

01-09 en prensa

Fernando Tudela-Rodríguez
In memoriam Concepción Serrano Martínez

ESSAY

grafica

documents de disseny gràfic
documentos de diseño gráfico
journal of graphic design



<https://doi.org/10.5565/rev/grafica.447>

Impresiones efímeras en la industria conservera: diseño gráfico de las etiquetas Tuserca Serrano-Hermanos

Fernando Tudela-Rodríguez, Universidad de Granada, fertudelar@correo.ugr.es, <https://orcid.org/0000-0002-5990-2231>;
In memoriam Concepción Serrano Martínez (1935-2024) //Recepción: 11 /11/2024, Aceptación: 24/03/2025, Publicación: 06/06/2025

Resumen

Este ensayo analiza el diseño gráfico de las etiquetas de la fábrica conservera Tuserca Serrano-Hermanos, centrado en su producción entre 1966 y 1969. A través del estudio de siete modelos de etiquetas de tres editores diferentes y producidas en papel lignificado industrial, se examinan aspectos como la iconografía, la tipografía y el uso del color, destacando su papel en la comunicación de calidad y frescura del producto. Se destaca la importancia de las impresiones *ephemeras* como patrimonio gráfico, resaltando su valor para comprender las dinámicas comerciales, estéticas y la construcción visual de la época.

Palabras clave

Impresiones *ephemeras*, litografía, etiquetas de conserva, patrimonio documental industrial

Printed ephemera in the canning industry: graphic design of Tuserca Serrano-Hermanos labels

Abstract

This essay analyses the graphic design of the labels of the Tuserca Serrano-Hermanos canning factory, focusing on its production between 1966 and 1969. Through the study of seven models of labels from three different publishers and produced on industrial lignified paper, aspects such as iconography, typography and the use of colour are examined, highlighting their role in communicating the quality and freshness of the product. The importance of ephemeral prints as graphic heritage is highlighted, emphasising their value in understanding the commercial dynamics, aesthetics and visual construction of the period.

Keywords

Ephemeral prints, lithography, canning labels, industrial documentary heritage

La investigación realizada ha estado amparada por el Proyecto de Investigación CCDOC: *Caracterización no invasiva y conservación de soportes trans-lúcidos y lignificados en documentos gráficos* (PID2022.142431NB.100), perteneciente al programa Proyectos de Generación de Conocimiento del Plan Estatal de Investigación Científica, Técnica y de Innovación 2021-2023 del Ministerio de Ciencia e Innovación.

Introducción

El diseño gráfico ha sido una herramienta clave en la evolución de la identidad visual de marcas y productos, un elemento que trasciende la mera función comunicativa y se convierte en un reflejo de la cultura, las tendencias, los valores estéticos y el desarrollo social de cada época. En el ámbito de las conservas alimenticias, donde la competencia es alta y la comunicación con el consumidor ocurre a menudo a través de un simple vistazo en los estantes de los comercios, las etiquetas juegan un papel decisivo. Las etiquetas, como parte de la cultura visual, no solo cumplen la función de informar sobre el producto del contenido en los envases, sino que también apelan al sentido estético del eventual consumidor, evocan una historia o tradición, e incluso despiertan la nostalgia y la emoción vinculada al sentimiento de pertenencia a una identidad regional y/o cultural.

En este ensayo, se realiza un análisis estilístico, gráfico y tipográfico de las etiquetas Tuserca Serrano-Hermanos. Este análisis forma parte de los trabajos de recuperación, archivística, conservación y digitalización del patrimonio documental industrial de la conservera Tuserca Serrano-Hermanos. La fábrica fue fundada en la década de 1960 en Espinardo (Murcia), una década que junto a la de los 50 se estiman de máxima actividad conservera en la Región de Murcia, llegando a convertirse en un pilar estratégico para la economía regional (Cascales, 2011; López-Guzmán, 2014). Esta estuvo especializada en la transformación y envasado de productos agrícolas, como melocotones, alcachofas, tomate y pimientos. En la década de 1970, la fábrica comenzó a experimentar un declive en su producción, culminando en el cierre definitivo de la fábrica, dejando un patrimonio documental en riesgo de pérdida (Serrano, 2023). El abandono de la fábrica y su archivo marcó el inicio de un período de deterioro continuado, en el que muchos de los documentos quedaron expuestos a condiciones ambientales adversas y vandalismo. La actividad manufacturera creció de forma continuada durante el siglo XX en la región, transformando la forma de vida, convirtiendo la industria en un elemento central de la identidad murciana. La historia de la industria conservera en Murcia es un testimonio del ingenio y la adaptabilidad de sus pioneros, que lograron establecer un legado duradero en la economía local (Pastor, 2019).

