

ISABEL GÓMEZ MELENCHÓN

La cocina de casa estaba alicatada de un blanco nuclear que dañaba la vista, salvo una pared encima del mármol, donde dejábamos la compra. Esa pared la convertimos en un rompecabezas hecho de las pequeñas pegatinas de las piezas de fruta, que colocábamos cuidadosamente después de quitarlas, nombres tan esperables como "La Deseada", "Etiqueta Negra" o "La Suculente", o tan improbables como "Filósofo", "Envidia" o "Enfado", o tan entrañables como "Monada", "Juanito" o "Pillín"; etiquetas redondas u ovaladas, puestas *al pirri* (luego hablaremos de ello), una iconografía vintage que a unos nos hace sonreír y a otros llevarse las manos a la cabeza, sol y naranjas, sombreros cordobeses y niños de pantalón corto bien alimentados, lo que entonces en ocasiones era un desiderátum.

La fruta, tan promocionada ahora que nuestra dieta ha evolucionado desde la nuestra condición de homo sapiens, fue durante siglos un objeto de lujo para quienes no tenían la suerte de contar con un primo en el pueblo o vivían en latitudes donde una mandarina se hubiera podido empeñar en caso de necesidad, por su valor. En su obra *Zuecos y naranjas*, adaptada para televisión en 1968, Montserrat del Amo narra cómo los compañeros de Vicente, un niño español emigrado a Dinamarca, miran con admiración las piezas de fruta

que lleva a clase: "Una vez en las perchas, Vicente no se pone su abrigo sino que busca en los bolsillos y saca ¡una naranja! ¡Una verdadera naranja, redonda, grande, con la piel brillante y reluciente! Para un chico danés, una naranja es algo extraordinario y maravilloso. Es como un sol pequeño de zumo y de dulzura, que pocas veces se consigue. ¡Una naranja!". Qué austeros e inocentes éramos antes de hacernos ricos...

En las Navidades de 1826 esas humildes naranjas comenzaron a ser cuidadosamente envueltas en papel de seda, con objeto de disimular sus posibles defectos e impedir que se estropearan: si, se vendían por unidad, todas las frutas, y no eran mangos traídos en avión como ahora. Un siglo más tarde, a principios del XX, los papeles de seda empezaron a imprimirse con el nombre del productor o vendedor, especialmente en las frutas destinadas a la exportación, la presentación las hacía parecer más deseables y de categoría, más aun cuando se exponían dentro de sus cajas de madera, también impresas con el nombre del fabricante; las láminas que identificaban las cajas de cítricos destinadas a la exportación recibían el nombre de "etiquetas naranjeras", "cromos" o "testerros". Entre 1920 y 1950 era habitual ilustrar los papeles de seda o los testerros con los rostros de figuras conocidas, o de los propietarios, pulcramente vestidos y peinados, o de mujeres hermosamente vestidas (o solo muy ligeramen-

te desvestidas) en etiquetas que rezaban "La Africana", "Dora" o "Allegro", como si se tratara de carteles de cine, a los que recuerdan enormemente.

La exposición que el espacio CentroCentro dedica a la gráfica de las frutas, a esos papeles convertidos en material de coleccionista en todo el mundo y esas pegatinas que se mueven tanto en Ebay como en nuestros rededores armarios de cocina, recoge más de 250 papeles de seda, 120 cajas y 360 etiquetas, convenientemente seleccionados por Florencia Grassi y Leandro Lattes, que componen el equipo de diseño El Vivero; un archivo alimentado durante años con ejemplares recogidos en mercados centrales y tiendas de barrio, imprentas y comercializadoras de frutas y que no deja de crecer, porque ahora como en los años 60 siguen llamando nuestra atención con sus colores vivos (normal, estamos hablando de frutas) y sus diseños modernizados, aunque una añora aquellas estampas como de tarjeta de felicitación navideña de serenos o carteras, ay, la nostalgia.

Justamente en los años 60 comenzaron a desarrollarse las máquinas para el embalado en industrias de las piezas de fruta, frente al empapelado manual, que recibe el nombre de *al pirri*. Afortunadamente y por una vez la historia acabó bien: las máquinas no pueden igualar la delicadeza humana y se volvió al sistema manual para colocar el "papel timbrado", como

Fue en las Navidades de 1826 cuando se comenzó a envolver la fruta, que se vendía por piezas, al alcance solo de los ricos

se denomina actualmente, y que solo llevan las frutas de la capa superior de las cajas; también estas se fabrican de manera tradicional, en madera, en los lados se estampan los logos comerciales para que luego, en los palets, resulten fácilmente reconocibles. Las mallas se introdujeron en los años 80, con sus correspondientes etiquetas y la gráfica que las desarrolla. Una industria que se concentra básicamente en el Levante, donde está la producción de esos humildes cítricos tan importantes.

Historia y grafismo frente a la liquidez mental posmoderna: en los últimos años han proliferado las leyendas urbanas sobre el hipotético carácter comestible de las pegatinas. No hagan caso: cómanse la fruta (y disfruten de la etiqueta). |

Frutas de diseño. Una exposición sobre la gráfica de las frutas

CENTROCENTRO. MADRID. WWW.CENTROCENTRO.ORG. HASTA EL 15 DE MAYO

Las pegatinas que se muestran en la exposición son posteriores a 1950; las

seleccionadas en esta página corresponden en su mayoría a cítricos
EL VIVERO

Disfruta (la etiqueta de) la fruta

Arte El espacio CentroCentro de Madrid dedica una exposición a la gráfica que 'envuelve' la comercialización de cítricos, manzanas... desde el papel de seda hasta las pegatinas, convertidos ambos en materia de coleccionismo

Experimenta 91 El futuro de la movilidad.



Frutas de diseño: imperdible exposición en CentroCentro



Redacción
04.03.2022
Eventos
arte, CentroCentro,
etiquetas, Madrid,
tipografía

Más de 250 papeles de seda, 120 cajas y 360 etiquetas

Hasta el 15 de mayo de 2022 se podrá visitar en la planta 3 del famoso espacio cultural madrileño, CentroCentro, la exposición *Frutas de diseño*, un interesante proyecto de investigación y recuperación de la gráfica de las marcas de frutas, llevado a cabo por el estudio de diseño El vivero, dirigido por Florencia Grassi y Leandro Lattes. Esta imperdible muestra pone el foco en diseños creados desde finales de los años 50, diseños populares, algunos de los cuales llevan años entre nosotros, y que se van actualizando casi inadvertidamente.

«En ese período, 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, Fantasia, Fetiche, Filósofo, Infinita, La Deseada, Solita, La Soculente, Pillin, Piruli, Top, etcétera», comentan desde la organización.

Frutas de diseño incluye más de 250 papeles de seda, 120 cajas y 360 etiquetas. «Esta selección no pretende ser completa o definitiva, sino un archivo abierto que reúne muestras recogidas durante años en fruterías de barrio a los que se han sumado ejemplares provenientes de coleccionistas, visitas a mercados centrales, imprentas, fábricas de cajas y comercializadoras de frutas».

Frutas de diseño, de entrada libre y gratuita, se podrá visitar de martes a domingo, de 10:00 a 20:00 horas. Más información en [este enlace](#).



03-02-22

The delightful history of fruit stickers, the world's tiniest canvases for graphic design

A new exhibition celebrates the grocery-store gems, which have been around for almost a century.



[Photo: courtesy El Vivero]

BY ELISSAVETA M. BRANDON 4 MINUTE READ

Have you ever really noticed the little stickers on your apples and oranges? Today, many stickers in the U.S. feature barcodes or a puzzling string of numbers. But around the world, fruit stickers have become a collector's item, replete with jazzy typography, vibrant illustrations, and playful branding that goes back over a century.



[Photo: Lukasz Michalak/courtesy El Vivero]

As one of the world's largest exporters of fruit, Spain has them in droves. Since the country started exporting oranges and other citrus fruit at the turn of the 20th century, Spain has developed a robust infrastructure producing fruit stickers, paper wrappers, and custom-printed fruit crates.

These little gems of graphic design are now the subject of a new exhibition in Madrid. Featuring more than 300 Spanish brands, the aptly named *Frutas de Diseño* (Design Fruits) shines a light on the colorful history of fruit branding in Spain from the 1950s onward—and the wild variety of graphics that have been used to market fruits there and abroad.



[Photo: Lukasz Michalak/courtesy El Vivero]

The exhibition is located in CentroCentro, a striking cultural venue that was once Madrid's main post office building. It includes 250 iterations of paper wrappers, a popular way of packaging fruit in Spain, more than 100 fruit crates stacked like totems, and a board with 360 real, tiny stickers in all kinds of shapes, from circles to ovals to leaves. Most of them depict a simple wordmark, with a few exceptions like an abstract version of the sun, or an illustrated lemon cut in half.



