

Il plagio nel design e le sue sfumature

Da André Ricard

Ogni design riconosce gli antecedenti, tutto ciò che è nuovo si basa su esperienze precedenti e in questo processo, inevitabile e legittimo, c'è anche spazio per la malafede.

Mi sembra una buona abitudine consultare il dizionario per verificare il significato di determinate parole, anche quelle che usiamo in modo comune. Scopro spesso che non le usiamo sempre nel loro senso più corretto. Plagiare, ad esempio, significa “copiare in modo sostanziale opere di altri, facendole proprie”. Verbo che deriva dal latino *plagiare* che significa “colui che di nascosto rapisce gli schiavi altrui”. Ho trovato curioso questo riferimento al “sostanziale”. È una sfumatura che incoraggia la riflessione su ciò che di solito intendiamo come plagio. Bene, qual è la sostanza di un'opera creativa? Le sue qualità formali? Il concetto in cui si basa? Le emozioni che suscita? Se così fosse, il plagio diventerebbe inevitabile in qualsiasi creazione, poiché è difficile che qualcosa emerga dal nulla e ci sarà sempre qualcosa di precedente che si relazionerà con il nuovo.

In effetti, se come sembra, le opere umane seguono un processo evolutivo parallelo a quello delle specie viventi, tutto ciò che l'uomo ha creato nel corso della sua storia è iniziato con quei ciottoli scheggiati della preistoria. Da qui il processo evolutivo che, nel corso dei secoli e basato su piccoli miglioramenti che portano all'esistente, ci ha portato all'immenso bagaglio di oggetti e cose che abbiamo oggi. Pertanto, ogni creazione ha un precedente dal quale differisce più o meno ma dalla quale riceve sempre un'eredità, che è come la testimonianza «testimone» della staffetta che diventa l'evoluzione delle cose che l'Uomo crea. Vorrei sottolineare che se quanto sopra potrebbe essere applicato anche ad altre aree creative, queste considerazioni si riferiscono essenzialmente alla creatività nel campo degli oggetti utili. Da tutto ciò che è stato detto si potrebbe dedurre che il plagio è legittimo come pratica creativa, ma non è così. Tuttavia, mi sembrava necessario sottolineare il fatto che ogni fenomeno creativo contiene necessariamente in sé un riferimento a qualcosa di precedente. Un riferimento che è come la spora di cui abbiamo bisogno per fertilizzare la nostra immaginazione, ma che dobbiamo essere in grado di trasfigurare in qualcosa di diverso, in modo che l'atto possa essere qualificato come creativo. Ed è in questa capacità di “trasfigurazione” che sta la differenza tra un gesto genuinamente creativo e un semplice plagio.

La relazione tra il nuovo e i suoi antecedenti

Infatti, se è vero che il nuovo deve sempre qualcosa a ciò che già esisteva, il livello di relazione tra i due può essere di calibro molto diverso a seconda del grado di analogia che mantengono,

gradi che possono variare dal semplice suggerimento alla grossolana copia. Diversi livelli possono quindi essere distinti dal minimo al massimo grado di somiglianza.

Al livello più alto e nobile di questa scala, metterei la capacità di ispirare che hanno certe idee e cose già create che esercitano un forte stimolo per la nostra creatività. Questi generano un incitamento creativo che ci spinge, non solo a copiarli, ma a superarli. In un certo senso, quell'ispirazione ci inebria e ci porta a sentirci divinità capaci di superare i limiti del conosciuto e scoprire nuovi orizzonti. Ed è che il puro atto creativo ha sempre l'arroganza di un atto di orgoglio.

A un livello inferiore metterei il recupero per un nuovo design di una soluzione funzionale di comprovata affidabilità creata da un altro. Ci sono quindi idee che, grazie al loro alto livello di successo, diventano patrimonio collettivo. Possono quindi essere riutilizzate, senza scrupoli, ove necessario. Sarebbe peggio se, al fine di evitare tale adozione, si sviluppasse un nuovo sistema però di qualità funzionale inferiore. Questo atto di adozione che incorpora determinati dispositivi altrui in un'opera personale è un sano atto di umiltà che non toglie nulla alla qualità e all'originalità di una nuova opera nel suo insieme.

Allo stesso modo posizionerei a livello dell'ammissibile la copia sublimata che si trova, in effetti, a metà strada tra creazione e plagio, perché perfeziona ciò che imita all'estremo che in alcuni casi vediamo che certe «copie» superano l'opera originale. Chiunque osi riprendere un'opera di terzi si sente pienamente identificato, in modo attivo con l'autore originale con il quale, in un certo senso, collabora "a distanza" per elevare l'idea iniziale a un livello di maggiore perfezione.