Las etiquetas de esta fábrica, en particular, no solo reflejan el esfuerzo de una marca por

destacar entre sus competidoras, sino que también nos ofrecen una ventana a las dinámicas visuales y comerciales de su tiempo. El análisis de su diseño gráfico, impreso con técnicas que han evolucionado junto con las tecnologías de la industria, revela una clara intención de construir una identidad de marca. Se exploran los siete modelos utilizados por la empresa, de tres impresores diferentes, centrándonos en los aspectos clave de su diseño: la iconografía, la tipografía, el uso del color y la composición general. A primera vista, podrían parecer simples ejemplos de impresiones *ephemeras*, productos gráficos creados para un uso temporal y cuyo destino final, tras el consumo del producto, es generalmente el desecho (Ramos, 2014). Sin embargo, estas etiquetas están lejos de ser meros objetos de corta vida: su temporalidad subraya, precisamente, la importancia de su conservación como documento histórico (Muñoz, 2003). A través de su estudio crítico, podemos apreciar su contribución tanto en términos de composición visual como de técnicas de impresión y su evolución aplicada al diseño gráfico industrial. El hecho de que fueran impresiones de naturaleza transitoria implicaba que las técnicas utilizadas para producirlas debían ser económicas y eficaces, adaptándose a las demandas de la producción masiva sin comprometer la calidad visual del producto final. A pesar de ello, el detalle y el cuidado en la impresión de las ilustraciones y textos es destacable, con una clara preocupación por mantener la coherencia estética y la legibilidad, y aunque destinadas a desaparecer, su calidad y su ejecución son reflejo de las prácticas de la industria gráfica de la época.

El concepto de reproductibilidad técnica, desarrollado en 1936 por Walter Benjamin, es relevante para comprender la naturaleza de las etiquetas como productos gráficos reproducidos en masa. Benjamin (2003) argumenta que la capacidad de reproducir técnicamente una obra transforma su valor ya que, al ser replicable, la obra pierde su "aura" original (la singularidad que deriva de ser una pieza única) y pasa a tener un valor diferente, en muchos casos, meramente funcional. En el caso de estas etiquetas, diseñadas para un uso masivo y temporal, la reproductibilidad técnica les otorga una condición utilitaria en su origen, cumpliendo con su función comercial sin pretensiones de permanencia.

Conservar y estudiar estos ejemplos de diseño gráfico destinados a desaparecer, nos permite también adentrarnos en un debate crucial sobre

la preservación del patrimonio gráfico en el ámbito industrial.¹

En este texto, por tanto, no solo se realiza una revisión estilística y técnica de las etiquetas de Tuserca Serrano-Hermanos, sino también se plantea una reflexión sobre su valor histórico y patrimonial en el contexto del diseño gráfico comercial murciano. La gráfica desarrollada en estas etiquetas, que en su momento buscaba cumplir con su función comercial, ahora es reconocida para ser conservada y estudiada como parte de la cultura visual y del legado industrial. La combinación de factores visuales y funcionales en el diseño de estas etiquetas es lo que, en última instancia, las convierte en objeto de interés para el presente estudio.

Desarrollo

Impresiones efímeras en el contexto de las etiquetas conserveras.

El concepto de impresiones *ephemeras* fue empleado por primera vez en 1962 para hacer referencia a obras seriadas impresas sobre papel (Lewis, 1990), siendo ampliado para referirse a prensa, cómics y revistas (Lewis, 1976). Posteriormente, se aplicó para denominar documentos que, en base a su función temporal o utilitaria, están destinados a desaparecer o ser desechados tras cumplir su propósito (Clinton, 1981). En España, se comenzó a denominar a este tipo de impresiones como “pequeños impresos” para abarcar programas, recordatorios o felicitaciones (Trenc, 1977, 2004). En las últimas décadas se han establecido criterios para estructurar y catalogar, pero, sobre todo, para delimitar este tipo de colecciones en base al contenido y al periodo cronológico (Ramos, 2003). De acuerdo con Provencio (2019), “la conservación de la obra efímera va a depender de la finalidad y del valor que tenga para el receptor” (p. 63). En el contexto de las etiquetas de Tuserca Serrano-Hermanos, estas impresiones se diseñaron para atraer la atención del consumidor en un momento específico de compra, pero no fue-

ron concebidas con la idea de perdurar más allá de su ciclo de uso. A pesar de esto, muchas de estas etiquetas han sido conservadas y ahora se estudian como ejemplos significativos del diseño gráfico de su época (Díaz, 2019).

