

# La il·lustració en la premsa

---

## Accés al sector

### Introducció

- Es pot contactar amb el sector de la premsa enviant correus personalitzats amb imatges en baixa resolució i de fàcil accés, preferentment als directors d'art que es localitzen a les mateixes revistes o diaris.
- Els directors d'art són més concisos amb els encàrrecs i porten un seguiment millor del procés, i si a més hi ha un bon 'feedback', és més productiu.
- En el mercat internacional, sobretot als EUA i Anglaterra, és més fàcil accedir al sector a través d'agències.

### Les agències i els agents

- Als EUA i Anglaterra no són imprescindibles, però sí que és molt pràctic treballar a través d'agent perquè, a més de buscar-te feina en el sector, en alguns casos també inclouen treballs en altres sectors i altres països. A més, és útil perquè s'encarreguen de les negociacions, factures i promocions.

- A Espanya i a Sud-amèrica no hi ha aquest costum perquè, a banda que els preus no són tan competitius i la capacitat de negociació d'un agent és més limitada, et pots adreçar directament als directors d'art. Últimament també hi ha agents literaris que inclouen el camp de la il·lustració.
- És recomanable buscar un agent o una agència que encaixi més amb el teu estil. Enviar dossiers a totes les agències sense fer un filtre primer no és gaire eficaç.
- Alguns se centren més en premsa o en xarxes socials, publicitat, portades, etc., però altres estan dedicats exclusivament a la premsa.
- És important la relació amb l'agent. Es pot parlar amb l'agència si la quantitat o la qualitat del treball rebut no és l'esperada. Els agents americans són, en general, molt professionals i entusiastes i sempre tanquen qualsevol tracte o comunicació. Són exigents, però la feina està ben pagada.
- També es pot negociar amb l'agència el tipus d'exclusivitat en relació amb clients anteriors o als nous treballs trobats pel teu compte, però als EUA és una deferència redirigir aquests nous treballs a l'agència perquè els tramiti directament.

### **Condicions econòmiques dels agents**

- El percentatge a pagar a l'agent està bastant estandarditzat entre el 25% i el 30%.
- En la majoria de casos, sobretot al principi, sol·liciten despeses per a una campanya de promoció. És una pràctica habitual i correcta en la qual aquestes despeses es reparteixen en un 70% l'il·lustrador i un 30% l'agent. Tenen el plantejament que, anualment, el 30% de la quantitat facturada la inverteixen en promoció i aquesta sol ser efectiva. Es pot negociar que aquests pagaments surtin de futurs encàrrecs.

---

## **L'encàrrec**

### **Abans de començar. Tens la informació necessària?**

- Data de lliurament dels esbossos i del treball final.
- Especificacions tècniques: mida, complexitat, format, resolució, etc.
- Quin tipus de cessió et demanen: paper, digital, temps.
- Has demanat quin pressupost tenen o te l'han donat?
- Quants esbossos entren en el teu pressupost?
- El fet que les publicacions tinguin molta tirada hauria de correspondre a pagar preus més elevats per les il·lustracions.
- Si et demanen que treballis amb urgència, també s'ha de valorar a l'alça en el preu.
- El teu estil és l'adequat per a aquest treball?
- Què t'han de pagar si el client decideix cancel·lar l'encàrrec de manera unilateral?

## Especificitats del sector

- Quan es demana una il·lustració per a premsa s'entén que és per a una reproducció. Si se'n demanem altres usos, s'han d'incrementar els honoraris.
- A les factures de premsa no és necessari posar IVA, només s'ha de deduir l'IRPF.
- Quan un esbós està aprovat per fer l'obra final, qualsevol canvi a l'entrega de l'obra final s'hauria de pagar a més a més.

---

## El procés

- Al rebre una proposta des dels EUA o Anglaterra, se sol rebre amb totes les dades: l'article, la mida, la data de lliurament i el preu. A Espanya és menys habitual rebre tota aquesta informació alhora. Recomanen no acceptar fins que es coneguin totes les condicions. Si no consta, s'ha de preguntar sempre el preu.
  - Si es tenen diversos estils, s'ha de concretar alguna referència de la il·lustració per la qual t'han cridat per evitar malentesos.
  - Si no s'entén l'article, ens hem de documentar o preguntar a experts en la matèria.
  - Se solen enviar uns dos o tres esbossos perquè el client hi doni el vistiplau, en alguns casos cal defensar el que més ens agrada, en altres trien sense fer soroll. Un cop aprovats els esbossos, poden demanar canvis d'última hora i en aquests casos s'ha de valorar si es fan negociant o no de nou.
  - Per regla general, els directors d'art tenen bon criteri i t'acompanyen en el procés, però en cas que no funcioni o no hi hagi director d'art, s'ha de saber posar límits a les peticions per no entrar en els 'gustos de la gent'. Les idees raonades i els tecnicismes solen ser útils en aquests casos. Als EUA està tot més limitat, a vegades fins i tot massa.
  - Al mercat internacional s'ha de tenir en compte la diferència horària i de vegades s'ha de treballar de nit per complir els terminis de lliurament. Alguna part del sector de la premsa funciona amb il·lustradors 'de guàrdia' per estar disponibles durant una setmana.
  - S'exigeix serietat i complir els terminis fins i tot quan no s'està content amb el resultat.
-

