

Una cafetera italiana: dues peces d'alumini que s'enrosquen, la característica forma octogonal i etètera; o el famós flexo articulat d'aire insectívol que haurem vist tantes vegades enganxat a una taula de treball. Per exemple. Els millors dissenys han estat i són copiats amb constància. Perquè esdevenen estàndards en el seu ram. Perquè formes i prestacions no han estat superades. O per mala fe.

On acaba l'homenatge i comença la falta d'idees? Fins a on arriba la influència que inspira i fins a on la imitació? O, encara: és possible la simple coincidència que fa repetir per casualitat alguna cosa que algú ja havia ideat abans? Són moltes, les qüestions que pretén suscitar –i de fet suscita– l'exposició "COCOS", que fins al proper 2 d'octubre es pot visitar –encara que només en castellà– al Museu Valencià de la Il·lustració i la Modernitat (MuVIM) a València. Moltes, també, i complementàriament, les reflexions que s'encabeixen al llibre catàleg que, amb el mateix nom, han elaborat els dos comissaris de la mostra, els dissenyadors Juli Capella i Ramon Úbeda.

"COCOS" ve de "còpies i coincidències", i de fet és un homenatge –"còpia?"–, es pregunten els mateixos autors– a unes jornades sobre disseny gràfic que va organitzar als anys vuitanta, a Mollerussa (Pla d'Urgell), el creatiu publicitari Damià Sans i que es titulava, precisament, "la Mostra COCO". Però el mot també remet directament als fruits espel·lofats de les palmeres que, col·locats l'un al costat de l'altre –o, com a la mostra, en discrets pilonets– il·lustren perfectament la idea de repetició amb certa variació: idèntics? Mai del tot, però gairebé.

Alguns exemples de COCOS: 1. Encerclada, la vinagrera antigoteig dissenyada per Rafael Marquina el 1961, amb algunes de les còpies i imitacions que ha aplegat en una col·lecció. **2.** La imatge que Saul Bass va crear per al film d'Otto Preminger *Anatomy of a Murder*. **3.** El dibuix de Spike Lee per al film *Clockers* que no va agradar a Bass. **4.** El símbol d'un centre comercial de València s'assembla (curiosament?) al del Centre George Pompidou, de París. **5.** La versió italiana (dreta) de l'aixeta original alemanya Tara va rebre una Menció Plagiaris el 2003. **6.** Logotip dissenyat per Enric Satué, el 1969, per a la revista CAU. A sota, la proposta de Push Pin Studio per a una secció del *New York Magazine*, el 1952.

Original i còpia i còpia...

"COCOS. Còpies i coincidències" és el títol d'una exposició que s'exhibeix al MuVIM de València i que pretén cridar l'atenció sobre el fenomen del plagi i defensar, alhora, la innovació en el disseny. Perquè la còpia, afirmen, és la fi de la creativitat i, per tant, del progrés.

Entrem, per tant, per mà de Capella i Úbeda, "al fascinant, aberrant, sorprenent, de vegades indignant, sempre inabarcable món dels COCOS". Passin i vegin, senyores i senyors.

Inspiracions? Coincidències? Deia Mark Twain que el cervell humà "només pot utilitzar material que ja existeixi". En tot cas, és cert que de vegades es recreen referències de manera

inconscient i, pensant que inventes, resulta que repeteixes imatges, paraules que t'han quedat "enganxades" al cervell. Quan algú descobreix la forma primera, el "creador segon" jura i rejura que no ho ha fet a posta. I ens el creiem, potser. O potser no.

En tot cas, prendre una referència, i reconèixer-ho, és, probablement, tan lícit com comú. De la natura, d'algun creador que hagi precedit el nou autor



inspirat, del conjunt d'antecedents que configuren el pòsit cultural... Les fonts de les quals es pot beure són múltiples i l'originalitat absoluta, segurament impossible, en un món que es reinventa a força d'interconnexions. Inspiració no és còpia, però, com alerten Capella i Úbeda, "també ha servit de vegades per encobrir-la, o han actuat com a cossa de la falta d'imaginació".

Per a Eugeni d'Ors, "tot el que no és tradició és plagi". Bé. Més enllà de les categoritzacions absolutes —o de la dificultat aparent a l'hora de determinar el punt exacte fins a on arriba la dita tradició—, tenim una àmplia obertura de compàs quant a la percepció de la còpia: hi ha qui se sent afalagat de veure's copiat; qui veu la imitació com a simple punt de partida per a un camí que acabarà divergint; qui ho troba inacceptable. "Homenatge és el terme suau que s'utilitza per denominar el robatori a un difunt. Jo no estic mort i, per tant, això és plagi": així d'irritat va reaccionar Saul Brass, creador de la

coneguda imatge de la silueta negra desarticulada amb què associem el film d'Otto Preminger *Anatomy of a Murder*, quan va veure l'"homenatge" que li va dedicar el cineasta Spike Lee als títols de crèdit de la pel·lícula *Clockers*.

No tothom s'ho pren igual. Ni tots els casos són idèntics. El prestigiós dissenyador André Ricard, per exemple, que ha vist com moltes de les seves creacions han estat imitades i copiades i plagiades i de tot, destaca, precisament, els múltiples vessants que genera la qüestió; i escriu: "Els qui s'inspiren en major o menor mesura en una obra d'un altre continuen sent creatius en el sentit literal de la paraula, ja que aporten idees pròpies i es desmarquen, d'una manera o d'una altra, del que ja existeix." El plagi, però, ja és una altra cosa, "conseqüència de la incapacitat creativa de qui el comet"; ben mirat, continua Ricard, "la crítica més severa que es pot fer al plagi és que, repetint el que ja hi és, frena el natural procés evolutiu de les coses".