En la industria de las conservas, las etiquetas eran componentes fundamentales de la cultura visual industrial, desempeñando un papel crucial en la identificación del producto y en la creación de una conexión visual con el consumidor. Una vez que el producto se consumía o llegaba al final de su ciclo comercial, la etiqueta cumplía su función y era desechada (Rodríguez, 2021). Esta característica efímera de las etiquetas forma parte del fenómeno más amplio en el mundo del diseño gráfico y la impresión: la creación de productos visuales con una vida útil limitada. Las etiquetas, folletos publicitarios, carteles y otros elementos gráficos de la época eran consumidos rápidamente y eliminados, sin que se pensara en una preservación para el futuro.

El término *ephemera*, en este contexto, no implica falta de calidad o creatividad, sino más bien una atención hacia la funcionalidad inmediata. Las etiquetas de conservas eran impresas en grandes cantidades, lo que suponía un reto técnico tanto en términos de diseño como de producción. La necesidad de producir impresiones a bajo coste, que se distribuyeran de manera masiva y cumplieran su objetivo en un entorno de rápida rotación comercial, motivaba a los diseñadores e impresores a optimizar sus recursos sin sacrificar la estética.

Es interesante observar cómo el carácter efímero de estas impresiones contrasta con la percepción actual que se tiene de las mismas. Lo que en su momento era considerado un producto desechable, hoy en día ha adquirido un valor patrimonial y estético que lo coloca como objeto de estudio en el campo del diseño gráfico (Díaz, 2019). Las etiquetas, a su vez, están consideradas como testimonio del desarrollo industrial y cultural de la conserva, además de como documentos gráficos de gran valor histórico y cultural (Gil, 2016).

Contexto histórico e industrial de la producción de conservas vegetales.

La evolución de la industria conservera en la Región de Murcia durante el siglo XX se encuentra intrínsecamente relacionada con la expansión del consumo masivo y la necesidad de una diferenciación visual efectiva de los productos (Pastor, 2019). Murcia usó imágenes icónicas de la ciudad como un sello distintivo en el siglo XIX y principios del XX. La representación del río Segura con monumentos como la catedral, el puente Viejo y el Palacio Episcopal fue central en la efímera

1. En España encontramos varias bibliotecas e instituciones que han creado “Colecciones *Ephemera*” para albergar, conservar y catalogar estos fondos. En la Colección *Ephemera* sección “Etiquetas de Conserva” del Museo de la Ciudad de Murcia se encuentran tres etiquetas procedentes de Tuserca Serrano-Hermanos, donadas por D. Ginés Tudela Serrano y con nº de inventario ET-32, ET-37 y ET-38. Por su parte, el Archivo Municipal de Alcantarilla (Murcia) ha conseguido recopilar casi 15.000 ejemplares de etiquetas con 590 modelos diferentes (Gil, 2016). La Biblioteca Nacional de España, en su colección *Ephemera*, conserva 78 ejemplares de etiquetas de conserva editados en cromolitografía y reproducción fotomecánica sobre papel (Ramos, 2003).



Figura 1. Etiquetas impresas por Belkrom entre 1966 y 1969. Digitalización del autor.

comercial, otorgando una identidad visual reconocible a Murcia (López, 2020). Por su parte, fábricas como Tuserca Serrano-Hermanos aprovecharon el diseño de etiquetas como un recurso comercial estratégico, cuyo propósito no solo era destacar en los estantes del mercado, sino también consolidar la imagen de marca y garantizar la fidelidad del consumidor. En este sentido, las etiquetas no eran únicamente un envoltorio funcional, sino que se convirtieron en una parte fundamental del discurso publicitario visual. Además, las etiquetas han sido uno de los principales motores de las artes gráficas en la Región de Murcia, debido a la importancia de los sectores económicos para los que fueron diseñadas (Hervás, 1999).

En este contexto, las etiquetas estudiadas ofrecen una amplia visión de cómo el diseño gráfico in-

dustrial y las técnicas de impresión convivían en un escenario de rápido crecimiento económico y comercial. Los productos en conserva, como las frutas y hortalizas, no solo debían ser atractivos desde el punto de vista del consumidor, sino que debían reflejar la calidad, la frescura y lo genuino del contenido, algo que se conseguía mediante un cuidadoso uso de los elementos gráficos. La combinación de ilustraciones detalladas, paletas de color vibrantes y una composición tipográfica con diferentes fuentes combinadas que aportan una información legible y una disposición gráfica proporcionada.

Estilo y evolución estética de las etiquetas.

