Impresión digital en eventos

TEXTO **Elena Lea**

Siempre ahí... Aunque sea discretamente, no hay congreso, feria, presentación de producto, festival o reunión en la que no se utilice la impresión digital. En otras ocasiones, sin embargo, irrumpe muy visible en muchas acciones de street marketing o eventos pop-up. Hablamos de la impresión digital, el arte de llevar la marca y crear una brand experience casi en cualquier espacio. Te contamos en qué materiales se basa, algunas claves a tener en cuenta y ejemplos en los que verás que la impresión digital es más que lonas y cartelería.

La impresión digital permite comunicar desde cualquier material susceptible de ser impreso o personalizado: impresión digital en gran tamaño para lonas publicitarias, vinilos adhesivos, vallas y mupis, banderas, banderolas, roll ups o suelos, pero también formas complejas.

Como nos dice Fernando Mora-Rey, responsable del departamento técnico e instalaciones de Sanca, "la impresión digital a un evento aporta calidad, rapidez, ahorro... ¿de qué otra forma se podría realizar la reproducción para una exposición de una capilla, producirla en cinco días y montarla en dos jornadas?, ¿Qué otra opción existe para realizar fondos de 300m² en tiempo récord?, ¿Qué otra tecnología permite la variedad de soportes de impresión o los anchos de 500cm en una sola talla?".

Únicamente sujeto a la correcta recepción de AAFF y elección del soporte adecuado... El resto no tiene límites en cuanto a materiales y soportes. Cada material tiene su aplicación; todo depende de la duración de la exposición, la dimensión del evento, las necesidades de espacio y del proyecto (interior, exterior). Como nos apunta Guillaume Santana, director de C!Print Madrid, la feria del sector donde se dan cita los principales creadores de soluciones, de materiales y de productos, los materiales deben de estar asociados a la técnica que los personalizará ya desde el inicio del proyecto y en el contexto de la instalación.

Desde 2007 Workcenter gestiona el Centro de Producción para el Mobile World Congress. Workcenter se encarga de la producción de los documentos y cartelería de los expositores; además es el proveedor de reprografía y servicios de oficina de la feria, para lo que instala un Centro de Producción en uno de los pabellones de la Fira.

¿Sobre qué se imprime?

Pues desde papel, cartón a soportes rígidos. Desde Verdú Digital nos comentan los principales:

Lonas de PVC. Las lonas son láminas de tejido de poliéster entrelazado con un recubrimiento de PVC en ambas caras, ofreciendo así un aspecto plástico. Las lonas para impresión deben de tener tratamiento para que la tinta ancle con mayor facilidad.

Existen diferentes tipos de lonas: para impresión frontal, para retroiluminación, microperforadas para el paso del viento, opacas para impresión a dos caras, lonas técnicas para control acústico, térmico, etc. La impresión sobre lonas de PVC se realiza mediante sistemas de impresión UV de alta calidad, densidad y con una alta gama cromática y que gracias al sistema de secado no se produce evaporación alguna de solventes.

Textiles. Hay infinidad de textiles según la aplicación (decoración de interiores, tapizados, inflables, aéreos, etc.). Para conseguir la máxima nitidez en los tejidos se recomienda la impresión mediante técnicas de sublimación, la cual aporta mayor resolución y calidad en el color, capacidad para ser lavado, inodoro, además de poderse plegar y estirar sin que ello afecte a la textura original del material y a la impresión realizada.

Vinilos. Los vinilos adhesivos son el material preferido para la impresión en gran formato. Según las necesidades y aplicaciones las calidades varían en cuestión de durabilidad, calidad y resistencia a cambios climatológicos. Por ejemplo el vinilo monomérico está recomendado para aplicaciones promocionales a corto plazo, sin embargo el polimérico presenta una gran resistencia y durabilidad en el exterior por lo que es óptimo para aplicaciones de larga duración.

Por su parte, el vinilo fundido es más fácil de cortar, despegar y aplicar, con lo que se adapta mejor a las irregularidades, con lo que es más recomendado para el marcado de vehículos. Existen incluso los translúcidos que se utilizan especialmente en cajas retroiluminadas o los tipo Night and Day que consiguen mostrar un color por el día distinto al que muestran por la noche, generalmente blanco de noche.

Papel. De distinto gramaje, acabados y también cartón, sobre todo con estructura de nido de abeja: un sándwich de dos coberturas de cartón de alto gramaje y un interior en forma de nido de abeja formando un alveolar muy resistente.

El Palacio de Neptuno se convirtió en el brand space de Huawei gracias a la personalización que hizo Sanca tanto fuera como dentro del edificio.

Soportes rígidos para impresión directa sobre aluminio, PVC, metacrilato, polipropileno...

