



MONTBLANC MEISTERSTÜCK SOLITAIRE
SILVER FIBRE GUILLOCHE FOUNTAIN PEN

Montblanc, la de James Bond

Digna de figurar en el Guinness y hasta en el Museo de Arte de New York, presente cuando hay que poner la firma en momentos significativos de la vida personal o en importantes acuerdos entre hombres de Estado, Montblanc, más que una marca, es sinónimo de lapicera. Su fama está bien ganada: desde el principio sus fabricantes apuntaron a la belleza y a la perfección. Aquí la trayectoria de una pluma que sigue volando muy alto.



MONTBLANC ESTILOGRAFICA STARWALKER COOL BLUE

MONTBLANC ETOILE RESINA

Las nuevas plumas Montblanc

Como toda leyenda, los orígenes de Montblanc parecen situarse en un lugar y un tiempo imprecisos. A ello contribuye el hecho de que sus archivos hayan desaparecido en el año 1944, tras un bombardeo durante la guerra. Se sabe, sin embargo, que en el año 1906 un papelerero de Hamburgo, junto con un banquero y un ingeniero, decidieron dedicarse a la elaboración de plumas. Al cabo de un año, los tres socios incorporan a un nuevo accionista, C. J. Voss, y fundan, en la ciudad citada, la Simple Filler Pen Company, con la idea de elaborar plumas con su propia reserva de tinta, fáciles de utili-

La Meisterstück, sigue produciéndose en pluma, bolígrafo, roller y portaminas. A ella se agregan hoy la serie Bohème, con piedra azul y también con piedra negra, marrón y roja y la Starwalker, compuesta por las familias, Rubber, Resin, Doue y Cool Blue.

También surgieron ediciones especiales inspiradas en grandes divas, como la dedicada a Greta Garbo, con cuerpo negro, capuchón color crema y una perla de Akoya en el clip. La última de estas ediciones tiene como motivo a Marlene Dietrich.

La línea más reciente se denomina Etoile, con un cuerpo de perfil sensual y un diamante talla Montblanc que flota en la bóveda transparente de su capuchón.

zar y de la más alta calidad: adiós tinteros, manchas de tinta y dedos teñidos. Al cabo de un corto tiempo, esta sociedad es adquirida por C. J. Voss y dos nuevos socios, C. W. Lausen y W. Dziambor, considerados los tres como los auténticos fundadores de Montblanc, si bien sus primeros productos aún no tenían ese nombre. El que eligieron entonces, tenía relación con la moda de aquellos años: buscando atraer a una clientela distinguida, y dado que Francia representaba la cumbre de la exquisitez, nombraron las plumas "Rojo y negro", en alusión a la obra de Stendhal. Por cierto, tales eran sus colores: negro para

su cuerpo de ebonita y rojo para la extremidad de su capucha.

Muy pronto la nueva pluma, técnicamente perfecta, cuya publicidad proclamaba que no producía manchas, cobró un gran éxito y adquirió el simpático sobrenombre de "Caperucita Roja". Pero tal apelativo no resultaba tan gracioso a los socios de la firma, que lo consideraban innoble en relación a la excelencia de su producto. Por ese motivo decidieron cambiar el color rojo del capuchón por el blanco.

Pero aún distaba de tener el aspecto presente, y es en ese momento cuando una ocurrencia fortuita cambia la historia. Según se cuenta, fue durante una partida de cartas que surgió tanto su forma como su actual nombre: la pluma iba de mano en mano entre los participantes, mientras se les preguntaba su opinión. Entremedio del humo de los cigarrillos, alguien dijo: "¿Por qué no denominarla Montblanc? Al fin y al cabo, su cuerpo es tan negro como el de la montaña, tiene también su cumbre blanca y es la más grande entre sus pares". El comentario fue tan acertado que, a partir de ese instante, la empresa pasó a denominarse así.

En 1913, el característico e inconfundible logo con seis puntas, que representa los seis valles nevados de la cumbre, se convierte en marca registrada y, un año más tarde, reemplaza al círculo blanco en todos los capuchones.

Meisterstück, una obra maestra

En aquellos comienzos de siglo, tanto en Alemania como en el resto del mundo, muchos fabricantes se lanzaban a producir plumas de calidad. Los emprendedores socios de la manufactura Montblanc decidieron dar otro paso creando una pluma tan perfecta que se destacara de las demás. Es así como, en 1924, nació la pluma Meisterstück, en alemán obra maestra, de nobles materiales y producto de una elaboración artesanal, elaborada por artífices que depositaban en su labor años de estudio y de oficio.

El éxito no solamente es internacional, sino de tal magnitud que la pluma se convierte en la más célebre del mundo, imponiéndose como el verdadero símbolo de la escritura y encarnando una belleza perfecta e intemporal.

Los primeros ejemplares eran *safeties* y con-



Curiosidades de Montblanc

* Elevada al rango de objeto de arte, la Meisterstück ganó su lugar en la colección permanente del Museo de Arte de New York.