[Image: courtesy El Vivero]

The use of branding on Spanish produce dates back to the country's golden age of citrus exporting in the 1920s and 1930s. "They realized if they exported oranges with a name, they would sell more," says Leandro Lattes, the creative director of Spanish design studio El Vivero, which curated the exhibition. Valencia oranges are famous around the world today, but when the export was booming, having a name like "Infinita" or "La Soculente" (The Succulent) helped businesses, often small family-run affairs, stand out from the crowd.

Inevitably, with noteworthy names came noteworthy designs. In the early 1900s, Lattes says that graphics were highly sophisticated. Plastic stickers didn't exist yet, but brands would hire artists to draw elaborate illustrations on the protective wrappers and sometimes even sign them. (After oranges were coated in wax to reduce spoiling, he says paper wrappers became all about the marketing.) To this day, some "Soculente" oranges come in a striking paper wrapper that portrays a slender hand—complete with red nail polish and a sparkling ring—holding half an orange over a juicer.



[Image: courtesy El Vivero]

After World War II, the intricate illustrations gave way to more abstract graphics that made use of typography and striking colors. In recent years, some companies have continued to update their brand identity. The 1960s brand Filosófo, for example, once sported a paper wrapper with concentric circles, illustrated stars, and a serif typeface. Today, it features a more contemporary typeface and a pristine, watercolor-like rendition of oranges adorned with blossoms; the stickers are shaped like leaves.



[Image: courtesy El Vivero]

In the U.S., labels on fruit crates became widespread in the late 1890s, when the country's national marketplace emerged and grocers needed help to identify oranges that were grown in, say, Southern California, but displayed in a New York market stall. Back then, labels were mostly meant to catch the customer's attention, but their function has since evolved to convey product information as well. Known as PLU codes (for price look-up), these numbers—4031 for Fuji apples, or 3283 for Honeycrisp apples, for instance—have been around since the '90s, helping supermarkets around the world distinguish between conventionally grown produce (a four-digit code) from organic products (a five-digit code).



[Photo: Lukasz Michalak/courtesy El Vivero]

Over the past few years, some companies have been experimenting with lasers, etching numbers, and brand names on the skin on the actual fruit. While in its early days, the practice might gain steam in countries like France, which banned disposable plastic packaging and produce stickers across 30 fruits and vegetables in January. (According to a report by the U.S. Department of Agriculture reports, the ban may threaten the United States' exports there of stickered sweet potatoes and grapefruits, which together amount to \$28 million in annual sales.)

From a pure marketing standpoint, there isn't much data to prove that branded fruits sell more than unbranded ones. That said, given the herculean operations required to design, print, and distribute the stickers, let alone the effort spent printing graphics on wood crates, Lattes says "companies wouldn't do it" if it didn't make good business sense.

So next time you find yourself peeling a sticker from your orange, take a closer look before you chuck it in the trash, because you may be holding one of the tiniest forms of branding ever created.

masdearte.com > fuera de menu > frutas de diseño, diseños para la fruta



Frutas de diseño, diseños para la fruta

25/02/2022



Hay ciertas manifestaciones del diseño popular que no hay hogar en el que no se hayan hecho presentes y durante años: se trata de las que acompañan a las marcas de fruta; imágenes, habitualmente geométricas, que, aunque de manera muy paulatina y sutil, han ido actualizándose en el último siglo.

A ellas se dedica, en **CentroCentro**, la muestra "Frutas de diseño", que han comisariado Florencia Grassi y Leandro Lattes (*El Vivero*) en el marco del Madrid Design Festival y que repasa esa evolución en el último medio siglo. Podremos comprobar cómo, a raíz de la reactivación económica de la última posguerra, viró el estilo de estas creaciones respecto al propio de los inicios del siglo pasado, que se había mantenido hasta entonces (además de los cambios sociales y culturales, las nuevas técnicas de impresión tuvieron que ver en ello).

Si, antes de los años cincuenta, acompañaban a las frutas ilustraciones de artistas normalmente inspiradas en el art nouveau, a partir de ese momento ganó peso la gráfica: los nuevos diseños se centraron en la tipografía, en los colores vivos y planos y en la relación con los nombres de las firmas, a veces tan llamativos como ese cromatismo (como muestra, el botón de *Delirio*, *Fantasia*, *Fetiché*, *Infinita*, *Filósofo*, *Solita* o *Pillín*). Nos esperan en Cibeles centenares de papeles de seda, que nos trasladarán quizá a otro tiempo o a los hogares de nuestros abuelos; cajas y también cientos de etiquetas: su número es muy amplio pero, como señalan los comisarios, esta es una selección de un volumen de material cuatro veces mayor que han venido recogiendo durante años en fruterías de barrio y también con la colaboración de coleccionistas, mercados centrales o de abastos, fábricas de cajas, imprentas y comercializadoras de frutas.



En nuestro manejo de estos alimentos, por cierto, poco ha cambiado desde hace un siglo: más de cien años tiene la costumbre de envolverlos y buena parte de las marcas que comercian con ellos continúan siendo empresas familiares que, en muchos casos, brotaron en una época especialmente afortunada para la exportación de los cítricos: las décadas de los veinte y los treinta. Las que no perviven han pasado a manos de comercializadoras que trabajan con varios sellos y calidades de frutas, eligiendo sus nombres y emblemas con el evidente fin de llamar la atención del consumidor ante una oferta abundante: los diseños reunidos en esta exposición constituyen, ante todo, ensayos de visibilidad.

Si las grandes firmas recurren hoy, a la hora de elaborar sus imágenes, a agencias de publicidad y marketing, las empresas pequeñas y medianas suele dejar a las imprentas la tarea de ajustárselas; en cualquier caso, en una y otra circunstancia, sus autores primeros son diseñadores anónimos y a menudo subcontratados, circunstancia común, por otro lado, a muchas áreas relativas a los diseños cotidianos.

En CentroCentro podremos detenemos, como quizá nunca lo hayamos hecho, en la densidad de colores (a veces intensos, otros metalizados) de los papeles de seda utilizados en nuestro país; en las tintas, hasta cinco, que pueden aplicarse sobre ellos pese a su finura y en cómo, desafiando esa supuesta fragilidad, resisten numerosas manipulaciones antes de llegar al consumidor. Cajas y embalajes son también relevantes en la presentación de las frutas y la imagen que aparece en sus tabillas laterales tiene como fin el poder apreciarse tanto en las fruterías como en los mercados a gran escala.

Dado el volumen de la producción agrícola, unos y otros, papeles de seda y cajas de madera, se fabrican en grandes cantidades y conforme a procesos industriales, pero continúan, por sus materiales y por los productos que cobijan, transmitiéndonos una sensación de organicidad acentuada por algunas imperfecciones naturales: fallos en el registro del color, irregularidades en la madera... Inevitablemente son parte de su encanto.

Invitarnos a fijarnos más en el diseño cercano es uno de los propósitos de este proyecto, abierto hasta el 15 de mayo; otro es desafiar la creencia establecida de que los emblemas de las frutas a principios del siglo pasado eran siempre de mayor calidad que los realizados desde fines de los cincuenta. También en las últimas décadas, profesionales desconocidos han alcanzado en este ámbito la excelencia.

Redacción

Sábado, 19 de Febrero de 2022

Madrid

'Frutas de diseño', exposición dedicada a las frutas en CentroCentro



Esta exposición dedicada a la gráfica de las frutas, coproducida por CentroCentro, espacio del Área de Cultura, Turismo y Deporte del Ayuntamiento de Madrid, y el Centro del Carmen Cultura Contemporánea de Valencia, forma parte de la programación de Madrid Design Festival y una vez clausurada formará parte de las actividades de World Design Capital 2022 Valencia.

Comisariada por El vivero (diseñadores Florencia Grassi y Leandro Lattes), quienes desde hace más de 30 años reúnen papeles de seda de frutas, llamados así por la curiosidad, admiración, por la variedad de diseños y la calidad de impresiones llenas de color sobre papeles tan finos como 17 gr, así como por los nombres tan sorprendentes de las marcas.

'Frutas de diseño' incluye más de 250 papeles de seda, 120 cajas y 360 etiquetas. Esta selección de un volumen cuatro veces mayor no pretende ser completa o definitiva, sino un archivo abierto que reúne muestras recogidas durante años en fruterías de barrio a los que se han sumado ejemplares provenientes de coleccionistas, visitas a mercados centrales, imprentas, fábricas de cajas y comercializadoras de frutas.

La exposición 'Frutas de diseño' se presenta en la planta 2 de CentroCentro, en el Patio de Operaciones, Madrid, hasta abril de 2022.



Inicio Leequid Inspira Centrocentro dedica una exposición al diseño de los envoltorios de la fruta

Centrocentro dedica una exposición al diseño de los envoltorios de la fruta

Si antes la imagen de la fruta se apoyaba en elaboradas ilustraciones, ahora prevalece la gráfica

PALOMA FIDALGO Miércoles, 16 de febrero de 2022



El Viviero

Un proyecto de investigación y recuperación de la gráfica de las marcas de frutas que centra el foco en diseños creados desde finales de los años 50, periodo en el que, a raíz de 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”. Lo inda, en su web, Centrocentro, en Madrid, refiriéndose a la exposición *Frutas de diseño*, dedicada a las gráficas de la fruta, y que impulsa el estudio El Viviero.

