

# Guia per a autors novells

## Guia per a autors novells 03

Introducció

Sortir de l'escola i buscar feina

Els secrets d'un bon *book*

L'encàrrec de'una feina

El càlcul de pressupostos

El contracte d'edició, igual per a tothom

Feina feta

Com han de ser les factures?

## 10 consells i idees de professionals 18

**APIC** 

Associació Professional  
d'Il·lustradors de Catalunya

# Guia per a autors novells

**Introducció** Més ben formats que mai, els il·lustradors compten amb un ampli ventall de possibilitats professionals. Però cal tenir present que la pràctica de la il·lustració professional demana altres coneixements i habilitats, a part dels vinculats amb la creació artística.

Per obrir-se pas com a professional, calen destreses comunicatives, de promoció de l'obra i fins i tot de relacions públiques. Igualment, i com a autor, ha de conèixer a fons els drets i deures de la creació artística, de la qual és responsable, per protegir-la i poder explotar-la. Un il·lustrador sol ser a més un emprenedor, un professional *freelance* que, a banda de crear, se les ha de tenir amb plans d'empresa, pressupostos, contractes i factures.

Aquest manual vol ser una guia per a l'il·lustrador novell en la transició de l'escola al mercat laboral, i oferir respostes a les preguntes i els dubtes en matèria fiscal i jurídica que apareixen més sovint en incorporar-se a la professió. Per això, al llarg d'aquestes pàgines i per ordre cronològic, descriurem els passos a fer, des de la recerca de feina i la preparació d'un *book* de presentació fins al moment en què es factura la feina feta.

També oferirem suggeriments i receptes no exhaustives per establir els primers contactes, informació de contractes que no siguin indigestos, com donar-se d'alta i idees per elaborar un pla d'empresa i calcular un pressupost.

Una advertència: de la mateixa manera que fer-se autònom no és l'única forma jurídica de treballar en aquest ram, aquestes pàgines tampoc són un receptari tancat. Les maneres de buscar feina i treure rendiment d'una obra no tenen límit. Tot depèn exclusivament de la inventiva de cadascú.

La guia inclou un apartat amb comentaris i consells de professionals del sector i il·lustradors consolidats.

## Sortir de l'escola i buscar feina

Un cop adquirits els coneixements tècnics i teòrics per a la pràctica de la il·lustració, l'alumne que ha acabat els estudis afronta el següent repte: ingressar al mercat laboral, un mercat amb més possibilitats però també més complex que fa uns anys i, fins a un cert punt, saturat.

Com en qualsevol ofici, passar d'estudiant a professional demana una certa preparació, uns objectius clars i un mètode de recerca de feina. Cal saber a quines portes interessa trucar i com s'ha de fer. El fet que la majoria de sortides passen per fer-se autònom intensifica la tasca preparatòria.

El pas més important que ha de fer el futur il·lustrador és prendre consciència de la seva vàlua professional. Cap il·lustrador viu de l'aire i totes les empreses difondran l'obra creada per

### Què es cou?

Una forma accessible de conèixer el mercat, les tendències en il·lustració, fer els primers contactes i fins i tot donar-se a conèixer consisteix a treure el nas per llibreries especialitzades o sensibles a la il·lustració. Aquest és un dels primers consells que dona la il·lustradora i professora Mariona Cabassa als seus alumnes. Idea que comparteix amb l'editora Iolanda Batallé, a qui, quan l'agenda li permet, li agrada xafardejar en llibreries de confiança per buscar novetats i que lliga amb la crida a la curiositat que entona l'il·lustrador Miguel Gallardo a les pàgines finals de la guia. En algunes d'aquestes llibreries, com Abracadabra o Casa Anita, a Barcelona, s'hi organitzen fins i tot presentacions, exposicions i actes relacionats amb el món de la il·lustració.

**Ho sabíeu? D'alguna manera, es pot considerar que la il·lustració no va ser reconeguda a l'Estat espanyol com a treball artístic amb personalitat pròpia fins a l'ingrés d'aquesta disciplina en el sistema educatiu oficial, l'any 1995, quan es va instaurar el títol de Tècnic Superior d'Arts Plàstiques i Disseny en Il·lustració. (1)**

treure'n un rendiment econòmic. Per tant, val la pena recordar el que diu el fullet *L'ABC de l'il·lustrador*, publicat per la Federació d'Associacions d'Il·lustradors Professionals (FADIP), que insisteix en tres principis bàsics.

Primer, que com a creador l'il·lustrador és l'únic propietari de l'obra i com a tal n'és responsable.

Segon, si es publica l'obra, no és per fer cap favor a l'autor. Així doncs, s'ha de cobrar sempre per qualsevol treball, inclosos els encàrrecs de proves.

Tercer, un il·lustrador, en principi, no comercialitza l'obra original, sinó els drets per explotar-la. Per tant, el valor econòmic real es derivarà de les vegades que l'obra hagi de ser reproduïda.

Assumits aquests principis bàsics, és el moment de definir una estratègia de recerca. Com més elevat sigui el grau de coneixement del que s'ofereix i de les maneres de funcionar del mercat, més possibilitats hi haurà de reeixir.

Primerament cal aconseguir una llista de possibles clients a qui mostrar l'obra pròpia o presentar un projecte. Adreces d'editorials, agències de publicitat, estudis de disseny, de premsa, directors d'art... es poden obtenir a través d'internet –hi ha directors de cada sector– o en els respectius gremis i associacions professionals. Ocasionalment, també es facilita aquesta informació en oficines municipals d'ocupació, quan se sol·licita assessorament per crear una empresa.

Un cop seleccionat el tipus de client segons els interessos de l'il·lustrador, és el moment d'enviar per correu electrònic una carta de presentació amb una mostra de feina o, encara millor, un enllaç a un bloc o una web, on podran tenir una visió més àmplia del que s'ofereix.

(1) *Llibre blanc de la il·lustració*. Article d'Arnal Ballester.

Per guanyar efectivitat, l'*e-mail* s'hauria de personalitzar i, si pot ser, ajustar-lo al màxim a les característiques del client.

