

Frutas de diseño

La gráfica de las frutas a exposición

En España disfrutamos de una de las huertas más importantes del mundo. Cuna de la Dieta Mediterránea, generación tras generación, hemos crecido acompañados de ricas y variadas frutas en nuestras mesas. Las recordamos a diario en la casa familiar, e incorporamos en la actualidad incluso en las alternativas más novedosas, preparadas en ensaladas, zumos o batidos. Forman parte de nuestra cultura y tradición, de nuestro patrimonio.

Pero, hay un elemento más, que nos ha acompañado todo este tiempo, ha crecido con nosotros: los diseños y etiquetas de esas frutas. “Son diseños conocidos, llevan años a nuestro alrededor y se van actualizando casi inadvertidamente. Son marcas familiares para muchos. Podemos decir que estas marcas pertenecen a nuestro patrimonio gráfico contemporáneo”. Lo explican Florencia Grassi y Leandro Lattes, que presentan por primera vez en una exposición itinerante una buena colección de este recorrido gráfico. *Frutas de diseño*, un homenaje a la gráfica de las frutas que nos rodean.

Frutas de diseño es un proyecto que empieza con la sorpresa y curiosidad provocada por las marcas de los papeles de seda que envuelven las frutas.

Desde Distribución y Consumo les pedimos que nos detallen el proceso de investigación previo a la exposición. “Recogemos estos papeles con asombro desde hace años –también pegatinas y cajas de fru-

tas-. Nos gustan sus nombres, gráficas y colores. En más de 20 años acumulamos muchos ejemplos provenientes de fruterías y para la exposición contamos con el inestimable apoyo de cuatro coleccionistas, que comparten el cariño y gusto por estos diseños, los intercambian e investigan su historia. Ellos nos han apoyado con entusiasmo, siempre disponibles, y donando materiales. (Alfredo Masip, Carles Irazo, Miguel Sánchez y Tomás Viana) Una vez confirmada la muestra, organizamos una visita a la zona productora de Burriana y sus alrededores, en Castellón. Visitamos el Timbrado Burrianense, imprenta dedicada a la impresión de papel de seda con una historia de 100 años.

Contactamos con la Federación española de envases de madera y sus componentes FEDEMCO, y con ellos visitamos Envases Fenollosa, fábrica de envases de madera para frutas, con una historia familiar de tres generaciones.

También visitamos Nebot Lucas y otras dos empresas productoras y comercializadora de cítricos. Estas empresas suelen llevar varias marcas, correspondientes a distintas calidades y calibres de frutas.

Visitamos también Mercavalencia y Mercamadrid. Fue una alegría ver y reconocer tantas de las marcas que juntamos y a veces no vemos durante años”, relatan los responsables de este proyecto, comisariado por El Vivero.





MÁS DE 300 MARCAS

Frutas de diseño expone más de 300 marcas, creadas a partir de finales de los años 50. Incluye más de 250 papeles de seda, 360 etiquetas de frutas, 120 tablillas y más de 200 cajas de frutas. Estas marcas, familiares para todos y todas, se presentan por primera vez en conjunto.

Es un homenaje a la gráfica de las frutas que nos rodean, destacando a la vez el trabajo de creadores y diseñadores anónimos, de productos cotidianos. Son diseños que nos transmiten espontaneidad y una creatividad delirante. Estas marcas y sus imágenes pertenecen al patrimonio gráfico contemporáneo que nos rodea. “En *Frutas de diseño* buscamos llamar la atención hacia la existencia, la variedad y cantidad de marcas de frutas que existen a nuestro alrededor, es llamativa y muy original en relación con el resto del mundo”, explican.

Los papeles de seda españoles sobresalen por sus diseños y la calidad de impresión. Aparecen a principios del siglo XX para personalizar las cajas de madera de las naranjas de exportación, propiciando una

nueva percepción al consumidor: las frutas resultaban más apetitosas con marca y presentadas envueltas en cajas de madera, un lujo. El envoltorio identificaba la empresa exportadora con un distintivo de origen y calidad, aumentando la confianza en el producto.

Las primeras etiquetas poseen una gran calidad gráfica en el diseño, la ilustración y en la impresión por huecograbado surgida en esos años. Los estilos que influyeron en los creadores entre los años 20 y 50 fueron tanto el *art nouveau* como el *art déco*, ambos coincidentes con periodos bélicos, con aspectos ornamentales decorativos y simbólicos relacionados con la evasión a paraísos artificiales.

Desde la reactivación económica del final de la posguerra, se genera un cambio de estilo respecto a las creaciones de inicio del siglo XX, estimulado por la renovación de las técnicas de impresión. Si antes la imagen de la fruta se apoyaba en elaboradas ilustraciones, ahora prevalece la gráfica, con diseños centrados en la tipografía, basados en colores planos y llamativos, alrededor de marcas con nombres sorprendentes como Delirio, Fantasía, Fetiche, Filósofo, Infinita, La Deseada, Solita, La Suclente, Pillín, Pirulí, Top, etc. *Frutas de*

Los papeles de seda españoles sobresalen por sus diseños y la calidad de impresión. Aparecen a principios del siglo XX para personalizar las cajas de madera de las naranjas de exportación, propiciando una nueva percepción al consumidor: las frutas resultaban más apetitosas con marca y presentadas envueltas en cajas de madera, un lujo. El envoltorio identificaba la empresa exportadora con un distintivo de origen y calidad, aumentando la confianza en el producto

diseño pone el foco en estos diseños creados desde finales de los años 50, diseños populares, algunos de los cuales llevan años entre nosotros, y que se van actualizando casi de forma inadvertida.

Hoy, algunas marcas siguen en manos de las familias que iniciaron su actividad en la época de oro de la comercialización de cítricos, entre 1920 y 1930, mientras otras han pasado a empresas comercializadoras que llevan varias marcas y calidades de frutas. Cada empresa, pequeña o gran comercializadora, ha nombrado y diseñado sus marcas con el objetivo de llamar la atención y destacar entre muchas otras. Hacerse visible ha sido la inspiración y el estímulo para la imaginación de tantos creadores locales, casi siempre anónimos, que son parte también de la escena del diseño contemporáneo.

Leandro Lattes y Florencia Grassi reconocen haber recogido nuevas enseñanzas y aprendizajes en el recorrido de investigación hasta alcanzar esta muestra. “Hemos aprendido, por ejemplo, que tal variedad de marcas y diseños asociados a las frutas es muy particular de España y solo comparable a lo que sucede en Italia. Hemos descubierto que la gran resistencia y maleabilidad del papel de seda es debida a su fabricación con fibras vírgenes, largas y altamente refinadas y que generalmente se imprime en máquinas rotativas desde bobinas de papel que pesan entre 500 y 800 kg cada una. También aprendimos que las frutas se siguen envolviendo y embalando a mano”.

La exposición está coproducida por CentroCentro y el Centre del Carme Cultura Contemporània de Valencia. Forma parte de la programación de Madrid Design Festival y viajará a Valencia como parte de World Design Capital 2022 Valencia.

Actualmente y hasta el 15 de mayo, puede visitarse, de manera gratuita, en la planta 2 de CentroCentro, en el



Patio de Operaciones del Palacio de Cibeles. A continuación, y hasta el mes de julio, viajará a Valencia, a la Sala Zero del Centre del Carme Cultura Contemporània. Una oportunidad para aprender más de nuestro patrimonio cultural, gráfico y gastronómico. ■

Información recopilada por Felipe Guijarro Alonso
Fotografías: Lukasz Michalak