“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 Soculente, Pillín, Pirulí, Top, etc”.

Frutas de diseño incluye más de **250 papeles de seda, 120 cajas y 360 etiquetas**. Esta selección no pretende ser completa o definitiva, sino un archivo abierto que reúne muestras recogidas durante años en fruterías de barrio a los que se han sumado ejemplares provenientes de coleccionistas, visitas a mercados centrales, imprentas, fábricas de cajas y comercializadoras de frutas.



Todo lo que vemos es susceptible de convertirse en arte. Vemos packagings con diseños sorprendentes e innovadores que nos dejan con una sonrisa en la cara. Carteles de películas y eventos que podrían convertirse en cuadros enmarcados dignos de cualquier museo. Pero hoy en Tapas os traemos algo que suele pasar desapercibido a nuestros ojos: **etiquetas de fruta que son puro arte.**

La exposición **Frutas de diseño** hace un recorrido por el diseño gráfico de las etiquetas de fruta desde los años 50, hasta la actualidad. Frutas de diseño está coproducida por CentroCentro, espacio del Área de Cultura, Turismo y Deporte del Ayuntamiento de Madrid y el Centre del Carme Cultura Contemporània de Valencia. Además, forma parte de la programación de **Madrid Design Festival** y viajará a Valencia como parte de **World Design Capital 2022 Valencia**. La exposición estará disponible en el **Patio de Operaciones de CentroCentro** hasta el 15 de mayo de 2022.

La exposición está comisariada por El Vivero de los diseñadores Florencia Grassi y Leandro Lattes quienes, desde hace más de 30 años, reúnen papeles de seda de frutas. Llamados por la curiosidad y la admiración por la variedad de diseños y la calidad de impresiones llenas de color, así como por los nombres tan sorprendentes de las marcas como **Delirio**, **Fantasia**, **Fetiche**, **Filósofo**, **La Deseada**, **Solita**, **Pillín**, **Pirulí**, etc.

Frutas de diseño incluye más de 250 papeles de seda, 120 cajas y 360 etiquetas. Esta selección no pretende ser completa o definitiva, sino un archivo abierto que reúne muestras recogidas durante años en fruterías de barrio a los que se han sumado ejemplares provenientes de coleccionistas, visitas a mercados centrales, imprentas, fábricas de cajas y comercializadoras de frutas.

Diseño anónimo con historia

La imagen que envuelve las frutas es parte de la gráfica cotidiana de los consumidores de España y de Europa. 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.

Las primeras etiquetas poseen una gran calidad gráfica en el diseño, la ilustración y en la impresión. Los estilos que influyeron en los creadores entre los años 20 y 50 fueron tanto el art nouveau como el art déco. Desde el final de la posguerra se produce un cambio de estilo respecto a las creaciones de inicio del siglo XX. Si antes la imagen de la fruta se apoyaba en elaboradas ilustraciones, ahora prevalece la gráfica. Los diseños están centrados en la tipografía y basados en colores planos y llamativos.

Frutas de diseño pone el foco en estos diseños creados desde finales de los años 50. Se trata de 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.



WhitePaper by

La gráfica de las frutas protagoniza la nueva exposición de CentroCentro

Comisariada por El vivero- Florencia Grassi y Leandro Lattes, la exposición reúne 250 papeles de seda, 120 cajas y 360 etiquetas de frutas, diseñadas desde los años 50 hasta la actualidad

Bajo el techo abovedado del viejo edificio de Correos de Madrid, se encuentra la nueva exposición de los diseñadores Florencia Grassi y Leandro Lattes, coproducida por CentroCentro y el Centre del Carme Cultura Contemporània de Valencia. La exposición, formará parte de la programación de Madrid Design Festival y viajará a Valencia como parte de World Design Capital 2022 Valencia.

El próximo 10 de febrero abre al público en la planta 2 de CentroCentro, en el Patio de Operaciones, **Frutas de Diseño**, una exposición dedicada a la gráfica de las frutas, formando parte de la programación de Madrid Design Festival y viajará a la Comunidad Valenciana como parte de las actividades de World Design Capital 2022 Valencia.



Leandro Lattes para Whitepaperby

La exposición está comisariada por El vivero, los diseñadores Florencia Grassi y Leandro Lattes, quienes más de 30 años reúnen papeles de seda de frutas, llamados por la curiosidad y la admiración por la variedad de diseños y la calidad de impresiones llenas de color y sobre papeles tan finos como 17gr., así como por los nombres tan sorprendentes de las marcas. Este interés se transforma ahora en una muestra que se podrá ver hasta el 15 de mayo, con entrada gratuita.

Esta selección, de un volumen cuatro veces mayor, no pretende ser completa o definitiva, sino un archivo abierto que reúne las muestras recogidas durante años de fruterías de barrio a los que se han sumado ejemplares provenientes de coleccionistas, visitas a mercados centrales, imprentas, fábricas de cajas y comercializadoras de frutas.



El diseño de las marcas

Hoy en día, los grandes marcas acuden a agencias de publicidad y marketing para emprender el proceso de rediseño de la imagen. En el caso de pequeñas y medianas empresas, los ajustes de imagen suelen quedar a cargo de las imprentas. En ambos escenarios, los diseñadores son subcontratados y anónimos. Este anonimato, de alguna forma es común a muchas áreas del diseño de productos cotidianos. Los papeles de seda españoles sobresalen por sus diseños y calidad de impresión, es notable la densidad de colores intensos y metalizados, a veces con hasta cinco tintas sobre papeles muy finos que resisten al manipulado sobre las frutas y que llegan intactos hasta el consumidor. En la exposición, encontramos ejemplos en otros idiomas debido a la exportación española en su producción de frutas.



Las cajas, situadas en un lateral de la sala, forman torres donde sobresalen la aplicación de la imagen en las tabillas laterales. Los papeles de seda y las cajas de madera se producen por procesos industriales en grandes cantidades correspondientes al inmenso volumen de la producción agrícola. Asimismo, papeles y cajas transmiten la sensación de un producto orgánico, con imperfecciones como fallos de registro de color por la impresión masiva e irregularidades de la madera, que a su vez les dotan de un encanto único.

Hasta ahora, se ha considerado que la imagen de las frutas en las primeras décadas del siglo pasado era de una calidad superior a las creaciones surgidas a partir del final de los años 50. **Frutas de diseño** reúne ejemplos de esta segunda época, identificando el diseño de excelencia en productos que nos rodean, destacando el valor del trabajo de los creadores y diseñadores locales muchos veces desconocidos, enmarcando su trabajo en el ambiente de diseño contemporáneo.

EXPOSICIÓN · Desde este lunes, en CentroCentro

El sorprendente arte que envuelve la fruta

Una muestra realza el diseño que visten los cítricos dentro del Madrid Design Festival



Uno de los ejemplos de diseño que se puede ver en la exposición. E. M.

ANA RAMÍREZ Madrid

Actualizado Lunes, 14 febrero 2022 - 00:15



Comentar

Las habrás visto al hacer la compra. **Habrás jugueteado con la pegatina y puede que con el envoltorio.** Podrías nombrar ¿cuántas? ¿tres o cuatro marcas? Pero seguramente no te has detenido en la gráfica de las naranjas antes de pelarlas como sí lo han hecho **Florencia Grassi y Leandro Lattes**, del estudio El Vivero. Hace más de 20 años que se fijaron en uno de esos **papeles de seda que envuelven los cítricos**, deformación profesional ya que lo suyo es la identidad de marca, de proyectos culturales sobre todo. Aquel primer encuentro con el diseño de alto contenido en vitamina C les ha llevado hasta **Frutas de diseño**, la exposición en **CentroCentro** (plaza de Cibeles) que se inaugura este lunes dentro de la programación del **Madrid Design Festival** y que se puede visitar hasta el 15 de mayo.

Más de 250 papeles de seda, 120 cajas y 360 etiquetas componen la colorida muestra, que lo es. "Esto es la cuarta parte de lo que tenemos, hemos hecho una selección", confiesa Lattes quien reconoce que **tienen su estudio con cajas de fruta casi hasta el techo**. Fue la curiosidad profesional la que les introdujo en este mundillo. "Nos preguntábamos cómo era posible imprimir con ese color, con esa gráfica, en un papel tan fino. No todas las imprentas pueden hacerlo. Y empezamos a investigar", recuerda Grassi. Visitaron una de las pocas que lo hacen para conocer ese proceso de timbrado y donde esos papeles, ultrafinos y resistentes que envuelven una de cada tantas naranjas, se compran como estas, por kilos. **Lo más llamativo es que se siga haciendo y se envuelvan a mano.** "Empapelan la fruta a mano, al pirri lo llaman", cuenta Lattes.

