

JUGANDO DE LOCAL

Los juguetes importados seguirán siendo caros el próximo domingo, pero el entusiasmo de la infancia parece regresar a muchos padres con el rescate de viejas glorias de la renacida industria del juguete argentino. POR RICARDO MOSSO

Los Dimare, fabricantes de Rasti.



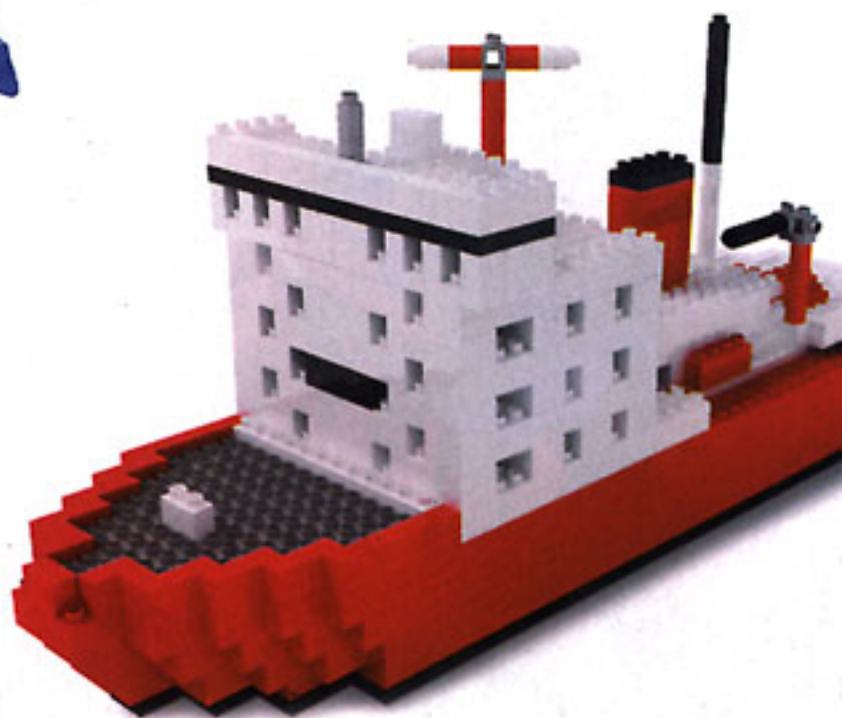
Mirándolos desde hoy, da la impresión de que los chicos de los 70 y los 80 tenían deseos bastante comunes: la pelota número cinco, la muñeca, el juego de cocina o —en el colmo de felicidad— el Excalectric. Las marcas emblemáticas eran muchas: las muñecas Rayito de Sol (ya no se fabrican) y Yoly Bell, los bloquecitos de Mis Ladrillos, el Segelín y El Cerebro Mágico, los autitos Buby y las cartas de Tope y Quartet... Pero los tiempos cambiaron, muchos de aquellos jovencitos son a su vez padres y el Día del Niño los somete a más costos (y más dificultades para elegir) que a sus propios padres. Ocurre que la oferta es enorme y va desde las decenas de accesorios para la famosa muñequita rubia y pechugona hasta las consolas de video juegos que parecen de ciencia-ficción, pasando por los celulares “diseñados para chicos”.

Pero hay otra cosa que cambió con respecto a los 90: como los mejores chiches importados son muy caros, la industria juguetera local está viviendo una suerte de “renacimiento” de marcas adoradas por muchos actuales cuarentones, como Rasti —se relanzó en junio, después de treinta y dos años de ausencia— y Duravit. Según el presidente de la Cámara Argentina de la Industria del Juguete, Norberto García, el sector vive un momento histórico: “Teníamos el 10 por ciento del mercado durante la convertibilidad, y hoy orillamos el 40 por ciento”.

En los 90, de 330 fábricas de juguetes nacionales sólo quedaron 40. Ahora, vuelven a competir.

La pantalla del deseo infantil

Los juguetes que los chicos de hoy les piden a sus padres no sólo son un reflejo de lo que ofrece China y su tecnología moderna. Hace años que los canales de cable con dibujitos transmiten las 24 horas, con publicidad de chiches incluida. Y muchos padres ven con preocupación ese uso del tiempo libre: “En los grupos que estudiamos para Rasti apareció el problema que los papás de hoy tienen en relación con la pantalla”, explica el licenciado Osvaldo Gagliardo, titular de la consultora de marketing Mayéutica Research & Consulting. “Se dan cuenta de que, aunque los chicos están protegidos de la violencia externa, a través de la tevé se nutren de una violencia distinta, pero nociva para sus hábitos y actitudes, incluso para la sexualidad misma. Y aparte los ven muy pasivos.”