Il plagio come manifestazione di incapacità

Fino a questo punto, coloro che si ispirano in misura maggiore o minore ad un'opera di terzi sono ancora creativi nel senso letterale della parola, perché contribuiscono con le proprie idee e non sono contrassegnati, in un modo o nell'altro, da ciò che già esiste. D'altra parte, se analizziamo le motivazioni profonde che incitano al plagio, vedremo che ciò si verifica, spesso, a causa dell'incapacità creativa della persona che lo commette. Il plagiario si sente sbalordito dalla sfida di superare ciò che ammira; perché solo ciò che è ammirato è plagiato. Il plagio deve essere inteso come la manifestazione dell'ammirazione più sublime. Quando si plagia, la venerazione è tale da raggiungere l'estremo di paralizzare la vena creativa dell'ammiratore che, irrimediabilmente prigioniero di ciò che lo attrae, non è in grado di prendere le distanze dall'oggetto della sua passione che aspira a fare proprio. Il plagio gli consente di estinguere quel desiderio incoercibile di possesso. Essendo così, che il creativo il cui lavoro è stato plagiato e, a parte, ovviamente, delle implicazioni economiche che comporta, dovrebbe comprendere il plagio come un privilegio che meritano solo le opere che si distinguono.

Il plagio come metodo di produzione

Oltre a queste considerazioni motivazionali dal prisma creativo, ci sono altre motivazioni che non possono essere spiegate dal prisma intimo della psicologia creativa, ma più chiaramente

da quello che definirei furfanteria commerciale. Mi riferisco al plagio che alcune industrie esercitano come politica aziendale. È quindi una predazione spudorata su terra straniera a scopo di lucro, con poche spese e senza alcun rischio. Lì non è più l'ammirazione che spinge le decisioni, ma il successo ottenuto da un prodotto concorrente e la conseguente invidia che questo genera. Scendiamo molti gradini nella valutazione del fenomeno, perché se il plagio a cui un creativo si presta, come tutta l'impotenza, ci spinge verso una certa compassione o comprensione; colui che con freddezza decide un'impresa ci sembra, in linea di principio, eticamente ingiustificabile. Dico "per principio" perché si deve riconoscere che a volte questo atto di pirateria può non essere così dannoso per il pubblico consumatore se viene perseguito da una prospettiva sociale.

A parte le implicazioni legali che questo tipo di furto implica, il plagio, la copia di un prodotto commerciale può essere perfettamente difendibile da un punto di vista collettivo. In effetti, i plagi di solito offrono prodotti più economici e sebbene siano di qualità inferiore, questa è comunque proporzionata al loro prezzo. Quanti orologi "made in Hong Kong" sono identici nei dettagli a quelli di un grande marchio e sono venduti per quattro quarti e non smettono di dire l'ora esatta. Questi prodotti sono quindi alla portata di una quota di pubblico più ampia che non può acquisire il prodotto originale. Un prodotto che deve sostenere i costi di creazione e promozione che comportano l'apertura di un mercato che andrà a beneficio senza problemi di chi lo copia.

Il plagio come apprendimento

Un'altra scoperta storica sarebbe che il plagio è stato uno dei mezzi più comuni di apprendimento che l'uomo ha organizzato per allenarsi. Non solo nelle accademie d'arte, gli studenti alle prime armi copiano intonaci e dipinti originali per imparare dai maestri del passato. Un metodo che segue anche l'apprendista dell'artigiano. Chi non ricorda i tempi in cui i prodotti giapponesi erano considerati una copia letterale dei prodotti occidentali? Questi plagi continuarono ad esistere fino al momento in cui, dopo aver imparato tutto ciò che potevamo insegnare, iniziarono a mostrarci cosa sapevano fare da sé stessi, migliorando prima l'esistente e poi aprendosi a nuove prospettive. Ora, in molte aree, sono loro che innovano di più e noi che li seguiamo.

Il plagio non è un contributo

In effetti, la critica più severa che può essere fatta al plagio è che, ripetendo ciò che esiste, rallenta il naturale processo evolutivo delle cose. Chi plagia non fornisce una nuova alternativa che venga a completare o sostituire il noto e quindi ritarda il suo progresso. Rieditare qualcosa che esiste senza fornire alcuna variazione è giustificato solo quando non c'è modo di migliorarlo. E questa è precisamente la sfida che incoraggia il creativo: trovare sempre un'altra soluzione che superando il noto contribuisca con qualcosa al bagaglio culturale del suo tempo.

Pubblicato su 20/07/2020

FOROALFA

ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/it/articoli/il-plagio-nel-design-e-le-sue-sfumature>