Todo es producto de proximidad: **en Levante se concentran productores e impresores.** Y marca España desde tiempos en los que no se hablaba de ella. "Se dieron cuenta de que esa imagen era muy importante para identificar la marca, también para vender fuera", cuentan, por eso algunos de esos papeles seda llevan también el sello de producto español. Si en la época de oro de la exportación de cítricos, entre 1920 y 1930, las empresas recurrían a ilustraciones artísticas, desde los años 50 se centran en la gráfica, con tipografías y nombres sorprendentes. Ese es el objetivo: **las naranjas son todas iguales, hay que distinguirse.** También en los palets apilados en los mercados centrales donde acuden los minoristas, que reconocen así de un vistazo esta y aquella, de ahí que también se aplique la gráfica a las cajas de madera.

Los comisarios destacan la frescura de los diseños. "Casi todas son empresas familiares, aunque muchas hayan crecido, y **las marcas tienen que ver con el nombre del nieto, del perro...**", enumeran divertidos. Además de sus propios "fondos", Grassi y Lattes han contado con la colaboración de auténticos coleccionistas, que los hay. **"Gente que no está vinculada al diseño como nosotros, que coleccionan, sobre todo en el Levante, y que nos han cedido diseños"**. De hecho, cuando en mayo eche el cierre en Madrid, la exposición viajará al Centro del Carmen de Cultura Contemporánea como parte de Valencia Capital Mundial del Diseño.

Difícil quedarse con una. Están **los limones Enfado y también Envidia; la Sherlock donde el detective inspecciona con lupa una naranja;** la Goya con paleta y pinceles; La Deseada, Solita y Monada; Nati y Juanito; las naranjas Filósofo y las Pirulí, especial para ti.

Los planes perfectos para disfrutar de San Valentín

Viernes 11 de febrero de 2022, 07:38h

La segunda planta de **CentroCentro** acogerá durante los próximos meses una exposición centrada en la investigación y recuperación de las imágenes y los diseños de las marcas de cadenas de fruta. **'Frutas de diseño. Una exposición sobre la gráfica de las frutas'** es el nombre de esta propuesta en la que participan también coleccionistas de pegatinas y etiquetas. La exhibición permanecerá abierta **de martes a domingos**, de 10:00 a 20:00 horas.

TimeOut, 16.02.2022, Noelia Santos



7 planes imprescindibles para ver y hacer en Madrid Design Festival 2022

Difícil seleccionar solo unos pocos de esta quinta edición, con 41 exposiciones, más de 200 actividades y 7 instalaciones

Escrito por Noelia Santos miércoles 16 febrero 2022

Madrid vuelve a ser la capital del mejor diseño. Con la intención de 'rediseñar el mundo' y muchas ideas que apuestan por el cambio, llega la quinta edición de Madrid Design Festival, que se celebrará durante los meses de **febrero y marzo** por diferentes espacios de la capital.

Coincidiendo con su quinto aniversario, MDF vuelve a convertirse en el mayor escaparate para mostrar el trabajo de grandes diseñadores y propiciar la creación de un espacio para el encuentro, la belleza y la reflexión. Van a ser 41 exposiciones, más de 219 actividades y 7 instalaciones en las que participan 637 profesionales. Y todas ellas ponen el foco de atención en cuestiones como la habitabilidad y la movilidad en las ciudades, el envejecimiento activo de la población, la construcción sostenible o el bienestar y la mejora de la calidad de vida. Siempre bajo el punto de vista del diseño de producto, la artesanía, el diseño gráfico, la arquitectura, el urbanismo, la moda, el interiorismo, la gastronomía o la iluminación.

4. Frutas de diseño. ¿Cuántas veces has reparado en ese papelillo de seda con el que va envuelta la naranja o el limón, o las pegatinas con las que las marcas ponen su sello a sandías y melones? La muestra que acoge **CentroCentro** bajo el nombre de **'Frutas de diseño'**, no va de transgénicos, sino de envoltorios. La exposición pone el foco de atención en los diseños gráficos de las marcas de fruta desde finales de los años 50 hasta la actualidad. Auténticas obras de arte del diseño que, en el mejor de los casos, acaba en el cubo de reciclado de papel.



EXPOSICIONES MADRID

El arte detrás de las frutas

SFF Magazine, 11 febrero, 2022 |

El espacio de arte CentroCentro de Madrid presenta una exposición dedicada al olvidado y anónimo arte del diseño gráfico que envuelve el mundo de las frutas



Frutas de diseño | Exposición de diseño gráfico de frutas en CentroCentro | StyleFeelFree

La curiosidad y la admiración por la variedad y la calidad de los diseños de los papeles de frutas se transforman en **CentroCentro** de Madrid. El interés de los diseñadores **Florencia Grassi** y **Leandro Lattes** por estos finos y coloridos envoltorios los lleva a comisariar esta exposición. **Frutas de diseño** incluye más de 250 papeles de seda, 120 cajas y 350 etiquetas, diseñadas desde los años cincuenta hasta la actualidad. Esta selección no pretende ser completa o definitiva, sino un archivo abierto que reúne ejemplares recogidos durante años en fruterías de barrio. A estas se les suman modelos de coleccionistas, vistas a mercados centrales, imprentas, fábricas de cajas y comercializadoras de frutas.

Diseños cargados de historia

Los primeros proyectos de etiquetas de frutas poseían una gran calidad gráfica en su diseño, en la ilustración y en la impresión por huecograbado. Los creadores de estos estilos, entre los años veinte y cincuenta, se influyeron tanto por el Art Nouveau como por el Art Déco. Ambas prácticas coincidieron con periodos bélicos, con aspectos ornamentales decorativos y simbólicos relacionados con la evasión a paraísos artificiales. Con el fin de la posguerra se produce un cambio de estilo estimulado por la renovación de las técnicas de impresión. Antes, la imagen se apoyaba en ilustraciones elaboradas. Ahora prevalece la gráfica, centrada en la tipografía y en los colores planos y llamativos, alrededor de marcas con nombres sorprendentes. La muestra pone el foco en estas producciones creadas durante los años cincuenta. Se trata de sellos populares, algunos de los cuales llevan años entre nosotros, y que se van actualizando casi inadvertidamente.

El arte inadvertido de la fruta

La imagen que envuelve las frutas es parte de la gráfica cotidiana de los consumidores de España y Europa. 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. De esta forma, propiciaban una nueva percepción al consumidor al dar la sensación de que las frutas eran más apetitosas. Además, la presentación en cajas de madera aludía al lujo. Es este envoltorio lo que identifica a la empresa exportadora con un distintivo de origen y calidad, aumentando la confianza en el producto.

Hoy, algunas marcas continúan en las familias que iniciaron su actividad en la época de oro de la comercialización de cítricos. Esta etapa fue entre los años veinte y treinta. Mientras, otras han pasado a empresas comercializadoras que llevan varias firmas y calidades de frutas. Cada compañía ha nombrado y diseñado sus sellos 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 los creadores locales, casi siempre anónimos. Estos diseñadores son parte también de la escena del diseño contemporáneo.



10.02.22
15.05.22

El estudio de diseño El vivero propone un proyecto de investigación y recuperación de la gráfica de las marcas de frutas, poniendo el foco en diseños creados desde finales de los años 50, diseños populares, algunos de los cuales llevan años entre nosotros, y que se van actualizando casi inadvertidamente.

En ese periodo que se inicia con 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, Fetiché, Filósofo, Infinita, La Deseada, Solita, Suculenta, Pillín, Pirulí, Top, etc.

Con la colaboración de grandes coleccionistas españoles de papeles de seda, pegatinas y etiquetas, la muestra exhibirá también embalajes, mallas y cajas de frutas procedentes de los propios productores.

La imagen que envuelve las frutas es parte de la gráfica cotidiana de los consumidores de España y de Europa. *Frutas de diseño* presenta una selección de estas marcas, identificando el diseño de excelencia en productos que nos rodean, destacando el valor del trabajo de creadores y diseñadores locales muchas veces desconocidos, enmarcando su trabajo en el ambiente de diseño contemporáneo.

Lugar

CentroCentro
Plaza Cibeles, 1A, 28014 Madrid

Horario:

De martes a domingo de 10:00 a 20:00

Entrada:

Entrada gratuita



La gráfica de las frutas protagoniza una nueva exposición en CentroCentro

10 febrero, 2022 0



El 10 de febrero abre al público en la planta 2 de CentroCentro, en el Patio de Operaciones, Frutas de diseño, una exposición dedicada a la gráfica de las frutas, coproducida por CentroCentro, espacio del Área de Cultura, Turismo y Deporte del Ayuntamiento de Madrid, y el Centre del Carme Cultura Contemporània de Valencia. El proyecto forma parte de la programación de Madrid Design Festival y viajará a la Comunidad Valenciana como parte de las actividades de World Design Capital 2022 Valencia.

