poco, es cierto, porque él compatibilizaba entonces los estudios con su trabajo como grafista, de modo que su presencia en clase fue más bien escasa. Yo había propuesto a mis alumnos el diseño de un objeto de cocina, y los primeros días vi a Alberto por allí, pero desapareció y no volví a saber de él hasta que llegó la fecha de entrega de proyectos. Para mi asombro ese escurridizo alumno traía una maqueta de un peso de cocina irreprochable. Un trabajo que, en primer lugar, decía de él lo que el tiempo se ha encargado de demostrar: es un diseñador exigente, riguroso, sensible y con un inusual dominio de la forma. Y en segundo lugar me permitió zanjar el asunto académico con un sobresaliente ¡Qué iba a hacer!

El tándem formado por Lavernia-Cienfuegos es un tándem de fuerza y sensibilidad, capaz de zafarse



1

1. Botellas de Agua de Valencia, cóctel a base de naranja producido y embotellado por D'esprits. Trofeo Laus 1995.
2. Mascota de los X Campeonatos Mundiales de Natación, Barcelona 2003.



2

1. Bottles for Agua de Valencia, an orange-based cocktail produced and bottled by D'esprits. Laus trophy winner 1995.
2. Mascot for the Tenth World Swimming Championship, Barcelona 2003.

con el proyecto más ingrato y solucionarlo con maestría, o sorprendernos con un discurso formal de sensibilidad extrema y notoria personalidad. Formas trabajadas una y otra vez, investigadas, desmenuzadas en curvas, evolucionadas proyecto a proyecto hasta crear un abecedario propio, ya anunciado en la botella de Agua de Valencia (1), y de manifiesta evidencia en las últimas piezas diseñadas para Sanico. Ahora, en la bañera TINA (4), las formas aumentan en complejidad creando un discurso donde una supuesta piel se precipita hacia su interior succionada por el vértigo de su vacío, todo en un blanco inmaculado como si de los modelos de escayola de una clase soñada de dibujo se tratase.

Resulta significativa la capacidad de adaptación de este estudio al encargo y su manejo de la medida sin renunciar en ningún momento a un resultado de calidad. Prueba de ello, sus dos recientes trabajos de diseño editorial, la revista *Papel Elefante* n.º 3, galardonada por el Type Directors Club de Nueva York, y el dossier de la Candidatura Olímpica de Madrid 2012. La revista es todo un ejercicio del empleo de la magia en la gestión del espacio gráfico. La deconstrucción de la retícula de columnas con la irrupción en la escena gráfica de masas de negro que juegan a equilibrios con el blanco del formato, actúan en una primera lectura como elementos únicos de la comunicación, sintetizando al máximo el discurso visual.

El diseño del dossier de Madrid 2012 fue ganado en concurso restringido por el estudio Lavernia-Cienfuegos en marzo de 2004. En él han trabajado durante siete meses un equipo de más de cien personas; se han diseñado y maquetado los tres tomos que componen el dossier, en sus versiones

en inglés, francés y español; se han seleccionado y compuesto el repertorio tipográfico, las imágenes, el estilo de las ilustraciones... La factura impecable de un trabajo tan complejo está resuelta con la misma calidad gráfica y fresca que la revista de Color Elefante, un proyecto de amistad y colaboración desinteresada.

El estudio Lavernia-Cienfuegos ofrece servicios globales de diseño, responsabilizándose de los temas de consultoría, diseño de producto, imagen y comunicación dentro de un proyecto empresarial. Este tipo de estudios, capaces de ofrecer un «completo», es poco común en nuestro país, pese a suponer una clara ventaja para las pymes: el encargo global evita la disgregación de conceptos y otorga coherencia y homogeneidad a la visualización del proyecto empresarial. Además, genera una relación de compromiso e intimidad entre empresario y diseñador alrededor del proyecto, que suele traducirse en la mejora de los resultados. Esta forma de prestar servicios de diseño ha permitido a este estudio desarrollar conocidos proyectos de éxito. Babé, RNB, Sanico, Auta, Agua de Valencia... son algunos ejemplos donde el compromiso de Lavernia-Cienfuegos con el proyecto empresarial es global y los resultados evidentes.

Gráfico, producto, *packaging*, identidad corporativa, editorial, stands, señalización...

Diseño: «concreción de un concepto para alcanzar un objetivo optimizando lo disponible», o por lo menos así lo entiendo en lo sustancial, y Lavernia-Cienfuegos creo que también.

