

Editores / Editors

Jetro de Château

Mark Favreau

Equipo de HispaBrick Magazine / Staff

Mark Favreau

Rafa Muriel

Oton Ribić

Nuestro agradecimiento a / Thanks to

LEGO® System A/S

Colaboración / Collaboration

Colaborar con HispaBrick Magazine®

es muy fácil, solo envía un correo electrónico con tus ideas a info@hispabrickmagazine.com y te ayudaremos a “construir” tu artículo. Si tu idioma nativo no es el español o el inglés, no te preocupes, encontraremos una solución. Collaborating with HispaBrick Magazine® is very easy, just send an email with your ideas to info@hispabrickmagazine.com and we will help you to “build” your article. If your native language is not Spanish or English, don't worry, we will find a solution.

Créditos de imágenes / Image credits

© 1-10, 16-33, 39-40: Mark Favreau. 12-15 LEGO, 34: Stefano Debreri, 36-38 Oton Ribić

Puedes contactarnos / Contact us at

info@hispabrickmagazine.com

Información legal / Legal information

Los artículos, imágenes y marcas comerciales de esta publicación son propiedad de sus respectivos autores y pueden estar protegidos por derechos de autor. Esta publicación puede distribuirse libremente sin modificaciones. Si desea utilizar todo o parte del contenido de esta revista, comuníquese con nosotros para obtener los permisos correspondientes. LEGO y el logotipo de LEGO son marcas comerciales registradas de The LEGO Group, copyright 2026, que no patrocina, autoriza ni respalda esta publicación de ninguna manera. • The articles, images, and trademarks in this publication are property of their respective authors and may be protected by copyright. This publication may be freely distributed without alteration. If you would like to use all or part of the content of this magazine, please contact us for appropriate permissions. LEGO and the LEGO logo are registered trademarks of The LEGO Group, copyright 2026, which does not sponsor, authorize, or endorse this publication in any manner.

EN ESTE NÚMERO

- 4 Blanqueamiento de bricks amarilleados
- 6 Hojas de stickers del shuttlepod
- 12 Preservar el legado de Mindstorms
- 16 Adivina el prompt
- 22 Primer plano de un clon
- 34 Tarjetas de visitas LEGO
- 36 Flashback: 8891 Technic Idea Book
- 39 Respuestas a «Adivina el prompt»

EDITORIAL

Por Mark Favreau

¿Qué se suele decir sobre el cambio? Que cambiar es bueno, que cambiar es malo, que uno puede cambiar de bando, cambiar de planes, cambiar de canal o probar, para variar, un cambio de ritmo.

Aunque el leopardo no puede cambiar sus manchas y no conviene cambiar de caballo a mitad del río, recibir nueva información sí puede hacer que uno cambie de tono o incluso de expresión.

Si estás cansado de tu situación actual, quizá quieras cambiar las cosas, cambiar de aires o intentar cambiar de vida. Ya se sabe: lo único constante en la vida es el cambio. Y cuanto más cambian las cosas, más siguen igual.

También está el otro cambio, el que llevamos en el bolsillo. Puedes tener unas monedas sueltas, un montón de calderilla o apenas cuatro perras. Y nunca he entendido muy bien lo de llamar «cambio» a lo que te devuelven. Si haces una compra, esperas que te den el cambio exacto, y nadie te entrega de más a propósito. Aunque, si te sientes generoso, siempre puedes decirle al comerciante que se quede con el cambio.

Sin duda ya habréis notado el cambio de logotipo. Este es el quinto; el cuarto estaba perfectamente bien hasta que llegó un cambio de régimen.

Lo que nos encontramos fue un cambio radical y confiábamos en que hubiera un cambio de actitud. Conseguir que alguien cambiara de opinión resultó imposible. Es lo que puede pasar cuando el poder cambia de manos.

Recibimos un mensaje en el LAN. El mensaje decía que tendríamos que cambiar nuestro logotipo por alguna otra cosa que no se pareciera a nada en particular.

Citamos el mensaje: *El diseño del libro rojo —con la tipografía actual, el contorno negro y amarillo y el texto blanco en el centro— se parece mucho al logotipo de LEGO, y por eso debemos abordarlo. La identidad visual de LEGO, incluidos su logotipo, tipografía, paleta de colores y composición, está protegida por las leyes de propiedad intelectual y marcas registradas. Reproducir estos elementos con demasiada similitud podría dar involuntariamente la impresión de que la comunidad está oficialmente respaldada, autorizada u operada por LEGO Group. Aunque usted es Brand Ambassador en el LAN, su comunidad es una entidad independiente y, por tanto, necesita una imagen de marca y una identidad propias. . . (¡Es precisamente esa individualidad lo que nos encanta ver en nuestros creadores!)*

Este enfoque evita complicaciones legales, preserva la autenticidad de las iniciativas impulsadas por aficionados y permite a la comunidad expresar su creatividad sin riesgo de confusión con las comunicaciones oficiales de LEGO.

Internamente nos preguntamos por qué el aviso

que aparece al pie de cada página del sitio web no era suficiente para dejar claro que no somos LEGO Group. También cabría pensar que la comunidad HBM está oficialmente respaldada y autorizada si llevamos 18 años siendo RLFM y nadie había planteado objeciones al logotipo durante los últimos tres años y medio. Sonaba bastante a que les estaban echando el muerto a los abogados.

Pedimos las directrices oficiales y actuales, por escrito, sobre la imagen de marca de los medios de aficionados. No nos facilitaron ninguna. Volvimos a pedir las. Silencio otra vez. Encontramos las directrices escritas que estaban vigentes cuando se creó el logotipo del libro y se las enviamos a los LANisters. No conseguimos encontrar en el documento nada de lo que nos estaban señalando. Insistimos unas cuantas veces más para que nos dieran unas directrices actualizadas y, en la práctica, nos topamos con un muro. Y junto con nuestra falta de cumplimiento inmediato de unas reglas no escritas llegó la amenaza de expulsarnos del programa.