Nos centramos en siete modelos específicos de etiquetas: tres de ellos editados por Belkrom entre 1966 y 1969, tres más realizados por la litografía de Cristóbal Pagán en 1967, y un último modelo de 1969, del cual no se poseen datos de imprenta.

Las primeras etiquetas analizadas son las impresas por Belkrom entre 1966 y 1969. En estas se puede observar una versión naturalista de los vegetales en este caso melocotones, tomates y alcachofas, como los elementos visuales centrales (Figura 1). Las ilustraciones son detalladas, con un tratamiento realista que destaca las texturas y colores de los alimentos, sugiriendo calidad y naturalidad. En el caso de las alcachofas al natural, estas rompen con el diseño simétrico que comparten el melocotón en almíbar y el tomate al natural. En el lado derecho nos muestra la hortaliza recién recolectada, y a la izquierda, el producto ya limpio y preparado sobre un plato. Este es un recurso común en las ilustraciones de Ángel Pujol para Belkrom, aunque la etiqueta se encuentra sin firmar. Este enfoque iconográfico tiene como objetivo reforzar el valor comercial del producto, alineándose con las tendencias gráficas de la época que buscaban resaltar la autenticidad en los productos alimenticios. Las imágenes de los productos ocupan una posición central en la etiqueta, atrayendo la atención del consumidor y resaltando el contenido del envase. El logotipo de Serrano Hermanos, con el escudo coronado y las iniciales "T.S.C.", evoca la tradición familiar y quiere aparentar el prestigio de la marca.

Las etiquetas están divididas en dos partes visualmente destacadas. El nombre de la marca, Tuserca, aparece en la parte superior en letras grandes y engalanadas, lo que asegura que la marca sea inmediatamente reconocida. En el centro, un recuadro amarillo con una forma que recuerda a una campana ocupa una porción significativa del espacio, con la información clave del producto: fábrica, localización, peso neto y fecha de fa-



Figura 2. Etiquetas impresas por C. Pagán en 1967. Digitalización del autor.

bricación. Este recuadro amarillo crea un fuerte contraste con el fondo verde oscuro y resalta la información relevante. En la parte inferior, el nombre del producto (melocotón en almíbar, tomate al natural, alcachofas al natural) está alineado con el borde inferior de la etiqueta, lo que refuerza el aspecto visual de la marca y su consistencia tipográfica en las tres etiquetas.

La tipografía utilizada es uno de los elementos más característicos de la etiqueta. La fuente de la palabra “Tuserca” es de estilo serif, con trazos pertenecientes a la tipografía gótica. Este estilo tipográfico estaría considerado como una fuente Display. Esta tipología de fuentes es utilizada para la visualización directa de la palabra a la que se le quiere dar protagonismo (Gálvez, 2020). La palabra “brand” aparece en una fuente sans-serif, contrastando con la ornamentación del nombre principal. Este contraste en las fuentes sugiere una mezcla de modernidad y legado. Por otro lado, la información en el recuadro central y la descripción del producto están escritas en una tipografía sans-serif simple, lo que facilita la lectura rápida de la información clave. La elección de combinar fuentes serif y sans-serif responde a una práctica común en diseño en la que se buscaba equilibrar la elegancia de la marca con la claridad en la comunicación de la información.

El uso del color es otro elemento distintivo en las etiquetas. El fondo verde oscuro proporciona un contraste sobrio que sirve para destacar los colores vibrantes de las frutas y verduras ilustradas. Este verde se asocia con la naturaleza y la frescura, lo que refuerza la idea de que los productos en-

vasados son naturales y de alta calidad. El recuadro amarillo brillante que contiene la información del fabricante crea un contraste visual impactante, asegurando que el texto clave sea visible a distancia. En términos de composición, las etiquetas muestran un claro equilibrio entre la parte gráfica y la textual. Las imágenes de las frutas y verduras dominan, pero están perfectamente alineadas con el nombre de la marca y la información del producto, creando una jerarquía visual clara. Las etiquetas están diseñadas para captar la atención de inmediato y proporcionar información clave sin sobrecargar al consumidor. El formato rectangular alargado favorece la distribución de estos elementos y responde a la forma de los envases en los que se utilizaban estas etiquetas.

Respecto a las etiquetas impresas por Pagán en 1967 para pimientos morrones, se destaca una representación naturalista de los pimientos rojos, que se muestran frescos y vibrantes (Figura 2). La ilustración realista del producto refuerza igualmente la percepción de calidad y frescura. Los pimientos están dispuestos en el centro de la etiqueta, con el tallo hacia arriba, simulando que son tan frescos que aún no han sido recolectados de la mata lo que reforzaría el mensaje de producto natural y escasamente procesado. Volvemos a observar el escudo coronado logotipo de la empresa, esta vez en color azul, coincidiendo con el resto de color empleado en parte de la tipografía.

