Por favor, pirateen mis diseños

Por Aitor Méndez

Introducción a dos conceptos básicos y fundamentales para comprender por qué existimos los diseñadores: «economía de la atención» y «economía en tiempo real».

Me gusta muchísimo comprobar que he sido plagiado o copiado, ver cómo las ideas que crecieron en mi cabeza o arraigaron aquí procedentes de vaya usted a saber dónde, saltarinas y juguetonas, van por ahí colonizando otras mentes. Transformándose, mezclándose o simplemente permaneciendo intactas.

Qué simpático este señor, y qué generoso, dirán ustedes. Sin embargo, confío en que al finalizar esta lectura acaben por ver la realidad incuestionable: ni generoso ni simpático. Sólo otro diseñador con el ego más gordo que un globo, aquejado de una suerte de *jerarquitis* profesional de lo más elitista y, además, preocupado por su negocio como pocos.

Para explicar estos términos tan chocantes debo ponerles en antecedentes con un poquito de perspectiva en dosis moderadas. Espero que no se aburran.

Todo empezó con la adquisición del pensamiento simbólico, pero de ahí a la revolución industrial me lo salto, que no me cabe. Estamos entonces en la era del capitalismo industrial. El comercio se compone fundamentalmente de transacciones con mercancías que pasan de unas manos a otras a cambio de dinerillo. Hay veces que las cosas escasean y su precio aumenta. Es lo que se llama la regulación de precios por la concurrencia del mercado, esto es, por la ley de la oferta y la demanda. Luego, pese a la confianza que el pensamiento liberal mantiene sobre estos argumentos, existen otros factores reguladores que no voy a considerar aquí. Lo que me importa ahora es, precisamente, este modulador que ofrece el capitalismo: el paradigma de la escasez.

Con un poco de tiempo y bastante pensamiento simbólico el capitalismo industrial se fue transformando en cognitivo. La economía de las ideas tiene hoy máxima importancia. Las ideas pueden venderse, alquilarse, regalarse, robarse... Sí, hemos entendido esta economía bajo el prisma de la economía de mercancías, hasta el punto de redactar unas leyes de propiedad intelectual de la misma guisa que las leyes de propiedad corriente y moliente (bocadillos, pijamas, autobuses, etc., ya saben, tangibles). Tratamos igual una idea que un tomate.

¿Y qué? me dirán ustedes ¿Cuál es el problema? Pues bien, hay varios. Uno de ellos es que las ideas no se gastan. Cuéntele a un amigo cómo solucionar un crucigrama. Verá entonces cómo el conocimiento será de ambos y, además, podrá ser transmitido a toda la población mundial sin desgaste aparente.

Las ideas, por tanto, una vez se producen, escapan al paradigma de la escasez. Cuando se difunden son imparables y la regulación de precios se va al traste. ¡Dios, qué va a ser de la economía! No se alarmen. El capitalismo tiene recursos para todo. La economía de mercancías ha dado paso a una economía predominante de bienes inmateriales regulada por las dos cosas que aún pueden escasear en tal situación: la atención y el acceso. Así es como aparece una floreciente economía de la atención y otra de acceso o de tiempo real.

Desde la economía de la atención consideramos que una persona tiene una capacidad limitada para atender. Tanto por sus cualidades cognitivas como por su tiempo disponible. Las empresas que medran en este entorno comercian con la atención. Para ello se utilizan estrategias de todo tipo (por ejemplo, regalar contenido) con el objetivo de atraer el máximo de cuota de atención que luego será rentabilizada por otros cauces.

Desde la economía de acceso o tiempo real se entiende que el acceso a la información, a las ideas y al conocimiento es escaso, por lo tanto comercializable. No obstante, y dada la ilimitada capacidad de propagación sin desgaste de la producción inmaterial, una vez se ha provisto de acceso a un sector de la población, no es de extrañar que la información se difunda sin freno. Por lo tanto, es más fácil vender acceso a información en el mismo momento de su producción, pero no después. El acceso se devalúa con rapidez. De ahí la expresión «economía en tiempo real».

