

El plagio en el diseño y sus matices

By André Ricard

Todo diseño reconoce antecedentes, todo lo nuevo se basa en experiencias anteriores, y en ese proceso, inevitable y legítimo, también hay lugar para la mala fe.

Me parece una buena costumbre consultar el diccionario para verificar el significado de ciertas palabras, incluso de las que empleamos de un modo corriente. Descubro, a menudo, que no las usamos siempre en su más correcto sentido. Plagiar, por ejemplo, significa «copiar en lo sustancial obras ajenas, dándolas como propias». Verbo que proviene del latín *plagiare* que significa «utilizar un siervo ajeno como si fuera propio». Me ha parecido curiosa esa referencia a «lo sustancial». Es un matiz que incita a la reflexión sobre lo que, habitualmente, entendemos como plagios. Pues ¿qué es lo sustancial en una obra creativa?, ¿sus cualidades formales?, ¿el concepto en que se ampara?, ¿las emociones que suscita? Si así fuera, el plagio llegaría a ser inevitable en cualquier creación, pues es difícil que algo surja de la nada y siempre existirá algo previo a relacionar con lo nuevo.

En efecto, si como parece ser, las obras humanas siguen un proceso evolutivo paralelo al de las especies vivas, todo lo que el Hombre ha ido creando a lo largo de su historia se inició con esos guijarros desportillados de la prehistoria. De allí partió el proceso evolutivo que, a lo largo de los siglos y a base de pequeñas mejoras que aporta a lo existente, nos ha llevado al inmenso bagaje de objetos y cosas de que disponemos hoy. Así, toda creación tiene un precedente del que se diferencia más o menos pero del que recibe siempre un legado, que es como el «testigo» de esa carrera de relevos que viene a ser la evolución de las cosas que el Hombre crea. Quiero señalar que aun cuando lo expuesto pudiera aplicarse también a otras áreas creativas, estas consideraciones se refieren esencialmente a la creatividad en el ámbito de los objetos útiles. De todo lo dicho podría deducirse que el plagio es legítimo como práctica creativa, pero no es así. Sin embargo me parecía necesario remarcar el hecho de que cualquier fenómeno creativo encierra forzosamente en sí mismo una referencia a algo anterior. Una referencia que es como la espora que necesitamos para fecundar nuestra imaginación pero que hemos de lograr transfigurar en algo distinto, para que el acto pueda ser calificado como creativo. Y es en esta capacidad de «transfiguración» que reside la diferencia entre un gesto auténticamente creativo y el mero plagio.

La relación entre lo nuevo y sus antecedentes

En efecto, si es cierto que lo nuevo le debe siempre algo a lo que ya existía, el nivel de relación entre ambos puede ser de muy distinto calibre según el grado de analogía que mantengan, grados que pueden ir de la simple sugerencia a la burda copia. Pueden así distinguirse varios

niveles de menor a mayor grado de similitud.

En el nivel más alto y más noble de esta escala situaría la capacidad de inspirar que tienen ciertas ideas y cosas ya creadas que ejercen un fuerte estímulo para nuestra propia creatividad. Estas generan una incitación creativa que nos impulsa, no ya a copiarlas, sino a superarlas. En cierto modo, esa inspiración nos embriaga y nos lleva a sentirnos dioses capaces de rebasar los límites de lo conocido y descubrir nuevos horizontes. Y es que el acto creativo puro tiene siempre la arrogancia de un acto de soberbia.

En un nivel menor situaría la recuperación para un nuevo diseño de una solución funcional de demostrada fiabilidad creada por otro. Hay así ideas que por su alto nivel de acierto pasan a ser patrimonio colectivo. Pueden entonces reutilizarse, sin reparos, donde sean necesarias. Peor sería que, para eludir tal adopción, se desarrollara un sistema nuevo pero de menor calidad funcional. Este acto de adopción que incorpora ciertos dispositivos ajenos en una obra personal resulta un saludable acto de humildad que en nada ha de desmerecer la calidad y originalidad de conjunto de una nueva obra.

También situaría al nivel de lo permisible la copia sublimada que se halla, de hecho, a medio camino entre la creación y el plagio, pues perfecciona lo que imita hasta el extremo que en algunos casos vemos que ciertas «copias» superan a la obra original. Quien osa así retomar una obra ajena se siente totalmente identificado, de un modo activo con el autor original con quien, en cierto modo, colabora «a distancia» para elevar la idea inicial hacia un nivel de mayor perfección.