Per obrir-se camí, hi ha una regla que cal seguir sempre: moure l'obra tant com es pugui. "S'ha d'intentar que arribi a la gent que l'ha de veure, de la manera més simple i directa possible. I que sigui bo". Així ho va expressar Toni Segarra, creatiu de publicitat, durant el col·loqui *La relació client-il·lustrador a l'Estat espanyol i altres països*, organitzat per l'Associació Professional d'Il·lustradors de Catalunya (APIC). Del mateix parer era Mariví Pulido, directora d'art de premsa –"sobre la manera de presentar els treballs, a mi el que més m'agrada és que es comuniquin per *e-mail* i m'indiquin el web", va dir– i l'il·lustrador Philip Stanton, que va remarcar la importància d'internet i de les noves tecnologies per promocionar l'obra.

Els blocs, allotjats en pàgines personals o en directoris especialitzats, poden substituir el portafolis imprès, amb l'avantatge que estan a l'abast de tothom. La xarxa fins i tot possibilita que el treball es vengui sol. Tot i ser convenient fer tasques de manteniment i revisió constant per guanyar visibilitat, és lògic esperar que els estudis i els clients la utilitzin cada cop més per a les seves recerques i per contactar amb futurs col·laboradors.

**No s'ha de fer Enviar correus massius amb les adreces a la vista o amb arxius adjunts que pesin massa, com a mínim sense tenir permís previ. Pot resultar contraproduent i dóna mala imatge.**

**Els secrets d'un bon book**

Cal dir, d'entrada, que no hi ha normes escrites per fer un bon *book*. Com que és la carta de presentació de les capacitats de l'il·lustrador, hauria de contenir prou il·lustracions per tal que el client se'n pugui fer una idea fidel. Segons Henrique Torreiro, gerent de FADIP, "hauria de ser concís com un currículum" i, dins de les possibilitats, adaptat als interessos de les empreses a qui es mostra. Els editors, explica Torreiro després de parlar-ne amb editors de llibres i manuals, "acostumen a preferir un *book* amb un estil i un registre definits, mentre que les agències de publicitat suposo que valoren més la versatilitat". L'editora Iolanda Batallé, directora editorial de La Galera, troba més in-

**Un consell** Una idea vàlida per elaborar el primer book és aprofitar part dels exercicis d'escola, sempre, però, que es faci una bona selecció i es rebutgin tots aquells treballs amb els quals un no se sent identificat. O elaborar encàrrecs propis en paral·lel a la recerca de feina... mai se sap si acabaran publicats!

teressant, en canvi, que l'il·lustrador mostri els diferents registres, si els té. "Com més registres més possibilitats té l'editor de determinar en quins projectes encaixa", comenta. Amb tot, convé recordar que cada editor té les seves pròpies preferències i que, moltes vegades, és possible preguntar-li directament com prefereix el *book* en la fase prèvia de presentació.

Com que un *book* imprès comporta una despesa econòmica, una opció per reduir costos és decantar-se per un model flexible, que permeti excloure o incloure nous treballs i adaptar-lo a les necessitats del futur client. Posem per cas que es vol mostrar el dossier a una editorial infantil, llavors, quin sentit té, es pregunta l'il·lustrador Miguel Gallardo, adjuntar-hi totes les il·lustracions tècniques?

#### La difusió i la protecció de l'obra

Per evitar que qualsevol persona descarregui i utilitzi l'obra penjada a la xarxa, es pot protegir afegint-hi marques d'aigua. Sovint n'hi prou de pujar les imatges amb resolució per a pantalla (72 dpi), ja que aquesta no és suficient per imprimir –en aquest cas caldria una resolució de 300 dpi.

No cal registrar les feines que ens encarreguen, perquè el sol fet que es publiquin ja és suficient per saber qui n'és l'autor o autora, però quan es disposa d'un projecte de llibre per proposar-lo a les editorials, llavors sí que s'hauran d'inscriure a l'oficina del Registre de la Propietat Intel·lectual que correspongui\*. És un tràmit senzill que serveix per registrar qui és l'autor o autora de l'obra.

Davant d'un conflicte d'autoria, convé recordar la importància de conservar l'original de l'obra i tota la documentació, inclosos els *e-mails*, que la puguin demostrar.

\*Enllaç Registre de la Propietat Intel·lectual de Catalunya

En una cosa coincideix tothom: el book ha de tenir sobretot coherència, motiu pel qual la selecció i renovació de material ha d'anar paral·lela al mateix desenvolupament de l'il·lustrador. Batallé, més partidària d'un *book* ampli, apunta la possibilitat d'indicar-hi l'estil en què s'identifica més l'il·lustrador, incloent-hi, però, els altres registres que també té i amb què se segueix identificant. La il·lustradora Luci Gutiérrez considera imprescindible, també, anotar l'aplicació per a què van ser creades les il·lustracions, tant si han estat publicades com si no. En aquest sentit, des de La Galera, es recomana no ometre en el *book* mostres de material publicat.

**Un consell** Si decidiu intentar concertar entrevistes amb les empreses però ignoreu el nom de la persona a qui us heu d'adreçar, pregunteu directament per la persona que s'encarrega d'atendre els il·lustradors.

Com a resum es podria dir que un únic *book* no serveix per a totes les ocasions. Abans d'invertir en paper caldrà fer, insistim, una bona selecció i tenir clara la seva utilitat.

Sigui per elaborar el *book* o per oferir serveis, la pregunta de partida que s'ha de plantejar sempre és la mateixa: què busca el client? Conèixer bé el mercat és, com es veu, clau per saber com bellugar-se. El problema és que aquesta informació molts cops no s'obté fins que ja s'ha aconseguit entrar-hi.

La recerca de feina comporta una inversió de temps i diners, a més de desgast psicològic. S'ha d'estar preparat perquè el que els tècnics ocupacionals anomenen porta freda –el rebuig reiterat– no acabi afectant la motivació de professionalitzar-se com a il·lustrador.

#### L'encàrrec d'una feina

Repetim-ho: un il·lustrador és un autor, és propietari de les imatges creades i és responsable de l'obra. La llei protegeix la propietat intel·lectual, de la qual es deriven drets morals i drets patrimonials. Els primers són irrenunciables i concedeixen a l'autor la capacitat de decidir sobre la divulgació de l'obra i si aquesta s'ha de divulgar signada o no.