Las etiquetas presentan información técnica de manera clara, incluyendo el peso neto del producto (85 g o 200 g), la fábrica y la fecha de fabricación, datos que están alineados con el

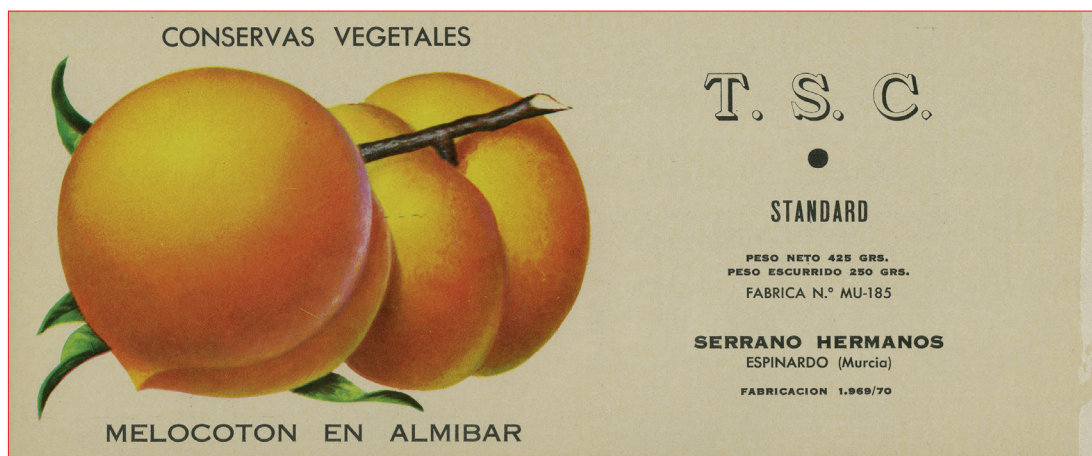


Figura 3. Etiqueta de impresor desconocido en 1969. Digitalización del autor.

resto del diseño, creando una imagen cohesiva. Esta estructura simple pero efectiva nos facilita la lectura de la información esencial, mientras que los pimientos captan la atención visual. El diseño sigue un esquema simple, con un fondo blanco que facilita la visibilidad de los elementos gráficos y tipográficos. Los pimientos, de color rojo intenso, son el elemento dominante, dispuestos de forma que dirigen la atención hacia el centro de la etiqueta, mientras que el escudo y la tipografía complementan la presentación. En cuanto a la tipografía, observamos la misma combinación de tipologías y diseño que en el modelo de etiquetas de *Belkrom*.

El rojo vibrante de los pimientos es el color predominante, que contrasta eficazmente con el blanco de fondo, atrayendo la mirada directamente al producto. El uso del azul para el logotipo y otros elementos textuales secundarios, como la palabra "Standar", crea un equilibrio visual que refuerza la idea de calidad y confianza en la marca. Este contraste de colores genera una clara diferenciación entre el producto y la información complementaria. La composición se mantiene simétrica y ordenada, con los pimientos morrones ocupando el centro de la etiqueta, acompañados por el nombre de la marca en la parte superior derecha y el logotipo en el centro. Esta estructura organiza los elementos visuales de manera que el ojo del consumidor siga un flujo natural desde la imagen del producto hasta la marca y luego a la información técnica. El uso equilibrado de los espacios entre los distintos elementos proporciona un diseño limpio y profesional. La disposición horizontal de la etiqueta, con los elementos organizados en bandas rectangulares, contribuye, como es

el caso, a un diseño fácilmente adaptable a diferentes tamaños de envases. Esto, combinado con la centralización de la marca y el escudo, crea una etiqueta funcional que maximiza el espacio disponible sin sobrecargarla visualmente.

Finalmente, encontramos un modelo de etiqueta para la temporada 1969/70 del que no hemos conseguido localizar su editor (Figura 3). La etiqueta presenta, una vez más, una representación realista del producto, en este caso melocotón en almibar. Los frutos, que ocupan una parte significativa de la izquierda, están ilustrados con un estilo detallado y vívido. En contraposición con los modelos anteriores, la etiqueta no está diagramada de forma simétrica, sino dividida en dos secciones: la imagen de los melocotones a la izquierda y la información textual a la derecha. Otra novedad en el diseño es la presencia del nombre de la marca en forma de sigla "T.S.C.". Continuamos viendo la predominancia de tipografía sans-serif, destacando su simplicidad y legibilidad. Por su parte, la sigla de la marca está compuesta por letras mayúsculas en estilo serif clásico, ligeramente estilizado, otorgando en contraste un aire tradicional.

