

Ideas y plagios

Por Mario Balcázar

¿Qué hace que una obra sea original? ¿Es posible diseñar sin parecerse a otro?



Ilustración por Alejandra Ojeda

Estaba en el Centro Pompidou viendo una obra de arte que me había cautivado. Se trataba de una pintura en acrílico, de grandes proporciones, esencialmente tipográfica, con una frase —sin sentido para mí, porque no sé en qué idioma estaba escrita—, con cada una de las

letras colocadas dentro de pequeños cuadros, simulando ventanas. Su estética era impecable, la calidad del trazo, la combinación de los colores emulaba una construcción esencialmente de concreto, con los tonos apagados, pero contrastantes entre sí.

El motivo por el que captó mi atención fue el gran parecido a un proyecto en el que estaba trabajando. Fue como haberme trasladado al futuro y ver mi obra terminada —trazos más, trazos menos— en un lienzo muy diferente. Resultó tan frustrante como si me hubieran contado el final de una historia que estaba disfrutando página a página, con el agravante que, una vez revelado el resultado final, no me sería posible llegar al mismo lugar de forma legítima, aunque ya estuviera en ese camino. ¿Qué iba a hacer ahora? Cualquiera que fuera el resultado de mi diseño, me cuestionaba si era un plagio o tomaría un camino que seguramente no me gustaría, creyendo conocer lo que pudo haber sido.

Más de una vez me he topado con proyectos que han resultado parecidos a mis diseños. A la inversa del ejemplo del cuadro en el Pompidou, he visto coincidencias en diseñadores de Japón o Dinamarca que usan la tipografía de la misma forma, la estética y el aprovechamiento del espacio, de modo tal que fácilmente podría proclamar como ideas copiadas bajo alguna forma de espionaje.

Como diseñador gráfico en pleno siglo XXI, el tema del plagio está en mi cabeza constantemente, al grado de tratar de evitar la saturación de ideas al navegar sin control por Internet. Me he vuelto más cauto respecto a lo que veo en Behance, Pinterest y en el buscador de Google. Un cliente que quería el diseño de una marca me comentó que el mío era al segundo estudio al que acudía, luego que el primero no le ofreció una solución aterrizada a sus requerimientos. Le pedí que no me enseñara la propuesta que le habían hecho, que prefería trabajar sobre terreno virgen, así que, aunque hubiera riesgo de llegar a resultados parecidos, me fijé solamente en la información que me daba el cliente. Con ese factor de estrés, el cliente recibió el proyecto tal y como lo esperaba. Sigo sin conocer la propuesta rechazada por el otro despacho, creo que ya no me interesa conocerla.

Hay que acostumbrarse a trabajar con este factor de que las ideas son una bomba de tiempo esperando explotar. Existen casos muy visibles, como la identidad para los Juegos Olímpicos de Tokio 2020, cuyos organizadores tuvieron que dar marcha atrás y diseñar un nuevo símbolo luego de notar el increíble parecido con el del Teatro de Lieja, en Bélgica, aún y con el hecho de que ambos parten de símbolos muy básicos. El Comité Organizador prefirió retroceder de inmediato y descartar la imagen, convocando a un nuevo concurso, apagando el fuego antes que se propagara sin control, especialmente ante el pobre sustento que otorgó Kenjiro Sano, creador de la fallida imagen.

¿Cómo evitar caer en el plagio?

Partamos del hecho que ninguna idea es original. Así como la música se compone con tan solo siete notas y que las posibles tramas de historias difícilmente lleguen a cuarenta, la composición del diseño gráfico difícilmente pueda ofrecer soluciones completamente originales, inexistentes. Cualquier diseño invariablemente se parecerá a otro, o bien, será una combinación de partes parecidas a otros.

Es la voz del diseñador la que difícilmente puede igualarse y aquella que le da el toque o variante de originalidad a un proyecto, desde la manera en que se plantea una solución, se aborda y ejecuta, sin pasar por alto la negociación y el estilo de trabajo. Esto es lo que va dando un toque diferente a cada producto. De la misma forma que un artista recurre al ritmo, instrumentos, letras... para conformar un estilo.

¿Cómo hacer entonces para entender la diferencia que existe entre nutrir nuestra mente, como si se tratara de un banco de imágenes, y usarlas considerándolo un plagio? Es complejo, la línea es delgada, quizá cada quien va encontrando diferentes maneras de resolverlo.

Yo tengo un método que me resulta efectivo. Cuando veo algo que me gusta, evito tomarle una foto, simplemente me quedo desnudándola con la mirada para tratar de entender dónde reside ese elemento provocador que me llama. Procuero, pues, quedarme con la idea esencial y tratar de guardarla en mi mente solamente. Después hay que olvidarla, alejarse de la imagen para eliminar toda la paja que la rodea. Ya después, frente a mi escritorio de trabajo, hago este esfuerzo por aplicar ese elemento disruptor en mi proyecto. A veces funciona y otras tengo que aplicar la máxima: «si no queda bien, no es para tu proyecto, déjalo ir». Pero cuando funciona, mi estilo personal lo moldea al integrarlo a la pieza.

Métodos como este pueden existir muchos, tantos como acercamientos al mismo proyecto desde perspectivas diferentes. Será la originalidad del proceso la que nos ayude a validar una idea, un planteamiento personal, para lograr una metodología efectiva, y, en consecuencia, resultados originales. Esto sin restar la idea central, que es poder diseñar con el aval de un estilo definido que, con el tiempo, estará perfeccionándose conforme vayamos ganando experiencia, lo cual nos ayudará a ser consistentes con nuestros proyectos y los resultados que podemos ofrecer a nuestros clientes.

Publicado el 03/02/2020



ISSN 1851-5606
<https://foroalfa.org/articulos/ideas-y-plagios>

