



**Nuevo libro blanco  
de la Ilustración Gráfica  
en España**

---

Guía práctica

---

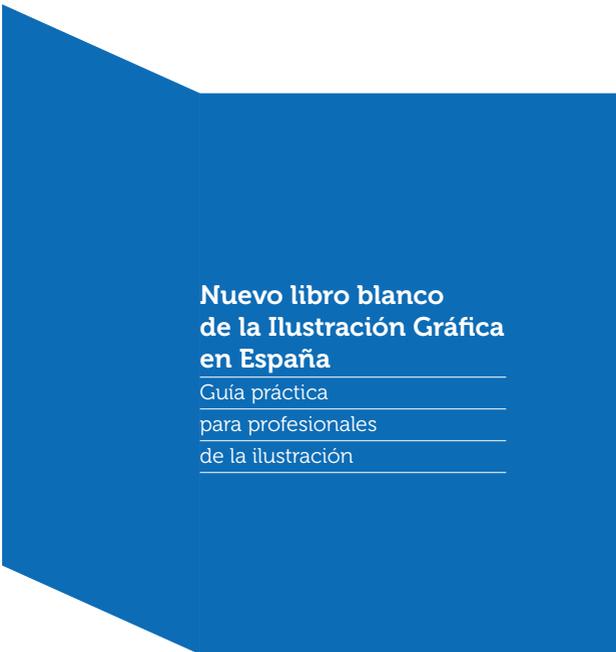
para profesionales

---

de la ilustración

---





**Nuevo libro blanco  
de la Ilustración Gráfica  
en España**

---

Guía práctica

---

para profesionales

---

de la ilustración

---



## NUEVO LIBRO BLANCO DE LA ILUSTRACIÓN GRÁFICA EN ESPAÑA

### *Guía práctica para profesionales de la ilustración*

Manual redactado por la Comisión de Profesionales del Observatorio de la Ilustración Gráfica, formada por 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, Miquelánxo Prado, Mariona Sardà, Rosa Serrano y Javier Zabala.

Editado por FADIP (Federación de Asociaciones de Ilustradores Profesionales)  
Mayor 4, planta 4.ª, oficina 6  
28013 Madrid  
Tel.: 91 531 86 70  
[info@fadip.org](mailto:info@fadip.org)  
[www.fadip.org](http://www.fadip.org)

**Coordinación de obra y preparación de textos:** Enrique Torreiro

**Revisión jurídica:** Mariona Sardà

**Revisión laboral y fiscal:** Jordi Badia

**Diseño y maquetación:** O Clube da Esquina, Ourense

Obra publicada con el patrocinio del Ministerio de Cultura

© FADIP, por la presente edición

**Primera edición:** diciembre de 2011

ISBN: 978-84-615-6012-7

Depósito Legal: M-19707-2012

*Está permitida la reproducción parcial de los textos no firmados, siempre que se cite su procedencia. Los editores agradecen que se les comunique dicha reproducción, acompañando, a ser posible, una muestra de esta.*

# ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>Introducción</b>	9
<b>1. El ilustrador en España</b>	11
1.1. Perfil socioeconómico	13
1.2. La formación de los ilustradores	14
<b>2. El ilustrador y sus derechos: contratación y derechos de autor</b>	17
2.1. Derechos del autor	19
2.1.1. Derechos de explotación	19
Cesión de los derechos de explotación	20
Límites de los derechos de autor	21
Obra en colaboración y obra colectiva	22
2.1.2. Derecho moral del autor	22
2.2. Contrato de encargo y contrato de edición	23
2.2.1. El contrato de encargo	23
2.2.2. El contrato de edición	24
Los cambios introducidos por el mercado digital en el contrato de edición	26
Contratos con editoriales extranjeras	27
2.3. Otros contratos	27
2.3.1. El autor asalariado	28
2.4. Tiempo de cesión de los derechos	28
2.5. Actuación en caso de vulneración del derecho de autor	29
2.5.1. Incumplimiento de contrato	29
2.5.2. Uso indebido o no consentido del trabajo del ilustrador	29
2.6. El Registro de la propiedad intelectual	30
2.7. Otro tipo de cesiones: las Creative Commons	30
2.8. Participación en concursos	31
<b>3. El ilustrador ante la Administración</b>	33
3.1. El alta en la actividad	35
3.2. El alta en la Seguridad Social	35
3.3. El ejercicio en sociedad	36
3.4. El IVA	37
3.5. El IRPF	38
3.6. Las facturas	39
3.7. Los libros de registro de facturas	40
3.8. Los gastos deducibles	41
3.9. El pago a cuenta del IRPF	42
3.10. Los trabajos para el extranjero	43

