



© Ilustración: Fernando Carmona



SER PROFESIONALES
El ABC del ilustrador profesional

el **ABC** del ilustrador profesional

TRABAJADORES CREATIVOS
Conocer mis derechos y obligaciones.

CAPACITACIÓN ARTÍSTICA
Reconocer qué tenemos para ofrecer (conocimientos, influencias y limitaciones)
No elegir el camino más fácil o corto.
Crear contenidos.

CAPACITACIÓN PROFESIONAL
Informarnos, revisar aspectos del oficio que no conocemos.
Aprender a mostrarnos, armar un espacio virtual.
Invertir en web, tarjetas, cursos y equipamiento. Consultoría legal y contable.
Estar inscriptos como Monotributistas.
Prepararnos para tomar decisiones.

TRATAR AL CLIENTE COMO UN PAR
Valorarnos.
Ser cuidadosos y respetar calidad, pautas y plazos de entrega.
Establecer todo por escrito.
Informarnos antes de negociar.
Preguntar.
Educar, transmitir nuestro conocimiento a los profesionales del medio.

NO HAGAS ESTE RECORRIDO SOLA/O
¡Agruparnos ayuda!

NO TRABAJO GRATIS

Quien me contrata, no me está haciendo un favor.

► ¿CÓMO HACERSE CONOCER COMO DIBUJANTE?

Es difícil dar el primer paso y podemos demorarlo porque sentimos que no estamos lo suficientemente preparados. Aunque tengamos el nivel de conocimiento y oficio, es la experiencia y la dedicación lo que nos ayuda a superarnos cada día.

El primer paso consiste en poder mostrar nuestro trabajo. Publicar a través de un medio gráfico y también en Internet porque tiene otro alcance. Mostrar el portfolio en páginas web, un blog o en las redes sociales, que son gratis.

Por lo tanto no hay excusas de tipo económico para dar ese paso fundamental.

Esto nos permitirá presentarnos ante editoriales o futuros clientes y también frente a otros colegas que estén abiertos y puedan apreciar nuestro trabajo.

Mostrarse es una manera de llegar a otros, de intercambiar ideas y crear vínculos, no solo comerciales, sino también personales y creativos, lograr proyectos comunes y colaboraciones.

► PORTFOLIO ONLINE

HACERLO SIMPLE

Recomendamos armar un portfolio lo más simple posible. Cuando nos iniciamos, queremos mostrar todas las creaciones y puede confundirnos, así como desorientar al que observa nuestro trabajo.

Lo mejor es ser directo, mostrar sólo lo que nos parece mejor, no cubrir espacios con cualquier cosa con tal de mostrar producción o experiencia.

Podemos convencer solo con una imagen, lo importante es justamente tener esa imagen, o al menos una que a nosotros nos conforme y nos convenza. Y esto se logra sólo con muchas horas de trabajo, oficio y creatividad.

CONOCERSE

Es difícil reconocer nuestro fuerte, y puntos flojos, tener conocimiento de esto nos servirá no sólo para seleccionar la obra que nos representará, sino también intuir ¿hacia dónde intentamos dirigir nuestra producción!

Si tenemos varios estilos o técnicas no las mezclamos e intentemos ordenarlas.

Poner en contexto nuestro trabajo de acuerdo a lo que buscamos.

Por ejemplo, si queremos hacer libros ilustrados, mostremos cómo manejamos el espacio en relación con el texto, títulos de las portadas, etc.

Si tenemos libros publicados o proyectos, tenemos que mostrarlos.

El contenido del portfolio, la web, el blog y todos tus proyectos, antes de mostrarlos a posibles clientes, deberías registrarlos en Derechos de Autor.

Saber diferenciar lo que nos gusta hacer, de lo que podemos hacer.

Reconocer esa diferencia nos ayudará a encaminarnos. Tener presente nuestro sueño y verlo como meta. Si queremos trabajar con una editorial y nos alucina su catálogo, sus obras, autores e ilustradores, no está mal soñar con ser parte. A veces hay que dar toda una vuelta para concretar dicho objetivo.

Tenemos que aprender a ser pacientes y trabajar duro, a veces las circunstancias nos llevan por caminos que no esperamos y terminamos haciendo cosas que no imaginábamos, lo importante es estar atentos a las oportunidades.