La paleta de colores se basa en tonos naturales y neutros. El amarillo-anaranjado de los melocotones domina visualmente la etiqueta, transmitiendo calidez y frescura. Por su parte, los tonos verdes de las hojas añaden contraste. El fondo en un tono beige grisáceo mantiene el equilibrio general, evitando distracciones visuales y contrastando con el amplio colorido de las etiquetas de *Belkrom*. Los textos en negro destacan claramente sobre este fondo neutro, manteniendo la claridad y el enfoque en la información esencial. En cuanto a la composición, se presen-

ta bien equilibrada, con la imagen de los melocotones ocupando aproximadamente un tercio del espacio, mientras que el resto se dedica a la información del producto. Este diseño evita que la etiqueta se vea sobrecargada y mantiene un equilibrio visual agradable entre el contenido gráfico y textual. La colocación de los elementos permite que el consumidor identifique rápidamente tanto la naturaleza del producto como la marca que lo comercializa. En conclusión, este modelo de etiqueta es un ejemplo de diseño clásico con un enfoque en la representación realista del producto y una estructura visual limpia.

En este último modelo, en comparación con los ejemplares de *Pagán* y *Belkrom*, destaca el contraste en un enfoque más disruptivo en su estética. Mientras que las dos primeras siguen una composición más simétrica y equilibrada, la estructura de esta última está dividida en dos partes: imagen e información. Esta diferencia muestra una estética más experimental por parte de la imprenta no identificada, por su parte, las otras dos etiquetas ofrecen una accesibilidad visual más tradicional.

Técnicas de impresión y materiales utilizados

Desde un punto de vista técnico, las impresiones *ephemeras*, como el caso de las etiquetas, presentan varios desafíos en términos de durabilidad y resistencia a los elementos. Aunque el producto estaba destinado a ser desechado, las etiquetas debían resistir el desgaste en las condiciones de almacenamiento y transporte. Esto implicaba que, aunque el producto final debía ser y estaba pensado para ser económico, la selección de papeles y tintas debía cumplir con los estándares industriales de calidad. Es aquí donde el estudio de las técnicas de impresión y los materiales cobra importancia, ya que nos ofrece una visión más profunda de los procesos detrás de la producción masiva de estos productos gráficos.

Las etiquetas de Tuserca Serrano-Hermanos fueron impresas utilizando las técnicas predominantes en la industria gráfica de la época: la litografía y el offset. Estas técnicas, aunque diferentes en su enfoque y proceso, compartían la capacidad de reproducir con gran fidelidad tanto los colores como los detalles gráficos que caracterizaban las etiquetas. La litografía, utilizada principalmente en las primeras etiquetas, permitía una precisión excepcional en la reproducción de ilustraciones, mientras que el offset, que fue ganando popularidad a lo largo de los años 60, ofrecía una mayor velocidad de producción y un coste más bajo, manteniendo una alta calidad en el resultado final.

La imprenta *Gráficas Belkrom*, estaba especializada en etiquetas y cubres, y disponía de un departamento propio de dibujo, dirigido por Antonio Carbonell *Cartus*, para atender las demandas de sus clientes. Desde su creación en 1961 se formaron muchos de los profesionales de las artes gráficas murcianas como los diseñadores y dibujantes Luis Garay, Carbonell Artús, Antonio Laorden y Ángel Pujol, y otros profesionales que derivaron en grandes gráficas murcianas como *I.G. Jiménez Godoy* y *A.G. Novograf* (Hervás, 1999; Manzano, 2024). Para conseguir un mayor realismo, las etiquetas de *Belkrom*, se realizaban con témpera y aerógrafo y casi nunca eran firmadas por sus autores, como se observan en las etiquetas de Tuserca (Hervás, 1999).

Por su parte, la *Litografía Pagán*, fundada por Cristóbal Pagán Porras en 1906, estuvo situada en la calle Cigarral de Murcia, anunciándose en prensa como: “*Fábrica de cajas de cartón y litografía sobre papel. Especialidad en etiquetas para conservas y naranjas.*” (Hervás, 1999). En los años 20, fue la primera imprenta de Murcia que dispuso en su taller de maquinaria de impresión offset con capacidad para imprimir 3200 pliegos a la hora. Además, el taller estaba altamente equipado con una troqueladora y diversas máquinas para aplicar purpurina, cortar esquinas y fabricar embalajes de cartón. Contaba con tecnologías ideales para los encargos que constituían su especialidad: la impresión cromolitográfica en papel para etiquetas de conservas, envoltorios, láminas, calendarios y abanicos publicitarios (Manzano, 2024). Esta imprenta litográfica fue un referente en el diseño comercial murciano hasta la aparición de *Gráficas Belkrom*.