Es interesante ver cómo dos bienes escasos (atención y acceso) dan forma a dos maneras de entender la economía.

En rigor, estas nuevas perspectivas no son tan nuevas y han cohabitado desde siempre con otras economías, aunque el auge de una economía de lo inmaterial las ha potenciado. Por ejemplo, la estrategia publicitaria en televisión asume a menudo que debe crear anuncios atractivos y reservar escasos segundos al final para mostrar los productos. También podemos considerar desde esta perspectiva que el verdadero producto de una revista no son los contenidos, sino los lectores. Lectores que luego son vendidos a los anunciantes, el verdadero cliente. Las noticias, por ejemplo, se inscriben totalmente en la economía en tiempo real.

Los diseñadores gráficos permanecen en parte arraigados en esquemas de pensamiento obsoletos y a menudo paradójicos. Contaré la anécdota del mítico diseñador Ian Anderson, de Designers Republic, en cuyo trabajo vemos apropiacionismo, referencialidad y reinterpretación constante hasta el extremo de incluir logotipos en trabajos de ilustración, a modo de referencia cultural (¡bien hecho!). Tuve la oportunidad de preguntarle sobre este punto en una de sus conferencias y me aclaró, muy amablemente, que le gustaba copiar, pero le molestaba sobremanera ser copiado (adiós Ian).

En general las estrategias obsoletas abundan en la misma dirección: la producción artificial de escasez. El mercado del videoarte, por ejemplo, limita el número de copias de las ediciones a pesar de que la reproducción ilimitada supondría un coste cercano a cero. Y ya en la edición de obra gráfica se destruían las planchas con toda naturalidad para limitar el número de copias de los grabados con el fin de aumentar su precio.

Los diseñadores, inspirados en el mismo modelo de producción, desarrollamos ese insuperable temor al plagio y un apego por las leyes de propiedad intelectual que permiten

imponerse jurídicamente al presunto plagiador. La idea de la escasez del producto está tan fuertemente ligada a la idea de rentabilidad que se ignora lo mejor: Las ideas, en una economía de la atención y de acceso, son más valiosas cuanto más difusión y arraigo tienen en la sociedad.

Hay que entender que la relación entre «aprovecho un sustrato cultural adecuado para difundir mis ideas» y «difundo mis ideas para crear un sustrato cultural adecuado» es recursiva. Así, cuanto más se difunde un sistema de ideas más demanda de este tipo de ideas se genera. Un ejemplo muy claro es el de la industria musical. Un grupo de pop actual es más demandado cuanto más conocido es. Una obviedad palmaria.

Esta breve explicación me da pie a contar lo que ocurre en relación al mercado cuando soy copiado por otro diseñador. Vaya por delante que las soluciones específicas para un problema, digamos un encargo en concreto, no son adaptables en la mayoría de los casos y han de producirse ad hoc, lo que inscribe plenamente la actividad del diseñador en la economía en tiempo real.

Sin entrar en la cuestión del lenguaje gráfico y su copia, que concierne más a la transmisión cultural (y supondría otra larga disgresión), sí admito que hay ocasiones en que el plagio descarado es viable. Pero el modelo económico en tiempo real se auto-regula creando un mercado de ideas originales y otro de ideas de segunda mano. Los diseñadores que aportan novedad son mejor valorados. El mercado de ideas manidas y desgastadas no necesita ideas nuevas (no son rentables en este contexto) y el mercado de ideas nuevas no admite el plagio.

Copien mi trabajo, junto a él se acabará transmitiendo la idea de la auténtica autoría (por lo menos a mi alrededor), porque yo soy el que produce ideas nuevas de forma continua. Su difusión a cargo de otros sólo puede generar expectación sobre lo que yo hago (economía de la atención) y yo cobraré más que mis plagiadores porque produzco novedades (economía en tiempo real). ¿Les había comentado que la cuestión es de ego sobreinflado, elitismo y preocupación por el negocio?

Publicado el 02/06/2008

Los textos de Aitor Méndez se publican bajo licencia Creative Commons CC-by.

FOROALFA
ISSN 1851-5606
https://foroalfa.org/articulos/por-favor-pirateen-mis-disenos