<b>4. El ilustrador frente a sus clientes</b>	45
4.1. Pautas de trabajo	47
4.1.1. Presupuestos	47
4.1.2. Criterios de viabilidad	49
Reutilización	51
4.2. La negociación con el cliente	51
4.3. Sistemas de cobro	52
4.4. Trabajar con agente	53
4.5. Los compromisos del ilustrador	54
4.6. Los mercados de la ilustración en España: formas de trabajo	55
4.6.1. La publicidad	55
Envases y embalajes	56
4.6.2. Prensa	56
4.6.3. Editorial	57
Álbum y novela ilustrada	58
Libro de texto	58
Cómic y novela gráfica	58
Ilustración científica y técnica	59
4.6.4. Audiovisual, animación y multimedia	59
4.6.5. Textil y merchandising	59
4.7. La promoción del ilustrador	60
4.7.1. Cuestiones básicas	60
4.7.2. El portafolio en papel	61
4.7.3. Recursos electrónicos	62
4.7.4. Ferias internacionales	64
<b>5. El ilustrador y su colectivo profesional</b>	67
5.1. Las asociaciones	69
5.2. La entidad de gestión de los autores visuales: VEGAP	70
<b>Anexos</b>	73
Guía para clientes	75
Contrato de encargo de creaciones visuales	77
Contrato de edición de creaciones visuales en forma de libro en papel	79
Contrato de edición de libro digital	83
Contrato de cubierta de libro	85
Contrato de merchandising	86
Contrato de difusión por Internet	88
Contrato de creación publicitaria	89
Contrato de prensa	91

Contrato de creación de personaje o mascota	93
Contrato de venta de obra	94
Contrato de agencia	95
Agency agreement	98
Contrato de depósito de ilustraciones	100
Contrato de animación	101
Modelo de factura con IVA	104
Modelo de factura con exención de IVA	104
<b>Los miembros de la Comisión de Profesionales del Observatorio</b>	105
<b>Bibliografía</b>	112