## Preus i tarifes

- En premsa, si es tracta d'una sola il·lustració, no s'acostuma a fer contracte, i si et demanen un pressupost, s'ha d'intentar que sigui el client qui posi un marge per poder negociar, encara que la majoria disposen de tarifes establertes. Sempre es poden consultar altres il·lustradors del sector o l'APIC.
- L'APIC, com a associació, no pot difondre preus a l'estar subjecta a la llei de la competència, tot i que sí que els poden difondre a nivell particular els mateixos il·lustradors.
- El preu depèn de la categoria / solvència del client, mides de la il·lustració i, de vegades, el tiratge d'exemplars.

### Exemples de preus actuals per a il·lustracions en premsa

- ¼ de pàgina:  
A Espanya: entre 90 € i 100 €  
Als EUA: revista, entre 700 \$ i 800 \$  
article d'opinió, no menys de 500 \$
- Altres formats:  
A Espanya: doble pàgina 300 €  
portada dominical 400 €  
'The Wall Street Journal': pàgina completa 900 \$ -1.200 \$  
portada 2500 \$  
'New Yorker': portada 5.000 \$

### A tenir en compte

- Al mercat internacional, convé comprovar el canvi de moneda del moment i descomptar d'aquests preus el percentatge de l'agent.
- No sempre el tiratge d'exemplars fa variar el preu. Els preus de diaris com 'El Mundo' o 'El País' poden ser similars als de diaris de menys tiratge.
- Al mercat espanyol, els esbossos no estan contemplats. Al mercat americà, si es fan els esbossos i la il·lustració no surt, es paga el 50%.
- Les reutilitzacions es paguen entre un 30% i un 50%, i s'ha de concretar el termini d'ús.
- En ocasions en què decideixes fer un descompte al client o treballar per una causa solidària, pot ser interessant lliurar igualment la factura amb el preu real en la qual consti el descompte que es fa fins a arribar a la quantitat negociada. Així, a més de valorar el treball que realitzes, en queda constància per a futures ocasions i poder tornar a negociar.

- Tingues en compte que en algunes campanyes solidàries, la majoria (impremta, distribuïdors, promotors, etc.) cobren per la seva feina menys tu. Si és així que sigui perquè tu ho decideixes, no els altres.
- 

## D'altres

- La inclusió en un anuari, amb el pagament corresponent, pot ser interessant només si no es té agent, per poder accedir més fàcilment a directors d'art.
  - Si ideològicament no estàs d'acord amb l'article, el pots il·lustrar sent al més neutral possible o, si no pot ser, decidir si t'hi vols implicar o no segons els teus límits.
- 

## Com podem educar el client

- Indicar que els drets d'autor són sempre de l'il·lustrador llevat que s'indiqui expressament i el tema estigui negociat per les dues parts.
- Estan creixent les revistes que utilitzen la visualització del teu treball en el mercat o la promoció com a pagament. Es recomana no acceptar aquest tipus d'encàrrecs per no crear precedents. Tots hauríem de cobrar per fer la nostra feina.
- El fet de proposar encàrrecs sense oferir una remuneració és inacceptable i atempta contra la dignitat del professional i de retruc contra tota la professió. En el cas de les publicacions que ofereixen com a contraprestació la promoció, és demanar a una persona que viu de la seva feina que treballi gratuïtament, fet que no s'acceptaria en altres col·lectius.
- Aparèixer a la pàgina de crèdits tampoc hauria de funcionar com a pagament, al contrari, l'aparició és sobreentesa.
- El nom de l'autor/a ha d'aparèixer en un lloc visible.
- La il·lustració d'un autor no es pot retocar sense el seu consentiment.
- L'ús de la il·lustració no ha d'excedir els límits acordats amb l'autor. En el cas de la premsa, acostuma a ser l'article concret per al qual ha estat encarregada. Si la imatge es vol utilitzar per a un altre text, s'haurà d'acordar un nou pagament.
- Si un cop lliurats els esbossos, el client canvia d'idea i decideix que aquell il·lustrador no farà la il·lustració final, o decideix canviar l'article, s'haurà de pagar igualment la feina feta. Als EUA això s'anomena 'kill fee' i la quantitat que es paga acostuma a ser la meitat del preu total.