Para el dirigente empresario, no se trata de "ningún misterio: hay una política económica que apunta a reindustrializar el país. En los años 90—de 330 fábricas de juguetes, quedamos apenas 40—, sólo los negocios tipo 'Todo por 2 pesos' nos mantuvieron andando".

Lo cierto es que no sólo el dólar alto explica la vuelta a los anaqueles de juguetes que fueron súper conocidos: "El estudio de mercado que encargamos mostró que había que respetar ciertos aspectos de la imagen clásica de los Rasti—revela Daniel Dimare, hijo de Antonio Dimare, veterano empresario juguetero que es actual titular de la marca de los ladrillitos, que fabricó la firma Knittax entre 1960 y 1975—, porque si no, los padres sentirían que se los cambiaban demasiado". Dimare junior revela un detalle del desarrollo de la colección actual, que durante un año trabajó en secreto el estudio de diseño industrial que contrataron: "Casi todos los diseñadores, de chicos habían jugado con el producto, y no podían creer que ahora estaban haciendo el nuevo Rasti".

RECUERDO VIVO

El consultor Osvaldo Gagliardo puntualiza cómo se nombraba la marca en los grupos de grandes y chicos de ambos sexos que investigaron en Buenos Aires y Rosario: "No arrancábamos con un tema

en particular, pero siempre alguien traía el tema Rasti, no había que inducirlo. En su momento, los ladrillitos eran más del gusto masculino, porque implicaba industrialidad—agrega Gagliardo—, pero ahora las nenas es como que piden pista, e incorporan más los aviones y los puentes que los castillos. Es que la mujer abarca una cuestión que está fuera de la casa". En Dimare son cautelosos al pronosticar el resultado de la inversión de 2,5 millones de pesos que realizaron, aunque creen que superarán "en un 60 por ciento" su previsión de vender este año unas 45 mil cajas de ladrillitos. Los precios arrancan en los 70 pesos para la caja de 150 piezas.

Otra que volvió—aunque nunca cerró— fue Duravit, la célebre marca de autitos y camiones (antes eran de goma dura, ahora de plástico) que largó allá por 1945 y en estos días se muda a una planta el doble de grande, según dice Alejandro Machiavello, uno de los dueños. "Somos la única fábrica de juguetes argentina que expone en la feria de Nüremberg, Alemania. Acá, para este rubro, hay un potencial realmente grande; hasta en Europa del Este están interesados en nuestros diseños", se entusiasma Machiavello, que a la vez se lamenta de

la ciclotimia de la economía argentina. "La gente aprecia la renovación, aunque funcionan bien productos que lanzamos hace ya siete años—detalla el empresario—, como el camión volcador gigante." Cuando a Machiavello se le pregunta si volverían a hacer los famosos autos y camiones de goma vulcanizada, explica que no, porque en la época de los militares decidieron "vender la matricería original como chatarra para pagar las quincenas. Eso sí, a las modas les tenemos muchísimo respeto—agrega—: los autitos de la película Cars, por ejemplo, duraron apenas seis meses, y después entraron en declinación."

Muchos se acordarán de la marca Top Toys: los actuales dueños de la licencia local, la firma familiar Errekaese, lanzaron con la marca Signos una versión con electrónica mejorada (utiliza sólo dos pilas tipo AA) del famoso Simon, el juguete con forma de plato volador que propone repetir una secuencia de sonidos cada vez más larga. "Quienes jugaban con el Simon ahora son padres y tienen un recuerdo excelente del producto", interpreta Darío Mondrik, uno de sus titulares.

Desde luego los más pequeños tienen una envidiable capacidad para jugar y divertirse con cualquier cosa, pero por estos días es posible que vuelvan a hacerlo con la industria argentina. ♦♦

Canasta de frutas y camión remolcador
Duravit

Signos 2.0, como el Simon de los 70
Top Toys

Réplica del rompehielos Almirante Irizar
Rasti