Hace años, cuando existían grafistas y diseñadores¹, y Nacho y yo trabajábamos juntos, se nos reprocha-

ba que resolviéramos igualmente en papel que en acero. En su descalificación, invocaban la especialización, la tradición, los conocimientos tecnológicos y otros argumentos que se desvanecían al ser esgrimidos igualmente por grafistas que por diseñadores. Los grafistas dudaban de que pudiéramos diseñar con solvencia objetos y los diseñadores pensaban que nunca resolveríamos una buena marca... Los conocimientos técnicos son indispensables, pero lo sustancial e irrenunciable para resolver un problema de diseño es el criterio y el espacio para desarrollar el proyecto. El proyecto como referente e infraestructura; el proyecto como espacio de convergencia de conocimientos, esfuerzos y experiencias; el proyecto como encuentro de singularidades y autoría plural. El estudio Lavernia-Cienfuegos obedece a esa disciplina, la del proyecto, la del criterio, la del desarrollo tenaz que suma singularidades y no se limita a la recreación nostálgica del oficio. Su trabajo, el de diseñadores, obedece al encargo y se enmarca en otro proyecto, el proyecto empresarial, sin renunciar a la parte de cultura y de mundo personal que todo diseño incluye.

En estos momentos que tantos diseñadores quieren ser artistas, encontrarse con la claridad profesional de Lavernia-Cienfuegos supone un ejemplo de dignidad altamente gratificante.

En estos diez años, Lavernia-Cienfuegos, profesor y alumno, socios después, han recibido todo tipo de merecidos reconocimientos: los Laus, los Deltas, el Type Directors y los Design Plus del German Council han querido aplaudir su excelente trabajo. Suerte insensatos.

1. Hoy, diseñadores gráficos y diseñadores de producto.



3. N°3 de la revista *Papel Elefante*. Un magazine de arte y poesía que edita la galería de arte *Color Elefante*. Obtuvo el Certificate of Typography Excellence del Type Directors Club de Nueva York, 2004.

3. Issue No. 3 of *Papel Elefante*, the art and poetry magazine published by the *Color Elefante* art gallery. In 2004, it obtained the Certificate of Typography Excellence from the New York Type Directors' Club.



4

Being a designer in Spain in the early seventies required a nerve which only those capable of renouncing work stability or social recognition and willing to live in poverty had. Trying it out in Valencia was a bold move, one that only a few fools, among them Nacho Lavernia, were ready to make.

Set on becoming a designer, Lavernia went to Barcelona to study at the Elisava, the only school in Spain that taught design at the time, leaving behind his family's affectionate home and his girlfriend's kisses, driven by hope and fascinated by the Minipimer™ hand blender.

After having been trained in the discipline of design, back among his friends he became an essential component in the design forums of the day, his opinions adding logic and value to an activity that was marginal at the time. The industrial design group Caps i Mans became the first door through which to exit Utopia, and Nacho, one of its most important members. Designs such as "el Montar", created for Feber, bear witness to a time in which modern civilisation began finding answers in certain Valencian entrepreneurs.

In the early eighties Milan hosted the ICSID Congress, setting the stage for old and new design discourses, Bauhaus theories and Scan-

dinavian realities that vied for attention with the highly innovative merry-go-round of Post-modernism, the Triennale house and the delicious panini out in the streets. Back from that event, in the French Midi, after having left behind the beaches of the Côte d'Azur, Lavernia took a major decision: he would open up a large studio in an industrial building, an ecosystem in which a group of friends could be happy while striving to become real designers and to rise above mediocrity. La Nave [the warehouse] was a great experience, and one that came at the right time. Spain was starting to see the light after a dark period and a new political system with a government headed by young people was beginning to redefine the country, presenting the ideal opportunity to show that there were things that not only needed to be said, but wanted to be said. The years of fear and despotism had come to an end and Spain desperately needed to catch up with the rest of the world. In this climate we joined forces and enjoyed working hard, designing signs, symbols, spaces, brands, books, heaters, fountains, benches, lamps, toys, exhibitions... we became advisers, consultants and friends to all those who placed their trust in us and we

learned and showed others that design is a serious discipline. As the eighties drew to a close and new designs looked to make their debut in the new decade, La Nave shut its doors without unnecessary fuss and with the affection and gratitude of all those who had been involved in the project.