**Ho sabíeu? La venda de l'original de l'obra no comporta la cessió dels drets d'explotació. El seu nou titular no pot publicar-la ni reproduir-la, perquè no en té els drets d'explotació.**

Altres drets morals són el respecte a la integritat de l'obra, que impedeix que un tercer la modifiqui o alteri sense consentiment de l'autor, la possibilitat de retirar-la de circulació, prèvia indemnització als titulars dels drets patrimonials, i l'accés a l'exemplar únic per divulgar-la, quan aquesta es trobi en poder d'una altra persona.

Per contra, l'il·lustrador pot cedir a tercers, a canvi d'una retribució econòmica, els drets patrimonials o d'explotació d'una obra: reproducció, distribució, comunicació pública i transformació. L'il·lustrador professional, que crea imatges amb la finalitat de ser reproduïdes, viu de la comercialització d'aquests drets.

Un bon professional ha de ser conscient del que cedeix quan li encarreguen una feina i conèixer en profunditat les lleis que el protegeixen, a banda de desenvolupar una tasca artística de qualitat.

#### **El càlcul de pressupostos**

El contracte, obligatori per llei, és l'eina jurídica que regula l'explotació de l'obra i protegeix els autors. Tanmateix, el seu ús dista de ser majoritari i en sectors importants com la publicitat o premsa pràcticament és inexistent. Des del punt de vista legal, hi ha dos tipus de contracte: el d'encàrrec i el d'edició. A la pràctica, però, acostuma a fusionar-se en un de sol, el d'edició, que recull els drets cedits i les obligacions de cadascuna de les parts.

Els acords i encàrrecs se segueixen formalitzant més per la via de confirmació del pressupost, amb les indicacions bàsiques dels preus, les condicions i els terminis, que per l'ús d'un contracte regulat. Les tarifes, que varien molt d'un sector a un altre i fins i tot en el mateix sector, són un dels principals maldecaps de l'autor novell. Què s'ha de cobrar? Aquesta és una de les preguntes que es fa més sovint quan es troba davant els primers encàrrecs. Les associacions d'il·lustradors et poden assessorar sobre preus amb la documentació que hi hagi publicada. És millor que te n'informis bé amb els teus col·legues de professió o

amb l'associació a què pertanyis, abans de donar un preu que pot estar per sota del de mercat, ja que et perjudiques a tu i als altres autors.

#### **El contracte d'edició, igual per a tothom**

“El contracte és igual per a tothom, no hi ha un model simplificat per a autors novells”, explica l'assessora jurídica de l'APIC, Mariona Sardà. En un moment o altre de la carrera, tot il·lustrador professional haurà de superar, afortunadament, diferents negociacions i la posterior signatura del contracte. Remarquem la paraula *afortunadament* perquè, malgrat que la llei de protecció intel·lectual estableix l'obligació d'un contracte, escrit i firmat, que garanteixi els drets de l'autor, en alguns sectors, com s'ha indicat, encara cal batallar per aconseguir-ho.

#### **Un consell Un contracte és un acord entre les dues parts. L'il·lustrador pot ficar-hi cullerada i intervenir en la negociació.**

Abans de signar un contracte hem de llegir totes les clàusules i estar segurs d'allò que firmem. Per què voleu que us coneguin? Perquè sou barats o perquè sou bons? Un dels materials de l'APIC planteja aquesta dicotomia, i fa una crida a la responsabilitat de l'autor. Com diu la il·lustradora Mariona Cabassa, les condicions que accepteu acabaran repercutint en tota la carrera professional i, de retruc, en el col·lectiu.

El procés de negociació no ha de fer basarda, insisteix Sardà. Es tracta d'acordar unes condicions beneficioses per ambdós; com a part, l'autor té dret a negociar el contingut de les clàusules i els drets cedits. En cas de dubte, sempre és preferible consultar-ho amb el coixí, i sobretot, assessorar-se. La signatura pot esperar-se a demà. De tots els contractes signats és convenient guardar-ne una còpia.

Un bon contracte d'edició ha de detallar l'encàrrec, la llista dels drets que se cedeixen i el temps de cessió, les formes amb què s'explotarà l'obra i els territoris on es farà. Hi ha de constar la contraprestació econòmica i la forma de remuneració, ja sigui amb un avançament o per *royalties*, en funció de les vendes.

En el manual *L'Il·lustrador i la llei*, editat per l'APIC, es desenvolupen cadascun d'aquests punts. En tot cas, sí que han de quedar clares les possibilitats de negociació d'un autor en les condicions que s'han de definir abans de començar a treballar i en els drets que l'il·lustrador cedeix.

Una de les primers preguntes a plantejar-se en una negociació és la conveniència de cedir tots els drets d'explotació. És necessari? En absolut. No hi ha motius per cedir drets que l'editor no està en condicions d'explotar o que són improbables. Un exemple seria el dret d'adaptació audiovisual: si quan es realitza el projecte original no està prevista l'adaptació, resulta absurd cedir-lo. En cas de produir-se una possibilitat, qui millor que l'autor per negociar-lo de nou directament. Fórmules com la cessió de drets per a tots els suports existents i els que es desenvolupin en el futur s'han de defugir, ja que són abusives i desemparen l'autor.

**No s'ha de fer mai Signar el contracte al moment sense llegir totes les clàusules. És millor analitzar-lo amb calma i, en cas de dubte, demanar assessorament professional. Un cop signat no hi ha marxa enrera.**

Si, malgrat l'obligatorietat legal, l'editor es nega a establir un contracte, haureu de procurar que tots els elements citats constin per escrit, ja sigui en un *e-mail* o a les mateixes factures. "És important deixar constància documental", remarca Sardà, "per actuar jurídicament quan s'origina un conflicte". Posem per cas que s'anul·li el projecte pel qual l'il·lustrador havia començat a treballar sense contracte. Per reclamar una indemnització, a l'autor li seran útils els *e-mails*, fax o cartes que provin la relació entre autor i client.

En tota negociació hi ha dos objectius que mai s'haurien de perdre de vista: (I) cada explotació d'una obra es correspon amb un dret, el contracte ha d'especificar cada un dels drets cedits i el temps en què l'editor serà titular del dret cedit, i (II) cada explotació s'ha d'acompanyar d'una remuneració proporcional als beneficis que se n'esperen obtenir; com més difusió té una obra, més remunerada ha d'estar.

**Feina feta** Només una petita proporció de professionals de la il·lustració desenvolupen la tasca com a assalariats. La immensa majoria exercien l'any 2005 en qualitat de *freelance* (2), és a dir, treballen per compte propi.