No se gana nada enemistándose con los LANisters, pero hay que reconocer que a los afiliados nos resulta un poco difícil expresar nuestra individualidad cuando se nos exige limitar nuestra creatividad a unos parámetros que ellos se niegan a definir. Pedimos un documento concreto al que ambas partes pudiéramos remitirnos para llegar a un acuerdo sobre qué era aceptable y qué no.

Sí. Ni hablar.

Entonces llegó esto desde el LAN:

El logotipo de LEGO es una marca registrada, e incluso la fuente utilizada está registrada, aunque cueste creerlo. Por favor, cambien los colores y la fuente y compartan aquí el nuevo logotipo 🤔

Tienes razón, estas directrices no están publicadas aquí en el LAN. Normalmente mantenemos estas conversaciones sobre logotipos con una comunidad antes de que se incorpore al programa; sin embargo, como quizá sepas, estamos creando una nueva plataforma y me aseguraré de que estas reglas se añadan allí.

Vale. Las directrices no están publicadas, así que primero cambiamos el logotipo —que puede que a los LANisters les parezca aceptable o puede que no—, una vez que demos con uno que sí les parezca aceptable, entonces se publicarán las especificaciones y directrices. Algún día. Seguro.

Eso, dicho en román paladino, es tomarnos por idiotas. Cuando HBM entró en el programa, el LAN ni siquiera existía. HBM tenía un logotipo que incluía una minifig completa con un megáfono. Años después se nos pidió cambiarlo, y así lo hicimos: pasamos a una cabeza de minifig sobre unos hombros genéricos dentro de un círculo. Varios años más tarde, unas nuevas directrices prohibieron utilizar cualquier elemento de minifig, así que sustituimos la cabeza por un brick redondo. Todo

EL EQUIPO DEL LAN CREE QUE VUESTRO LOGO SE PARECE DEMASIADO AL DE LEGO. DICEN QUE, PARA EVITAR POSIBLES PROBLEMAS CON LOS ABOGADOS, HABRÁ QUE CAMBIARLO.



¿ESE LOGO SE APROBÓ HACE TRES AÑOS Y MEDIO Y AHORA ES UN PROBLEMA?



TAL COMO ESTÁ, EL LOGO TENDRÁ QUE CAMBIARSE. ESPERO QUE NO SUPONGA MUCHO PROBLEMA.

PERDONA... ¿A QUIÉN NO LE GUSTA? ¿AL EQUIPO DEL LAN O A LOS ABOGADOS?



¡EH, MIRAD! ACABA DE LLEGAR ESTO DE LA OFICINA DE IRVINE.



¡ENCAJA PERFECTO!

AHORA TODO ENCAJA.



esto ocurrió mientras ya estábamos dentro de la plataforma y mientras muchas otras comunidades también cambiaban sus logotipos a raíz de esas nuevas directrices. Directrices que estaban publicadas y se compartían.

Después, el miembro que había creado el segundo y el tercer logotipo dejó el grupo y nos pidió que retiráramos ese diseño. Y entonces llegó el logotipo del libro rojo... al que en aquel momento desde el LAN nadie le buscó tres pies al gato.

Solo para poner nuestra petición de cambio de logotipo en contexto —y porque soy incapaz de dejar pasar estas cosas— revisé 67 sitios web de aficionados relacionados con LEGO. Esto es lo que encontré al comparar sus logotipos y esquemas de color con esa lista de infracciones basada en reglas no escritas:

- Seis utilizan la palabra «lego» en el nombre del sitio o en la URL.
- Siete utilizan un logotipo negro y amarillo, o negro, amarillo y blanco.

- Uno agotó el tiempo de espera.
- Tres no eran accesibles; no se encontraba el servidor.
- Dos parecían estar sufriendo algún tipo de problema con el servidor y no mostraban imágenes allí donde cabría esperar encontrarlas... salvo los anuncios.
- Cuatro utilizan tipografía contorneada; uno utiliza directamente un tratamiento tipográfico al estilo LEGO.
- Cuatro utilizan esquemas de color amarillo-negro o rojo-blanco-amarillo-negro.
- Diez utilizaban únicamente texto, sin logotipo; los sitios de Blogspot y WordPress tendían a emplear plantillas básicas (¡esa individualidad que tanto les encanta ver a los LANisters en sus creadores!).
- Cuatro utilizan logotipos negro-blanco-rojo o rojo-blanco.
- Cinco utilizan fotografías reales de elementos LEGO o minifigs.
- Uno utiliza descaradamente los colores, el logotipo

y los elementos de propiedad intelectual de una temática de LEGO.

- Doce utilizan algún tipo de ilustración de un brick.
- Dos utilizan minifigs de estilo cartoon.

Eso viene a ser unos 27 de 67 con posibles problemas. Estos resultados sugieren que las reglas no escritas no se están aplicando de manera uniforme en todo el ámbito de los medios afiliados.

Alguien dijo una vez que nunca hay que discutir con necios, porque te arrastran a su nivel y allí te ganan por experiencia.

Cambiamos el logotipo.

¿Creemos que nos señalaron a nosotros expresamente? No. ¿Creemos que nos trataron de forma justa y con respeto? No.

Esperamos que las directrices del LAN cambien a mejor, que algún día haya directrices de verdad y que... con un poco de tacto... los cambios se hagan en colaboración con los afiliados y dentro de unos criterios coherentes que se apliquen a todos por igual.