

observatorio
da ilustración
gráfica

.....
INFORME 2008

INTRODUCCIÓN

O Observatorio da Ilustración Gráfica é un proxecto promovido pola Federación de Asociacións de Ilustradores Profesionais (FADIP) —que agrupa todas as asociacións de profesionais da ilustración do Estado español: AGPI, APIC, APIE-EIEP, APIM e APIV— e conta co apoio da Fundación Arte y Derecho e do Ministerio de Cultura. Nace co obxectivo de contribuír con análises e propostas a un progreso nas condicións en que se desenvolven os profesionais da ilustración.

Nos últimos anos tense producido unha eclosión da práctica da ilustración gráfica, da súa presenza nos medios e tamén do seu coñecemento e a súa valoración por parte do público. Porén, este avance non foi acompañado da consolidación dunhas prácticas adecuadas por parte das empresas e os medios que incorporan a ilustración na súa produción, nin no que se refire á dimensión económica do traballo dos e das profesionais da ilustración, nin tampouco no seu recoñecemento moral. Desde logo, este problema non é específico do medio da ilustración gráfica. É un feito que no noso país non se consolidou aínda unha verdadeira cultura autoral nin se considera plenamente o traballo de creación como o elemento capital da riqueza cultural, mais iso tivo efectos particularmente negativos para a práctica da ilustración gráfica en España, dada a súa consideración durante moito tempo como unha actividade creativa menor, e a súa localización na periferia da produción cultural.

Creemos, pois, que todo avance nesta materia se dará creando un estado de opinión favorable ao respecto do creador gráfico, non só entre os ilustradores senón tamén entre todos os profesionais do mundo da edición, a prensa e a comunicación. A iso pretendemos contribuír co Observatorio da Ilustración Gráfica.

Entendemos o Observatorio como un organismo que avalíe o estado da cuestión en materia de respecto ao dereito de autor no noso campo, e ao tempo promova un estudo obxectivo das mudanzas fundamentais que se producen no mundo da comunicación e que afectan ás relacións dos e das profesionais da ilustración cos medios.

Como parte fundamental do Observatorio da Ilustración Gráfica, constituíuse unha Comisión de Profesionais, entre cuxos obxectivos está a elaboración dun informe anual que abrangue tanto a denuncia de irregularidades e abusos como a relación de boas prácticas por parte das empresas e institucións. A Comisión busca expor obxectivamente as diversas situacións, e suxerir solucións na medida do posible. Está composta por relevantes profesionais de distintos ámbitos —ilustración, dirección artística, edición, xurídico—, avalados pola súa traxectoria profesional e persoal, e a súa misión é proxectar a súa ecuanimidade e autoridade moral sobre os traballos e as conclusións do Observatorio.

Deste xeito, o Observatorio da Ilustración Gráfica conta coa participación na súa Comisión de Profesionais de figuras da importancia de Horacio Altuna, Pablo Amargo, Elisa Arguilé, Arnal Ballester, Ulises Culebro, Ricardo Esteban, Manuel Estrada, Isidro Ferrer, Forges, Miguel Gallardo, Pablo Martínez, Max, Albert Monteys, Elena Odriozola, Javier Olivares, Carlos Ortín, Miguelanxo Prado, Mariona Sardà, Rosa Serrano e Javier Zabala.

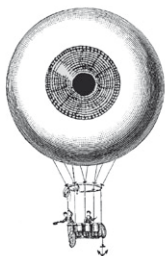
Outros profesionais prestaron a súa colaboración ao proxecto; por exemplo, o deseñador gráfico Pep Carrió, a quen se debe o logotipo, cedido de forma desinteresada.

Os membros da Comisión coincidiron en sinalar que o Observatorio da Ilustración Gráfica é un «sistema de detección», é dicir, un instrumento para analizar a realidade da industria sen as ataduras do labor do día a día que teñen, por definición, as asociacións.

Foron propostas como liñas de acción do Observatorio elevar o *Informe 2008* aos ministerios relacionados e aos lexisladores, trasladalo tamén aos clientes (editores, empresas), e dirixilo aos propios profesionais da ilustración. Non é a primeira vez que as asociacións profesionais establecen relacións coas institucións públicas e outras privadas, na procura dunha mellora da situación profesional. Nos últimos anos producíronse contactos co Ministerio de Cultura, a través da Dirección Xeral do Libro, e antes tamén coa Federación de Gremios de Editores de España (FGEE) (o Acordo Marco de 1999, que os editores nunca levaron á práctica).

Este volume componse dunha primeira parte, o *Informe 2008* propiamente dito, onde de forma sucinta se expoñen as realidades da maioría dos ámbitos en que está involucrado o mundo da ilustración (aínda que non son os únicos, naturalmente), e unha segunda [soamente en castelán] en que se inclúen diversos anexos que complementan o exposto; fano tamén con casos concretos e mesmo visións persoais, mais serven para exemplificar situacións moi xeneralizadas que permiten dar unha visión poliédrica, e abarcar algo máis da complexidade do traballo do ilustrador, só excepcionalmente dedicado a un único ámbito dos referidos. Así, os dous primeiros anexos falan da realidade da prensa: por unha parte, mediante o caso dunha acción colectiva a favor do incremento de tarifas, e, por outra, co repaso aos problemas máis comúns do humorismo gráfico nos xornais. Os tres seguintes anexos comentan contratos de edición reais a través de informes xurídicos —remitidos no seu momento ás propias editoriais desde FADIP—, que inciden en moitas das características xeneralizadas nas cláusulas propostas aos ilustradores na actualidade. Os anexos 6 e 7 son artigos referidos ao ámbito do cómic —un asinado por Horacio Altuna, e o outro por Pepo Pérez—, aínda que o segundo fai ademais unha aproximación ás tarifas do mercado actual noutros ámbitos a que pode recorrer o autor de banda deseñada para complementar os seus ingresos. Por último, os anexos 8, 9, 10 e 11 son transcricións de mesas redondas desenvolvidas a finais de 2008, en que son tratados moi diversos aspectos da profesión desde perspectivas moi diferentes: as do profesional da ilustración, do director artístico, do axente, do publicista, do editor e mesmo do autor literario.