En cualquiera de los casos, los materiales jugaron un papel determinante en la durabilidad y presentación de las etiquetas de las conservas, pero en este caso particular, eran impresiones sobre papeles lignificados de fabricación industrial en baja calidad, a los que se les aplicaba una capa de barniz para conseguir un acabado brillante, además de como aislante y protección de la gráfica ante el uso y la manipulación (Ramos, 2003). A pesar de su aspecto llamativo, estos papeles no son especialmente resistentes a la humedad o el desgaste, lo que reflejaba su naturaleza efímera. Eran etiquetas creadas para durar un tiempo determinado durante el proceso de comercialización y distribución, pero sin expectativas de perdurabilidad más allá de ese ciclo de vida comercial. Las tintas utilizadas en este contexto, si bien cumplían con un propósito estético, tampoco estaban pensadas para resistir condiciones adversas como la humedad en el almacenamiento prolongado.

Conclusiones

Mediante la realización de este trabajo se ha permitido analizar en profundidad el diseño gráfico de las etiquetas de Tuserca Serrano Hermanos, pero más allá del análisis estilístico, tipográfico y cromático, se ha pretendido subrayar el valor de estas etiquetas como ejemplos destacados de lo que se conoce como impresiones *ephemeras*. A través del estudio de tres modelos de etiquetas, impresas entre 1966 y 1969 ha quedado patente cómo estos objetos gráficos, diseñados para un uso temporal, logran trascender su función práctica original, adquiriendo un significado cultural y patrimonial con el paso del tiempo.

Las etiquetas, concebidas para captar la atención del consumidor en el entorno competitivo de las conservas alimentarias, destacan por el cuidado en la representación visual de los productos, con un claro énfasis en la frescura y calidad. Los pimientos, melocotones y alcachofas ilustrados en las etiquetas reflejan la importancia de una iconografía detallada y realista, una tendencia predominante que buscaba transmitir confianza y autenticidad. Asimismo, la combinación de tipografías serifadas para los nombres de marca y fuentes sans-serif para la información técnica revela un diseño funcional sin descuidar el aspecto estético.

Sin embargo, uno de los puntos cruciales del análisis ha sido la reflexión sobre la naturaleza efímera de estas etiquetas. A pesar de haber sido concebidas como productos desechables, estas etiquetas constituyen un registro de la cultura visual de la época, permitiéndonos acceder a una rica fuente de información sobre las prácticas gráficas e industriales de su época. Este tipo de impresiones, de material de baja durabilidad, estaban pensadas para tener un impacto inmediato en el punto de venta, pero no para perdurar más allá

de ese momento. Aun así, su diseño, ejecución y contexto industrial las convierten en documentos esenciales para comprender la evolución del diseño gráfico y la comunicación visual en el ámbito de la industria alimentaria murciana de mediados del siglo XX.

El análisis de estas etiquetas, a su vez, nos ha permitido reflexionar sobre la importancia de preservar y estudiar las impresiones *ephemeras*. Han adquirido un nuevo valor a medida que se conservan y se estudian desde una perspectiva histórica. En resumen, este ensayo subraya la necesidad de seguir conservando la materialidad del objeto, preservando mediante facsímiles digitales y analizando este tipo de objetos gráficos como documentos de archivo, ya que son clave para entender la evolución del diseño gráfico en el contexto industrial y para reconocer su valor en la construcción de identidades visuales que trascienden su propósito original.

Si bien el estudio ha permitido un primer acercamiento a estas etiquetas, es importante reconocer ciertas limitaciones. En primer lugar, si bien se han identificado las imprentas responsables y se han podido establecer posibles atribuciones de autoría en dos de los casos analizados, uno de los modelos de etiqueta ha quedado sin una identificación precisa. Esta falta de información impide una visión completa sobre los responsables del diseño y producción de todas las etiquetas estudiadas, lo que subraya la necesidad de futuras investigaciones que profundicen en los archivos industriales y comerciales para esclarecer su origen. Para futuras investigaciones, sería relevante centrarse en la materialidad de estos objetos, explorando su proceso de producción, los soportes y tintas empleados, así como su conservación en archivos y colecciones patrimoniales.