Además de todo esto, hay que tener en cuenta que los materiales utilizados en comunicación visual y en decoración efímera están sujetos a las normas europeas (REACH, antifuegos, etc...) y los fabricantes van más allá, ofreciendo materiales llamados "funcionales", como superficies antigrafiti, antiarañazos, antimicrobianos, anti-UV, etc.

A esto hay que considerar después los bastidores donde se coloca el material impreso, bien bastidores de madera, tubulares, a modo de lienzo, sujeciones de cable o los habituales displays tipo roll up, pop up o banderola.

Cualquier sitio es bueno para poner tu marca

El departamento de I+D de Zingerlemetal, la división de mobiliario para eventos de Mastertent, lanza la impresión full-print para mesas y bancos, solución para personalizarlos imprimiendo, sobre la madera directamente y bajo el barniz en alta calidad, fotografías, logos, estampados... Una solución para insertar el logo o mensajes de patrocinadores en la zona de catering, aprovechar el área gastro de festivales, eventos al aire libre para incluir presencia de marca y crear acciones promocionales entre bocado y bocado.

La personalización es aplicable dos de los modelos de mesas y bancos que ofrece Mastertent en su catálogo, con las medidas 180 x 67 x 2,5 cm. Las mesas cuentan con tableros de madera maciza de pino o abeto con barniz UV y la impresión se realiza bajo el barniz de la madera para una mayor durabilidad.

Personalización de interiores y también de exteriores, por ejemplo en estructuras efímeras como este punto de información turística en San Sebastián que personalizó Sanca.

Montaje y desmontaje: ¿hacia el 'do it yourself'?

Por ejemplo, los vinilos adhesivos permiten personalizar los venues y convertirlos en espacios de marca de un día para otro. Permiten aplicar revestimientos de superficies o mobiliario, con un abanico de texturas, tintes y acabados. También los papeles pintados de distintos gramajes, efectos táctiles o visuales visten y rediseñan los muros; algo a tener muy en cuenta a la hora de montar un pop-up o incluso decorar el stand de una feria.

Para Santana de C!Print Madrid, la flexibilidad es un criterio clave: los elementos de comunicación deben ser modulables para adaptarse a todo tipo de espacios e integrar una instalación lo más fácil posible. "Los proyectos de comunicación de eventos se asemejan cada vez más a proyectos de decoración y, por lo tanto, la demanda es que sean proyectos que tengan el diseño muy presente".

Para este tipo de proyectos, la tendencia se dirige a soluciones en los que la instalación se pueda hacer casi por el propio organizador. Por ejemplo, Verdú Digital ofrece el sistema Magnétic Graphics, un método de impresión digital para paneles gráficos con partículas de microhierro. La capa 'imantada' en la pared o panel que se quiera decorar permite pegar y despegar la otra capa de impresión con el visual deseado y cambiarla con facilidad, sin el uso de adhesivo. Un sistema similar es Magic Wall, un sistema con un adhesivo sin cola que únicamente se activa con la presión ejercida con las manos o espátulas. Está formado por un tejido impreso de alta calidad con una espuma de gran resistencia y opacidad que se adhiere a cualquier soporte, pudiendo retirarse sin dejar restos de adhesivos y con la posibilidad de poder usarse en futuras ocasiones sin dañarlo.

Los vehículos promocionales para acciones itinerantes o de street marketing tienen en los vinilos su mejor aliado. Permite transformar el vehículo con la identidad de la marca y una vez acabada la acción vuelve a su estado original. Este fue realizado por Goopi Action para Tous.

Imprime la marca en el evento

Más allá del mundo de la publicidad donde lonas, vallas o mupis forman parte de campañas concretas con réplica o no en soportes online o en medios, la aplicación de la impresión digital en eventos está presente en muchos aspectos del evento: señalética, escenografía, stands, cubierta de torretas, escenarios o vallas en un congreso o convención, hasta el photocall de la cena con la decoración y ambientación del venue, la flota de vehículos que ha hecho la acción de street marketing previa o el material y los displays de las acciones en el punto de venta que se hacen a posteriori.

Como dice Fernando de Sanca, "la impresión digital ofrece la posibilidad de comunicar de una manera integral. No se trata de decorar un objeto de manera parcial, como se colgaría un cuadro en una pared, si no de comunicar con la pared completa consiguiendo un impacto mucho más fuerte. Esto se puede aplicar desde a la decoración de una flota de camiones hasta la tematización y/o decoración total de espacios y stands, siendo el propio continente el comunicador y mensaje del producto o imagen de marca".

Formatos híbridos. La impresión también puede ser interactiva con ayuda de la tecnología. Por ejemplo, esta marquesina de Goopi Action para PSLIVE tenía un contador de miradas que los viandantes le echaban a la icónica botella de Coca-Cola.