► DIFUSIÓN

Una vez que tenemos espacio propio en la web, lo que sigue es difundirlo.

FOROS Y GRUPOS

Participar de foros o sitios virtuales referidos a la ilustración es un buen ejercicio. Por lo general muchos participan y nos mantienen informados.

ADA ofrece a los socios participar dentro de un grupo privado en Facebook donde se realizan consultas y se debaten muchos temas.

Es difícil llegar al contacto personal con editores o directores de proyectos, y de algún modo, el acceso inmediato a través de Internet puede ser también un filtro complicado si queremos conocer personalmente a quienes podrían elegir nuestro trabajo.

CORREO (E-MAIL)

En primer lugar, crear un sitio web para mostrar nuestro trabajo en Internet, luego difundirlo e intentar contactar con personas y empresas a través del correo.

Recomendamos no enviar archivos adjuntos en formatos jpg, pdf, word, etc. ya que la mayoría de las empresas tienen filtros y frecuentemente no miran adjuntos.

Una buena opción es incrustar una única imagen bien elegida y muy atractiva en el cuerpo del email (no como adjunto) y un link a nuestro sitio web o un PDF subido a un dominio propio de espacio virtual, dentro de un servicio en la nube (hay gratuitos como Issuu, dropbox, google Drive o PDFy) donde pueda verse el resumen de tu trabajo, algo así como un breve portfolio digital con todos tus datos de contacto siempre visible y diseñado.

Otro dato que parece obvio, pero muchos no lo hacen, es firmar nuestros e-mails con el link a nuestra web o blog, anteponiendo <http://> a la dirección, o creando el vínculo a través del editor de email, ya que de esta manera estamos creando un link directo. De otra forma hay que copiar y pegar la dirección. Conviene siempre facilitar la tarea y que puedan ser vistos sin dificultad. Si agregamos una imagen, que sea incrustada y tenga un link. Ej: Estela Picito <http://estelapicito.com>

Trabajamos con la imagen, por lo tanto nuestra presentación será fundamental para que los clientes nos vean como potenciales colaboradores de sus proyectos.

Material descargado desde: adadibujantesdeargentina.org

TU OBRA SIEMPRE A MANO

Es muy importante adoptar la costumbre de llevar siempre una tarjeta encima, señalador, carpeta con CV (currículum vitae) o un par de hojas impresas ¡lo que sea! con nuestros contactos.

Somos, en buena parte, nuestro trabajo; siempre que conozcamos gente nueva que pueda interesarse por nuestro mundo, tenemos buena oportunidad de mostrarlo.

No importa si es una gran carpeta o una pequeña tarjeta, con los recursos de cada uno. Hay que verlo como una inversión. Una tableta puede ser la opción para mostrar el portfolio impreso, una galería de imágenes desde tu web, o un PDF que puedas enviar directamente al entrevistador.

MUESTRAS, CONCURSOS Y CATÁLOGOS

Participar en muestras colectivas e individuales es una buena forma de saber dónde estamos parados; experiencias que nos exponen a la mirada crítica de los demás y la nuestra. Hay que animarse a hacerlo para seguir creciendo.

Pasa lo mismo con los concursos y bienales, muchos son organizados por editoriales, lo que garantiza la posibilidad de publicación, hayas ganado o no. Hay colegas que al haber participado, llamaron la atención de los editores y terminaron trabajando con ellos a pesar de no haber ganado premio alguno, ni haber sido seleccionados.

¡Por eso es tan importante participar!

NO AISLARSE

Es fundamental agruparse, ser parte de una asociación o espacio, para compartir e intercambiar todo tipo de información y organizar muestras, talleres y actividades colectivas. Es la mejor manera de aprender y crecer en el oficio.



¡¡Contá con ADA para eso!!

Ferías y eventos

Nos permiten el contacto con posibles clientes. Tomate el trabajo de llevar tarjetas, tu portfolio y hacer una recorrida por stands en los que puedas solicitar entrevistas o dejar alguna muestra.

Sugerencia: Llevá siempre una libreta y tomá nota de los contactos para hacer un seguimiento posterior.