El plagio como manifestación de incapacidad

Hasta aquí quienes se inspiran en mayor o menor grado de una obra ajena siguen siendo creativos en el sentido literal de la palabra, pues aportan ideas propias y se desmarcan, de un modo u otro, de lo que ya existe. En cambio, si analizamos las motivaciones profundas que incitan al plagio veremos que este se produce, a menudo, como consecuencia de la incapacidad creativa de quien lo comete. El plagiador se siente anonadado ante el reto que supondría superar aquello que admira; pues sólo se plagia lo que se admira. El plagio ha de ser entendido como la manifestación de la más sublime admiración. Al plagiar, la veneración es tal que llega hasta el extremo de paralizar la vena creativa del admirador que, irremediamente cautivo de aquello que le atrae, es incapaz de distanciarse del objeto de su pasión que aspira a hacer suyo. El plagio le permite saciar ese incoercible deseo de posesión. Siendo así que, el creativo cuya obra ha sido plagiada, y al margen, claro está, de las implicaciones económicas que ello conlleva, habría de entender el plagio como un privilegio que sólo merecen las obras que destacan.

El plagio como método de producción

Al margen de estas consideraciones motivacionales desde el prisma creativo, existen otras motivaciones que no pueden explicarse desde el prisma íntimo de la psicología creativa, sino más llanamente desde lo que llamaría la pillería comercial. Me refiero al plagio que ciertas industrias ejercen como política de empresa. Se trata entonces de una descarada depredación

en terreno ajeno con fines de lucro, con pocos gastos y sin riesgo alguno. Allí ya no es la admiración la que incita las decisiones, sino el éxito conseguido por un producto competidor y la consecuente envidia que ello genera. Bajamos muchos escalones en la valoración del fenómeno, pues si el plagio al que se presta un creativo, como toda impotencia, nos mueve a cierta compasión o comprensión; aquel que fríamente decide una empresa nos parece, por principio, éticamente inexcusable. Digo «por principio» pues hay que reconocer que, a veces, este acto de piratería puede no ser tan nefasto para el público consumidor si se enjuicia desde una perspectiva social.

Al margen de las implicaciones de índole legal que este tipo de hurto supone, el plagio, la copia de un producto comercial puede resultar perfectamente defendible desde un punto de vista del colectivo. En efecto, los plagios suelen ofrecer productos más económicos y si bien son de una calidad inferior ésta no deja de estar proporcionada a su precio. Cuántos relojes «*made in Hong Kong*» idénticos en todo detalle al de una gran marca se venden por cuatro cuartos y no por ello dejan de dar la hora con exactitud. Estos productos resultan así asequibles a un sector de público más amplio que no puede adquirir el producto original. Un producto que ha de soportar los costes de creación y promoción que supone abrir un mercado del que luego se beneficiarán sin problema quienes le copien.

El plagio como aprendizaje

Otra constatación histórica sería que el plagio ha sido uno de los medios más habituales de aprendizaje de que ha dispuesto el Hombre para adiestrarse. No sólo en las academias de arte los alumnos noveles copian yesos y pinturas originales para aprender de los maestros del pasado. Un método que también sigue el aprendiz de artesano. ¿Quién no recuerda la época en que los productos japoneses tenían fama de ser una copia literal de productos occidentales? Esos plagios siguieron existiendo hasta el momento en que, habiendo aprendido todo lo que podíamos enseñarles, empezaron ellos a mostrarnos lo que sabían hacer por sí mismos, mejorando primero lo existente y abriendo luego paso a nuevas perspectivas. Ahora, en muchas áreas, son ellos los que más innovan y nosotros los que les seguimos.

El plagio no es un aporte

De hecho, la crítica más severa que puede hacerse al plagio es que, repitiendo lo existente, frena el natural proceso evolutivo de las cosas. Quien plagia no aporta una nueva alternativa que venga a completar o suplir lo conocido y de este modo retarda su progreso. Reeditar algo que existe sin aportar variación alguna sólo se justifica cuando no se ve modo de mejorarlo. Y este es precisamente el reto que alienta al creativo: hallar siempre otra solución que superando lo conocido aporte algo al bagaje cultural de su época.

Published on 12/08/2010



ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/el-plagio-en-el-diseno-y-sus-matices>