El Plagiarius. És una mena de nan de jardí, pintat de negre, amb un nas llarg, punxegut i daurat: encara que sigui la prova d'haver rebut un premi, difícilment cap empresa no mostrarà amb orgull la figureta. De fet, fins ara ningú no ha tingut l'esportivitat (la barra?) necessària per recollir el seu nan distintiu. Perquè el Plagiarius "premia" —i, en fer-ho, denuncia— els qui es distingeixen per la còpia fraudulenta i lucrativa (per això, doncs, el daurat nas del mentider).

Tot va començar l'any 1977, quan el dissenyador industrial Rido Busse visitava la fira de Frankfurt i va topar amb una bàscula dietètica i pesacartes de color taronja, plegable i funcional: presentada per una empresa de Hong Kong i molt molt semblant a la bàscula *núm 8600*, que ell mateix havia dissenyat dos anys abans. El material era de menys qualitat, la precisió se'n ressentia i la durada també; el preu no tenia competència: amb el que costava un original, l'empresa xinesa ofería mitja dotzena de còpies. La indignació



Quin parell de bous! (0 un de sol)

Coincideix en el temps i l'espai amb l'exposició COCOS, precisament. I potser per això encara crida més l'atenció.

El cas és que, en el marc de la celebració del festival d'investigació artística de València – Observatori 2005, que es durà a terme a la ciutat a començament del novembre vinent, la marca de roba texana Lois ha impulsat una convocatòria que anomena “Bravo!” i amb la qual es convida artistes de tota mena a “fer una lliure interpretació / customització del logotip de Lois (silueta negra del toro) amb absoluta llibertat creativa”.

Fins a aquí, res de nou a l'oest, possiblement. Una manera com una altra de situar una determinada marca en l'actualitat i de donar-li, de retruc, l'aire modern que el producte reclama. Res de nou a l'oest, si no fos perquè la silueta que es vol “reinterpretar” s'assembla massa a la creació d'un artista plàstic de renom internacional i que mai no va donar el seu permís perquè n'utilitzessin l'obra: Josep Renau.

Efectivament, Renau havia dissenyat un cartell per a la “Gran corrida de la Asociación de la Prensa”, a Madrid, de l'any 1935, presidit tot ell per la poderosa còrpora d'un bou mig entregirat. Després va arribar la guerra, i l'exili. No fou fins a començament dels

anys setanta del segle XX que el cartellista tornava a València. I es trobava el seu bou convertit en marca de texans. Per bé que des de Lois s'afirmava que no sabien res del cartell de Renau, i que simplement havien encarregat la imatge a una empresa de disseny (que totes dues bèsties eren molt similars però no iguals, venien a dir els advocats de l'empresa), l'artista es reconeixia en la silueta feta logotip, i reclamava a Lois els corresponents drets d'autor.

Josep Renau morí l'any 1982, sense haver aconseguit solucionar el litigi. Poc després, la Fundació que duia el seu nom i que ell mateix presidí en primera instància (encarregada de preservar i difondre l'obra de l'artista), agafava el relleu de la reclamació. I el litigi encara dura.

“Ens reafirmem en el que ja hem exposat fins ara: és indubtable que el bou és el de Renau”, explica Emili Payà, delegat de la Fundació Renau. I, per bé que no pot evitar de trobar certa ironia en la coincidència de la convocatòria “Bravo!” amb l'exposició sobre còpies i plagis, destaca igualment la confiança en el fet que “en un futur no llunyà arribarem a una solució”.

Com se sol dir, en continuarem informant.

A dalt, el bou original que Josep Renau va crear per a un cartell del 1935. A sota, la silueta que utilitza Lois, registrada l'any 1967.



de Busse va trobar un interessant complement a la via legal: aquell mateix any s'inventava el Plagiarius, que rebien, per mèrits propis, els copistes de les balances.

Des d'aleshores, la iniciativa ha pres volada i la societat Aktion Plagiarius, impulsada per l'Associació de Dissenyadors Alemanys (VDID), continua atorgant anualment uns premis que han ampliat continguts i que ja tenen el propi museu, a Berlín, on s'exposen originals i plagis amb la intenció de cridar l'atenció sobre un fenomen que, afirmen, va molt més enllà d'un problema de pirateria de marques: paelles i llums i motoserres i ninos de peluix, tassetes, jocs de ganivets de cuina, bòtils de plàstic per guardar-hi qui sap

què, ulleres... El museu creix cada any amb els objectes més diversos. I els premis també es diversifiquen: “Ment Sòrdida”, per a les empreses que augmenten una producció d'encàrrec i la venen per la seva banda, amb mínimes variacions o sense elles; “Perpetrador de Sèries”, per a qui opta pel plagi a l'engròs i sistematitza la còpia de tots i cadascun dels objectes que crea algú altre... L'humor sol ser una bona eina de defensa.

El dret d'eliminar els drets. Més enllà de les qüestions creatives, i per acabar de dibuixar un panorama encara del tot obert al debat i la polèmica, els responsables de l'exposició no s'obliden dels perjudicis que comporta enca-

ra la qüestió de les patents: igual com poden protegir idees i creacions, també poden generar i protegir monopolis, o ser desencadenants, fins i tot, de misèria o morts. En aquest sentit, recorden el cas paradigmàtic dels tractaments contra la sida, protegits per patent, que són entre tres i quinze vegades més cars que els equivalents genèrics. Després d'una intensa campanya internacional, s'ha obert una escaleta per a la producció i distribució dels genèrics en països empobrits. Però encara amb restriccions: les patents (en aquest cas, farmacèutiques) encara manen.

Però aquesta ja és una altra història. O no. Un altre article, en tot cas.

Núria Cadenas