New alliances, new hopes, new corporate images, brands, books, signs... Estudio Lavernia was established in 1995, signalling the beginning of Nacho's individual adventure, 25 years after his initial training, with him still very much a designer, and one of the best at that. The hostile conditions of our society had not robbed him of his illusions; and the knowledge accrued, together with the experience acquired, put him in an excellent position to take on this project. The new studio centred its activity on all variants of industrial and graphic design. In the year 2000, Alberto Cienfuegos, who had collaborated with the studio from its inception, became a partner. I met Alberto when he was my student, and Nacho's, at the CEU. The truth be told, I didn't get to know him well at all, since he combined his studies with his job as a graphic artist, so that I scarcely got to see him in class. I had asked my students to design an object for the kitchen, and the first few days I saw Alberto hanging around, but then he disappeared and I didn't see him again until the day set for the presentation of the projects. To my surprise, this evasive student brought a mock-up of an irreproachable kitchen scale. A work which, in the first place, told a story that time has proven correct – that he was a demanding, rigorous, sensitive designer with an unusual command of form – and, in the second place, enabled me to settle the academic question with an outstanding grade. What else could I possibly do? The tandem formed by Lavernia-Cienfuegos is a powerful and sensitive partnership, one that is capable of dealing with the most wretched projects and masterfully solving them or surprising us with an extremely sensitive and notoriously personal formal discourse. Forms worked over and over again, researched, broken down into curves, developed in one design after another have created a personal vocabulary which was already hinted at in the Agua de Valencia bottle (1) and seen openly in the latest pieces designed for Sanico. Now, in the Tina bathtub (4), these forms have become much more complex, creating a discourse in which a false skin plunges into the inner part of the tub, suctioned by the vertigo of the void, all fashioned in immaculate white as if it was a plaster model in a dreamed up art class.

The studio's capacity to adapt to a commission and provide custom-designed services without renouncing quality in the result is significant. Its two recent editorial designs, the magazine *Papel Elefante* n°3, winner of the New York Type Directors Club award, and the dossier for Madrid's Candidature to the 2012 Olympic Games bear witness to this. The magazine is the result of the

masterful and magical handling of graphic space, the deconstruction of a grid of columns and the irruption on the graphic scene of black masses that interact with the white format, which on a first reading act as the only elements of communication, synthesising to the full the visual discourse. The design of the Madrid 2012 Candidate Dossier was awarded to Estudio Lavernia-Cienfuegos in a restricted competition held last March. A team formed by over 100 persons worked on it over a seven-month period; they designed and laid out the three volumes that make up the dossier in its English, French and Spanish versions; they chose the typographic repertoire, the images, the style of the illustrations... The impeccable making of a work as complex as this was solved with the same graphic quality and originality that is a feature of the *Color Elefante* magazine, a project born out of friendship and selfless collaboration.

Estudio Lavernia-Cienfuegos provides comprehensive design services, taking on full responsibility for consultancy, product design, image and communication within a business project. This kind of studio, capable of offering a "complete package", is not common in Spain, albeit representing a clear advantage for SMEs: a global commission puts an end to the disintegration of concepts and lends coherence and uniformity to the visualisation of the business project. In addition, it generates a relationship of commitment and intimacy between the entrepreneur and the designer that centres on the project and tends to lead to improved results. This way of providing design services has enabled the studio to develop well-known,

successful projects such as Babé, RNB, Sanico, Auta, Agua de Valencia... a few samples of commissions in which the Lavernia-Cienfuegos commitment to business design has been global and the results evident.

Graphics, products, packaging, corporate identity, magazines, trade-fair stands, signs... Design: "the concrete realisation of a concept in order to achieve an objective through the optimisation of that which is available", or at least that is how I understand it and how I believe Lavernia-Cienfuegos do, too. Years ago, when the market was still divided into graphic artists and designers' and Nacho and I worked together, we were reproached for solving projects on paper and steel without distinction. To substantiate their condemnation, our critics would turn to specialisation, tradition, technological know-how and other arguments that vanished into thin air as they were wielded by graphic artists and designers alike. Graphic artists questioned our capacity to design objects and designers believed that we would never be able to develop a brand successfully... Technical knowledge is indispensable, yes, but what is truly essential and cannot be waived in the solution of a design problem is criterion and the space needed to develop a project. The design as referent and infrastructure, the design as a meeting point for information, effort and experience, the design as an encounter of singularities and plural authorship. Estudio Lavernia-Cienfuegos follows this discipline, the discipline of design, of criterion, of the tenacious development of different singularities, and does not limit itself to the nostalgic recreation of the trade. Its work, the work

of its designers, complies with the commission and forms part of another project, the business project, without relinquishing the cultural and personal component present in every design. In times like this, when so many designers aspire to be artists, coming face to face with the professional clarity of Lavernia-Cienfuegos constitutes a highly gratifying example of dignity. Over the past ten years, Lavernia-Cienfuegos, the teacher and student who later became partners, have received all kinds of awards: the *Laus*, *Deltas*, *Type Directors* and *Design Plus* prize of the German Council have all wanted to applaud their excellent work. Good luck, you fools.