Donar-se d'alta en el règim d'autònoms comporta una sèrie d'obligacions davant l'Administració que convé tenir presents, però també significa endinsar-se en la creació d'una empresa pròpia i construir-se les oportunitats a mida.

Al portal de creació d'empreses de la Generalitat de Catalunya, [www.inicia.gencat.cat](http://www.inicia.gencat.cat), les persones emprenedores disposen d'un seguit de recursos per avaluar des de la idea de negoci fins al perfil emprenedor. El portal ofereix la possibilitat d'elaborar *on line* un pla d'empresa, amb l'assessorament de tècnics d'ocupació.

A grans trets, cadascú haurà d'examinar si el projecte resulta viable, en funció dels coneixements del mercat, a partir de preguntes bàsiques: Què voleu fer? Com ho fareu? Què necessitareu? Quant costarà? I com ho pagareu?

Estar al dia de les tendències en il·lustració, conèixer clients i la competència, així com analitzar els vostres punts forts i febles, també serà vital per tenir unes mínimes garanties d'èxit.

Analtzada la viabilitat del projecte empresarial, és el moment de revisar les passes legals i jurídiques a fer per poder constituir el negoci.

Un treballador autònom és el professional que realitza de forma habitual, personal i directa l'activitat econòmica amb finalitat de lucre i sense subjecció a un contracte de treball. Per regla general, en aquesta figura jurídica hi encaixen la majoria de

(2) *Informe econòmic de la il·lustració gràfica.*

professionals de la il·lustració, excepte en el cas que es vulguin oferir serveis en comú amb altres professionals, en qualitat de socis. Aleshores caldrà constituir una societat.

Trobareu més informació obre això al llibre d'APIC *L'il·lustrador i la llei* o en la *Guia de tràmits i formes jurídiques*, descarregable al portal Inicia.

Donar-se d'alta com a treballador autònom és un tràmit relativament senzill, ràpid i econòmic. Primer cal anar a la delegació d'Hisenda local que correspongui, segons el lloc on es visqui, i presentar l'alta de la declaració censal, model 037. L'imprès d'alta té un cost de dos euros, però es possible descarregar-lo gratuïtament d'internet a: [www.aeat.es/wps/portal/Navegacion2IyD?](http://www.aeat.es/wps/portal/Navegacion2IyD?)

Al full d'alta, s'hi ha d'especificar l'activitat a desenvolupar, que s'ha de classificar entre els epígrafs de l'IAE. L'epígraf més habitual per als il·lustradors és el 861 (pintors, escultors, ceramistes i altres activitats artístiques). Si l'activitat professional consisteix íntegrament en la cessió de drets d'autor, com és habitual, totes les operacions estaran exemptes d'IVA. En aquest cas, s'haurà de fer constar a la declaració d'alta fiscal. D'aquesta manera no cal presentar les declaracions trimestrals d'IVA.

Per fer la declaració censal d'alta és necessari l'original del DNI. L'alta s'ha de tramitar sempre en el moment en què s'inicia l'activitat econòmica, o sigui quan s'ofereixen els serveis amb voluntat de lucre. A efectes pràctics, el full d'alta es pot presentar fins a 10 dies abans d'emetre la primera factura.

En cas que que es vulguin fer operacions no exemptes d'IVA (per exemple, la venda d'obres originals o serveis complementaris a la il·lustració), es pot sol·licitar a Hisenda l'alta prèvia a l'inici de l'activitat, marcant la casella 504 de la declaració censal. Això permetrà deduir les despeses que generi el negoci

**Ho sabíeu? La llei no diferencia entre un encàrrec gran o un de petit, ni té en compte el volum de facturació. Legalment, qualsevol professional s'ha de donar d'alta a l'iniciar l'activitat econòmica, però a la pràctica moltes vegades això resulta inviable els primers temps i no sempre es fa.**

durant la seva posada en marxa, tot i que la gestió del negoci serà més complexa.

Fet aquest primer pas, hi ha 30 dies naturals per presentar la còpia de l'imprès segellat per Hisenda a la delegació local de la Tresoreria General de la Seguretat Social, i cursar l'alta al règim de treballadors per compte propi o autònoms.

Si bé, tot i que l'obligatorietat de cotitzar en autònoms ve donada per l'alta Censal, segons el criteri de la Tresoreria, en sentit contrari s'ha pronunciat una sentència del Tribunal Suprem de data 29-10-97 que fonamenta l'obligatorietat de l'afiliació en la concurrència del requisit d'habitualitat, requisit que es dóna sempre que la feina sigui diària o bé si la feina és esporàdica però els ingressos superen el salari mínim interprofessional (SMI).

Aquesta referència a l'SMI, des de l'aparició de l'RDL 3/2004 de l'1-7-2004, s'ha d'entendre referida a l'IPREM o indicador de rendes d'efectes múltiples, ja que aquest indicador substitueix l'SMI en les normes vigents excepte en els supòsits expressament exclosos.

Per tant, si hi ha la possibilitat d'acollir-se al criteri expressat per aquesta sentència, si es donen les circumstàncies que hi estan recollides, s'ha de ser extremadament prudent donat el criteri manifestat per la Tresoreria de la Seguretat Social.

Per a aquest any 2010 l'IPREM puja a 6.390,13 €.

En el moment de donar-se d'alta d'autònoms cal escollir la base de cotització que determinarà la quota a pagar –mínima de 254,21 euros mensuals amb IT– i les prestacions a què es tindrà dret.

Des del 2008 és obligatòria la subscripció de la prestació d'incapacitat temporal per malaltia comuna, maternitat i accident no laboral (IT), excepte per als que realitzen pluriactivitat, que opcionalment la poden excloure.

**Un consell La principal obligació tributària d'empresaris i professionals és expedir factura per totes les operacions realitzades.**

Des del 6 de novembre d'aquest any, ha entrat en vigor per als autònoms la nova prestació de cessament en l'activitat, opcional per als que no tenen concertada la prestació d'accident de treball i malaltia professional, però obligatòria per als que ja la tenen subscripta, amb una quota addicional del 2,20 % sobre la base de cotització i una reducció del 0,5 % de les cotitzacions de la cobertura d'incapacitat temporal derivada de contingències comunes. Si aquest tràmit interessa, s'ha de gestionar a través de la mútua en què tinguem concertada o concertem la IT.