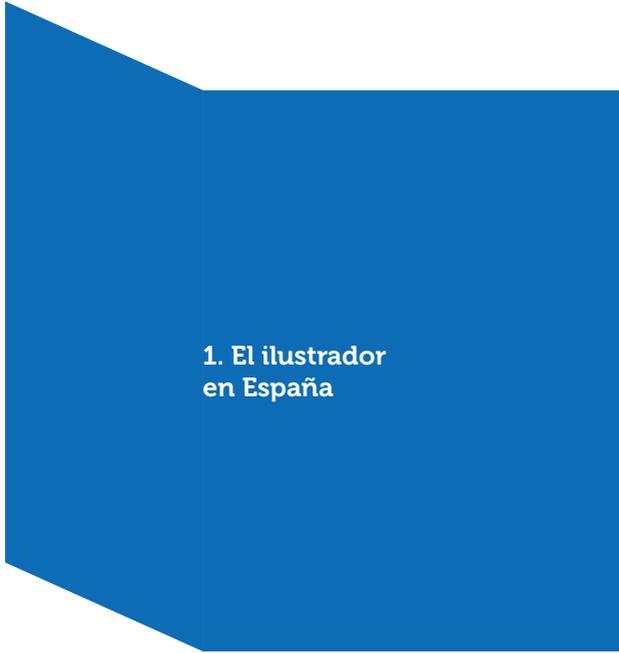
## INTRODUCCIÓN

Desde la edición, en 2004, del *Libro blanco de la ilustración gráfica* en España, se han sucedido las publicaciones por parte de las asociaciones profesionales de ilustradores y de su federación, FADIP. Cabría destacar el estudio *Situación económica del sector de la Ilustración Gráfica en España* (FADIP, 2006), el manual *El ilustrador y la ley* (APIC, 2006) y los dos informes publicados, en 2009 y 2010, por el Observatorio de la Ilustración Gráfica (*Informe 2008* y *Los retos de la era digital*), así como el *Manual de la internacionalización* y la *Guía per a autors novells* (APIC, 2011). Aunque no tenía sentido publicar una nueva edición de aquel *Libro blanco* tal y como fue concebido, ya que en su mayoría sus contenidos siguen siendo plenamente vigentes, sí se ha considerado que era un buen momento para hacer un resumen actualizado de todo lo que se ha ido editando en estos años, y hacerlo de modo conciso, en forma de guía práctica. Por eso en este volumen se han excluido o resumido apartados dedicados al contexto de referencia de la profesión —espléndidamente tratados en aquel *Libro blanco*, que sigue disponible en versión electrónica en la web de FADIP—, y se ha centrado en lo relativo al ejercicio de la profesión en la actualidad.

Uno de los grandes atractivos que tuvo el *Libro blanco* para buena parte de su público fueron los cuadros de tarifas de ilustración en él incluidos. No obstante, pronto se demostró también que tenía sus limitaciones: la imposibilidad de reflejar toda la complejidad de los precios de la ilustración en tan solo unos pocos cuadros —cuando además muchos de los lectores los utilizaban sin leer los textos que los acompañaban, fundamentales para entender el sentido de las cifras propuestas—; la evidente posibilidad de desfase de precios con el paso del tiempo, o el uso como referencia «inamovible» por algunos empresarios. Actualmente no está permitida legalmente la publicación de tarifas desde las asociaciones, ya que la legislación vigente la entendería como una actividad lesiva para la libre competencia (algo que, no solo en España, los colectivos autorales consideran un enfoque erróneo de la legislación, al poner esta al mismo nivel los acuerdos de precios de las grandes industrias con las recomendaciones no vinculantes de asociaciones de profesionales independientes); esta es una de las razones por las que no se recogen tarifas en este *Nuevo libro blanco*, pero también porque se considera más importante centrar la atención en los criterios que debe tener un o una profesional de la ilustración a la hora de proponer sus precios, en lugar de estipular unas cifras sujetas a una multiplicidad de condicionantes.

Si en aquel momento los responsables del *Libro blanco* eran plenamente conscientes de la variabilidad de algunos contenidos de la obra, hoy por hoy hay que tener muy claro que todo el panorama de los diferentes mercados relacionados con la ilustración está sumido en profundos cambios —principalmente ligados a lo digital, pero no únicamente—, que pueden transformar detalles importantes en plazos muy cortos de tiempo. Las cuestiones relacionadas con el libro digital, las redes sociales y otros recursos en Internet, o simplemente los porcentajes relacionados con impuestos en la facturación del profesional son as-

pectos que pueden variar en un período muy breve. Es por esta razón por la que se anima a los lectores de esta obra a complementar lo aquí expuesto con una formación continua, y a estar atentos a las noticias y recomendaciones ofrecidos con puntualidad por las asociaciones profesionales. Ni que decir tiene que, aparte de las facetas artísticas de su trabajo, los ilustradores deberían complementar lo que en este libro apenas se puede esbozar en asuntos tales como las habilidades de comunicación, negociación, promoción y nuevos medios.



## 1. El ilustrador en España



## 1. EL ILUSTRADOR EN ESPAÑA

Un **ilustrador/a** es una persona que realiza obras en el ámbito de la **creación visual**, con objeto de representar conceptos y transmitir ideas, acompañadas o no de un texto. Es un **autor gráfico**, que trabaja con vistas a la **edición y reproducción** de sus creaciones en diversos soportes, publicaciones y medios de comunicación, vinculado en todos los casos al **derecho de autoría**. El discurso gráfico, que lo caracteriza, es vehículo tanto de valores estéticos como de reflexión sobre la realidad.

No hay nada que distinga al ilustrador de cualquier otro **artista plástico** en el sentido de ser un **creador**, pero sí en el marco legal que implica el destino inmediato de las obras a su reproducción. Laboralmente hablando atiende más al concepto de **encargo de una obra**, pero también desarrolla proyectos que parten desde su inicio de un discurso propio y que no están sujetos a texto previo o encargo formal alguno. El término **ilustrador/a** engloba un conjunto de diferentes categorías de autores gráficos, como **historietistas, dibujantes de libros de texto y obras de divulgación, dibujantes de álbumes ilustrados, humoristas gráficos, realizadores de animaciones, cartelistas, dibujantes para agencias publicitarias, infografistas y creadores 3D, etcétera**: toda una panoplia de géneros, estilos y soportes.