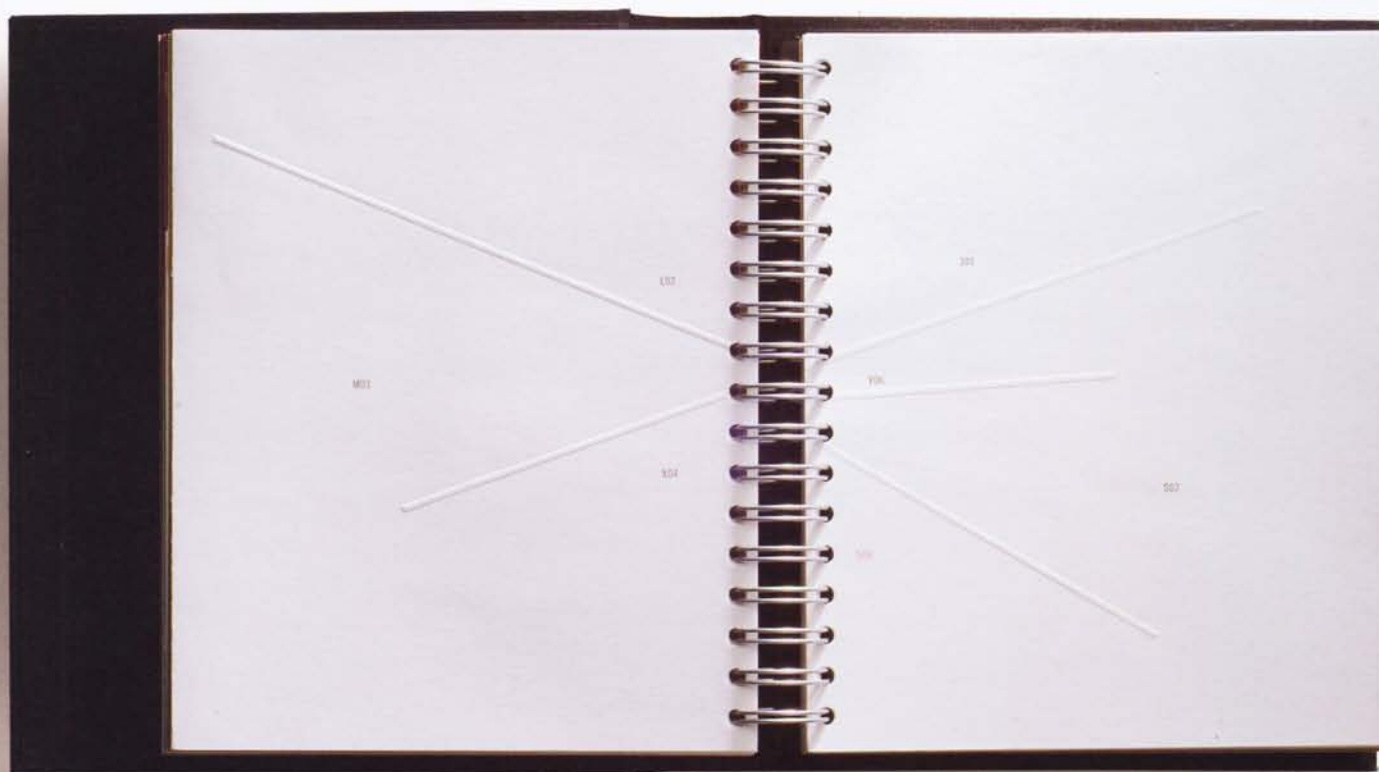
1. Today, graphic designers and product designers.