La exposición está comisariada por El vivero, los diseñadores Florencia Grassi y Leandro Lattes, quienes desde hace más de 30 años reúnen papeles de seda de frutas, llamados por la curiosidad y la admiración por la variedad de diseños y la calidad de impresiones llenas de color sobre papeles tan finos como 17 gr., así como por los nombres tan sorprendentes de las marcas. Este interés se transforma ahora en una muestra que se podrá ver hasta el 15 de mayo, con entrada gratuita.

Frutas de diseño incluye más de 250 papeles de seda, 120 cajas y 360 etiquetas. Esta selección de un volumen cuatro veces mayor no pretende ser completa o definitiva, sino un archivo abierto que reúne muestras recogidas durante años en fruterías de barrio a los que se han sumado ejemplares provenientes de coleccionistas, visitas a mercados centrales, imprentas, fábricas de cajas y comercializadoras de frutas.

Diseño anónimo con historia

La imagen que envuelve las frutas es parte de la gráfica cotidiana de los consumidores de España y de Europa. 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 Soculente, Pillín, Pirulí, Top, etc. Frutas de 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.

La evolución del diseño en las marcas de frutas viaja a Madrid antes de su estreno en València

20M EP NOTICIA 08.02.2022 - 13:57H



La exposición 'Frutas de diseño' llega a espacio CentroCentro de Madrid para acercar la gráfica de las marcas de fruta y su evolución desde la década de los cincuenta. Entre mayo y julio recalará en València, en la Sala Zero del Centro del Carme Cultura Contemporània.

Se trata de una muestra coproducida entre el CCCC, València Capital Mundial del Diseño 2022 y CentroCentro, donde se expone desde el 10 de febrero hasta el 15 de mayo, anuncia Cultura de la Generalitat.

'Frutas de diseño' permite conocer más de cerca ilustraciones y gráficas que muchas veces pasan desapercibidas en el día a día, pero que han ido evolucionando en cuanto a técnicas de impresión, colores y tipografías desde los años cincuenta.

Supone así una oportunidad para visibilizar la presencia del diseño en el entorno más próximo y en un producto tradicional de la identidad valenciana como la naranja, explica José Luis Pérez Pont, director del Centre del Carme.

"Desde inicios del siglo XX, la ilustración, el arte y el diseño han estado muy presentes en elementos cotidianos como el etiquetado y el envoltorio de las frutas que históricamente hemos exportado desde la Comunitat Valenciana, especialmente en el caso de los cítricos", apunta Xavi Calvo como director de València Capital Mundial del Diseño.

Desde el punto de vista del patrimonio y la cultura, estas etiquetas y sus aplicaciones gráficas a papel de seda o cajas pueden ser consideradas "auténticas joyas". Así pues, 'Frutas de diseño' se convierte en una muestra de "creatividad desbordante", propia de una época dorada de las industrias gráficas, y todo un reconocimiento al talento valenciano.

En la exposición, el estudio de diseño El Vivero propone un proyecto de investigación y recuperación de la gráfica de las marcas de frutas, poniendo el foco en diseños creados desde finales de los años cincuenta. Diseños populares, algunos de ellos con años de historia, que se van actualizando casi inadvertidamente para la sociedad.

En ese periodo, desde la reactivación económica del final de la posguerra, se generó un cambio de estilo respecto a las creaciones de principios del 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 y alrededor de marcas con nombres sorprendentes como Delirio, Fantasía, Fetiche, Filósofo, Infinita, La Deseada, Solita, La Soculente, Pillín, Pirulí, Top...

MÁS DE 250 PAPELES DE SEDA Y 360 ETIQUETAS

En conjunto, 'Frutas de diseño' muestra más de 250 papeles de seda, 120 cajas y 360 etiquetas. Esta selección no pretende ser completa o definitiva, sino un archivo abierto que reúne muestras recogidas durante años en fruterías de barrio a las que se han sumado ejemplares de coleccionistas, provenientes de visitas a mercados centrales, imprentas, fábricas de cajas y comercializadoras.

Primero CentroCentro, y posteriormente el Centre del Carme, presentan una selección de estas marcas para destacar el valor del trabajo de creadores locales muchas veces desconocidos, enmarcando su trabajo en el ambiente de diseño contemporáneo.

El Vivero es un estudio fundado en 2004 por Florencia Grassi, diseñadora gráfica y socióloga especializada en comunicación de proyectos artísticos y culturales, identidad visual y diseño de publicaciones, y Leandro Lattes, diseñador industrial especializado en diseño de exposiciones y desarrollo de identidad visual para proyectos culturales.

La evolución del diseño en la gráfica de las frutas llega a Madrid con una exposición coproducida entre el Centre del Carme y CentroCentro

'Frutas de diseño' también cuenta con la coproducción de València Capital Mundial del Diseño 2022 y podrá disfrutarse en mayo en el CCCC

València Extra

8 de febrero de 2022 (12:25 CET)



La exposición 'Frutas de diseño' llega a Madrid para acercar la gráfica de las marcas de fruta y su evolución desde la década de los cincuenta. Se trata de una muestra coproducida entre el Centre del Carme Cultura Contemporània (CCCC), València Capital Mundial del Diseño 2022 y CentroCentro, espacio en el que se expone desde el 10 de febrero hasta el 15 de mayo.

El Consorci de Museus de la Comunitat Valenciana (CMCV), a través del CCCC, se une a la celebración de València Capital Mundial del Diseño 2022, un gran hito que proyecta internacionalmente a los profesionales del diseño y sus creaciones e instalaciones. A lo largo del año, el público podrá repensar la sociedad desde el punto de vista del diseño a través de actividades y exposiciones coproducidas con València Capital Mundial del Diseño y otras entidades, como en este caso.

"Frutas de diseño' nos permite conocer más de cerca ilustraciones y gráficas que muchas veces pasan desapercibidas en nuestro día a día, pero que han ido evolucionando en cuanto a técnicas de impresión, colores y tipografías desde los años cincuenta. Una buena oportunidad para visibilizar la presencia del diseño en nuestro entorno más próximo y en un producto tradicional de la identidad valenciana como la naranja", explica José Luis Pérez Pont, director del CMCV y del CCCC.

En una línea similar se pronuncia Xavi Calvo, director de València Capital Mundial del Diseño 2022: "Desde inicios del siglo XX, la ilustración, el arte y el diseño han estado muy presentes en elementos cotidianos como el etiquetado y el envoltorio de las frutas que históricamente hemos exportado desde la Comunitat Valenciana, especialmente en el caso de los cítricos. Desde el punto de vista del patrimonio y la cultura, estas etiquetas y sus aplicaciones gráficas a papel de seda o cajas pueden ser consideradas auténticas joyas".

"Así pues, la exposición 'Frutas de diseño' se convierte en una muestra de creatividad desbordante, propia de una época dorada de nuestras industrias gráficas, que hoy otorga su merecido reconocimiento al talento valenciano", añade el director.

"Así pues, la exposición 'Frutas de diseño' se convierte en una muestra de creatividad desbordante, propia de una época dorada de nuestras industrias gráficas, que hoy otorga su merecido reconocimiento al talento valenciano", añade el director.

Un archivo heterogéneo en constante evolución

La imagen que envuelve las frutas es parte de la gráfica cotidiana de los consumidores de España y de Europa. El estudio de diseño El vivero propone un proyecto de investigación y recuperación de la gráfica de las marcas de frutas, poniendo el foco en diseños creados desde finales de los años cincuenta. Diseños populares, algunos de los cuales llevan años entre nosotros, que se van actualizando casi inadvertidamente para la sociedad.

En ese periodo, desde la reactivación económica del final de la postguerra, se genera un cambio de estilo respecto a las creaciones de principios 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 Soculente, Pillín, Pirulí, Top, etc.

Así, 'Frutas de diseño' muestra más de 250 papeles de seda, 120 cajas y 360 etiquetas. Esta selección no pretende ser completa o definitiva, sino un archivo abierto que reúne muestras recogidas durante años en fruterías de barrio a las que se han sumado ejemplares de coleccionistas, provenientes de visitas a mercados centrales, imprentas, fábricas de cajas y comercializadoras de frutas.

CentroCentro y, posteriormente, el Centre del Carme de València, presentan una selección de estas marcas, identificando el diseño de excelencia en productos que nos rodean, destacando el valor del trabajo de creadores y diseñadores locales muchas veces desconocidos, enmarcando su trabajo en el ambiente de diseño contemporáneo.

El vivero es un estudio fundado en 2004 por Florencia Grassi, diseñadora gráfica y socióloga especializada en comunicación de proyectos artísticos y culturales, identidad visual y diseño de publicaciones, y Leandro Lattes, diseñador industrial especializado en diseño de exposiciones y desarrollo de identidad visual para proyectos culturales.

La muestra es una coproducción entre CentroCentro, Centre del Carme Cultura Contemporània y València Capital Mundial del Diseño 2022, un proyecto incluido en esta capitalidad y en Madrid Design Festival 2022. Los valencianos y valencianas podrán disfrutar de ella entre mayo y julio en la Sala Zero del CCCC.