[Na versión en castelán pódense encontrar todos estes anexos, ademais da bibliografía e de resumos dos currículos dos membros da Comisión.]



INFORME 2008



OS PRINCIPAIS SECTORES DA PROFESIÓN

Prensa

SITUACIÓN DO SECTOR

En España, a difusión da prensa e en particular dos diarios de información xeral de pagamento experimentara un aumento sensible nos seis anos anteriores a 2008 considerados globalmente. Ao aumento da difusión das cabeceiras existentes, uniuse nos últimos anos un forte crecemento (en distribución e número de cabeceiras e edicións) dos diarios gratuítos, en que tamén participan empresarialmente varios dos diarios de pagamento.

Dentro do medio da prensa e nese período, o diario *El País* aumentou ininterrompidamente a súa difusión —a maior no Estado—, e un 4% en 2008 respecto a 2006.

Os expertos consideran que a difusión de contidos editoriais (prensa e edición en xeral) en Internet ten experimentado un crecemento importante aínda por cuantificar. De feito, parece que unha das estratexias actuais é ir derivando as forzas para este medio, visto que agora por fin resulta efectivo de cara ao mercado publicitario.

Non obstante, no sector a chegada da crise ten provocado un forte descenso, de entre o 15 e o 25 por cento, nos ingresos por publicidade (entre xaneiro e xuño de 2008, *El País* experimentou unha baixada do 15%; *El Mundo*, dun 22%, e *Abc*, do 23%), o que trouxo xa consecuencias. Iguais ou peores problemas ocorreron nas cabeceiras da prensa gratuíta (*Metro* tivo unhas perdas do 19%; *20 Minutos*, do 13%; en xeral, o número de edicións de cada cabeceira diminuíu, xunto co número de páxinas, en moitos casos [o que conduciu a principios de 2009 tamén ao peche dalgunhas cabeceiras]), xa que dependen exclusivamente dos ingresos publicitarios. Hai xa por esta causa perdas millonarias nos grupos de comunicación, como Vocento e Prisa, que sufriron importantes baixadas na bolsa. De feito, só os ingresos publicitarios por Internet e nos canais temáticos de televisión se mantiveron estables.

PROBLEMAS RELACIONADOS COA ILUSTRACIÓN

Á tendencia, acusada nos últimos anos, de conxelación, e nalgúns casos rebaixa, nas tarifas pagas aos ilustradores veu unirse a utilización de contidos na Internet sen remuneración proporcional ao autor (a este respecto, é de salientar a carta enviada en xullo de 2007 conxuntamente polos ilustradores de *La Vanguardia* ao subdirector do magazine do xornal para esixir unha compensación neste sentido [ver Anexo 1]; aínda que a petición non foi atendida na medida que se solicitaba, si se conseguiu un pequeno incremento nos prezos que recollese ese uso posterior das obras en Internet).

En todo caso, seguiuise dando, mesmo en cabeceiras importantes, unha notoria falta de contratos para as colaboracións, tanto para garantir que unha colaboración regular non termine de forma abrupta, como é habitual, como para fixar claramente unhas condicións, incluso cando se trata dunha colaboración esporádica. A este respecto, existe unha sentenza xudicial en Barcelona que equipara a colaboración regular co diario *El Periódico de Catalunya* cunha relación laboral estable; en cambio, hai outra desfavorable nun caso similar coa revista *Interviú*.

Outro problema detectado é a existencia, sen mediar contrato, dunha certa esixencia de 'exclusividade' no traballo para os diarios (por exemplo, *La Vanguardia* impedía traballar en certos medios da competencia; *El País* e *El Mundo* practicarón esa política un respecto ao outro).

Nos xornais de ámbito territorial máis reducido, normalmente pertencentes a un grupo empresarial dono doutras cabeceiras, deuse de forma habitual a reutilización de contidos noutras publicacións do mesmo grupo, como viñeron denunciando varios ilustradores [ver Anexo 2].

A crise dos últimos meses trouxo consigo reestruturacións, baixas incentivadas e despedimentos (no caso de *El País*, por exemplo, o do humorista gráfico Máximo), así como rebaixas nos prezos de todos os colaboradores (fomos informados dun 20% de rebaixa nas retribucións en *La Razón*, e dunha redución do volume de encargos no caso dos ilustradores en *El Mundo*, en setembro de 2008).

[Véxase, para maior información ao respecto, a transcripción da mesa «Prensa y edición: globalización y nuevos medios», Anexo 10]

Edición

SITUACIÓN DO SECTOR

A industria editorial española é a que publica anualmente máis títulos *per cápita* no ámbito europeo. Ao igual que na maioría dos países con industria editorial significativa, instalouse unha dinámica de sobreprodución de libros. Priorízanse os libros moi baratos de producir, e por tanto recórtase o orzamento da ilustración, tanto en adiantos como en porcentaxe de royalties.

Segundo o informe *Comercio interior del libro en el año 2006*, publicado pola Federación de Gremios de Editores de España, «Durante o ano 2006, o volume total de exemplares publicados foi de 338.090.000, un 5,2% máis que en 2005». Mentres, «o número total de títulos alcanzou os 68.930 (o 51,3% son novidades ou primeiras edicións e o 48,7% son reedicións ou reimpresións). A cifra de facturación no mercado interior foi de 3.014 millóns de euros, o que supón un 2,8% máis que en 2005, e por tanto un crecemento por riba da cifra de inflación». Outro informe da mesma entidade, *Comercio exterior del libro en el año 2006*, sinala que «o saldo neto do comercio exterior do libro español alcanzou a cifra de 382,4 millóns de euros en 2006, o que supón un incremento do 21,8% respecto ao ano 2005. [...] Este dato confirma o sector como un dos máis dinámicos na achega de superávit á balanza comercial española».