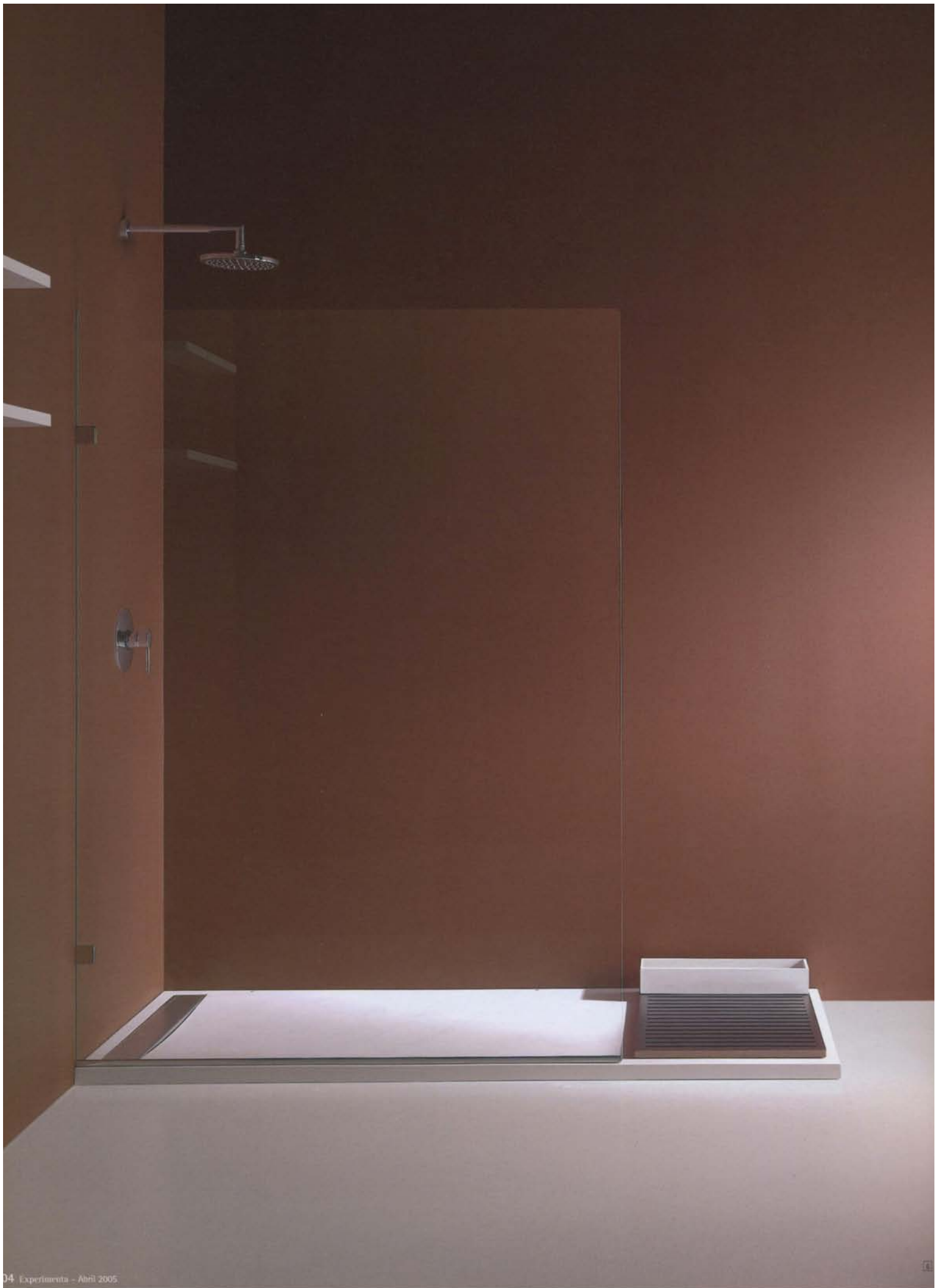
4. Bañera Tina, diseñada para Sanico. Premio Design Plus 2005.

5. La imprenta valenciana Vernetta edita desde hace diez años una agenda en la que participan diseñadores y fotógrafos. Cada uno se encarga de un mes. Estas páginas corresponden a junio de 2003.

4. Tina bathtub designed for Sanico. Design Plus Prize 2005.

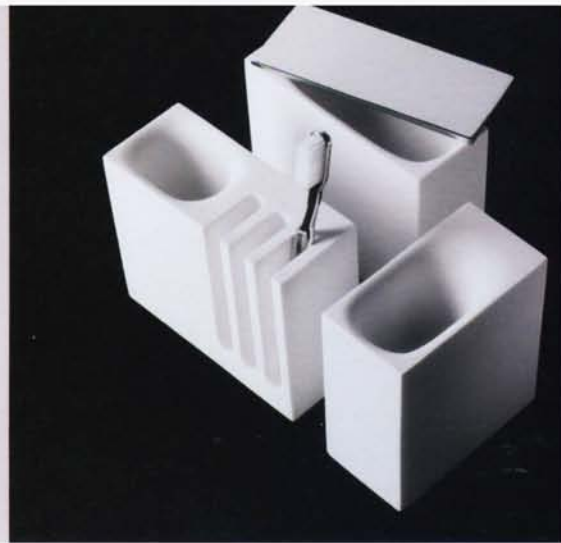
5. For the last ten years, Valencian printing company Vernetta has been producing a diary featuring the work of designers and photographers, each of whom 'does' a month. These pages represent June 2003.







7



8



9

La relación profesional con Sanico comenzó hace más de ocho años. Se diseñó el producto, la imagen, el catálogo, la web y los stands. En cuanto a producto, este año los proyectos han sido un plato de ducha (6) y un sistema de señalización a base de piezas rectangulares de acero inoxidable cortadas con láser (9). En 2004, fueron la bañera Tina, premio Design Plus, y el grifo metro (7). Y en 2003 se diseñó la serie de accesorios City (8), premio Delta de Plata, y el lavabo City (7), también galardonado con el Design Plus.