El diseño a través de las frutas

La muestra pone en valor el diseño de estos productos que nos rodean y que, muchas veces, pasan desapercibidos en nuestra cotidianidad



La exposición 'Frutas de diseño' llega a Madrid para acercar la gráfica de las marcas de fruta y su evolución desde la década de los cincuenta. Se trata de una muestra coproducida entre el Centre del Carme Cultura Contemporània (CCCC), València Capital Mundial del Diseño 2022 y CentroCentro, espacio en el que se expone desde el 10 de febrero hasta el 15 de mayo.

"Frutas de diseño' permite conocer más de cerca ilustraciones y gráficas que muchas veces pasan desapercibidas en nuestro día a día, pero que han ido evolucionando en cuanto a técnicas de impresión, colores y tipografías desde los años cincuenta. Una buena oportunidad para visibilizar la presencia del diseño en nuestro entorno más próximo y en un producto tradicional de la identidad valenciana como la naranja", explica José Luis Pérez Pont, director del CMCV y del CCCC.

Permite conocer más de cerca ilustraciones y gráficas que muchas veces pasan desapercibidas en nuestro día a día, pero que han ido evolucionando en cuanto a técnicas de impresión, colores y tipografías desde los años cincuenta

En una línea similar se pronuncia Xavi Calvo, director de València Capital Mundial del Diseño 2022: "Desde inicios del siglo XX, la ilustración, el arte y el diseño han estado muy presentes en elementos cotidianos como el etiquetado y el envoltorio de las frutas que históricamente hemos exportado desde la Comunitat Valenciana, especialmente en el caso de los cítricos. Desde el punto de vista del patrimonio y la cultura, estas etiquetas y sus aplicaciones gráficas a papel de seda o cajas pueden ser consideradas auténticas joyas". "Así pues, la exposición 'Frutas de diseño' se convierte en una muestra de creatividad desbordante, propia de una época dorada de nuestras industrias gráficas, que hoy otorga su merecido reconocimiento al talento valenciano", añade el director.

Un archivo heterogéneo en constante evolución

La imagen que envuelve las frutas es parte de la gráfica cotidiana de los consumidores de España y de Europa. El estudio de diseño El vivero propone un proyecto de investigación y recuperación de la gráfica de las marcas de frutas, poniendo el foco en diseños creados desde finales de los años cincuenta. Diseños populares, algunos de los cuales llevan años entre nosotros, que se van actualizando casi inadvertidamente para la sociedad. En ese periodo, desde la reactivación económica del final de la postguerra, se genera un cambio de estilo respecto a las creaciones de principios 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 Soculente, Pillín, Pirulí, Top, etc.

Frutas de diseño' muestra más de 250 papeles de seda, 120 cajas y 360 etiquetas

Así, 'Frutas de diseño' muestra más de 250 papeles de seda, 120 cajas y 360 etiquetas. Esta selección no pretende ser completa o definitiva, sino un archivo abierto que reúne muestras recogidas durante años en fruterías de barrio a las que se han sumado ejemplares de coleccionistas, provenientes de visitas a mercados centrales, imprentas, fábricas de cajas y comercializadoras de frutas.

CentroCentro y, posteriormente, el Centre del Carme de València, presentan una selección de estas marcas, identificando el **diseño de excelencia en productos que nos rodean**, destacando el valor del trabajo de creadores y diseñadores locales muchas veces desconocidos, enmarcando su trabajo en el ambiente de diseño contemporáneo.

El vivero es un estudio fundado en 2004 por Florencia Grassi, diseñadora gráfica y socióloga especializada en comunicación de proyectos artísticos y culturales, identidad visual y diseño de publicaciones, y Leandro Lattes, diseñador industrial especializado en diseño de exposiciones y desarrollo de identidad visual para proyectos culturales.

La muestra es una coproducción entre CentroCentro, Centre del Carme Cultura Contemporània y València Capital Mundial del Diseño 2022, un proyecto incluido en esta capitalidad y en Madrid Design Festival 2022. Los valencianos y valencianas podrán disfrutar de ella entre mayo y julio en la Sala Zero del CCCC.

prensa > La evolución del diseño en la gráfica de las frutas llega a Madrid con una exposición coproducida entre el Centre del Carme y CentroCentro

Prensa

La evolución del diseño en la gráfica de las frutas llega a Madrid con una exposición coproducida entre el Centre del Carme y CentroCentro

08.02.2022

Nota de prensa

Contacto prensa:

619832450

premsacm@gva.es



- "Frutas de diseño" también cuenta con la coproducción de València Capital Mundial del Diseño 2022 y podrá disfrutarse en mayo en el CCCC
- La muestra pone en valor el diseño de estos productos que nos rodean y que, muchas veces, pasan desapercibidos en nuestra cotidianidad

València (08.02.22). La exposición 'Frutas de diseño' llega a Madrid para acercar la gráfica de las marcas de fruta y su evolución desde la década de los cincuenta. Se trata de una muestra coproducida entre el Centre del Carme Cultura Contemporània (CCCC), València Capital Mundial del Diseño 2022 y CentroCentro, espacio en el que se expone desde el 10 de febrero hasta el 15 de mayo.

El Consorci de Museus de la Comunitat Valenciana (CMCV), a través del CCCC, se une a la celebración de València Capital Mundial del Diseño 2022, un gran hito que proyecta internacionalmente a los profesionales del diseño y sus creaciones e instalaciones. A lo largo del año, el público podrá repensar la sociedad desde el punto de vista del diseño a través de actividades y exposiciones coproducidas con València Capital Mundial del Diseño y otras entidades, como en este caso.

"Frutas de diseño" nos permite conocer más de cerca ilustraciones y gráficas que muchas veces pasan desapercibidas en nuestro día a día, pero que han ido evolucionando en cuanto a técnicas de impresión, colores y tipografías desde los años cincuenta. Una buena oportunidad para visibilizar la presencia del diseño en nuestro entorno más próximo y en un producto tradicional de la identidad valenciana como la naranja", explica José Luis Pérez Pont, director del CMCV y del CCCC.

En una línea similar se pronuncia Xavi Calvo, director de València Capital Mundial del Diseño 2022: "Desde inicios del siglo XX, la ilustración, el arte y el diseño han estado muy presentes en elementos cotidianos como el etiquetado y el envoltorio de las frutas que históricamente hemos exportado desde la Comunitat Valenciana, especialmente en el caso de los cítricos. Desde el punto de vista del patrimonio y la cultura, estas etiquetas y sus aplicaciones gráficas a papel de seda o cajas pueden ser consideradas auténticas joyas".

"Así pues, la exposición 'Frutas de diseño' se convierte en una muestra de creatividad desbordante, propia de una época dorada de nuestras industrias gráficas, que hoy otorga su merecido reconocimiento al talento valenciano", añade el director.

Un archivo heterogéneo en constante evolución

La imagen que envuelve las frutas es parte de la gráfica cotidiana de los consumidores de España y de Europa. El estudio de diseño El vivero propone un proyecto de investigación y recuperación de la gráfica de las marcas de frutas, poniendo el foco en diseños creados desde finales de los años cincuenta. Diseños populares, algunos de los cuales llevan años entre nosotros, que se van actualizando casi inadvertidamente para la sociedad.

En ese periodo, desde la reactivación económica del final de la postguerra, se genera un cambio de estilo respecto a las creaciones de principios 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 Soculente, Pillín, Pirulí, Top, etc.

Así, 'Frutas de diseño' muestra más de 250 papeles de seda, 120 cajas y 360 etiquetas. Esta selección no pretende ser completa o definitiva, sino un archivo abierto que reúne muestras recogidas durante años en fruterías de barrio a las que se han sumado ejemplares de coleccionistas, provenientes de visitas a mercados centrales, imprentas, fábricas de cajas y comercializadoras de frutas.

CentroCentro y, posteriormente, el Centre del Carme de València, presentan una selección de estas marcas, identificando el diseño de excelencia en productos que nos rodean, destacando el valor del trabajo de creadores y diseñadores locales muchas veces desconocidos, enmarcando su trabajo en el ambiente de diseño contemporáneo.

El vivero es un estudio fundado en 2004 por Florencia Grassi, diseñadora gráfica y socióloga especializada en comunicación de proyectos artísticos y culturales, identidad visual y diseño de publicaciones, y Leandro Lattes, diseñador industrial especializado en diseño de exposiciones y desarrollo de identidad visual para proyectos culturales.

La muestra es una coproducción entre CentroCentro, Centre del Carme Cultura Contemporània y València Capital Mundial del Diseño 2022, un proyecto incluido en esta capitalidad y en Madrid Design Festival 2022. Los valencianos y valencianas podrán disfrutar de ella entre mayo y julio en la Sala Zero del CCCC.