•

► CONTACTO CON EL CLIENTE

Después de promocionar tu trabajo, si has hecho las cosas correctamente, lo más probable es que se generen propuestas laborales. Desenvolverse profesionalmente será vital para aprovechar las oportunidades que se presenten.

PARA TENER PRESENTE ANTES DE CONTACTAR CON UN CLIENTE:

Si reconozco que mi vocación es también mi profesión, soy un profesional que ofrezco mi trabajo a cambio de una retribución económica. Cuando me pagan, da lo mismo denominarlo: anticipo, pago único o porcentaje.

Mi trabajo SIEMPRE debe ser remunerado. Si alguien quiere publicar mis imágenes es para obtener algún beneficio con ello, NUNCA para hacerme un favor.

Quiero que me elijan por mis características técnicas o artísticas, no por parecer cómodo o barato. El concepto que debo defender como profesional, es que soy un autor, y tenerlo siempre presente antes de cerrar un trato. Debo aclararle a mis clientes que una prueba es un encargo, exige tiempo y trabajo, por lo tanto, deben pagarla.

Hay que recordar siempre:

- *El cliente cuando nos atiende no nos hace un favor, es parte de su trabajo.*
- *Cuando nos publican una obra es porque ésta tiene un mínimo de calidad.*
- *No debemos aceptar argumentos como “te estamos haciendo un favor”, para pagarnos menos. Ni trabajar gratis con la promesa de trabajo futuro; quien no paga ahora difícilmente lo hará más adelante.*

Fuente: FADIP, España

CONTACTO POR EMAIL

Te sugerimos que al recibir el email o contacto, de un posible cliente, tomes nota de los datos que te dan y los que faltan. Pueden proponerte cosas variadas, pero lo más importante es tener la información necesaria para analizar si la propuesta es interesante, porque puede gustarte el proyecto, las características del cliente o convencerte su propuesta económica.

INVESTIGÁ

Si no conocés a ese potencial cliente, es muy útil investigar en la web. Entrá a su página y evaluá qué tipo de empresa es la que te está contactando. Si es una editorial: estudiá su catálogo, fijate si son pequeños e independientes o un gran grupo editorial, etc. Consultá si algún colega puede darte referencias.

ANALIZÁ

Cuando hayas recopilado toda la información analizá la propuesta concienzudamente, no te apresures en responder y si te quedan dudas consultá lo que te parezca necesario. Inclusive si el cliente está interesado en un proyecto o trabajo especial que hayas enviado por tu iniciativa o ánimo de difusión.

REVISÁ

Ortografía y redacción son fundamentales para expresarse en forma clara y correcta. Es una referencia para los clientes, demostramos que podemos desenvolvernos bien como artistas profesionales.

GUARDÁ

Guardá las comunicaciones por correo con empresas y editores y copiá los mensajes enviados y recibidos a una carpeta específica, así siempre tendrás el registro de los mensajes, los datos de esa persona, su cargo y la fecha de gestión.

► LA ENTREVISTA PERSONAL

Una entrevista, un encuentro con editores o futuros clientes es fundamental y el éxito de la cita depende de desenvolverse bien.

Algunas sugerencias

NO SER INOPORTUNO

Evitá momentos inoportunos. Si podés decidir, no elijas horarios cerca del almuerzo o de la salida, ¡ni un viernes a última hora! No esperes respuesta en temporada de vacaciones, fiestas, balances ni antes y durante Feria de libros o eventos relacionados con el rubro.

No está de más investigar cuál es la mejor época antes de enviar correo o hacer llamados para no desperdiciar oportunidades y energías.

NO SER IMPUNTUAL

Una vez programada la cita, nunca llegues tarde, siempre es preferible llegar con antelación, y aunque parezca tonto ¡tampoco llegues temprano! podés poner en un compromiso al entrevistador; por lo general son gente ocupada con agendas apretadas. Llegar temprano puede incomodar a ambas partes si te hacen esperar, lo mejor es estar con tiempo y presentarse puntual.

ROMPER EL HIELO

Presentarse o arrancar para muchos puede ser difícil, pero los dibujantes tenemos la ventaja de que nuestro trabajo puede ayudar a derretir el hielo. Mostrar las imágenes lo más pronto posible puede ser una buena herramienta para tímidos. Entregar una tarjeta, carpeta o folleto desde el primer momento puede resultar beneficioso.