Referencias bibliográficas

- Autor desconocido (1969). *Etiqueta de melocotón en almibar* [Etiqueta de producto]. Tuserca Serrano-Hermanos.
- Benjamin, Walter (2003). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. México: Editorial Itaca.
- Cascales López, Pedro Luis (2011). *Alcantarilla entre el cielo y la tierra (1963-2002)*. En: <http://www.plcascales.com/alcantarilla-entre-el-cielo-y-la-tierra-1963-2002/#more-133>
- Clinton, Alan (1981). *Printed Ephemera. Collection, organisation and access*. London: Clive Bingley.
- Díaz González, María del Mar (2019). Instrumentos metodológicos para el análisis científico de los *ephemera*. Inventariado y catalogación de los impresos y de las matrices de estampación. *Tsantsa: Revista de investigaciones artísticas*, (8), 61-73.
- Gálvez Pizarro, Francisco (2020). *Educación tipográfica. Una introducción a la tipografía*. Santiago de Chile: Edición digital.
- Gil Almela, María Rosa (2016). Documentos gráficos en el Archivo Municipal de Alcantarilla. *Boletín de la ANABAD*, Tomo 66, (3), 171-196.
- Gráficas Belkrom (1966). *Etiqueta de melocotón en almibar* [Etiqueta de producto]. Tuserca Serrano-Hermanos.
- Gráficas Belkrom (1966). *Etiqueta de tomate al natural* [Etiqueta de producto]. Tuserca Serrano-Hermanos.
- Gráficas Belkrom (1968). *Etiqueta de alcachofas al natural* [Etiqueta de producto]. Tuserca Serrano-Hermanos.
- Hervás Avilés, José María (1999). *Diseño gráfico en Murcia (1899-1999)*. Murcia: Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Murcia, Consejería de Industria, Trabajo y Turismo.
- Lewis, John Noel Claude (1976). *Collecting printed ephemera: a background to social habits and social history, to eating and drinking, to travel and heritage and just for fun*. London: Studio Vista.
- Lewis, John Noel Claude (1990). *Printed Ephemera. The changing uses of type and letterforms in English and American printing*. (2nd. ed.). Woodbridge, Suffolk: Antique Collector's Club Ltd.
- Litografía C. Pagán (1967). *Etiqueta de pimientos morrones* [Etiqueta de producto]. Tuserca Serrano-Hermanos.
- López Castillo, José Miguel (2020). La propaganda comercial como transmisora de elementos identitarios: algunos ejemplos de la *ephemera* murciana a principios del siglo XX, *IMAFRONTA*, (27), pp. 1-16. <https://doi.org/10.6018/imafronte.433751>
- López-Guzmán, Miguel (2014). *FICA. Feria Internacional de la Conserva y Alimentación. Añoranza de un certamen (Murcia 1952-1974)*. Murcia: concejalía de Turismo y Deportes, Excmo. Ayuntamiento de Murcia.
- Manzano Martínez, Pedro Francisco (2024). *Cartel y diseño en Murcia. Una historia en dos partes y un intermedio*. Murcia: Ayuntamiento de Murcia.
- Muñoz Viñas, Salvador (2003). *Teoría contemporánea de la conservación*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Pastor Palazón, Santiago (2019). Los pioneros regionales de la conserva vegetal. Al final, nos últimos fueron los primeros. *Cangilón*, 36, pp. 195-213.
- Provencio Garrigós, Herminia (2019). Escrituras e impresos efímeros del siglo XIX: espacios en el *continuum* diacrónico de la lengua. *Anuari de Filologia. Estudis de Lingüística*, 9/2019, 59-90. <https://doi.org/10.1344/AFEL2019.9.3>
- Ramos Pérez, Rosario (2003). *Ephemera. La vida sobre el papel. Colección de la Biblioteca Nacional*. Madrid: Biblioteca Nacional de España.
- Ramos Pérez, Rosario (2014). *Ephemera. La permanencia de lo efímero. Colección de la Biblioteca Nacional de España. Grabado y edición: revista especializada en grabado y ediciones de arte*, 45, 24-35.
- Rodríguez Martín, Nuria (2021). *La publicidad y el nacimiento de la sociedad de consumo. España, 1900-1936*. Madrid: Los Libros de la Catarata.
- Serrano Martínez, Concepción. (2023). Conversación en torno a la historia de la fábrica Tuserca Serrano-Hermanos. Entrevistador: Fernando Tudela Rodríguez. 18 de noviembre de 2023.
- Trenc Ballester, Eliseo (1977). *Les arts gràfiques de l'època modernista a Barcelona*. Barcelona: Gremi d'Indústries Gràfiques de Barcelona i Província.
- Trenc Ballester, Eliseo (2004). El modernismo en las artes gráficas en España, particularmente en Aragón. *Argensola: Revista de Ciencias Sociales del Instituto de Estudios Altoaragoneses*, (114), 63-86.

