



a).

escribir en una parte lo que está escrito en otra. **2. tr.** Es  
curso seguido. **3. tr.** Sacar copia de un dibujo o de una

imitar la naturaleza en  
las obras de escritor  
o de examen escrito  
ando, libros o apunte

## RESEÑA

# Acerca de Copias: transformación y evolución de los procesos creativos

Florencia Aguirre

Este proyecto fue realizado por el Archivo de diseño y arquitectura (Ciudad de México), con la curaduría de la diseñadora Cecilia León de la Barra y el realizador Jorge Gardoni.

La exhibición incluye mobiliario, calzado, tecnología y envases, entre otros objetos de diseño industrial cuidadosamente seleccionados del acervo del Archivo —así como de algunas colecciones privadas— y dispuestos por los curadores. Su discurso se articula a partir de la comparación de dos o más piezas, siendo una copia de la otra. Así, el público se enfrenta a la provocación: ¿Cuál es copia de cuál? ¿La copia es una imitación exacta o una reinención?

En esta revisión de la copia como parte del proceso creativo se pueden identificar tres ejes articuladores de la propuesta. Por un lado, la copia como un método de enseñanza, apropiación y observación en el que lo importante es aprehender cada uno de los detalles que conforman el todo, que en este caso es el objeto. Por otro, la inevitable relación de la copia con el original y la legitimidad que tiene el original frente a su imitación. Y una tercera vía, más sutil, que es la reciprocidad entre la copia mecánica y la modernidad.

Para cada uno de estos ejes referiré a una de las frases seleccionadas de la museografía de la exposición.

1. “What a good artist understands is that nothing comes from nowhere. All creative work builds on what come before. Nothing is completely original.” Austin Kleon.

La copia constituye un enclave fundamental en la creación de elementos culturales. En las disciplinas artísticas aprendimos que no hay un original en sí, sino más bien una suerte de ideas o hitos primigenios que provienen de acercarse a los fenómenos con una mirada diferente. Más allá de esto también la copia se consolidó como un método de enseñanza en las grandes academias de arte europeo durante los siglos XVIII y XIX. Se copiaban estatuillas para luego copiar modelos naturales y, una vez dominada la técnica, el alumno estaba listo para crear sus propias obras. En este caso se trataba de generar una destreza y aprehender los valores de los modelos copiados; pero sobre todo, la copia consolidó (y continúa haciéndolo) la observación minuciosa de los objetos.

Comienzo recordando estas dos vías de la copia en el arte, precisamente porque la exposición explora la copia como un método de aprendizaje y evolución de los objetos. Cabe puntualizar que no utilizo con gratuidad el término *evolución*, así como tampoco lo hacen los curadores al enunciarlo en el título de la exposición; puesto que entiendo que en el arte no hay un proceso de evolución, sino de cambio. Aquí es donde, quizás, podamos detenernos a pensar que el valor inherente al diseño no es un componente artístico. Que en el mercado el diseño se esté im-



bricando con el arte parece más una estrategia de mercado que una necesidad per se. Hay un valor en el diseño que le es propio a él y que se debe tener en cuenta y casi exigir a cualquier objeto que haya sido diseño: su funcionalidad. Sobre este punto, comenta la curadora: “Las transformaciones hacen que el objeto pase a mejor vida y que el usuario elija, según el uso que va a dar al objeto con cuál se queda” (León de la Barra, 2014).

Caso paradigmático es el de las sillas expuestas que recuerdan a las creadas por Eames, quienes “crearon muebles y otros productos de atractivo perdurable utilizando materiales baratos como plásticos, resinas y contrachapado” (Taylor, 2012). Con esta solución la pareja norteamericana de diseñadores intentó dar una solución de producción en una época de escasez económica.

La tensión entre los objetos exhibidos se centra en una relación de comparación de un uno con otro. Cecilia León de la Barra enfatiza en que esta relación de pares propone un ejercicio de memoria en el que los objetos “parecen iguales, pero no lo son” y añade “las alteraciones que puede sufrir un objeto es por el material, producción o por un proceso creativo” (Gardoni & León de la Barra, 2014).