La salud, la fama y la economía del ilustrador o ilustradora deberían ser directamente proporcionales a la salud, la fama y la explotación de sus imágenes. Se trata de una regla básica: **la remuneración aumenta de forma paralela a la divulgación de la obra**, que queda reflejada en la magnitud de las tiradas y en las reimpressiones previstas. No existen otros términos contractuales legítimos bajo las leyes. Por tanto un o una profesional de la ilustración es una persona que estima hacer de la creación y difusión de imágenes un oficio en condiciones laborables aceptables, de manera razonablemente rentable y obteniendo beneficios proporcionales al grado de difusión de su obra.

Un ilustrador es ante todo **autor** de las imágenes que realiza. Consecuentemente, aunque su obra sea producto de un encargo y acompañe, amplíe o **ilustre** un texto, la interpretación del mensaje verbal que el ilustrador o ilustradora lleva a cabo es absolutamente personal y las imágenes resultantes tan únicas como el carácter o la personalidad de quien las firma. De hecho, existen multitud de discursos plásticos que hacen referencias a las mismas ideas, a los mismos textos universales. Estas manifestaciones artísticas, estas concreciones visuales, son patrimonio de quien las ha creado: el autor gráfico.

### 1.1. Perfil socioeconómico

De acuerdo con el estudio *Situación económica del sector de la Ilustración Gráfica en España* (2006), «apenas un 40 % de quienes se consideran como ilustradores ejercen profesionalmente y viven de ello». De ellos, mayoritariamente lo hacen

como **trabajadores autónomos**, y en su mayor parte en el sector editorial, sobre todo el libro infantil y juvenil y el libro de texto. Trabajan mayoritariamente con editoriales, empresas de publicidad y prensa. Aunque el editorial es el que numéricamente supone la mayor contratación, «el sector de **publicidad** representa la fuente de alimentación de la ilustración profesional en mayor medida, aunque seguida de cerca por el sector **editorial** y el de **prensa**». No obstante, es importante el sector de ilustradores que trabajan como **asalariados** en estudios de producción audiovisual (animación, multimedia, libro escolar interactivo...), y también como **freelance** externos para esos mismos estudios.

En el año 2005 se registraba que un 48 % de los profesionales que integraban la muestra percibían menos de 12 000 euros al año en concepto de su ejercicio profesional; la realidad del estancamiento y en algunos casos retroceso de las tarifas reales pagadas en España en estos últimos años apuntan a que la situación, lejos de mejorar, ha empeorado. Mientras tanto, a un 17 % de los encuestados de la muestra los ingresos percibidos no les permitían siquiera cubrir los gastos de la seguridad social, lo que hacía inviable mantener una continuidad en la cotización y provocaba el **efecto entrada-salida del régimen de trabajadores autónomos** según la existencia o no de encargos de trabajos, algo que afecta mayoritariamente a una parte importante de quienes inician el ejercicio como profesionales, sin ser exclusiva de estos.

Una gran parte de profesionales de la ilustración de aquel estudio reconocían no tener referencias prácticas de tarifas de precios utilizadas por el gremio para tener en cuenta a la hora de presentar presupuestos de su trabajo. Más de la mitad de los encuestados reconocían haber tenido problemas por la negativa por parte de sus clientes a formalizar un contrato escrito.

El sector de la ilustración lo constituyen en su mayor parte profesionales independientes, dispersos y faltos de resortes efectivos en la defensa concertada de sus intereses, dadas las limitaciones de las que adolece tanto el Estado en su papel de garante del orden legal como el propio desarrollo corporativo. A ello se añade la ausencia de un protocolo profesional único, suficientemente extendido, que establezca garantías mínimas en encargos y contratos, así como la carencia de identificación legalmente reconocida de su ocupación, puesto que los ilustradores están ausentes de las estadísticas oficiales, no configuran sector profesional alguno para los ministerios de Economía y Hacienda ni poseen epígrafe propio en la Seguridad Social.

