

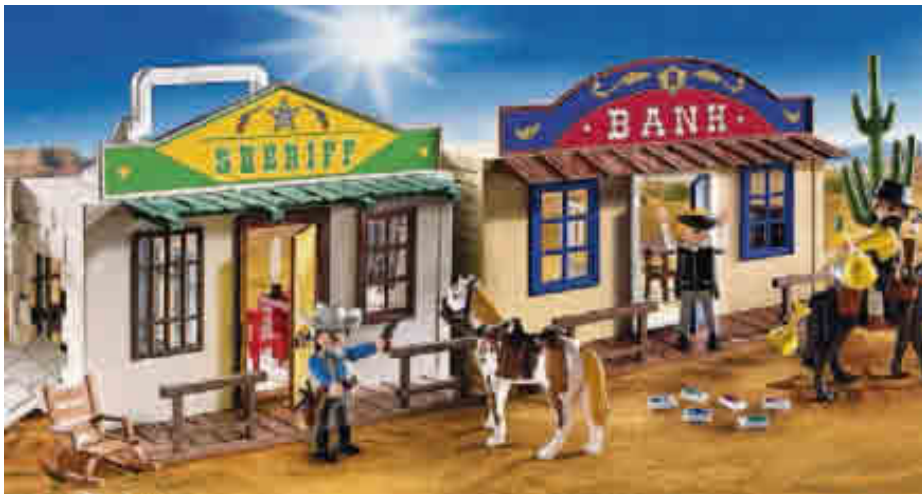
A comezos do pasado xuño a fábrica de xoguetes alemá Geobra Brandstätter daba a coñecer, nun breve comunicado, a morte do seu propietario. Ese apelido e a razón comercial homónima non dirían nada aos máis dos mortais, pero se escribimos o seu produto estrela, os monecos Playmobil, calquera engadiría o de “clicks”.

Corenta anos de fabricación e millóns de pezas vendidas fan evidente que estes monecos transcenderon –e seguen a transcender– cambios xeracionais e a aparición da electrónica aplicada ao mundo do lecer infantil. Hoxe, estas figurinas homoxéneas, de 7,5 centímetros e sete partes articulables, seguen a permitir construír mil e unha historias: desde granxas á Idade Media; desde piratas a educar no respecto ao comportamento viario.

Estes monecos foron froito da primeira crise do petróleo e naceron en aplicación daquela sentenza que sostén que cómpre facer virtude da necesidade. Herdeiro dunha fábrica familiar centenaria, Brandstätter foi consciente ben axiña de que o metal estaba chamado a desaparecer no mundo dos xoguetes e apostou ben axiña polo plástico.

Pero en 1973 a suba do petróleo repercutiu neste derivado. Ante a perspectiva da ruína da fábrica, encargou ao seu deseñador, Hans Beck, un xoguete que empregase a menor cantidade posible de material plástico. Beck propuxo uns vehículos de dimensións máis reducidas, aos que acompañarían unha figuras.

O resultado foron tres prototipos de monecos: un cabaleiro medieval, un indio e un obreiro. Dalgún xeito, eran os perpiños de tres ámbitos: as aventuras, a historia e a realidade cotiá, capaces de xerar historias sen fin nos nenos. Unha vez deseñada unha liña de produción, os complementos era o máis doado. Tal vez para os adultos esas figurinas



Os monecos de Playmobil na memoria xeracional.



Horst Brandstätter (1933-2015).

Imaxinación e virtude

Horst Brandstätter e os Playmobil

JOAQUIM VENTURA

De cara á diversificación dos seus produtos, Geobra Brandstätter ampliou liñas para os máis pequenos, con figurinas non desmontables e evitando pezas pequenas e angulosas que podían resultar perigosas. Tamén fixo monecos de nenos e adultos de máis idade e feminizou as de mulleres dando volume aos peitos e ampliando a minisaia á saia longa. Sen esquecer, naturalmente, os complementos. E, naturalmente, coa chegada da tecnoloxía electrónica, licenciou videoxogos baseados nos seus produtos.

Mostra da filosofía do seu fabri-

cante é que, nos primeiros anos, as figurinas non levaban armas. Ao longo de corenta anos foron moitas as posibilidades de formar conxuntos e dioramas, desde recreacións histó-

Mil e unha figuras

ricas a ambientes como poboados do Oeste, os clásicos piratas, portos e bombeiros ou incluso manifestacións independentistas ou nace-

mentos de Nadal. Unha maneira máis de aprender historia. Hai empresas que ilustran dioramas publicitarios con estes monecos.

En España hai dúas asociacións de afeccionados aos monecos de Playmobil, Aescliks e Somoscliks. A primeira coorganizou a exposición celebrada en 2010 en Barbastro que acadou o récord Guinness con 68.808 figurinas. A segunda, con moita presenza en Cataluña, organiza diversas feiras, entre elas Clickania, na localidade de Montblanc, que xa leva sete edicións

Son corenta anos de fabricación e millóns de pezas vendidas

non digan moito, como sucede con outros xoguetes, moitas veces de colección (trens, coches de carreiras, monecas, casiñas). Agás que saibamos recuperar o neno que levamos dentro cos nosos fillos, sobriños ou netos e sexamos capaces,

con eles e como eles, de inventar situacións e historias.

Non imos entrar na dimensión empresarial de Brandstätter, pero abonde con dicir que desde aquela todo lle foron éxitos e que chegou a dar traballo a 4.200 persoas. E o seu propietario definiu que o segredo de tal éxito estivo en deixar espazo á imaxinación dos clientes, os nenos, que é infinita. E inesgotable, cabería dicir, xeración tras xeración. A iso conviría engadir que, sendo como é un produto de alto valor engadido, os propietarios nunca pensaron en deslocalizar a fabricación. Coma moito, concederon franquicias en diversos países, entre eles España e Portugal, onde foron comercializados como Famobil pola coñecida empresa valenciana Famosa. Evidentemente, houbo imitacións e copias, sempre de menor calidade e prestacións, como as húngaras de Schenk –prohibidas desde 1995, tras a caída do sistema socialista en Hungría– ou algunhas chinesas.

Pero aínda hai máis segredos para explicar o seu éxito. Canto ao deseño, Beck observou como debuxaban os nenos e así simplificou as liñas con simples toques de tinta para debuxar as faccións. E engadiu outra circunstancia: o seu tamaño permite que os nenos leven unha figurina –como se se tratase dunha mascota ou dun amuleto– en cadanseu peto. Canto á funcionalidade, os monecos conservan moi ben o equilibrio e as súas maniñas, en forma de U, resultan pinzas infalibles para soste todo tipo de ferramentas, desde unha lanza a instrumentos médicos.

Con todo, Horst Brandstätter quixo que as figurinas tivesen longa vida, á marxe dos intereses comerciais e financeiros, e deixou establecido que á súa morte, unha fundación benéfica pasaría a xestionar o capital e o control da empresa.