2. "The intention of design is to solve a specific problem. Models from the early production phase represent an initial solution." Konstantin Grcic.

La obviedad del asunto antes mencionado, a saber, el de la funcionalidad de los objetos diseñados, muchas veces parece difuminarse. Que arte y diseño tengan como base y esencia el ejercicio de la observación no significa que necesariamente sean lo mismo. La transformación de los objetos no es fatua, sino que responde a una necesidad de adecuación de las necesidades del usuario.

Uno de los textos utilizados en la exposición del presidente de Vitra, Rolf Fehlbaum, consigue condensar una explicación clara sobre el problema de la autoría y el proceso creativo en el diseño. En este ensayo Fehlbaum señala: "Estos muebles *vintage* son originales, pero los diseños de Le Corbusier o de los Eames realizados por los fabricantes legales hoy día son igualmente originales." (Fehlbaum, año, p.).

¿Por qué? El diseño consiste en dar soluciones a un problema concreto. Casi siempre con la práctica se demuestra que algunos aspectos del diseño son mejorables. Charles y Ray Eames trabajaron toda su vida en la mejora de sus diseños. Por esta

razón, se modificaron dimensiones, materiales o piezas como por ejemplo los deslizadores porque se encontraba una solución mejor. Desde este punto de vista, el producto inicial es respetado, pero revisado." (Vitra, 2009).

Cada vez que asistimos a este diálogo entre los objetos de diseño por un momento perdemos de vista la finalidad de lo exhibido. En esta experiencia nos asalta la extrañeza de estar ante un objeto funcional que no se puede utilizar en sentido estricto, como haríamos con un cepillo dental, sino observar. Como resultado asistimos, por un lado, a la génesis y transformación de todo un proceso y a su vez a la innegable conclusión de que, aquello que se imita, o en este caso se revisita a través de la copia, es aquello que admiramos y respetamos, algo a lo que por sus valores volvemos, dotándolos de nuevos contenidos. Podemos concluir, por ende, que la copia es un ejercicio de confianza.

Para Cecilia León de la Barra hay una cuestión clave en el proceso: saber para qué copiamos, esto es, "tener una conciencia de la copia" (León de la Barra, 2014).

3. "Let us repeat and repeat ourselves again and again."  
Adolf Loos.

La copia ha sido un elemento fundamental para la escritura de lo que hoy conocemos como Historia del arte. Curiosamente cuando Winckelmann, a quien conocemos como el padre de la Historia del Arte, se acerca por primera vez a las obras griegas (aquellas obras que se habían creado, según él, bajo el cielo griego) resulta que muchas de las piezas que somete a estudio pensando que eran griegas resultaron ser copias romanas (Gazda, 2005). Además, si bien no se sabe con certeza si algunas de las obras más icónicas son copia o no, lo que sí sabemos es que en el mundo romano las copias griegas constituyen un hecho fundamental para la construcción de la cultura romana (Bandinelli, B., Torelli, M., 2000). No solo la época romana tuvo en la copia un fundamento estético, también su valor comercial determinó y enfatizó esta práctica.

En la exposición sorprende, pero no es incoherente encontrar una fotocopidora. Este artefacto que reproduce de forma literal el contenido que uno desea copiar, en cualquier caso nos ayuda a reflexionar sobre el papel de la copia en sí, no sólo como un paso en el proceso de aprendizaje, sino también en la transmisión de conocimiento. El aparato, tosco y pesado, es la muestra de una forma de copia que poco se asemeja al título de la exposición (evolución y transformación de los procesos creativos). Su presencia es un alto en el camino que parece hablarnos más de la fascinación por lo que podríamos llamar de forma tentativa “la reproductibilidad técnica” (sin meternos en un texto que poco tiene que ver con las fases de creación los valores perseguidos en el diseño). Con este ejercicio los curadores expresan el entendido de que vivimos en un mundo de copias.