Las **asociaciones** han sido las mejores armas en este panorama (ver apartado 5.1, «Las asociaciones»).

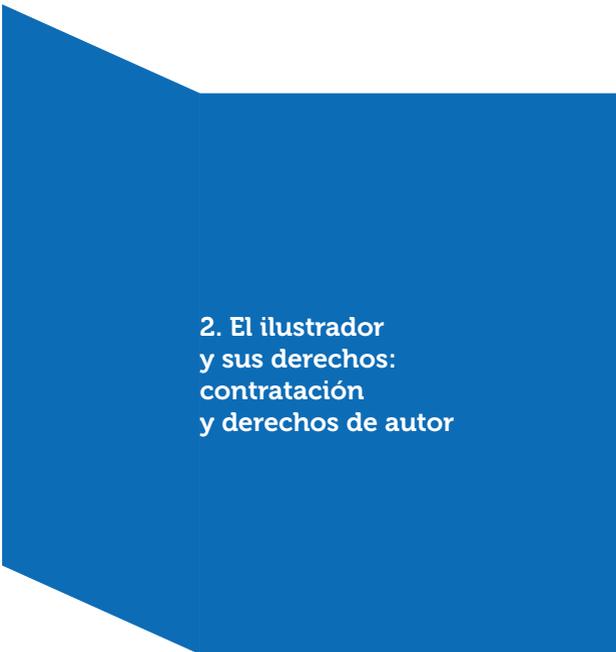
## **1.2. La formación de los ilustradores**

Hasta 1995 no hubo en España ningún plan de estudios que recogiese la ilustración como especialidad definida. Ese año se instituyó el título de **Técnico superior en Ilustración** (junto con los de Artes plásticas y diseño en gráfica publicitaria y Fotografía artística), en las enseñanzas de **Formación Profesional II**.

Aunque existen algunas facultades de Bellas Artes que incluyen la ilustración como una de sus especialidades (en la de Madrid se incluye como máster), no es la tónica común. Solo en España se sitúan los estudios de ilustración en Formación Profesional; es, por tanto, un grado superior de FP y no un «grado Bolonia» (una licenciatura). En países como Francia, Italia, Holanda o Bélgica, que contemplan la ilustración como especialidad, son estudios de especialización de los últimos años del grado u objeto de un grado específico. En España, la ilustración está **equiparada a un oficio técnico**, al aprendizaje de un conjunto de técnicas para entrar en una cadena de producción, alejada del lado creativo de la profesión. Los estudios carecen, salvo por los esfuerzos personales de algunos profesores, de espacio en los programas curriculares para una formación dedicada a una introducción a la **vida profesional real** y hacia el **ejercicio autoral**, consciente de los propios derechos, y no solo como miembro anónimo de un estudio creativo.

El proceso de **reforma** iniciado desde el Ministerio de Educación en los últimos años ha abierto, a un tiempo, incertidumbres por algunas medidas propuestas, y también esperanzas por arrojar luz sobre puertas que se pueden abrir, de forma que se permita un cambio positivo, a corto plazo, en el estatus formativo de la Ilustración Gráfica en España.





**2. El ilustrador  
y sus derechos:  
contratación  
y derechos de autor**



## 2. EL ILUSTRADOR Y SUS DERECHOS: CONTRATACIÓN Y DERECHOS DE AUTOR

El ilustrador/a es un **autor**. La remuneración por su trabajo, salvo excepciones —en las que se pacta un tanto alzado o se vende el soporte de la obra—, consiste en la **participación económica en los beneficios** que dicho trabajo genera. Esto se concreta en un tanto por ciento de los ingresos obtenidos de las ventas, percibido en concepto de **derecho de autoría**. A mayor difusión de la obra, mayor cuantía de beneficios corresponde al ilustrador. Esto es lo que significa el **principio de proporcionalidad** en la participación económica establecido por el artículo 46 de la actual Ley de Propiedad Intelectual. La ley liga indisolublemente obra de autor y derecho de autoría, y este no se limita a una mera posesión moral, sino que está en conexión con obligaciones económicas y contractuales específicas.