No informe más recente da FGEE, *Comercio interior del libro en España 2007*, os datos son menos positivos, xa que o crecemento do comercio clásico medrou un 3,6% respecto a 2006, por debaixo da inflación. No entanto, segue a se constatar un incremento do 9,9% na venda de exemplares; soben un 2,3% o número de títulos e un 5,8% o de exemplares editados. «A tiraxe media é de 5.070 exemplares por título, fronte aos 4.905 do ano anterior.» «As materias de: Texto non universitario, Literatura, Ciencias sociais e Humanidades e Libros Infantís e xuvenís continúan a ser as que concentran o maior número de títulos e de exemplares editados. Entre as catro suman o 74,9% dos títulos editados e o 65,5% dos exemplares.»

España é, malia estas cifras, de acordo con moi diferentes estudos sociolóxicos, un dos países con menor índice de lectura de toda a Unión Europea. Esta contradición pódese explicar por dúas cuestións que acabaron por ser de índole estrutural: por unha banda, pola política de ocupación do espazo comercial por parte dos grandes grupos editoriais (cantos máis títulos, maior presenza, e canta maior presenza, maior venda). O panorama descrito nos 90 por André Schiffrin para os EE UU no seu libro *La edición sin editores* é xa trasladable a Europa e en concreto a España, e son os grandes grupos empresariais os que posúen a maior parte das editoriais tradicionais, que pasaron a ser «selos editoriais», diferenciábeles só por pequenos matices de conceptos como «colección» ou «serie».

A outra cuestión é a política de utilización da distribución por parte das empresas editoras: ao final do período pactado pola editorial coa distribuidora desde o comezo da circulación dun libro, esta liquida á editorial segundo as existencias no almacén, non sobre os libros realmente vendidos; os non vendidos serán descontados en posteriores liquidacións. Cada libro, pois, xera uns ingresos momentáneos ficticios, que se están a aproveitar para o funcionamento económico das empresas editoras.

Cada título é por tanto considerado ante todo un elemento que xera liquidez e mantemento financeiro para a empresa, e a dinámica de sobreprodución resulta imparábel porque o plan económico empresarial está así definido. O ciclo de amortización ou de recuperación de gastos de produción reduciuse, segundo fontes do gremio editorial, a 8 meses; se aos 8 meses un libro non absorbeu o investimento, non se considera rendible, o que impide a realización de determinados proxectos que precisarían doutros ritmos de amortización, entre outras cosas, porque no xeran suficiente diñeiro para pagar o gasto de almacenaxe.

Incluso os pequenos editores tamén se ven inmersos nesa política, e, aínda que sexa en termos relativos, a relación entre o seu tamaño e os títulos publicados anualmente creceu dun xeito non proporcional. Algunhas das pequenas editoriais aínda contrarrestan a presión co recurso ás subvencións, mais a tendencia xeral vailles comendo terreo. De acordo con informacións provenientes do sector, nin sequera estas saben canto tempo poden aguantar sen entrar nunha dinámica de sobrepublicación. En palabras do informe *Comercio interior 2007*: «Segundo o tamaño, as empresas grandes aumentaron o número de títulos e exemplares editados. As medianas descendían en ambos os aspectos, mentres que as pequenas aumentan os títulos mais descendían nos exemplares editados».

Toda esta dinámica está enmarcada nunhas prácticas que non son estrañas ao resto dos sectores económicos actuais: produción por riba da demanda real, e circulación financeira por riba de ambas.

• **Libro infantil e xuvenil / Libro de ficción**

De acordo co *Anuario sobre el libro infantil y juvenil 2008*, o sector editorial da literatura infantil e xuvenil en 2006 vendeu 40 millóns de exemplares, o que representou un 14,8% de aumento respecto a 2005 e a confirmación da tendencia ascendente observada no primeiro lustro do século. O libro xuvenil considérase «o motor do sector editorial polo seu auxe desde o punto de vista das vendas e desde criterios literarios». Entre 2001 e 2006 pasouse de editar en España 9.894 a 12.178 títulos anuais; de 44,6 a 60 millóns de exemplares. Segundo o informe *Los libros infantiles y juveniles*, do Ministerio de Cultura, este é «o subsector con maior porcentaxe de traducións (47,3%)», o que vén confirmar o interese polo máximo abaratamento dos custos de produción.

• **Libro de texto escolar**

De acordo co informe *Comercio interior 2007* da FGEE, «Literatura, cunha cota de mercado do 21,2%, e Libros de texto cun 25,7% son as materias con maior porcentaxe de facturación respecto ao total». Por tanto, o libro de texto escolar está de forma clara á cabeza dos niveis de facturación da industria editorial española. As características propias do libro de texto fan que teña unha problemática específica. Por unha parte, polos condicionantes de mercado, xa que este é o máis directamente dependente dun consumidor cativo, a causa da escolarización obrigatoria.

Por outra, canto á contratación, dado que os editores impuxeron a práctica discutible do contrato de Obra Colectiva, amparándose na definición que dela fai o título 8 da Lei de propiedade intelectual, pensada en realidade para aquelas obras en que resulta imposible distinguir a contribución de cada autor, como é o caso dos dicionarios e as enciclopedias, pero que non debería ter aplicación no que respecta ás ilustracións, xa que son claramente distinguibles na súa autoría, aínda cando varios autores colaboran na mesma obra.