Durant la tramitació a la Seguretat Social és el moment d'assegurar-se sobre aquest aspecte i si es pot aplicar algun tipus de bonificació. En tot cas, insistim que és obligatòria l'alta en el règim d'autònoms quan es produeix l'alta fiscal i s'inicia l'exercici d'una activitat professional amb l'objectiu d'obtenir rendiments econòmics.

De vegades, especialment quan es comença, els ingressos percebuts no arriben ni a cobrir les despeses fixes, entre les quals hi ha la quota a la Seguretat Social. Aleshores resulta inviable mantenir una continuïtat en la cotització social i això provoca l'efecte entrada-sortida del règim de treballadors autònoms, segons hi hagi o no encàrrecs de treball. Això passa en el camp de la il·lustració, però també en altres professions liberals –com l'escriptura de guions o el periodisme–, i pot repercutir a l'hora de la jubilació.

La quota a pagar és opcional. És a dir, es pot fixar el pagament d'una quantitat superior a la quota mínima. Com més es paga, més es cotitza, i es podran rebre unes prestacions més elevades en cas de baixa temporal per malaltia o accident no laboral, incapacitat permanent, jubilació, prestacions de mort i supervivència, i d'accident de treball o cessament en l'activitat en cas de que s'hagin concertat apart.

La quota a la Seguretat Social s'abona mensualment, sense aplicar parts proporcionals, amb independència del dia del mes en què s'inicia o se cessa l'activitat.

**Com han de ser les factures?**

La factura és un document vàlid a efectes jurídics per demostrar la realització d'un encàrrec, si no s'ha signat contracte. L'il·lustrador disposa d'un termini màxim de 30 dies per lliurar la factura un cop realitzat l'encàrrec. Amb tot, per interessos de comoditat i gestió de l'emprenedor, s'aconsella lliurar-la com més aviat millor, si pot ser, coincidint amb la data de lliurament de la feina.

Perquè una factura sigui correcta hi han de figurar les dades següents: el número correlatiu de factura, la data d'emissió, el nom, l'adreça i el NIF de l'il·lustrador empresari i les dades equivalents del client, a més d'una descripció detallada del concepte pel qual es factura.

Si s'està exempt d'IVA, fet habitual en el cas dels il·lustradors que facturem per la cessió dels drets d'explotació de l'obra, s'haurà d'afegir al document de cobrament una menció tipus «operació exempta d'IVA per l'art. 20.26 de la llei 37/1992».

A les factures emeses també hi ha de constar la retenció de l'IRPF, que normalment és del 15 % sobre la base impositiva. Amb aquestes dades n'hi ha prou, però caldria posar també el venciment i els seus terminis –si n'hi ha– i les dades bancàries,



si el cobrament es fa mitjançant transferència. D'aquesta manera, afegint aquestes dues dades més, es preveuen possibles excuses per retardar el cobrament de la factura.

**Ho sabíeu? L'exempció d'IVA comporta per a l'il·lustrador una simplificació considerable dels tràmits de gestió. El principal desavantatge és que no pot deduir l'import d'IVA suportat en les despeses. Tot i així, normalment és tracta de quantitats poc significatives, motiu pel qual els professionals del sector consideren que compensa.**

En cas d'iniciar la professió, durant l'any de l'alta i els dos següents, es pot aplicar una reducció de fins al 7%. La retenció serà abonada a Hisenda pel client, per tant a la factura s'ha de restar el percentatge, que és un pagament a compte de l'impost de renda de les persones físiques (IRPF). En fer la declaració anual de la renda, es calcula el balanç entre el percentatge de l'impost pagat i el que s'hauria d'haver tributat en funció dels ingressos i les despeses. És possible que una part d'aquest avançament sigui retornat en la declaració. L'impost és progressiu: com més benefici, més es paga.

El treballador autònom està obligat a portar un llibre de registre d'ingressos i un de despeses. En el primer llibre s'hi hauran de consignar totes les factures emeses per ordre de número correlatiu i l'anotació de les mateixes dades que figuren a la factura. Les factures emeses i rebudes s'han de conservar durant un període de quatre anys des de la presentació de la corresponent declaració.

## 10 consells i idees de professionals

### Il·lustradors opinen

Riki Blanco

Mariona Cabassa

Miguel Gallardo

Luci Gutiérrez

Pep Montserrat

## 1 Quins consells donaríeu per començar a buscar una feina? A qui cal adreçar-se?

### Luci Gutiérrez

Per mi és bàsic tenir un bon *book* per moure i presència a internet. Una idea és penjar el *book* perquè tothom hi pugui accedir i fer-se veure. A partir d'aquí, comença la tasca de contactar amb editorials, publicistes, agents...

Crec que en aquests moments el millor és diversificar, provar en diferents àmbits sense descartar-ne cap.

### Riki Blanco

Crec que el més important és conèixer la naturalesa, els límits, les virtuts i els gustos de cadascú. Penso que, a partir d'aquesta acotació inicial, la recerca pot ser més fructífera. D'altra banda, també crec que és bo partir d'un projecte semiacabat per proposar a les editorials i possibles clients.

### Mariona Cabassa

Als meus alumnes els aconsello, primer de tot, anar a les llibreries i veure què hi ha en el panorama de l'edició. Fullejar els llibres, les col·leccions..., en definitiva, conèixer la producció editorial i les editorials ens permet, per exemple, seleccionar les línies editorials més afins i estalviar-nos temps.

Després, és imprescindible un bon *book*, tant físic com digital, i començar a trucar als editors. Jo crec més en el tu a tu, i a aquells que no aconseguim que ens rebin els enviem la informació digitalment. Un cop enllestida la tasca de contactes, s'ha de fer un seguiment; tornar a trucar al cap d'uns dies, preguntar si ho han rebut, si els interessa una entrevista, etc. Com les noves tecnologies, fonamental.

### Pep Montserrat

Començar per ser conscient dels propis potencials i dirigir-se a l'àmbit on aquests puguin resultar més útils i efectius, adreçant-se als directors d'art de tal àmbit. I no quedar-se amb una sola opció, combinant aquesta professió amb altres per tal de ser més lliures en les eleccions i no dependre exclusivament d'una hipotètica trucada de telèfon o *e-mail*.