The professional relationship with Sanico dates back more than eight years, and includes designs for products, images, catalogues, websites and stands. This year's products include a shower tray (6) and a signage system involving laser-etched rectangles of stainless steel (9). Last year's were the Tina bathtub, a Design Plus prize winner, and the metro tap (7); 2003's were the City accessories range (8), which won the Silver Delta prize, and the City washbasin (7), also a Design Plus prize winner.





A rueda de Lorailo

No por todos es sabida la implicación de Lavernia en el mundo de los juegos de mesa; durante años escribió la columna correspondiente de *El País Semanal*, y antes había montado un negocio de juegos en los bajos de un edificio modernista, y diseñado y producido algunos juegos, casi siempre con resultado de ruina... Era aquella España del tute y del chamelo poco propicia a cuidados juegos de diseño contemporáneo. De todos aquellos juegos inventados por Nacho destacaba *La Vuelta Ciclista*. Impresionante. Recuerdo noches jugando con corredores recortados en *cartomat* y pintados con rotulador en unas pistas de casillas dibujadas a mano. Todos conocíamos la ilusión de Nacho por encontrar algún día los antiguos ciclistas de plástico de nuestra infancia y producir este juego de forma adecuada.

El otro día en el escaparate de ShopSuey vi los ciclistas de colores: suizos, franceses e italianos luciendo en las camisetas sus colores patrios y los «lorailos» con camiseta roja y lunares blancos. Me alegré mucho por Nacho, había conseguido su sueño; me alegré por lo bonito del diseño y me alegré por los «lorailos», pues ya era hora de que en algún sitio se les permita correr.

Tengo una *Vuelta Ciclista* en la librería de mi casa, Nacho me la ha regalado. Al comenzar a leer las reglas del juego, he ido recordando los detalles que nos entretenían aquellas noches: los *démarrages*, los pinchazos, el pelotón que se agrupa o se estira, las escapadas y la rueda. Ir a rueda era la clave del juego. Coger una buena rueda que te llevara a la escapada de éxito. En la carrera del diseño, con muchísima más montaña que el Giro, la Vuelta y el Tour juntos, Lavernia-Cienfuegos, indiscutibles ganadores por equipos, son sin duda una buena rueda, un ejemplo a seguir por aquellos que entienden esta profesión como un compromiso de honradez y un espacio para soñar sin perder la rueda del alma «lorailo».

Gracias amigos.

Tucking in behind the lorailos

Few people know of Lavernia's foray into the world of table games; for years he wrote a game column for the *El País Semanal* Sunday magazine; before that he set up a business in the ground floor premises of a Modernist building, from where he designed and produced several board games, most of which left his economy in ruins... It was the time of *tute* and *chamelo*² in an unsophisticated Spain that was little given to carefully conceived contemporary design games. Among the pastimes designed by Nacho, *La Vuelta Ciclista* has always occupied a special place. It was impressive. I recall the nights we spent playing with a bunch of racing cyclists, cardboard cut-outs coloured with markers, on tracks consisting of hand-drawn squares. We all knew of Nacho's hopes of one day finding the old plastic cyclists of our youth and producing the game in an adequate format.

The other day I saw the different coloured cyclists on the ShopSuey window: not only the Swiss, French and Italian racers sporting their national colours on their maillots, but also the *lorailo*³ cyclists wearing their red and white polka dot jerseys. I was pleased for Nacho, who had finally made his dream come true; I was pleased by the lovely design and I was pleased by the *lorailos*, for it was time that they were allowed to cycle somewhere.

I have a *Vuelta Ciclista* sitting on the bookcase at home; Nacho gave it to me. As I started to read the rules of the game I began recalling the small details that kept us entertained on those evenings: the *démarrage* starts, the punctures, the packs that grouped together or stretched out, the breakaways and the tucking in strategies. Tucking in behind the leading cyclist was the key to the game: tucking in behind a cyclist that enabled you to breakaway to the finishing line and success.

In the design race, which is infinitely steeper than the Giro, the Vuelta and the Tour cycle races all together, Lavernia-Cienfuegos, undisputed team winners who know how to tuck in well, are a good example to follow by those who regard this profession as an honest commitment and a space in which to dream without losing the *lorailo* spirit.

Thanks, friends.



2. TN. Simple board games. *Tute* is a card game in which the object is to win all the kings and queens, while *chamelo* is a modality of domino.