É o sector do que ten vivido un maior número de profesionais da ilustración, e, non obstante, dos que ten experimentado unha maior redución dos honorarios nominais. É, por outro lado, o sector en que se augura unha crise maior pola reforma (ou reformas) educativa, e a crecente importancia dos instrumentos tecnolóxicos na aprendizaxe: o mesmo modelo «libro de texto» está posto en dúbida polos interactivos e Internet.

É moi posible que os cambios neste campo sexan un dos factores que máis vaian contribuír a cambiar o perfil da profesión de ilustrador no futuro inmediato.

• **Banda deseñada**

As editoriais de BD españolas seguen a ser remisas a ofrecer datos sobre as tiraxes e as vendas dos seus libros, o que tradicionalmente se ten interpretado como mostra da debilidade deste subsector editorial, que prefire non exhibir demasiado

as súas cifras ante a pequenez do que pode ofrecer. Así, aínda que se sabe oficiosamente de tiraxes importantes para algúns títulos, como é o caso dalgúns grandes éxitos do cómic xaponés, véñse estimando que as tiraxes medias dos libros de cómic deben de estar entre os 1.000 e os 3.000 exemplares.

No *Anuario de la Historieta 2007*, editado pola AACE, Álvaro Pons reflicte unha evolución do número de títulos editados anualmente en España, e entre 2001 e 2007 pasouse de 1.348 a 2.453; deles, en 2007 só o 10% eran de autores españois.

En todo caso, grazas á confluencia de moi diversos factores, pero talvez máis debido a iniciativas socioculturais que ás da propia industria, a banda deseñada ten ido gañando presenza e prestixio na sociedade, o que se materializa na utilización do termo «novela gráfica» para tentar descubrir a novos públicos a existencia dun tipo de produtos que descoñecían.

As pequenas tiraxes implican uns pagamentos moi escasos para os autores. En xeral, desde o sector dos editores, opínase que só se normalizará esta situación cando se normalicen as vendas do produto no mercado (e que, nesa loita por normalizar o mercado, os editores están arriscando o seu diñeiro); engádesse que hai que ter en conta que lograr isto non é tan fácil con autores novos como cos que xa están dunha ou outra forma consagrados.

PROBLEMAS RELACIONADOS COA ILUSTRACIÓN

Desde que en xullo de 1999 se chegou coa Federación de Gremios de Editores ao acordo do Contrato Marco, nunca se aplicou de forma efectiva, e en moitos casos o seu uso está anatematizado por parte das entidades contratantes. Moi ao contrario, nos últimos meses veuse observando, con denuncias de distintos ilustradores, cómo os contratos ofrecidos polos editores parten de situacións abusivas, que rozan a ilegalidade [véxase o estudo sobre exemplos de contratos reais ofrecidos por dúas empresas do grupo Santillana e por Everest en 2008 nos anexos 3, 4 e 5]: prazos, ámbitos e soportes levados ao límite; cesión total de dereitos, incluíndo posibilidade de cesión a un terceiro sen o consentimento do autor, así como usos para outros fins distintos ao libro obxecto do contrato. Situacións que parecían superadas, dentro do xa complicado panorama para o ilustrador no mundo editorial, volven estar de actualidade. Aínda que estas condicións sexan sempre negociables (o que dependerá en moitos casos da habilidade e a experiencia do ilustrador), parten dunha situación tan extrema que calquera negociación seguirá a ser moito máis favorable aos intereses do editor que aos do ilustrador.

Este panorama coincide coa tendencia denunciada nos últimos anos de baixada de prezos, de non proporcionalidade na retribución con respecto ao seu uso —nalgúns casos, como se expuxo máis arriba, co uso abusivo do concepto «obra colectiva»— e de diminución da porcentaxe de dereitos de autor con respecto ao prezo do libro —en que o tradicional 10% pasou a ser excepcional e baixou ata incluso o 4%—; dentro desa porcentaxe, os avances adoitan ser sempre inferiores ao valor dunha primeira edición.

Historicamente os editores de España non consideraron que a súa función de directores de produción incluíse financiar unha parte do traballo inicial do ilus-

trador, de onde vén a práctica común do adianto sobre os royalties. Mentres en países como Francia, Estados Unidos ou Alemaña as cantidades a conta se teñen calculado desde un mínimo do 60% dos royalties correspondentes á venda da primeira edición, en España en cambio se teñen situado sobre o 20, o 30 ou un máximo do 40% desa venda.

Volve ser moi normal que o proposto sexa un prezo único (remuneración a tanto alzado perdido) polo uso dunhas ilustracións de forma case ilimitada ao longo de 15 anos. Mesmo no caso de que si haxa proporcionalidade, moitas veces o editor nin sequera chega a exercer os dereitos de reprodución, distribución e comunicación pública que ten en exclusiva, co que en realidade está a cerrar a posibilidade de que o autor poida gañar máis diñeiro coa reutilización ou a reedición da obra noutros ámbitos.

Canto á edición de banda deseñada, desde os 90, o cómic de autores autóctonos veu sendo publicado, salvo excepcións, por editores independentes, que en liñas xerais dan saída a producións levadas adiante polos seus propios autores como empresa persoal, e son retribuídos coa porcentaxe sobre o prezo de venda (con adiantos de diverso tipo sobre dita porcentaxe), de acordo con pequenas tiraxes —como se indicou, de entre 1.000 e 3.000 exemplares—, é dicir, de forma case testemuñal. As editoriais máis grandes do sector dedicáronse principalmente a traducir material estranxeiro, ou, en todo caso, a publicar autores locais moi asentados comercialmente (caso de Max en La Cúpula ou de Miguelanxo Prado e Daniel Torres en Norma Editorial). Só excepcionalmente se dá o caso de cómic por encargo profesional (por exemplo, a revista *El Jueves*), e case sempre as mellores condicións seguen a ser peores que as dos demais sectores da ilustración editorial (*cf.* a táboa de tarifas do *Libro blanco de la Ilustración Gráfica en España*, Fadip, 2004, p. 82).