### Miguel Gallardo

Ara mateix la situació és difícil; el sector està molt tancat per aquesta crisi brutal. El primer pas es tenir un *book* que hagi revisat un professional en actiu, per fer-ne una tria acurada. L'ofici està molt especialitzat, per iniciar-se està

bé començar buscant de tot, en premsa, als bons directors d'art, als responsables del departament de disseny. Comprar-se revistes, mirar adreces i fer trucades; el

mateix procediment en el camp dels llibres... Personalment prefereixo el telèfon a l'*e-mail*, però s'ha d'intentar ser discret, no aclaparar-los.

## 2 Quins són al vostre parer els àmbits o sectors amb més possibilitats de feina?

**LG** Fa uns anys hauria dit el camp de la publicitat. Hi havia més possibilitats i més feina, però ara mateix està força malament. Crec que en publicitat o en estudis de disseny les condicions i els preus segueixen estant menys estipulats que en premsa o editorials, on hi ha menys marge de negociació.

**RB** El llibre de text, la publicitat i tot allò que té a veure amb els nous formats i mitjans, és a dir, llibre digital, web, animació...

**MC** Tot i que el mercat està una mica estrany, el llibre de text continua sent el sector amb més possibilitats de feina. En l'àlbum il·lustrat hi ha un creixement. Ignoro, però, si la gent que surt ara de l'escola té les mateixes oportunitats. Molts dels meus alumnes comencen a treballar en el llibre de text, en una proporció molt més alta que en altres sectors més tancats, com la premsa. Ara bé, això no vol dir que no

s'hagi d'intentar. Jo vaig entrar a *La Vanguardia* perquè algú en va sortir. Trucar als sectors on *a priori* hi ha menys demanda també ens pot sorprendre. L'important és no posar-se barreres i intentar-ho en com més fronts millor. La il·lustració cada cop té més presència en àmbits com la tele, les portades de discos, els cartells, que durant una època pràcticament eren exclusius del disseny gràfic o de la fotografia. Les escoles d'il·lustració estan cada cop més plenes, un reflex de la demanda del mercat i de la seva aplicació en més suports.

**PM** Depèn. En tots els companys que fa anys que estan fent una feina interessant, aquesta acostuma a ser una conseqüència, no un objectiu. Hi ha gent que en té en publicitat, qui en té en còmic o en premsa, o en llibre infantil... De totes maneres, en conjuntures com l'actual de crisi es produeix molt

menys i es requereixen menys els serveis de professionals...

Si comencés ara, probablement em dirigiria cap al suport digital i *on line*, així com cap al producte, que és cap on apunta el mercat.

**MG** Cap, tots estan en crisi. Els professionals estem buscant noves vies, ens hem de reinventar, trobar vies d'accés noves i fer projectes. Amb tot, quan un comença ha de fer el camí clàssic, resseguir les editorials, els llibres

de text, els diaris... i potser sonarà la campana.

Un consell tonto és que, al començar, no es preocupin tant pels preus. El més important és publicar, encara que sigui a costa de viure d'arròs bullit el primer mig any. El procés de recerca no és temps perdut: s'ha d'estar obert a escoltar, provar, equivocar-se i tornar-se a equivocar. Cal ser prou flexible per veure què és el que el mercat necessita i estar disposat a evolucionar.

---

### 3 És important tenir un agent? Per què?

**LG** La figura de l'agent a Espanya no ha acabat de funcionar, però crec que és important i necessari per treballar fora d'Espanya. Com més vies obertes tinguis, més possibilitats tindràs de trobar feina.

D'altra banda, pot ser molt útil per delegar la feina més burocràtica, com la negociació de les factures.

Una part de les tasques de l'il·lustrador és vendre la feina, i en això potser no hi tens traça. No crec que és pugui aprendre, ho fas bé o no en funció del caràcter. Arriba un moment que la feina, si és de qualitat, ja es ven sola. No cal que la publicitis,

quan està penjada a internet, si es veu i agrada ja s'està venent.

Per començar, jo vaig contactar amb directors d'art, d'editorials i agències. Em reunia amb ells i ensenyava una mostra del meu treball, els mostrava la web.

**RB** Depèn de per a què sigui, en aquest país no crec que sigui tan necessari, ja que no surt a compte i tampoc hi ha tanta feina. Si la idea és treballar a l'estranger, llavors es pot contemplar. Un agent facilita molt les coses, tot i que no crec que sigui indispensable per començar.

**MC** És una opció més. Jo he tre-

ballat sense agent i ara en tinc un. Em va molt bé per la pape-rassa, les negociacions i les ges-tions dels contractes, però de fei-na diria que en tinc més o menys igual. Potser per l'autor que co-mença és una font de feina; un agent disposa de més contactes amb editorials. Depèn, suposo, de cada agent, de si et truca i et passa feina o no. Molts contrac-tes fixen l'exclusivitat i, si l'agent no truca, et pots trobar clavat.

**PM** Personalment, m'ha estat i m'està sent de gran ajuda. Un agent arriba on tu no pots, i mostra la teva feina en llocs on tu no ho podries fer. A més, fa

d'intermediari en els temes més complicats sense necessitat de ser un mateix el que entri en aquestes qüestions.

**MG** Crec que començar amb un agent és un error. Les agències són útils sobretot per la projecció internacional: en el mercat interior hi ha poca tradició i els pocs diners que guanya un il·lustrador novell, només falta repartir-los! Un, sobretot al començar, ha de ser el seu propi agent. Les bases de l'ofici només s'aprenen trepit-jant el carrer. No es tracta només de fer bé la teva feina, sinó de saber-la vendre, de parlar molt, d'estar informa't..

---

### 4 Què ha de tenir al vostre parer un bon book?

**LG** Ha de tenir una quantitat mínima d'obres perquè el client es pugui fer una idea del que pot fer l'il·lustrador. També és important que sigui mol compacte, que l'estil estigui definit. Si és el cas d'un il·lustrador amb feina molt diversificada, potser és millor elaborar un *book* diferent per clients, per estils, etc., que no pas un d'únic.

Una bona idea pot ser indicar l'aplicació de la il·lustració, si es tracta d'una il·lustració per a un

llibre o per a un cartell. No cal que sigui feina publicada, es pot fer un dossier coherent amb els exercicis d'escola, fets per a encàrrecs ficticis. Serà imprescindible fer-ne una bona selecció perquè ha de ser compacte i ben orientat, un *book* no és un mostrari d'exercicis d'escola. És possible que quan es comença no es tingui gaire feina, pots fer-te auto-encàrrecs per incloure al *book* o per als concursos.

