

EL ABC



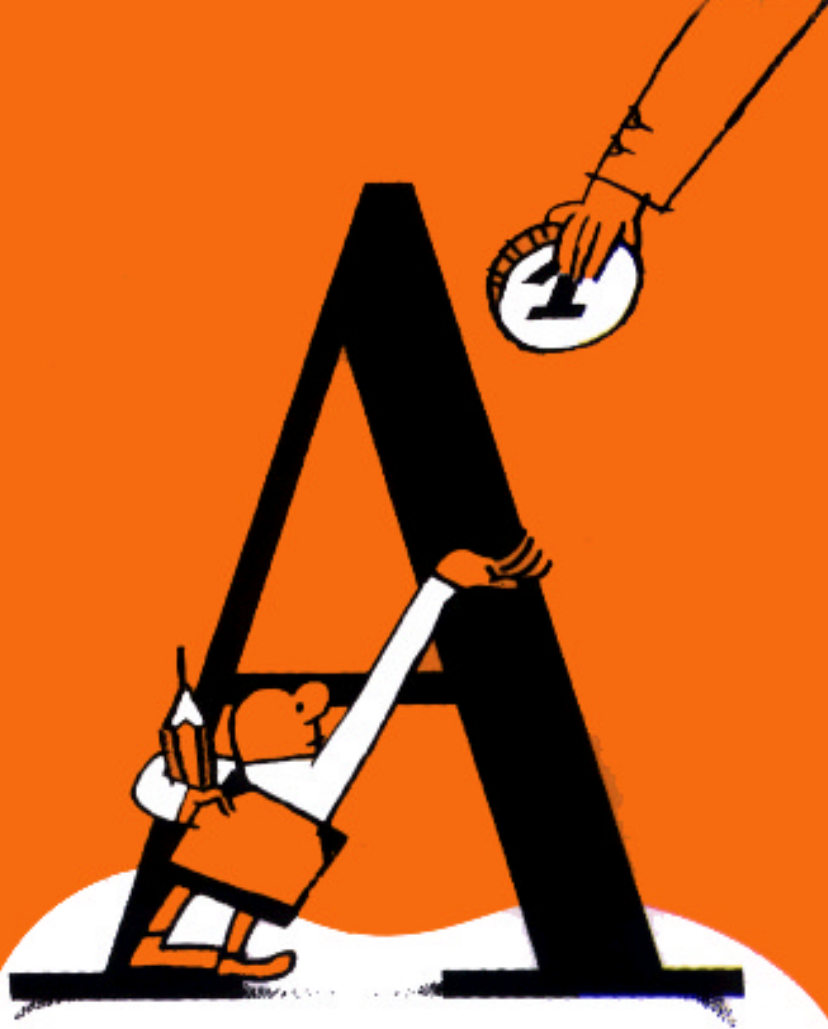
del ilustrador

EL ABC del ilustrador

Te gusta dibujar, disfrutas haciéndolo. No te es difícil comenzar: coger lapices y pinceles para ti no supone ningún esfuerzo, al contrario. Además, ¡te haría tanta ilusión ver tu trabajo publicado! Quién sabe, quizás algún día podrías renovar el panorama artístico con tu obra. Para ti, ilustrar, más que un trabajo es un placer. Y, lógicamente, has decidido convertirte en ilustrador profesional.

¡ENHORABUENA!

Pero ¡cuidado!, porque entonces te integras en un colectivo que lo que realiza es un trabajo, un oficio ni más ni menos que cualquier otro y, por tanto, está lleno de trampas para los no iniciados. Solucionarás más fácilmente las dificultades si tienes siempre claro qué es un ilustrador, con quién trata, por qué y cómo tiene que hacerlo. Para ti, pues, este abecedario.



LOS ILUSTRADORES
SOMOS PROFESIONALES
QUE OFRECEMOS
NUESTRO TRABAJO
A CAMBIO DE UNA
RETRIBUCIÓN
ECONÓMICA

Y debemos tener siempre presentes estos tres principios fundamentales:

Nadie puede quedarse con nuestra obra, ni imprimirla, ni difundirla fuera de las condiciones pactadas con nosotros. El nuestro es un trabajo de creación. Es decir: cuando realizamos una ilustración cada uno de nosotros lo hace de una forma absolutamente original. Somos los creadores de nuestras obras y, por tanto, los dueños.