Porén, o continuo crecemento do prestixio da BD, especialmente no formato denominado «novela gráfica», ten feito que algunhas editoriais grandes (Mondadori, Planeta-DeAgostini) reparen en determinados outros autores españois, co que se teñen mellorado as súas condicións económicas; no caso de Planeta-DeAgostini, coa súa nova serie de álbums dedicados a autores españois, partiu-se do modelo do Contrato Marco recomendado polas asociacións de ilustradores, aínda que con algunhas modificacións importantes, como a do prazo de vixencia (que é de 10 anos, para o que se aduce que con dito contrato se asina a xestión da obra para vender dereitos a outras editoriais, linguas e países, e ese é un prazo máis adecuado).

[Ver artigo máis extenso a cargo de Horacio Altuna no Anexo 6]

Animación e multimedia / Audiovisual en xeral

SITUACIÓN DO SECTOR

Nos últimos anos emerxeu en España unha incipiente industria da animación, antes inexistente, dentro dun crecemento importante da produción audiovisual. Con distintos niveis de participación, os estudos de animación españois están a levar

adiante cada vez máis numerosas producións; ademais de series de televisión, aplicacións para Internet, publicidade, etc., é notable o incremento do formato de longametraxe para exhibición cinematográfica, de cada vez maior envergadura no que respecta a nivel de produción.

A pesar da aparente bonanza do sector, durante a fase de crecemento dalgunhas destas empresas ten habido fortes vaivéns económicos —que chegaron a incluír, por exemplo, atrasos notables nos pagamentos de nóminas nalgunha empresa—, que teñen provocado moitos cambios nos equipos creativos e de desenvolvemento dun mesmo proxecto.

O audiovisual en xeral precisa frecuentemente dos servizos de ilustradores, e non só no sector da animación: *storyboards* para a planificación de curtas e longametraxes e spots publicitarios, deseño de produción e conceptual, etcétera. A produción de espazos televisivos, cada día máis importante debido ao crecemento de cadeas autonómicas primeiro e canais temáticos vía satélite, cabo e TDT despois, está facendo xurdir todo tipo de situacións relacionadas co emprego de ilustracións na pantalla.

PROBLEMAS RELACIONADOS COA ILUSTRACIÓN

As propias características do modo de traballo da animación, principalmente en equipo, provocan problemas de recoñecemento de autoría: a autoría en colaboración normalmente se deriva a unha propiedade intelectual do estudio ou a empresa produtora (aínda que, de feito, a autoría en colaboración non imposibilita a diferenciación clara da porcentaxe de participación de cada ilustrador na autoría). Dentro do celo habitual existente ante os materiais gráficos de preprodución ou produción, é moi normal que os ilustradores teñan impedimento contractual de quedaren coas súas propias obras, ou sequera mostralas en público de ningunha forma, mesmo unha vez producida a estrea.

Aínda no caso de se tratar dun autor único, non existe a posibilidade de que se xeren dereitos de autor gráfico de forma proporcional pola exhibición da súa obra (como si existe para os compositores da música, os autores do guión, o director e o produtor de dito filme), a non ser que se chegar a un acordo co produtor para compartir os seus dereitos. A autoría única está referida a casos moi singulares, mais o avance das técnicas dixitais de animación (incluso tratándose de animación limitada) está a permitir que ese tipo de casos sexan máis habituais, especialmente se se trata de animación publicitaria, pezas de continuidade para televisión ou curtametraxes.

En xuño de 2004, AGPI documentou o caso dunha empresa, Deboura Cultural, SL, en que polo menos 15 debuxantes non cobraran todo ou parte do seu traballo, e que fora levada a xuízo por denuncias por despido improcedente, intento de agresión e ameazas nalgúns casos. Aínda que se trata sen dúbida dun caso extremo, as irregularidades nas contratacións, os baixos soldos ou a externalización dos traballos a ilustradores *freelance* son algúns dos matices que parecen agacharse detrás de parte do florecemento de empresas dedicadas á animación nos últimos anos.

Canto a outros usos que se están a dar das ilustracións no audiovisual, poden citarse dous que dan unha idea do diversa que resulta a problemática resultante. Por unha parte, en maio de 2006 suscitouse en Galicia un problema cun programa didáctico, *Planeta Fantasía*, producido pola empresa Lúa Films para a TVG, en que colaboraban as editoriais galegas cedendo os seus contos e relatos infantís, incluídas as ilustracións para seren mostradas na pantalla, sen se consultar sequer cos autores na maioría dos casos. Varios deles puxéronse en contacto coas respectivas editoriais. Algunha finalmente decidiu non colaborar co programa, visto que as condicións non resultaban claras; con outras, resultou que os contratos asinados incluían a cesión das ilustracións para situacións como esta. Tanto se se prevía como se non esa posibilidade, desde a AGPI proporcionóuselle á produtora un contrato tipo, que, dado o propósito promocional da serie, non pretendía unha compensación económica, senón marcar condicións concretas de utilización, autoría, etcétera. No entanto, como o programa continuara a súa produción, o asunto ficou sen resposta por parte da produtora. O tema volveu á actualidade en novembro de 2008, coa edición e comercialización dos programas en formato DVD, de novo sen contactar previamente cos autores, nin con polo menos algunha das editoriais. [Finalmente, unha reclamación efectuada por algúns dos ilustradores afectados conseguiu unha compensación económica para eles.]