3. TN. Folkloric term used to refer to persons sassily attired in the polka dot flounces and frills typical of the flamenco dress.



SELECTA DE FEDECARNE

La Asociación de Detallistas de la Carne de Madrid, Fedecarne, encargó el diseño de una marca colectiva con la que comercializar carne de ternera de máxima calidad.

Fedecarne, the Meat Retailers' Association of Madrid, commissioned a design for a collective brand for use on top of the range beef.



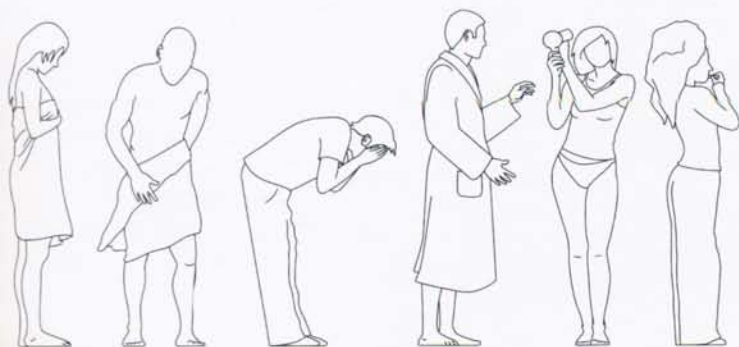
Laboratorios RNB comercializa exclusivamente en farmacias su marca de dermocosmética Babé, diseñada en 1996. Tiene cuatro líneas de productos, diferenciadas por un símbolo y un color diferentes.

Laboratorios RNB sell their Babé skincare range, designed in 1996, exclusively in pharmacies. It consists of four product lines, each differentiated by its own symbol and colour.



En 2001-2002 se hizo una puesta al día de la imagen corporativa y el *packaging* de Cafés Valiente. En esta colaboración quizás lo más destacable fue el diseño de las tazas para su red de franquicias. El objetivo era tener una taza especial, distinta. La idea básica consiste en dar un giro de 90° al asa. Una solución que personaliza las tazas y, además, las hace más cómodas. En tono de humor, se hicieron unas ilustraciones en distintos soportes (sobres de azúcar, posavasos, etc.)

The corporate image and packaging of Cafés Valiente were updated in 2001-2002. Perhaps the most noteworthy feature of this collaboration was the design for cups for its franchises. The aim was to have a special, unusual cup, which was essentially achieved by rotating the handle through 90°. This not only personalised the cups but also made them more comfortable to hold. Drawings used on various accessories such as sugar packets, drinks mats and so on provided an entertaining note.



Unas esquemáticas ilustraciones a línea, sirvieron como motivo gráfico para el stand (Cevisama 2005) de Sanico. Schematic line-drawings provided the graphic motif for Sanico's stand (Cevisama 2005).



Ona es una tienda de ropa de mujer y para la campaña de Navidad se diseñaron unos cuños para personalizar los paquetes y las bolsas. Trabajo en colaboración con Ana Criado.

Ona is a women's clothes shop for which special stamps were designed for the Christmas season to personalise packages and bags. Designed in collaboration with Ana Criado.





Desde el 2001 a 2003, el estudio se responsabilizó del diseño de la revista *BASA*, del Colegio de Arquitectos de Canarias. Para ello surgió la tipografía *Habana*. From 2001 to 2003, the studio handled the design of *BASA* magazine, put out by the College of Architects of the Canary Islands. The *Habana* typeface was created for it.



