



EXPOSICIÓ SOBRE LA HISTÒRIA DE LA TARONJA

Pengen fruites daurades...

Per primera vegada es presenta a la Llotja de València una gran mostra sobre la història de la taronja. Des de material agrícola fins a etiquetes publicitàries poden contemplar-se, aquests dies, reunides per a l'ocasió.

C. G.

La Llotja de València s'ha convertit aquests dies en l'escenari d'una gran mostra sobre la taronja. L'exposició, que es presenta amb el títol de La Fruita Daurada, ha estat organitzada per la Direcció General de Patrimoni de la Generalitat valenciana.

Vicent Abad, enginyer tècnic i historiador, és el comissari de l'exposició, que ha estat dividida en 10 àrees —agricultura, comerç, transport, mercat exterior, indústria de derivats, publicitat i difusió, arquitectura de magatzems, bibliografia, imatge social i les belles arts.

Precisament, un dels aspectes que més crida l'atenció de la mostra és la presentació d'una sèrie d'etiquetes tarongeres —més de tres-centes—, totes pertanyents a la col·lecció de Vicent Abad. Agrupades per temàtiques, es pot veure l'evolució estètica que han tingut al llarg d'aquest segle.

Creades per les agrupacions de col·litzers de cara a l'exportació, aquestes marques, que en un principi no necessitaven denominació d'origen, utilitzen diferents recursos estilístics. Així, la imatge de l'efigie de l'exportador o

d'algun dels seus familiars ha estat un motiu constant, que arriba fins als nostres dies, en les etiquetes. L'exportador quedava, d'aquesta manera, immortalitzat per l'orla citrícola.

Un altre motiu estètic abundantment utilitzat ha estat el folklorisme: llauradores i llauradors oferint la dolça fruita. Una distingida valenciana fa entrega d'una taronja a la lluna entre el *look* Mèliès i *Antaviana*. Història i taronja també han coincidit en l'etiquetatge, des d'un Ausiàs Marc amb la ploma, fins a Carles V, passant per l'efigie d'un Primo de Rivera amb bandera monàrquica o republicana, segons la conjuntura política.

El gust per les mitologies també fa acte de presència —nereides, atenees, cariàtides— fins i tot l'èpica wagneriana, de la mà de les brunildes de torn. La influència hollywoodenca-americana no podia passar de llarg: parelles de Fred Astaire i Ginger Rogers, cowboys, vamps estilitzades, Mickey Mouse, per a marques com Bolero, Sheriff, Miss Gamba, Flirt, Reporter, Gilda o Beguin the Beguin.

La imatge de la dona com a motiu eròtico-citrícola de cara a l'exportació permetia algunes llicències en l'etiquetatge, algun tímid pit i cuixa. Incitante, Bocado de dama, Verónica o

Mantilla són els noms dels reclams publicitaris, ja siga per una María Félix amb suc de taronja o una model de Renée Gruau.

Algunes de les etiquetes han estat dissenyades per artistes de l'època, com Les tres gràcies de Dubon, o mostren les influències estètiques del seu temps com l'Art Nouveau o l'Art Déco. Fins i tot es poden contemplar reminiscències del cartellisme de Toulouse Lautrec.

Els personatges de les rondalles europees també s'inclourien a la publicitat de la taronja o figures famoses de l'època. Una temàtica constant en la iconografia taronjaira és el món animal, amb conills, tigres, galls, periquitos, lloros, cocodrils, estruços, pelicans, cignes, micos, lleons, etc. L'advocació a l'arca de Noé arribarà fins als nostres dies. La Plana o la Ribera semblaven més un escenari d'Emilio Salgari o d'Edgar Rice Burroughs que comarques de l'Europa meridional.

L'exposició, englobada dins dels actes del 750 aniversari, pot esdevenir el nucli d'un futur museu de la taronja, com assenyalava Vicent Abad, comissari i historiador de la taronja. L'Ajuntament de Borriana ha condicionat un edifici del segle XIX on podria instal·lar-se aquest museu. □