No outro caso, APIC tivo que facer fronte en 2006 a uns contratos propostos por Televisió de Catalunya a varios ilustradores, a fin de regular as súas colaboracións nun programa, *Una mà de contes*, en que o autor creaba en directo a súa obra. Inicialmente ditos contratos pretendían unha cesión total de dereitos por un prezo moi limitado, que se logrou incrementar; alén diso, logrouse que se pactase unha remuneración fixa para a reprodución e comunicación pública da obra nesa televisión, e uns royalties en caso de cesión a terceiros, que se conseguiu que fosen calculados en relación cos ingresos obtidos, sen que a televisión tivese que recuperar o custo da produción. Tamén se estableceu un dereito de preferente adquisición para o resto das modalidades de explotación derivadas da obra, co que o autor tiña desta forma a vantaxe de poder negociar caso por caso. A negociación durou case dous anos, e a resolución do problema tivo non pouco que ver con que para os novos capítulos da serie a televisión comezara a encontrar respostas negativas por parte dos ilustradores.

Publicidade

SITUACIÓN DO SECTOR

Entre 1997 e 2007 o sector da publicidade recuperou e superou os niveis de actividade e facturación anteriores á crise de 1991. *O Estudio Infoadex de la inversión publicitaria en España 2008* asevera que «o investimento publicitario en España presenta un índice de crecemento do 9,2% no ano 2007, o que é, sen ningunha dúbida, un bo dato para o mercado publicitario. Representa a continuación dunha tendencia positiva que se mantén desde hai 5 anos e que se desenvolveu nun contorno de crecemento económico sostido».

A importancia da Internet no sector —que podemos extrapolar ao da prensa— adquiriu xa magnitudes dignas de importancia; de novo no estudo de Infoadex, asegúrase que «Internet, que ocupa a sexta posición por volume no conxunto dos Medios Convencionais, é entre todos eles o que presenta o maior índice de crecemento. [...] No seu conxunto, Internet tivo un crecemento interanual de 55,4%, e chegou a alcanzar un volume de investimento publicitario de 482,4 millóns de euros fronte aos 310,4 millóns do ano 2006». De acordo co avance sobre o informe *Nuevos escenarios para el sector Medios y Publicidad: España 2012*, no referente ao investimento publicitario «Internet e os novos medios crecerán a ritmos superiores ao 25% anual no período 2007-2012».

Os primeiros datos referidos a 2008 xa recollen a incidencia que está a ter a crise económica no mercado publicitario, e falan dun decrecemento do 7,5% en investimento publicitario (e do 11,1%, se o restrinximos aos medios convencionais). En todo caso, basta tomar como referencia as noticias que chegan desde o ámbito da prensa para facerse unha idea da súa dimensión.

PROBLEMAS RELACIONADOS COA ILUSTRACIÓN

A ilustración en publicidade normalmente se dirixe á realización de bosquejos, *storyboards* ou gráficas. Principalmente, pois, é elemento indispensable para que o director artístico poida transmitir as ideas ao cliente; é dicir, o máis habitual é que se trate dunha ferramenta, e en relación co conxunto de traballos de publicidade, poucas veces se proxecta como un traballo final, xa que poden resultar máis baratas as fotografías.

A pesar de ser o sector cuantitativamente mellor pagado, o certo é que non sempre se teñen en conta factores que deben incrementar calquera orzamento de ilustración: a inmediatez no prazo de entrega —así como a necesidade en moitos casos de sucesivos retoques igualmente rápidos para satisfacer as demandas do cliente—, a tardanza no cobramento —é habitual que os pagamentos sexan a 90 días—, os problemas de recoñecemento de autoría —moi raras veces se permite a sinatura do ilustrador—, e, en moitos casos, aínda que non sexa a práctica común nas empresas grandes, o uso da ilustración para ámbitos ou soportes para os que non estaba acordado, é dicir, problemas de proporcionalidade da retribución con respecto ao uso da obra. Noutras palabras, unha ilustración para publicidade págase máis cara que unha para edición, pero en xeral máis barata do que debería. A propia presión do medio e a súa inmediatez fan que as oportunidades e capacidades de negociación do ilustrador diminúan, e se conforme con ver uns prezos máis altos que os que cobra habitualmente.

De todos os xeitos, a evolución das tarifas non seguiu a dos prezos nos últimos anos. Por se for pouco, a crise está a diminuír os orzamentos da publicidade, o que está a afectar a todos os usos da ilustración.

[Ver ao respecto a transcripción da mesa redonda «La relación cliente-ilustrador en el Estado español y en otros países», Anexo 11]

En caso de haber problemas cos contratos, existe un código de conduta do sector en referencia aos contidos básicos dos contratos (referidos aos clientes, non aos ilustradores), ao que se podería apelar: *Código de Conducta Comercial del Sector Publicitario Español*, <http://www.aeap.es/publicaciones/docs/CodigoConducta.pdf>

CONCLUSIONES

Ás institucións

MAIOR PROTECCIÓN DA CREACIÓN

Veuse constatando nestes últimos anos que a ilustración e a narrativa gráfica ocupan un lugar importante nos contidos dos produtos editoriais, audiovisuais e da industria da comunicación en xeral; que o nivel de calidade medio das e dos profesionais da ilustración e a narración gráfica que traballan en España é moi elevado, e que a ilustración é unha actividade profesional en alza e de crecente valoración social. Porén, pode afirmarse tamén que **os ilustradores e ilustradoras teñen unhas posibilidades relativamente menores que hai dez anos de vivir exclusiva ou preferentemente da profesión**, tal e como se reflectía no estudo *Situación económica do sector da Ilustración Gráfica en España* (2007).

Parte da explicación a todo isto podemos encontrala en que en España **non existe unha cultura de respecto á autoría**; a Lei de propiedade intelectual, no que se refire ao trato dos autores —entre eles os profesionais da ilustración—, incúmrese na maioría dos casos, e nin os poderes públicos nin os mecanismos xurídicos favorecen unha protección adecuada da creación gráfica. A calidade media da produción cultural dun país depende dos medios que se invisten en desenvolvela, e en España non parecen existir os suficientes.