Crec que els concursos no tenen

prou promoció ni funcionen com a reclam com perquè, a partir d'aquests, sorgeixin altres encàrrecs. Sí que pot ser una bona forma per tenir feina publicada.

**RB** Per un costat, coherència, per l'altre, que els estils diferents o les aplicacions estiguin en seccions ben definides. A més, és clar, d'una bona presentació i d'una bona selecció de treballs.

**MC** Si es tracta d'un *book* físic, no cal que sigui enorme; amb un format DIN A3 n'hi ha prou. Tampoc ha de tenir ni 200 ni dues pàgines; s'ha de poder veure com treballem, però no cal mostrar tot allò que hem fet.

Abans de muntar el *book*, és recomanable revisar tot el que hem fet i pensar, feina per feina, si aquella il·lustració la volem ensenyar a un editor. És un dels exercicis que acostumem a fer a l'aula i, curiosament, els alumnes descarten aproximadament la meitat de la seva feina. En resum, al *book* no s'hi ha de posar qualsevol cosa per omplir, és preferible menys però de més qualitat i que ens hi sentim identificats.

Un cop feta la tria, és el moment de posar-hi ordre. Hem de crear

seccions i agrupar els dibuixos per àlbum, el llibre de text, la premsa, etc. Contràriament al que opinen altres, crec que les editorials, excepte les que tenen un estil molt marcat, valoren la versatilitat.

Hi ha editorials amb públics diferents, que fan col·leccions per sèries de 3 anys i per a adolescents de 16. Com he dit abans, mirar el que hi ha al mercat serveix molt per fer un *book*. De vegades l'haurem d'adaptar, una idea pràctica és elaborar un *book* mòbil, amb fundes transparents que permetin canviar il·lustracions en funció de la visita.

Finalment, un *book* ha de tenir unitat i coherència, però tinc dubtes sobre si l'estil ha de ser homogeni, perquè crec que es valora la versatilitat. Un *book* pot tenir cinc estils diferents, per dir una xifra, i ser coherent, sempre amb obres seleccionades i de qualitat. Sense selecció, sí que fem un poti-poti.

**PM** Claredat expositiva, amenitat i facilitat de consulta per part del que l'hagi de veure. Hauria de ser visible sense la presència de l'il·lustrador i donar una idea del potencial comercial i expressiu del treball del que el signa.

El *book on line* em sembla imprescindible, actualment.

**MG** Senzillesa. Al sortir de l'escola es té la tendència d'omplir el *book* amb milers d'estils i això no funciona. Cal ensenyar obres

que siguin originals, diferents del que la resta té. Per això s'ha de fer una bona selecció, desestimar molts dibuixos i deixar-ne pocs però coherents. Un *book* desmuntable, per adequar-lo a cada situació, és més funcional.

---

## 5 Quin paper juguen les noves tecnologies a l'hora de promocionar-se?

**LG** A mi m'ha servit molt tenir el *book* penjat a internet. El *mailing* permet contactes directes amb possibles clients, d'una forma poc intrusiva. Em va ser molt útil quan vaig començar. Qualsevol pot consultar el teu espai. No suposa despeses ni temps excessiu.

**RB** Avui en dia m'atreveria a afirmar que són crucials, especialment per donar-se a conèixer. També és cert que s'ha de cuidar molt on apareixen les imatges, un mal mitjà o un mal suport poden desprestigiar la teva obra, saturar el públic o bé pots acabar cedint els teus drets a tercers sense saber-ho.

**MC** És clar que el futur de la il·lustració estarà molt recolzat en les noves tecnologies. L'il·lustrador versàtil que treballi digitalment, animacions, i sigui capaç d'il·lustrar de la forma clàssica manual, tindrà òbviament

més oportunitats de trobar feina. Dono per descomptat, ho veig cada any a l'escola, que totes les noves generacions surten amb bloc o pàgina web. S'adonen que és manera més fàcil de donar-se a conèixer. Les noves tecnologies tenen el doble vessant, creatiu i de promoció.

**PM** Essencial, el mateix que juguen no ja en la promoció sinó en el mateix treball.

**MG** Tothom té *e-mail* i té o hauria de tenir el seu bloc, una eina gratuïta, ràpida i més fàcil de gestionar que el web, però l'interessant de les noves tecnologies és que amplien el camp de treball més enllà del manual.

Internet està superplè, és difícil fer-se sentir. Penso que els megablocs tenen poc sentit, hi ensenyen la seva feina milers d'il·lustradors i, per això, són temps perdut. Per

gestionar bé les possibilitats que ofereix la xarxa cal un treball paral·lel, per exemple, fent segui-

ment dels *e-mails* que s'envien, estant al dia a les xarxes socials, del que altres fan...

## 6 I la formació continuada? Us recicleu? Com?

**LG** Crec que les noves tecnologies i l'anglès són imprescindibles.

**RB** És importantíssima. Si no, tens el perill d'agafar-te a una fórmula que de tant estirar-la acaba sent avorrida. Personalment, intento nodrir i qüestionar-me constantment el meu treball. Ser prou humil per mantenir-me obert a seguir aprenent, tant de mestres i companys com d'alumnes. Aquesta formació no s'hauria de cenyir a cap ortodòxia ni a cap àmbit endogàmic, crec que s'ha d'estar atent també a altres disciplines.

En aquests moments acabo de matricular-me en el grau d'art i disseny.

**MC** Com les noves tecnologies, fonamental.

**PM** També. Cal no quedar-se enrere en el que està passant allà a fora. Cal saber anglès, al meu parer, cal ser cada dia més específic en el que un és perquè cada cop som més i la feina és més global.

Cal saber abordar nous reptes, descobrint com podem arribar a allò que no sabem i estar disposats a aprendre-ho.

**MG** Tant si s'ha anat a una escola com si la formació és autodidàctica, l'eina més bàsica és la curiositat per tot allò que passa al voltant. És imprescindible prestar atenció a les noves tecnologies, les innovacions en programes i ampliar la formació tecnològica tant com es pugui.