Cuando Adolf Loos proclama *¡no more original gen!* llama la atención sobre el pensamiento romántico del arte como un proceso de creación aislado, del creador como un demiurgo desinteresado de las producciones que le preceden. Eliminar el genio original en la lectura de Loos es dejar de lado la pesada loza del tiempo y sus connotaciones.

Ante el problema de la copia no pude dejar de tener en mente la película *Copia certificada* (Abbas Kiarostami, 2010). El discurso inicial resulta francamente revelador. El personaje encarnado por William Shimell recuerda que la palabra “original” proviene del latín *oriri* y significa “nacimiento”. Por otra parte no nos deja impasibles al recordar que la copia no es otra cosa que una validación del original. Quizás sea pertinente volver también a la etimología del término “auténtico”. En griego *authentikós* hace referencia a

aquello que proviene del autor, lo original, lo genuino. Si bien citar las etimologías muchas veces orienta nuestro discurso hacia el lugar al que lo queremos llevar, es pertinente salvaguardar esta génesis, porque nos lleva a otras ideas. Considero que Copias nos conduce a la reflexión en torno al nacimiento de lo genuino en aras de plantearnos ¿cuál es el valor que queremos preservar de aquello que copiamos? Cecilia León de la Barra pone como ejemplo el equipal popular y el de Ramírez Vázquez. Cuando el diseñador se pone frente a lo popular no está buscando una validación de su trabajo. Lo que intenta es homenajear lo popular, precisamente aquello que carece del peso de la autoría, es un homenaje a lo genuino.

Ambos curadores intentan rescatar la copia como un acto que no tiene porqué estar estigmatizado. Este ejercicio de revisión de la copia como componente del proceso creativo nos provee de una lectura novedosa del binomio original/copia, que en el ámbito del diseño se vuelve nebuloso.

Ponía Piglia en boca de Pavese: “Cuando vemos que hacemos siempre lo mismo desde siempre no podemos ya pensar en el pasado sin rencor” (Piglia, 2006). Según Jorge Gardoni:

la concepción de la narrativa de la exposición buscaba tratar a la copia y el original sin ánimo de denuncia, buscábamos plantear toda esta narrativa en torno al proceso creativo y como es parte del proceso creativo la emulación, la derivación o la imitación, —para él— la postura era muy clara: no abordar a la copia con todas sus connotaciones negativas.

Es la conciencia de la copia antes mencionada la que nos remite al pasado de una manera bienintencionada y honesta, sin rencor. Copias nos deja dos conclusiones intuitivas. La primera es que el diseño es una disciplina en la que no hacen falta pies de páginas o una mención especial al original. El reconocimiento del referente no quita valor al producto final en sí, no hay un desinterés o pérdida de valor en la copia, sino una manera lícita de copiar (la que permite la evolución del diseño) y una vía mucho menos interesante que es el mero plagio. La segunda, que se deriva de esta primera premisa, es mucho más tajante y reveladora: la validez y efectividad de un objeto de diseño no está en su extrañeza, en su originalidad aislada de todo referente, sino en su adecuación al uso y contexto, la asombrosa sensación de parecer natural, aún siendo un artefacto.



## Referencias

Bianchi Bandinelli, R. & Torelli, (2000).  
*El arte de la Antigüedad clásica*, Volumen 2. Madrid: Akal.

Gazda, E. (2005). *The Ancient Art of Emulation: Studies in Artistic Originality and Tradition from the present to classical antique*. Michigan: University of Michigan.

Gruson, E. & Staa, G. (2000). *Copy Proof: A New Method for Design and Education*. Rotterdam: St.Joos Academy.

Gardoni, J. & León de la Barra, C. (2014).  
Entrevista de K. Paniagua [Archivo de audio]

León de la Barra, C. (2014). Entrevista de F. Aguirre

Piglia, Roberto. (2006). *La invasión*. Barcelona: Anagrama

Taylor, C. (2012). *Hazlo distinto y triunfa: Las ideas que empresas como IBM, Zappos o Swatch*. Barcelona: Planeta

Vitra (2009). *El original*. Recuperado de <http://www.vitra.com/es-es/magazine/details/the-original>