MUDAR A PERCEPCIÓN SOCIAL DO ILUSTRADOR

Sería conveniente estudar, con traballo de campo, como é o receptor da ‘mensaxe’ do ilustrador, dado o descoñecemento absoluto que existe entre o común da xente, e traballar cos mediadores (educadores, por exemplo). **Fai falta acabar co concepto de que o ilustrador non é máis que un «tradutor» de ideas (alleas) a imaxes.**

A este respecto, **a formación dos estudantes de Ilustración debería reforzarse, especialmente no referente ao exercicio da profesión.** A día de hoxe, a formación na rama de Ilustración da FP (de dous anos de duración) está, en grandes liñas, dirixida a crear un traballador anónimo de estudio. Sería importante que se puidese lograr un currículo de Ensino Superior, por exemplo como rama de Belas Artes; aínda que xa existe nalgunhas universidades, a situación en termos xerais no ámbito universitario é moi pouco propicia, cando non abertamente hostil, para a ilustración.

É necesario, por tanto, que **os poderes públicos actúen nos planos que lles son propios**, desde a lexislación ata o ensino.

ENTIDADES DE XESTIÓN

Resulta inescusable tamén a necesidade de **establecer un diálogo serio dos ilustradores gráficos coas sociedades de xestión (como parte connatural do sector) para que adapten os seus mecanismos á realidade dos ilustradores**, e á realidade marcada polas novas tecnoloxías. Ao creador gráfico debería recoñécerselle a xeración de dereitos de autor non só pola reprodución en medios impresos, senón tamén en audiovisuais e interactivos. De feito, sería importante que a Lei de propiedade intelectual recollese tamén o dereito de copia aplicado aos accesos por Internet.

Co apoio das sociedades de xestión poderase chegar con maior facilidade ao poder xudicial para que os maxistrados teñan unha maior sensibilización a respecto da propiedade intelectual; tamén será un xeito de chegar ao poder lexislativo, en unión con outros creadores visuais, para lograr mellorar as leis de aplicación neste campo.

Aos clientes

ADAPTARSE AOS NOVOS USOS DA ILUSTRACIÓN

Debido ás novas formas de vida dos libros, é sumamente importante **encontrar fórmulas de remuneración para o profesional da ilustración**. Dada esta nova realidade, que fai que os títulos estean destinados a durar apenas uns meses, non se pode facer depender dita retribución exclusivamente aos royalties —que, aínda así, deben responder a porcentaxes xustas e non simplemente testemuñais, como sucede a miúdo—, e fanse necesarios **maiores adiantos de dereitos**, e unha **diversificación da proporcionalidade** (así como propor fórmulas para a reutilización).

Os editores xustifican os prezos existentes co feito de que non se poden permitir pagar máis alá do tanto por cento incluído no prezo de venda do libro, o cal, cunhas tiraxes cada vez máis axustadas, provoca que **o orzamento para ilustración sexa necesariamente limitado en boa parte dos casos**. Desta forma, a remuneración resultante pode converter o traballo do ilustrador máis nun exercicio de voluntarismo cultural que nunha profesión. Mesmo aceptando isto, as condicións extremas recollidas nas cláusulas que se están a propor na actualidade desde os grandes grupos editoriais contradín tales argumentos, xa que apenas prevén beneficios para o ilustrador, e si todos os posibles para a outra parte.

Por outro lado, parece moi conveniente **a actualización dos sistemas de control de tiraxes**, dado que cada vez vai adquirir máis importancia o formato dixital e a impresión por demanda.

ASEGURAR OS DEREITOS NA ILUSTRACIÓN EN PRENSA

No que se refire á prensa, **debería fixarse un acordo marco para todos os ilustradores de cada xornal: un protocolo de contratación regulada**, que fixe a

obligatoriedade de pagar o non publicado, e en que a irregularidade no ritmo dos encargos se compense mediante un incremento nas tarifas desas ilustracións esporádicas. Unha das condicións que deberían fixar os contratos é a utilización dos traballos na Internet, territorio en que todo indica que se van a librar as 'grandes batallas' laborais no futuro máis inmediato. Internet non pode ser xa unha «terra de ninguén».

Como exemplo, nos EUA existe unha regulación estrita no sector da prensa: os humoristas gráficos sempre teñen contrato; os ilustradores con colaboración fixa teñen contratos temporais, e, en calquera caso, as facturas emítense sempre con moita claridade na indicación de usos, prazos, etc.

NOVOS MEDIOS, NOVOS PROTOCOLOS

En calquera dos sectores vinculados á Ilustración Gráfica, parece evidente que **o traballo do ilustrador debe contar cunha serie de protocolos de remuneración no relativo aos novos medios de difusión dixital**. O feito de que unha das vías de futuro para a web sexa a gratuidade aparente de boa parte dos contidos —como reflexiona Chris Anderson, o director da revista *Wired*, no artigo que serve de avance de contidos do seu próximo libro (*Free*), en que, entre outras cousas, equipara o custo tendente a cero da Internet (almacenaxe, ancho de banda) co impacto que tería tido na nosa sociedade que a electricidade tivese tamén un custo tendente a cero— non implica que os seus contidos non teñan un custo para o editor ou dono do sitio web. Dado que **o traballo do ilustrador vai seguir sendo necesario**, terá pois que calcularse qué tarifas son as que este debe esixir de acordo co uso que se vai dar á súa obra.

Aos profesionais da Ilustración Gráfica

COÑECER OS MERCADOS

As tendencias expostas neste informe con respecto aos distintos sectores teñen unhas causas e unhas consecuencias. No sector da edición, por exemplo, parece claro que as causas veñen ligadas aos ciclos de circulación imperantes na distribución, coa aparición masiva de «títulos fantasma» (libros sen esperanza de venda pero que xeran ingresos temporais pola liquidación de distribución), a redución do ciclo de vida do libro e a diminución das tiraxes; todo isto ten un grande impacto no sistema clásico de pagamento por royalties e adiantos.