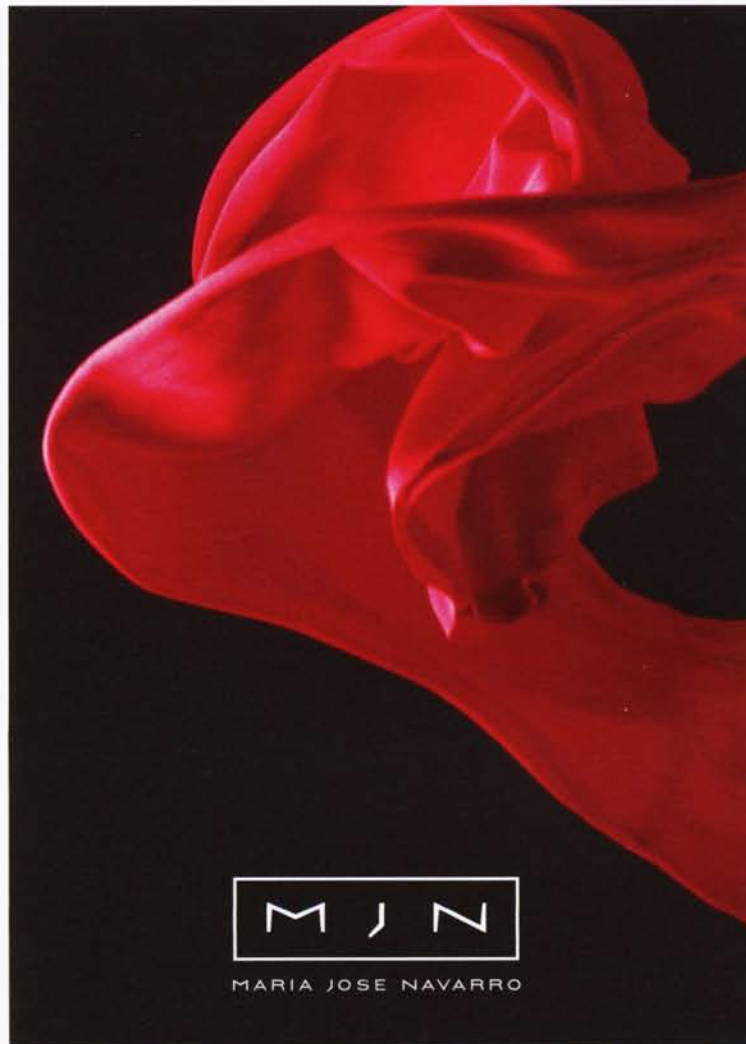


Imagen gráfica de María José Navarro, diseñadora de moda. Aplicaciones para *display* y regalo promocional. Graphic image of fashion designer María José Navarro, for *display* and promotional gift use.



Como ganadores del concurso restringido convocado a tal efecto, se diseñó el dossier de la Candidatura Olímpica de Madrid 2012, que se presentó en Lausanne en Noviembre del 2004.

As winners of the restricted competition mounted for the purpose, they designed the dossier for Madrid's Olympic Candidature for 2012 presented in Lausanne in November 2004.



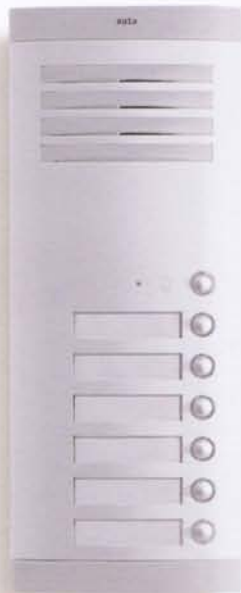
NEPTUNO HOTEL I



El hotel Neptuno está en la playa de la Malvarrosa, Valencia. Y el Tridente es su restaurante. Se diseñaron las marcas y la imagen. Andrés Alfaro se encargó del interiorismo.

The Hotel Neptune is on Malvarrosa beach, and the Trident is its restaurant. Brands and image by the studio, and interior design by Andrés Alfaro.





Diseño de la nueva imagen de Auta y de sus productos: placas y videoporteros electrónicos. En colaboración con Sebastián Alós. 1997.
Design of the new image for Auta and its products: electronic panels and 'videoporters', created in collaboration with Sebastián Alós, 1997.

Sitnews es la revista de tendencias diseñada para Paco Capdell. 2005.
Sitnews is the style magazine designed for Paco Capdell, 2005.



Pag. 51-58, 99-114 impresas en el papel ARCTIC THE EXTREME 150 gr/m² de ARCTIC PAPER, distribuido en exclusiva por EBIX, S.A.

Pages 51-58 and 99-114 especially printed on ARCTIC THE EXTREME 150 gr/m² paper from the ARCTIC PAPER collection distributed by EBIX, S.A.



EBIX CATALUÑA
93 487 75 74

EBIX CENTRO
91 884 11 75

EBIX NORTE
94 630 81 52

EBIX SUR
95 425 04 60

EBIX LEVANTE
96 141 32 82

www.ebix.es

Servicio de Atención al Creativo
Designer Customer Service
sac@ebix.es

Artic The Extreme en detalle

Artic The Extreme es uno de los mejores papeles estucados de su categoría en cuanto a volumen, rigidez y opacidad. Las propiedades del papel lo hacen ideal para diferentes trabajos impresos que tienen que transmitir la sensación de claridad. ARCTIC THE EXTREME proporciona una superficie excelente para sus expresiones creativas combinando las características de una estructura táctil natural con una impresión espléndida.

Artic The Extreme in detail

The volume, stiffness and opacity of the Arctic the Extreme range makes it one of the finest coated papers in its category. These properties turn it into the ideal choice for printed works that endeavour to give the impression of sharpness and clarity. ARCTIC THE EXTREME paper provides an excellent surface for creative expressions, combining natural tactile properties with superb printing qualities.