* En 1974, Roger Moore, alias James Bond, utiliza una 149 de oro en "The Man With The Golden Gun" para matar al malvado que interpreta Christopher Lee.

* El lujo supremo fue alcanzado por la «Meisterstück Solitaire Royal» con 4.810 diamantes individualmente esculpidos en 35 facetas, cuyo valor se aproxima a los 125.000 dólares.

* Si bien algunas operaciones mecánicas de la producción han sido automatizadas con el tiempo, la realización de toda estilográfica Montblanc es debida a más de cien operaciones manuales. Las tradicionales técnicas permanecen tal como las concibieron los fundadores de la firma: se comienza por estirar la cinta de oro que sirve de materia prima, con el propósito de afinar el extremo de la futura pluma. Luego, el artesano recorta su forma con un sacabocados. Y, con una punta de Iridium, hace un corte de poco más de un centímetro. Se crea así la ranura que permitirá un ínfimo deslizamiento de la tinta cuando las dos puntas se aparten al contacto con el papel.

* En los talleres donde se confeccionan las plumas, no debe oírse ningún sonido, salvo el de la pluma Montblanc sobre el papel cuando es probada a mano. Así los artesanos saben cuándo el sonido del plumín denota su perfección.

* El troquelado, el soldado, pulido, el cortado y el revestimiento con platino son llevados a cabo en diversas etapas y cada una es controlada por los expertos con ojos y oídos muy atentos.

* En los pasillos de la manufactura se ve una serie de retratos de Jefes de Estado del siglo XX en el instante de firmar un tratado con la ayuda de una Montblanc.

* Entre otros, han utilizado plumas Montblanc: Colette para escribir su serie de Claudine, Romain Gary, Kennedy y Adenauer (es famosa la escena de 1963 en que uno de ellos ofrece al otro su pluma Meisterstück), Juan Pablo II y Nicolás Sarkozy.

feccionados en ebonita negra, con una gran pluma de oro entrante. Había tres modelos con los números 25, 35 y 45, respectivamente, que indicaban su precio en marcos. Con tal acabada pieza, el crecimiento de la firma se acelera, a tal punto que desde finales de los años 1920, Montblanc está presente en más de sesenta países, generando campañas publicitarias sensacionales, como estilográficas gigantes sobre los techos de automóviles o aviones con el logo.

En el espacio de pocos años, se producen novedades significativas. En 1928 se introduce como material el celuloide, dando lugar al color en las estilográficas. En 1930 aparece otro elemento característico que permanece hasta nuestros días: la cifra 4810, que es la altura del Mont Blanc, se graba en todas las plumas de oro, indicando la alta calidad del producto.

En 1934, inspirándose en el Art Déco, se modifica el diseño de la estilográfica, dando forma al modelo que conocemos en la actualidad. Ya para esa época, una pluma Montblanc era símbolo de opulencia.

En 1935 la firma acentúa el valor de sus estilográficas proponiendo para ellas

garantías de por vida: prueba de una calidad irreprochable.

Faltaba aún un último detalle para darle a la estilográfica un toque definitivo: luego de haberse utilizado el sistema *safety* (de pluma entrante y carga a cuentagotas) y el *lever-filler* (ideado por Sheaffer), en 1938 Montblanc finalmente adopta el sistema de carga a pistón telescópico.

Rumbo hacia el mito

Durante la guerra, la fábrica y los archivos de la empresa quedan destruidos. Pero fiel a la perseverancia y al brío que la caracteriza, en 1946 ya está reconstruida para seguir produciendo nuevas series de plumas. Así, en 1948, surge una nueva serie de Meisterstück, la 140, cuyas plumas llevan los números 142, 144 y 146. El camino ya está preparado para la estilográfica que se convertiría en un verdadero mito: como hijo esplendoroso, en 1952 surge la Meisterstück 149 y de inmediato obtiene tal éxito que, en 1959, todos los demás modelos de la manufactura son dejados de lado.

El cuerpo de la estilográfica, de estilo intemporal, se confecciona ahora con

resina termoplástica moldeada y la pluma con un nuevo método de moldeado por inyección.

Con cargador a émbolo, tiene un plumín artesanal de oro de 18 quilates con incrustaciones de platino, tres anillos plaqué oro y clip plaqué oro.

Ha nacido un clásico, una leyenda, el arquetipo de estilográfica, un objeto de adoración. En el año 1992, una Meisterstück tapizada de 4810 diamantes es inscrita en el Guinness de los récords como la lapicera más cara del mundo.

Las series especiales

Un capítulo aparte merecen las series especiales que Montblanc comenzó a producir para celebrar el nacimiento de su estilográfica emblemática. Algunas de ellas apenas cuentan con setenta y cinco ejemplares para todo el mundo.

En 1992 surgen dos series en homenaje a mecenas, "Patron of the Art" (4.810 ejemplares) y escritores célebres, "Writers Edition", tanto como la "Annual Edition" y diversas ediciones aniversario de producción limitada y piezas conmemorativas.



MONTBLANC MARLENE DIETRICH 1901