ESTAR PREPARADO

Prepará una carpeta o muestras antes de cada cita y de acuerdo al cliente. Elegí los trabajos que puedan interesarle, para ir, lo más directo posible a lo que han requerido.

Por ejemplo, si es una editorial infantil, no lleves material para adultos, si es para publicidad no lleves comics o cosas demasiado artísticas salvo que te lo hayan pedido expresamente. Si se muestran receptivos y querés que vean otro tipo de producción que te interese, siempre hay tiempo para mostrarlo más adelante después de terminar el trabajo para el que fuiste convocado.

PREGUNTÁ

Nunca tengas miedo de preguntar cosas que no entiendas. No te preocupes por mostrar una experiencia que no tenés, lo mejor es estos casos es estar atento y aprovechar cualquier circunstancia para sumar a esa experiencia.

PREGUNTÁ AÚN MÁS

Tampoco te quedes con dudas sobre los puntos importantes acerca del trabajo. Aunque parezca mentira, conocemos casos en que por vergüenza, olvido o entusiasmo, los ilustradores llegamos a casa después de una entrevista positiva, nos han dado el trabajo pero..., ¡no sabemos cuánto nos van a pagar! Hasta podría verse como poco profesional no preguntar cosas importantes como:

¿Cuál es la característica del trabajo? ¿Cuántas páginas, ilustraciones, viñetas? Si son en color o ByN, o una combinación de ambas. ¿Cuál es el tiempo que me dan para realizarlo? ¿Cuál sería el pago y las condiciones contractuales? Y un montón de cosas más de acuerdo al caso, lo importante es pensar en todo y no dejar de preguntar por miedo a quedar mal, ni aceptar todas las condiciones que te propongan si no te parecen justas. El ejercicio de hablar antes de tomar decisiones puede facilitar y evitar crear problemas para ambas partes a futuro.

Toda entrevista, encuentro, así sea con el panadero de la esquina, es una excusa para hacer la experiencia, el ejercicio de hablar con otro a quien pueda interesarle tu trabajo.

PENSÁ, LUEGO DECIDÍS

Intentá no tomar decisiones importantes en el momento. Te pueden llegar a presionar pero lo mejor es decir “dejame pensarlo bien”, revisar tus tiempos o lo que necesites para poder tomar la decisión con sabiduría ¡y que no haya resoluciones de las cuales arrepentirse! Ocurre con los tiempos y a veces con el pago que podés llegar a expresar: ¡“Malos cálculos, pensé que llegaba!” o “No terminó rindiendo como esperaba”. Lo mejor es decir profesionalmente “te contesto en breve, hoy o mañana mismo”. Recomendamos

responder a la brevedad, por respeto al empleador; en el caso de respuesta negativa, para que tenga tiempo de buscar otro colega y el siguiente tenga margen para realizar el trabajo.

► PARA TENER EN CUENTA CON CUALQUIER TIPO DE CONTACTO

NO MOVER EL LÁPIZ SIN CONTRATO ACORDADO CON EL CLIENTE

El contrato se pacta antes de comenzar a trabajar porque de lo contrario pueden aparecer problemas que luego son difíciles de resolver. El tema es para un artículo especial, pero quisiéramos compartir palabras de la especialista Mariela Mosnaim (abogada) en una charla con socios de ADA respecto de este tema. Un colega dice que está por terminar a las trompadas con un cliente y Mosnaim responde: "Si se llega a la discusión al punto de dar trompadas, es porque no hubo coraje para plantear las cosas claramente desde el principio". Siempre debemos evitar conflictos y los contratos son las herramientas idóneas para garantizar la realización del trabajo en buenos términos.

CUIDAR LA CALIDAD DE TU TRABAJO ES DETERMINANTE A FUTURO

No aceptes trabajos donde no tengas control absoluto o no puedas resolverlos por cuestión de tiempo o habilidades técnicas. Es preferible no tomar trabajos si no se puede mantener un nivel mínimo de calidad. Si el pago no es suficiente, utilizar recursos técnicos que nos faciliten, sin por eso bajar la calidad; siempre de común acuerdo con el editor o cliente.