Nunca debemos quitar valor a nuestra obra. Cuando nos publican un trabajo no es para ayudarnos. Ninguna empresa difundiría una obra si no esperase obtener de ella un rendimiento económico.

Nunca debemos hacer un trabajo que vaya contra nuestras propias ideas. Nuestra obra es pública y nos comprometemos no sólo como artistas, sino también como personas.



LAS PERSONAS O
EMPRESAS QUE SE
INTERESAN POR LA
DIFUSIÓN DE NUESTRA
OBRA LO HACEN
PORQUE ESPERAN
UN RENDIMIENTO
ECONÓMICO DE ELLA

Tres cosas que hay que saber del cliente.

Atendiéndonos no nos hacen un favor: es su trabajo.

Cuando nos publican una obra es porque ésta tiene un mínimo de calidad, en el caso contrario, no lo harían. No debemos consentir que argumentos del estilo "te estamos haciendo un favor" se usen para rebajarnos el precio. Ni trabajar nunca gratis con la promesa de trabajo futuro; quien no paga ahora, difícilmente lo hará más adelante.

Una prueba es un encargo. Cuesta tiempo y trabajo y, como tal, se debe cobrar.



EL AUTÉNTICO VALOR
ECONÓMICO DE LAS
IMÁGENES QUE
CREAMOS ES EL
NÚMERO DE VECES
QUE SON
REPRODUCIDAS

El contrato es el medio legal que tenemos a nuestro alcance para controlar la explotación de nuestra propia obra. Es el siguiente paso que hay que dar una vez que hemos salido de la entrevista con el cliente. **NUNCA DEBERÍAMOS TRABAJAR SIN CONTRATO.** Ahora bien, un contrato hay que saber entenderlo y valorarlo: Es necesario tener en cuenta qué se da y qué se recibe; qué alcance tiene la explotación, para cuántos países y lenguas; el importe del anticipo; la duración... ¡Excesivo para un folleto como éste! Como norma de oro, sin embargo, **RECUERDA** tres cláusulas que no deben faltar nunca en tus contratos:

- 1 El número máximo y mínimo de ejemplares de que constará la edición o ediciones que se pacten.
- 2 El importe de tu remuneración. Este ha de ser siempre proporcional al alcance de la difusión de la obra. No hay precios absolutos; la norma es **CUANTO MAYOR SEA LA DIFUSIÓN, MAYOR SERÁ LA REMUNERACIÓN.**
- 3 El compromiso por parte del cliente de hacer constar en la cubierta o en un lugar destacado tu nombre o pseudónimo.

Si falta alguna de las dos primeras cláusulas, el contrato puede considerarse **NULO**.

En los casos en que los contratos no son frecuentes (en publicidad, por ejemplo), especifica **SIEMPRE** en las facturas cuál es la utilización concreta para la que has hecho tu dibujo y cuál es el ámbito geográfico que abarcará.

¿QUÉ MÁS?

Ahora ya sabes que quieres tu y que quiere el cliente. Has asumido los principios necesarios para iniciar una relacion laboral y recibes tu primer encargo. Necesitas, no obstante, saberlo recoger y valorar adecuadamente: Aparte de cuestiones basicas como tomar nota de las medildas y de la fecha de entrega, hay otros datos que debes tener presentes como las características tecnicas: numero de colores, medio al que esta destinado, posibilidades de reduccion o de ampliacion..., etc.

Hay, todavia, otros detalles que todo profesional debe tener en cuenta a la hora de promocionarse: Estar bien informado, disponer de un "book" esmerado y de una lista de direcciones en las que poder ofrecer su trabajo,...etc.

Si quieres que te facilitemos estas listas, o quieres obtener informacion sobre la forma de preparar un portafolios de trabajo o valorar correctamente un encargo, o, sencillamente, lo que deseas es conocer a gente como tu, no lo dudes: **¡PONTE EN CONTACTO CON NOSOTROS!**

Te esperamos.