EXPOSICIONES



Tres caras de la creatividad

CentroCentro organiza tres exposiciones en torno a la ilustración y el diseño gráfico e industrial

El emblemático centro cultural se suma al Festival con exposiciones de amplio espectro. Bajo el sugerente título *Frutas de diseño*, el estudio El Vivero se centra en la gráfica y la tipografía del *packaging* de cítricos, plátanos y demás variedades para poner en valor la estética de papeles de seda, pegatinas, etiquetas y también embalajes, mallas y cajas de frutas que han aportado grandes coleccionistas y que nos acompañan, casi de forma inadvertida, desde los años 50 hasta hoy. Será del 10 de febrero al 15 de mayo. Otra muestra que acoge es *Dulce Agua*, del 24 de marzo al 21 de agosto. Comisariada por Ana Domínguez Siemens, pone de relieve la crisis del agua que vaticina la escasez de este derecho que podría afectar a al menos 3.500 millones de personas en 2025. Además de mostrar objetos relativos al mundo del agua, como botijos, botellas o jarras, reúne propuestas de diseño relacionadas con la escasez del líquido elemento, ideadas por creadores o arquitectos para solucionar problemas de abastecimiento, purificación, almacenaje o contaminación de los mares. En paralelo a estas citas, CentroCentro propone *Madrid Metal. Una historia ilustrada de los 80*, un homenaje a la época de los años 80 a través de dibujos e ilustraciones relacionadas con la escena *heavy* madrileña. Comisariada por Miguel B. Núñez y Teví de la Torre, abre hasta el 3 de abril.

CENTROCENTRO. Plaza de Cibeles, 1. Metro: Banco de España. De martes a domingo, de 10.00 a 20.00. Entrada gratuita. www.centrocentro.org

Arriba, papel de seda de *Frutas de Diseño* e ilustración *Air Guitar*, de Rut Pedreño para *Madrid Metal. Una historia ilustrada de los 80*. Izda., fuente de agua del creador francés Arthur Hoffner en porcelana de Sèvres, mármol y latón.



18 • Exposiciones

FRUTAS de DISEÑO

Desde hace más de 30 años, los diseñadores Florencia Grassi y Leandro Lattes reúnen papeles de seda de frutas. Se han sentido llamados por la curiosidad, observando con admiración la variedad de diseños y la calidad de impresiones llenas de color sobre papeles tan finos como 17 gr., animados también por los nombres tan sorprendentes de las marcas. Este interés se transforma ahora en una exposición que se podrá ver en la planta principal de CentroCentro desde el 10 de febrero hasta el 15 de mayo, con entrada gratuita.

Frutas de diseño incluye más de 250 papeles de seda, 120 cajas y 360 etiquetas. Esta selección no pretende ser completa o definitiva, sino un archivo abierto que reúne muestras recolectadas durante años en fruterías de barrio a los que se han sumado ejemplares provenientes de coleccionistas, visitas a mercados centrales, imprentas, fábricas de cajas y comercializadoras de frutas.

DISEÑOS CON HISTORIA

En las navidades de 1826 aparecen en España las frutas embaladas en papel. Eran papeles lisos cuya función era proteger, disimular los defectos de la piel y conservar las frutas, evitando que una pieza estropeada dañase a las demás. La impresión de los papeles de seda aparece a principios del siglo XX para personalizar las cajas de madera de las naranjas de exportación. La fruta se envolvía individualmente y se vendía por unidad a precios que solo estaban al alcance de los más ricos. Las marcas nacen ante la necesidad de envasar e identificar las cajas de naranjas para el mercado internacional, 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 a 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. Las frutas aparecen representadas como golosinas, muchas veces asociadas al sol, al buen clima y a los beneficios para la salud: es un dulce sano y delicioso. En los años 40 y 50, varios autores se inspiraron en figuras del cine

y la publicidad norteamericanas, junto a exotismos, primitivismos, avances en los transportes y retratos de familia.

Desde la reactivación económica del final de la posguerra se genera un cambio de estilo respecto a las creaciones del inicio del siglo, 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 y basados en colores planos y llamativos, alrededor de marcas con nombres sorprendentes como Delirio, Fantasía, Fetiche, Filósofo, Infinita, La Deseada, Solita, La Soculente, Pillin, Piruli, Top, etc.

Frutas de diseño pone el foco principalmente en los diseños creados en España desde finales de los años 50 del siglo XX. Unos diseños populares que llevan años a nuestro alrededor y que se han ido actualizando casi de forma inadvertida.

El uso de marcas comerciales y la costumbre de envolver las frutas se mantienen desde hace más de cien años. Una gran parte de las marcas surge en empresas familiares que han nombrado sus productos con libertad y cercanía. Muchas vienen de la época de oro de la comercialización de cítricos, entre 1920 y 1930. Hoy en día, algunas marcas siguen en manos de las familias, 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 a la imaginación.

Actualmente, los grupos comerciales que llevan grandes marcas acuden a agencias de publicidad y *marketing* para emprender el proceso de rediseño de imagen. En el caso de pequeñas y medianas empresas, los ajustes de imagen suelen quedar a cargo de las imprentas. En ambos escenarios los diseñadores son anónimos. Este anonimato, de alguna forma es común a muchas áreas del diseño de productos cotidianos.

CentroCentro

FRUTAS de DISEÑO

Desde hace más de 30 años, los diseñadores Florencia Grassi y Leandro Lattes reúnen papeles de seda de frutas. Se han sentido llamados por la curiosidad, observando con admiración la variedad de diseños y la calidad de impresiones llenas de color sobre papeles tan finos como 17 gr., animados también por los nombres tan sorprendentes de las marcas. Este interés se transforma ahora en una exposición que se podrá ver en la planta principal de CentroCentro desde el 10 de febrero hasta el 15 de mayo, con entrada gratuita.

DISEÑOS CON HISTORIA

En las navidades de 1826 aparecen en España las frutas embaladas en papel. Eran papeles lisos cuya función era proteger, disimular los defectos de la piel y conservar las frutas, evitando que una pieza estropeada dañase a las demás. La impresión de los papeles de seda aparece a principios del siglo XX para personalizar las cajas de madera de las naranjas de exportación. La fruta se envolvía individualmente y se vendía por unidad a precios que solo estaban al alcance de los más ricos. Las marcas nacen ante la necesidad de envasar e identificar las cajas de naranjas para el mercado internacional, 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 a la empresa exportadora con un distintivo de origen y calidad, aumentando la confianza en el producto.

EL PAPEL DE SEDA

Los papeles de seda, o sedas, envuelven las frutas, principalmente los cítricos. En el ambiente próximo a las imprentas y manipulado se conocen también como "papel timbrado". Es un papel ultrafino, fabricado con fibras vírgenes, largas y altamente refinadas que hacen que posea una resistencia muy elevada a pesar del gramaje inferior a 20 g/m2. Se imprime en máquinas rotativas desde bobinas de papel que pesan entre 500 y 800 kg cada una.



EL PAPEL DE SEDA

Los papeles de seda, o sedas, envuelven las frutas, principalmente los cítricos. En el ambiente próximo a las imprentas y manipulado se conocen también como "papel timbrado". Es un papel ultrafino, fabricado con fibras vírgenes, largas y altamente refinadas que hacen que posea una resistencia muy elevada a pesar del gramaje inferior a 20 g/m2. Se imprime en máquinas rotativas desde bobinas de papel que pesan entre 500 y 800 kg cada una.

El papel de seda decora las cajas de naranjas de categoría extra. Hoy en día se envuelven únicamente en las naranjas de la parte superior, alineadas en capas regulares.

El dibujo es circular y centrado en la mayoría de los papeles de seda, de forma que cubre toda la fruta al envolverse. La impresión circular ocupa entre el 50% y el 60% del papel, ahorrando costes. Un papel impreso al 100% puede suponer una presentación más esmerada, aunque en la caja de naranjas se verá igual que el impreso en círculo.

Las frutas se siguen empapelando a mano ("al pirri"), lo que otorga un factor distintivo de calidad. Aunque en los años 60 se desarrollaron máquinas de empapelar que envolvían las frutas tal y como se envuelve un caramelo o un polvorón, el resultado no era el mismo y no se incorporaron a la producción.

COMUNIDAD VALENCIANA.-Cultura.- El CCCC invita a "repensar la sociedad desde el diseño" como "espacio principal" de la capitalidad de València

El Consorci de Museus de la Comunitat Valenciana (CMCV), a través del Centre del Carme Cultura Contemporània (CCCC), invita a "repensar la sociedad desde el diseño" con una serie de actividades y exposiciones como talleres inclusivos infantiles, innovación en las Fallas o el diseño de los futuros espacios domésticos, que configuran al centro cultural como "espacio principal" de la celebración de València Capital Mundial del Diseño 2022.

Echando la vista atrás, en mayo llega 'Sedas naranjas. Frutas de diseño', un proyecto de recuperación de la gráfica existente en torno a las marcas de frutas con foco en diseños creados desde final de los años 50 coproducida con CentroCentro.