PREPARATE PARA DECIR NO

A veces llegan propuestas poco serias que atentan contra tu trabajo. Hay que prepararse para decir NO a contratos abusivos y negociar mejores acuerdos. A decir NO a precios muy bajos. NO, a trabajar gratis. NO, a trabajar sin contrato. Aprender a decir NO como profesional, es respetar tu trabajo.

Algo que atenta contra nuestro rendimiento y del cual se habla poco es el factor emotivo. Debemos aprender a decir NO al desánimo. Si luego de un arduo trabajo en preparar y conseguir entrevistas no hay buen resultado, estarás tentado a bajar los brazos, pero si considerarás que el dibujo y la ilustración son tu pasión, prepárate a decirle NO al desánimo y a recomenzar. La confianza y la constancia son claves para sostenerse.

¿CÓMO COBRAR TU TRABAJO?

Si bien es una pregunta bastante específica, en realidad tiene demasiadas cuestiones para considerar: depende de mercados, cotizaciones de monedas, situaciones personales y económicas, si el trabajo es para grandes empresas o pequeñas editoriales independientes, por encargo o como proyecto personal, pero en todas encontramos un punto en común, el compromiso con uno y el oficio. A la hora de hacer un presupuesto debemos pensar en el valor de nuestra obra.

Nuestro trabajo artístico y creativo debe ser bien remunerado. Hacer lo que nos gusta no implica que debamos regalar o desvalorizar nuestro esfuerzo. Por eso es muy importante educar al cliente a ese respecto. Tenemos que estar convencidos y conscientes de que formamos parte de una industria, un mercado, y desvalorizarnos nos perjudica.

VARIABLES QUE DEFINEN UN PRESUPUESTO

Estilo: Tradicional, digital, ambas técnicas...

Formato y cantidad: 1/4, 1/2 página, página entera, doble, viñeta. ¡Ojo!: a veces te piden una viñeta pero con tanto detalle que ya deja de ser una viñeta y hay que especificar qué significa el rótulo. ¿Con o sin contexto?

Aplicaciones: ¿Es para un libro, manual, publicidad, objeto? ¿Es para uso local e internacional? ¿Se editará en otros Idiomas? ¿Se ceden derechos? ¿por cuánto tiempo?

Volumen de producción: ¿Qué tirada tendrá, (de cuántos ejemplares)?

Tiempos: Estimá cuánto tiempo te lleva crear y realizar cada ilustración. ¿Cuánto tiempo para realizarlo establecés con el cliente? ¿Cuánto tiempo tiene el cliente? ¿Tiene urgencia? A mayor urgencia, mayor precio.

Tipo de cliente: Pequeño, mediano o grande. Consultá si tendrás un seguimiento con editor para saber qué va en cada viñeta o página y quién aprobará cada una de tus propuestas.

Gastos adicionales: ¿Habrán reuniones? Tené en cuenta el traslado. Consultá por la documentación y las impresiones, si tuvieras que hacerlo.

Mi situación: ¿Me va a gustar hacerlo? ¿Lo hago por el dinero? ¿Cuánto quiero ganar?

¿Conozco al cliente? ¿Me va a servir como trayectoria?

¿Tengo referencias de conocidos que ya trabajaron para este cliente?

¿Estoy apurado por cobrar, tengo respaldo para negociar?



Material descargado desde: adadibujantesdeargentina.org

PARA DEFINIR LA COMPLEJIDAD

Las editoriales pagan "por paquete", aunque te pidan precio por separado, son precios distintos: viñetas, 1/4, 1/2 página, página entera, tapa y tapa y contratapa.

Presentá muestras del estilo.

Presentá boceto a lápiz, si así trabajás, o algo previo para que lo aprueben antes de hacer el resto.

Preguntá por la medida de cada viñeta y si será colocada en página par o impar, si la utilizan espejada pueden arruinar o tergiversar tu trabajo.

Pedí el archivo Pdf con la diagramación, para crear e ilustrar con esa referencia, así tendrás clara idea de los espacios dentro de cada página, del texto y la ilustración. Y que te responda, vía correo, el responsable a cargo del proyecto la conformidad sobre lo que entregaste.