Mais a isto hai que engadir que a propia condición de *freelance* da inmensa maioría dos ilustradores provoca, ademais dunha problemática económica específica, en moitos casos **un coñecemento insuficiente do sector en que se insiren**. No caso da edición, acerca do peso que teñen nos custos o resto de profesionais que interveñen na realización dun libro —o corrector, o deseñador gráfico e o maquetador, a fotomecánica, a imprenta, a distribución, a promoción...—, en vistas a poder calcular correctamente as súas esixencias.

Os baixos prezos, pola súa parte, fan que a dedicación do ilustrador poida ser percibida externamente en ocasións como actitude «pouco profesional», ao ter este que dimensionar o seu traballo de acordo co labor mesmo da execución e non poder dedicarlle o tempo que sería esixible noutras circunstancias a outras tarefas importantes, como a promoción do libro.

PRENSA E INTERNET

Como xa se comentou, na prensa non existen —salvo algunhas excepcións moi concretas— contratos para os ilustradores. Ademais, a crise provocada pola diminución de ingresos publicitarios únese ao desprazamento da difusión cara á Internet, que xa ten sido a liña de expansión dos grandes xornais. Os menores custos que implica Internet (que non precisa de impresión nin distribución) están xa facendo rendible un medio que ata agora se consideraba só unha aposta para o futuro; malia que aínda hai un sector amplo da poboación sen acceso á Internet, ese acceso só pode ir a máis. A novidade do medio —que implica uns novos usos para a ilustración, especialmente no relativo a territorios e tempo— fai que, porén, non exista ningunha tradición ao respecto da súa tarificación, o cal de momento está a ser moi prexudicial para os intereses do ilustrador.

Así pois, ante estas tendencias dos medios de comunicación, e tamén ante a máis que previsible futura desaparición do libro de texto escolar, **faise necesario que o sector da Ilustración Gráfica estea preparado para ofrecer respostas (no referente a tarifas e modos de operar) nos sistemas interactivos e Internet.**

O tarifario de 2007 da Association of Illustrators (Reino Unido), comenta ao respecto: «Debido á falta de regulacións específicas e á práctica habitual nesta área, os prezos tenden a seguir estruturas tradicionais ata onde é posible; por exemplo, para as ilustracións usadas en sitios web xunto a artigos periódicos tómanse como referencia os equivalentes impresos para ter unha indicación da tarifa apropiada. Como en todas as outras áreas da industria, o perfil do cliente e a utilización do encargo son os factores predominantes para chegar a un prezo que satisfaga o traballo en primeira instancia.» Precisa, en cambio, que «Pola súa propia natureza, os sitios web teñen unha presenza internacional, así que os límites nacionais tradicionais e as táboas de tiraxe/difusión son irrelevantes. Para calcular o estatus dun sitio web recoméndase ter en conta o número de visitas que recibe diariamente (non o número de “accesos” [“hits”], que son enganosos). [...] Os outros factores que hai que considerar son o perfil do cliente e o tipo de uso. As licenzas raramente se estenden máis de 12 meses, e normalmente se requiren para moito menos. Na área dos artigos periódicos espérase un crecemento considerable nos arquivos online, así que os ilustradores deberían ter en conta tarifas de reutilización para os traballos existentes e asegurarse de que o uso na rede está claramente separado do uso impreso nos encargos en curso».

CRISE E NEGOCIACIÓN

En todo caso, a incidencia da crise económica é real, mais iso non deber servir para que sexa precisamente o ilustrador o que pague as súas consecuencias. Se é entendible que a unhas menores vendas ou menores ingresos publicitarios se corresponden menores retribucións, non o é que para a xeneralidade dos casos o principio de proporcionalidade sexa por norma menoscabado pola industria. Non obstante, **o momento de crise actual pode ser, porén, adecuado para unha negociación**, en que, fronte ás rebaixas propostas desde a empresa, se esixa a cambio, como mínimo, fixar contratos e condicións.

REVALORIZACIÓN DO PROFESIONAL

A antes mencionada escasa valoración da ilustración —desmentida na práctica pola súa utilización imprescindible en todos os medios— crea como efecto perverso un sentimento de inferioridade en moitos profesionais, que os fai especialmente vulnerables ás presións que se exercen, incluso en contra dos dereitos que a lei lles recoñece. Da mesma forma, en certos ámbitos sociais considérase *natural* que o traballo do ilustrador non teña compensación económica.

É importante que os ilustradores non sexan *prisioneiros* da lóxica da outra parte, a dos editores ou empresarios. O que cren moitos editores que debe ser un ilustrador é ante todo «eficaz e rápido». O ilustrador, en cambio, acode á relación co editor/empresario co entusiasmo do creador, e á defensiva. **O ilustrador debe valorarse a si mesmo ante todo como un profesional**, que non pode deixar que outros se aproveiten do seu entusiasmo. O editor —con toda a variedade de matices que leva consigo calquera xeneralización— non deixa de ser un resultado da cultura existente no país; en cambio, e a pesar de que non é así en boa parte dos casos, existe unha mistificación do editor como axente cultural.

DIVERSIFICACIÓN

Para terminar, e como ben se apunta na mesa redonda recollida no Anexo 8 («El mercado de la ilustración»), **é importante que o ilustrador non perda de vista as súas posibilidades de diversificación dentro do exercicio da profesión**, e que teña en conta que non ten por que depender unicamente dun sector en concreto.

Tradución: Henrique Torreiro

© FADIP 2009



OBSERVATORIO DE LA
ILUSTRACIÓN GRÁFICA

www.observatoridelaillustracion.org



F A D I P
FEDERACIÓN DE ASOCIACIONES
DE ILUSTRADORES PROFESIONALES

www.fadip.org



www.arteyderecho.org



MINISTERIO
DE CULTURA

www.mcu.es