## 7 Per a vosaltres, quines són les claus per fer una bona negociació en els encàrrecs?

**LG** Limitar els drets d'ús d'imatge respecte al tiratge o el temps de cessió. Si es posa una limitació en el contracte, posteriorment podràs acordar noves condicions o definir un nou ús. Per a aquestes tasques prefereixo tenir un agent que ho controli. És molt més còmode. Jo en tinc per al camp de publicitat, que a Espanya està menys estipulat i hi ha més marge per fixar tu mateix les condicions. Llavors és molt útil. En camps com la premsa i els llibres està molt més tancat. Hi ha menys marge de negociació.

**RB** Que la retribució estigui compensada amb l'explotació de l'obra, l'esforç, el temps i la dificultat de l'encàrrec.

**MC** Quan vaig començar anava molt perduda, és bo ser conscient que podem cometre errors, que la inexperiència ens farà equivocar-nos. Ara bé, hem de mirar de reduir-los al màxim, per això en cas de dubte sempre s'ha de preguntar. Per això hi ha l'APIC o els col·legues o altres professionals. El més important per mi és no precipitar-se i donar-se temps per a la negociació. Hi ha tantes modalitats de contractes i de si-

tuacions diferents que és impossible conèixe'ls tots *a priori*. Per això no passa res, deixar-ho per a l'endemà i mentrestant assessorar-nos.

Tot allò que acceptem i ens jugui en contra ens afectarà al llarg de tota la carrera i també afectarà tot el col·lectiu, empitjorant les condicions. Cal tenir temps per reflexionar i saber el que vols. Tampoc s'hauria d'acceptar fer feines abans de tenir un contracte al davant, de saber les condicions de treball, cosa que no sempre passa.

**PM** No dependre exclusivament d'ells i sabent que si no acaben quallant, més enllà de la frustració que pugui suposar, en el fons no passa res... Mantenint la calma i esperant que si l'altre negocia amb nosaltres és perquè ens vol a nosaltres... tot i que ningú és imprescindible per a ningú.

**MG** El millor consell: no donar mai una resposta ni firmar condicions amb presses. Convé tenir el temps per consultar-ho a algú amb més experiència o una associació, per exemple, a l'APIC, perquè els contractes cada cop són més elaborats, amb més clau-

sules i més tramposes que no se cenyeixen a la llei.

A més de la formació d'il·lustrador, com a professional, s'ha de llegir tot, estudiar-ho i preguntar tots els dubtes. Et poden arribar a oferir

contractes blindats amb què se cedeixen tots els drets! Cada contracte s'ha de batallar, ara bé, al principi potser caldrà saltar-se alguns consells per poder publicar. Però després s'ha de pensar i batallar.

### 8 Com es pot entrar en contacte amb editors estrangers?

**LG** Mai he anat a fires i no sé quin resultat té o si funcionen. He utilitzat les vies de l'agent o el contacte directe amb l'editorial, sobretot quan buscava les primeres feines. Llavors m'oferia a ensenyar el *book* sense tenir un projecte concret. Ara estic preparant un llibre pel meu compte i tinc intenció de buscar una editorial on encaixi la idea. Tinc la sensació que ara és més fàcil obrir-se camí amb un projecte, crec que les editorials busquen més projectes acabats que abans.

Es poden fer projectes col·lectius. Quan estava a l'escola, amb alguns companys de classe vam iniciar un *fanzine*. L'experiència ens va servir per mantenir el contacte permanent entre nosaltres, amb il·lustradors i amb la il·lustració. També va ser una forma de publicar feina en un moment que no teníem recursos.

**RB** Sincerament, no ho sé.

**MC** Jo sempre hi he contactat de tu a tu, per telèfon o *e-mail*, mai a través d'una fira.

**PM** Directament i amb alguna cosa per oferir. És important entendre que, si volem que s'interessin per la nostra feina, aquesta ha de ser interessant. Els agents i les fires ajuden a arribar on no arribem nosaltres normalment.

**MG** El mercat americà està pràcticament tancat i els europeus, passa per les fires, per treballar-s'ho i ensenyar el *book*. Realment el mercat està molt paralitzat, i si no ets molt original o punter... Abans d'anar a una fira, un s'ha d'assabentar de quines funcionen i on val la pena gastar els pocs diners de què es disposa.

### 9 Quines oportunitats poden oferir al vostre parer els festivals, les fires etc.?

#### És viable presentar-s'hi o només és assequible per a professionals amb un cert nom?

**RB** Personalment mai m'han agradat aquest tipus d'actes, ignoro fins a quin punt estan realment enfocats als autors. Sempre m'han semblat més un mercat de i per a editors. Tot i que he d'afegir que la meua primera incursió en l'àmbit professional va ser després d'una trobada a la fira de Bolonya. En qualsevol cas, crec que és bo anar-hi amb un projecte editable i no només amb un *book*.

**MC** Més aviat sóc antifires. Les fires suposen esforços faraònics i moltes hores de cua, serveixen més per fer contactes entre editors i amb agents que als autors. Una fira pot estar bé, si l'autor disposa d'un projecte fet –d'un àlbum il·lustrat, per exemple– per vendre. Llavors una fira pot estar bé perquè hi ha editors que compren la feina feta.

Però per ensenyar el *book* i fer contactes són, segons el meu parer, força inútils. Si ens agrada un editor de París, per exemple, surt més a compte i és més efectiu concertar la cita amb l'editor i comprar-se un bitllet d'avió a París que fer cues en una fira i

ensenyar-li un *book* a un editor estressat de veure'n milers. A més, és pot planificar l'estada a París per visitar diferents editors, a banda del que ens agrada.

**PM** El cert renom es fa amb feina, i a la feina s'hi arriba proposant alguna cosa específica que sigui traduïble o bé en experiència cultural o bé amb diners. O en les dues, encara millor.

Començar pensant que només els de cert renom tenen possibilitats és fer-ho molt malament, al meu entendre.

Redacció **Judit Josa**  
Correcció **M. Rosa Ferrer**  
Disseny gràfic **Pilar Gorriz + Miguel Bustos**  
© Associació Professional d'Il·lustradors de Catalunya (APIC)

**APIC**   
**Associació Professional  
d'Il·lustradors de Catalunya**

Balmes, 205, 1er. 1ª B 08006 Barcelona  
T. 93 416 14 74 F. 93 415 15 83  
info@apic.es www.apic.es

 Generalitat de Catalunya  
**Departament de Cultura  
i Mitjans de Comunicació**