► SUGERENCIAS PARA COBRAR UN TRABAJO

Formas de pago

25 % contra aprobación del presupuesto.
25 % contra aprobación de los bocetos (lápiz)
25 % contra entrega de JPG para aplicar en maquetación.
25 % contra entrega de finales para cierre de publicación.

Otra variante

25% al comenzar el trabajo (podés solicitar orden de trabajo para tener constancia del pedido)
25% al entregar los bocetos de todas las ilustraciones.
50% restante al entregar las ilustraciones originales.

Consultá antes, firmá después

Si tenés dudas o algo resulta sospechoso cuando leas el contrato, consultá con un abogado, con un colega o en ADA, para que te asesoren. Leélo con tranquilidad.

Leyes y números

Aprendé temas relacionados con lo legal y contable, ya que es parte fundamental para actuar como profesional.



Recomendación

Los encargos para libro de texto se suelen pagar por página, así te toquen dos viñetas, tres o media página con una escena. También pagan por página completa, media, un cuarto y viñeta. Tendrías que ver el volumen de trabajo y la complejidad de los pedidos antes de pasar los precios.

Para no perder el trabajo, preguntá cuál es la estimación que hizo tu cliente en cuanto al presupuesto.

Si cobrás por páginas sueltas tal vez podés pedir un poco más.

¡Ojo! porque suelen pedir una imagen de 5 x 5 cm con muchos detalles y te quieren pagar por viñeta. Es necesario explicarle al cliente qué es una viñeta y qué no es. En todo caso es una ilustración, que luego ellos la colocarán más reducida y debería cobrarse como tal.

Tu trabajo no es una fotocopia que se hace por cantidad, tenélo en cuenta al momento de armarles un "paquete". Controlá cada detalle y prepará un estimativo global, pero respetando cada ilustración.

Control de tu obra

Jamás cedas definitivamente los derechos patrimoniales, por ley, los originales siempre son nuestros como autores de la obra. Lo que hacemos a través de contratos es ceder derechos de reproducción a un precio convenido y por un tiempo determinado. Esto último depende del poder de negociación en ese momento y de nuestro cliente.

¡A veces ni conviene recibir regalías! porque si no se vende lo suficiente uno corre riesgos de cobrar casi nada.

Por eso es importante hacer bien las cuentas, saber el precio de venta y la tirada (cantidad de ejemplares que se imprimen) y hacer una proyección para saber cuánto se puede cobrar. De todas formas, si se cobra una suma fija nunca se cede para siempre; se firma un contrato para estipular el destino y el plazo.



Agradecemos a Poly Bernatene, Viviana Brass, Elissambura, Leo Frino, Rodolfo Fucile, Mónica Pironio y Oscar Senóñez Jr. por la realización de este cuadernillo. Las ilustraciones de tapa e interior son propiedad de Fernando Carmona, en contratapa, de Leandro Cepeda.



¡ASOCIATE!

Trabajamos por la profesionalización del dibujante y su reconocimiento.

Nuestro propósito es difundir y estimular el oficio del dibujo.

A través de capacitaciones y charlas promovemos el intercambio de conocimientos entre colegas y el público en general.

Fomentamos y trabajamos por la profesionalización del dibujante y su reconocimiento.

Para más consultas visitá nuestra WEB en nuestra sección Recursos / Preguntas frecuentes que se actualiza permanentemente.

¡Te deseamos lo mejor!

www.adadibujantesdeargentina.org



ADA CENTRAL

-  @adarenovada
-  ADADibujantes
-  ingreso.ada@gmail.com

SEDES

Bahía Blanca

-  @adarenovada
-  ADADibujantes
-  ada.bahia blanca@gmail.com

La Plata

-  @adasedelaplata
-  adasedelaplata
-  adasedelaplata@gmail.com

Mendoza y región

-  @adasedemendoza
-  ADA sede Mendoza
-  ada.sede.mendoza@gmail.com

Rosario

-  @ada.sederosario
-  ADA sede Rosario
-  ada.sederosario@gmail.com

San Juan

-  @ada_sanjuan
-  Ada.sede.sj
-  ada.sede.sj@gmail.com