La imagen que envuelve las frutas es parte de la gráfica cotidiana de los consumidores de España y de Europa y con la muestra se realza el valor del trabajo de creadores y diseñadores y diseñadoras locales, muchas veces desconocidos, enmarcando su trabajo en el ambiente de diseño contemporáneo.

ICON Design

ARQUITECTURA · DECORACIÓN · ARTE · INTERIORES · CREADORES · LIVING · ICON

AGENDA MADRID DESIGN FESTIVAL >

Lo que no te puedes perder esta semana: de la primera muestra dedicada a Anna Heringer en España a la reivindicación de los rostros menos conocidos del diseño

Arranca la quinta edición de Madrid Design Festival, la cita que pone a Madrid en la diana del diseño aglutinando las fuerzas y la fidelidad de diseñadores, arquitectos, marcas, empresas del sector e instituciones para democratizar esta disciplina y mejorar la sociedad



'Frutas de diseño', exposición organizada por el estudio El Vivero en CentroCentro, es un recorrido a través de la gráfica y la tipografía del packaging de cítricos, plátanos y demás variedades de fruta para poner en valor la estética de papeles de seda, pegatinas, etiquetas que nos acompañan desde los años cincuenta hasta hoy. Abierta del 10 de febrero al 15 de mayo.

Frutas de diseño presenta en **CentroCentro** un recorrido realizado por el estudio El Vivero a través de la gráfica y la tipografía del *packaging* de cítricos, plátanos y demás variedades de fruta para poner en valor la estética de papeles de seda, pegatinas, etiquetas y también embalajes, mallas y cajas de frutas, diseños en la mayor parte concebidos por autores anónimos y aportados por grandes coleccionistas, que nos acompañan, casi de forma inadvertida, desde los años cincuenta hasta hoy. **Abierta del 10 de febrero al 15 de mayo.**

EXPOSICIONES

EL DISEÑO GRÁFICO Y LA ESCENOGRAFÍA SON EL OBJETO DE LAS DOS NUEVAS EXPOSICIONES DE CENTROCENTRO



El Centro Cultural CentroCentro estrenará dos nuevas exposiciones el próximo día 10 de febrero. La primera de ellas, *Frutas de diseño*, pone el foco en los diseños de las marcas de frutas creados desde finales de los años 50. La segunda, *Poéticas de lo real*, muestra la importancia de la escenografía en los discursos artísticos. Las dos nuevas exposiciones de CentroCentro estarán abiertas hasta el 15 de mayo.

CentroCentro da la bienvenida a dos nuevas exposiciones a partir del próximo 10 de febrero. Estas muestras convivirán durante un tiempo con las que ya acoge este espacio cultural actualmente como *Madrid Metal*, *La Ciudad del Futuro: de la huerta a la mesa* o *Un lago de jade verde*.

Las dos nuevas exposiciones de CentroCentro fijarán su objetivo en el diseño gráfico relativo a las marcas de fruta y la escenografía y su importancia en las prácticas y discursos artísticos.

Ambas exposiciones, *Frutas de diseño* y *Poéticas de lo real* podrán visitarse de manera gratuita hasta el 15 de mayo de 2022 en las plantas 2 y 4, respectivamente, de CentroCentro. La única limitación de acceso existente será el aforo por razones sanitarias.

Las dos nuevas exposiciones de CentroCentro

Frutas de diseño

Frutas de diseño es un proyecto de investigación y recuperación de la gráfica de las marcas de frutas que pone el foco en los diseños creados desde finales de los años 50. Se trata de diseños populares que llevan años entre nosotros y que se van actualizando.

En el periodo que ocupa la exposición, desde la reactivación económica tras la posguerra, se genera un cambio de estilo respecto a las creaciones de inicio del siglo XX. Este se debe a la renovación de las técnicas de impresión.

Al principio la imagen de la fruta se apoyaba en elaboradas ilustraciones mientras que ahora prevalece la gráfica, con diseños centrados en la tipografía, basados en colores planos y llamativos, alrededor de marcas con nombres sorprendentes.

Frutas de diseño incluye más de 250 papeles de seda, 120 cajas y 360 etiquetas. Esta selección pretende ser un archivo abierto que reúne muestras recogidas durante años en fruterías de barrio, ejemplares provenientes de coleccionistas, visitas a mercados centrales, imprentas, fábricas de cajas y comercializadoras de frutas.

LAS PROVINCIAS

¿Están bien diseñadas las naranjas de Valencia?

Una muestra recupera papeles de seda, cajas y etiquetas de los mercados desde los años 50



Imagen de la exposición 'Frutas de diseño', que llegará en mayo al Centro del Carmen. / LP



NOELIA CAMACHO

Valencia

Jueves, 20 enero 2022, 17:32



¿Están las frutas valencianas bien diseñadas? Es decir, sus papeles de seda, sus cajas y etiquetas ¿pueden ser objetos artísticos? ¿Cómo ha evolucionado la creación de algo que, aparentemente, suele pasar desapercibido? A todo ello responderá la exposición 'Frutas de diseño', una de las grandes apuestas de la nueva temporada del [Centro del Carmen](#) de Valencia, una institución que este jueves ha presentado su oferta expositiva para 2022.

'Frutas de diseño', un proyecto del estudio El vivero, propone un trabajo de recuperación de la gráfica de las marcas de frutas valencianas, poniendo el foco en los diseños creados a finales de los 50 y que llevan años sobreviviendo a las modas. Además, la muestra incluirá 250 papeles de seda, 120 cajas y 360 etiquetas junto a ejemplares provenientes de coleccionistas y objetos de visitas a los mercados, imprentas y fábricas de cajas.

Bienvenidos a Madrid

Frutas de diseño. Un acercamiento a la gráfica de las frutas



Información

Mapa

El estudio de diseño El vivero organiza del 10 de febrero al 15 de mayo en la planta 2 de CentroCentro una exposición que investiga y recupera la imagen y los diseños de marca de las cadenas de frutas.

La muestra ha sido posible gracias a la colaboración de grandes coleccionistas españoles de papeles de seda, pegatinas y etiquetas. Comienza en la década de los 50 con la reactivación económica tras la postguerra, cuando se empezaron a poner de moda algunos esbozos populares en las frutas. Así, se va vislumbrando la progresión que sus emblemas han ido adquiriendo a lo largo de los años hasta el siglo XXI.

Y es que antes las empresas se apoyaban en elaboradas ilustraciones, mientras que ahora prevalece la gráfica con diseños centrados en la tipografía y basados en colores planos y llamativos. A ello se unen nombres sorprendentes y carismáticos como Delirio, Fantasía, Fetiche, Filósofo, Infinita, La Deseada, Solita, Suculenta, Pillín, Pirulí, Top... De esta manera, la exhibición busca poner en valor el trabajo de creadores y diseñadores locales, muchas veces desconocidos, y destacar el ambiente de diseño contemporáneo.

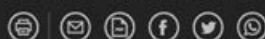
Por otra parte, la galería se complementa con la presencia de embalajes, mallas y cajas de frutas procedentes de los propios productores.

El vivero es un estudio fundado en 2004 por Florencia Grassi, una diseñadora gráfica y socióloga especializada en comunicación de proyectos artísticos y culturales, identidad visual y diseño de publicaciones, y Leandro Lattes, un diseñador industrial versado en diseño de exposiciones y desarrollo de identidad visual para proyectos culturales. También es el autor de los libros *Hasta fin de existencias*, *Detalles urbanos de Madrid I* y *Hasta fin de existencias. Detalles urbanos de Madrid II*.

Crédito imagen:

Selección de papeles de seda

Última actualización: 13/01/2022





NOTA DE PRENSA

CentroCentro inicia 2022 con escenografía, arte, diseño, arquitectura, talleres y música

Avance de la programación de este espacio municipal durante los primeros meses del nuevo año

La exposición *Frutas de diseño* será un acercamiento a la gráfica de las marcas de frutas que pone el foco en diseños creados desde finales de los años 50

23/12/2021

CentroCentro trabaja ya en los nuevos proyectos que albergarán sus salas expositivas a lo largo del año que viene y ultima los preparativos de la programación de actividades y los ciclos musicales de su auditorio. Pero el nuevo año comenzará con muchas propuestas ya cerradas para disfrutar de las primeras semanas y meses de 2022.

Exposiciones de diseño, escenografía, arte contemporáneo y arquitectura

Desde el 10 de febrero se podrá visitar en la planta principal del centro, planta 2, la exposición *Frutas de diseño*, un acercamiento a la gráfica de las frutas, de la mano del estudio de diseño El vivero, de Florencia Grassi y Leandro Lattes. Ambos llevan años trabajando en este proyecto de investigación y recuperación de la gráfica de las marcas de frutas, poniendo el foco en diseños creados desde finales de los años 50. Con la colaboración de grandes coleccionistas españoles de papeles de seda, pegatinas y etiquetas, la muestra exhibirá también embalajes, mallas y cajas de frutas procedentes de los propios productores.



Frutas de diseño