### 2.1. Derechos del autor

La **Ley de Propiedad Intelectual** (texto refundido por real decreto legislativo de 12 de abril 1/1996, modificado por la ley 23/2006 de 7 de julio) regula la propiedad intelectual que corresponde al autor de una obra literaria, artística o científica **por el solo hecho de su creación. No protege ideas, sino la plasmación de estas en un soporte**: si un cliente propone una idea para un encargo a un ilustrador, la propiedad intelectual de la obra resultante es de quien realizó la ilustración, no de quien tuvo la idea.

La propiedad intelectual está integrada por derechos: unos de tipo **personal o moral** y otros de carácter **patrimonial**. El autor, según la ley, es una persona natural (física, no jurídica ni sociedad) que crea una obra. Una obra original, que no haya sido creada antes, con independencia de su mayor o menor calidad.

#### 2.1.1. Derechos de explotación

Los **derechos patrimoniales o derechos de explotación** son los que permiten al autor recibir una remuneración por su cesión. Los más importantes para los ilustradores son:

- El **derecho de reproducción**, que consiste en fijar la obra en un medio que permita la comunicación y la obtención de copias de toda la obra o de parte de esta. Dicho soporte puede ser físico, como el papel, o electrónico, como un sitio web. Incluso en el caso de la venta de un original por parte del ilustrador, el comprador de dicho original no está autorizado a reproducir y difundir la obra sin el permiso de su autor (y su correspondiente retribución).
- El **derecho de distribución**, que permite que el autor ponga la obra a disposición del público, mediante venta, alquiler, préstamo o cualquier otra forma. Lo usual es que este derecho se ejerza a través de un tercero (por

ejemplo, un editor), a quien el autor cede el derecho a cambio de un precio determinado.

- El **derecho de comunicación pública**, que se ejerce cuando una pluralidad de personas pueden tener acceso a una obra sin distribución previa de ejemplares. Por ejemplo, en representaciones escénicas, proyecciones audiovisuales, emisiones por radiodifusión o cualquier otro medio (como Internet), o bien por exposición pública (exceptuando en todos estos casos los ámbitos puramente domésticos).
- El **derecho de transformación**, que consiste en modificar la obra para **derivar** de ella otra obra (una adaptación audiovisual, por ejemplo).
- El **derecho de participación («droite de suite»)**, que es un derecho de los artistas plásticos, y por tanto también afecta en determinados casos a los ilustradores; gracias a él, un artista puede **cobrar un porcentaje de las ventas que se hagan de su obra** (de un original, en el caso de la ilustración) mediante la intervención de un comerciante o en subasta pública. Dicho porcentaje varía, dependiendo de la cantidad de la venta: es del 4 %, hasta los 50 000 euros, y se va reduciendo conforme aumenta el precio. Este derecho tiene que ejercerse forzosamente a través de una **entidad colectiva de gestión de derechos**, en este caso VEGAP. La legislación actual fija en 1200 euros (impuestos excluidos) el valor mínimo de la venta de la obra que el artista pueda beneficiarse del derecho de participación.
- El **derecho de remuneración por copia privada**, que es propio de autores y editores, y que consiste en la compensación de las cantidades dejadas de percibir en relación con los derechos de propiedad intelectual cuando la reproducción se haga **para uso privado** con fotocopiadoras, escáneres y otros aparatos y soportes digitales capaces de reproducir obras protegidas. No tendría lugar en el caso de cesiones efectuadas en contratos de obra colectiva. Al tratarse de un derecho colectivo, hasta ahora se ha hecho efectivo a través de las entidades de gestión (VEGAP en el caso de los ilustradores), que repartían lo recaudado entre los autores que lo solicitasen, y no únicamente entre sus socios (ver apartado 5.2, «La entidad de gestión de los autores visuales: VEGAP»).

La **duración de los derechos de explotación** es de toda la vida del autor, y 70 años después de su muerte para los herederos. La extinción de los derechos de explotación determina la entrada de la obra en el **dominio público**: eso significa que cualquiera puede utilizar la obra, respetando la autoría y la integridad de esta.

### **Cesión de los derechos de explotación**

Los derechos patrimoniales pueden cederse **a cambio de una retribución económica**. Si se ceden **en exclusiva**, quien recibe la cesión (el «cesionario de los derechos») puede transmitirlos a un tercero, con el consentimiento expreso del

autor, que deberá aprobar la cesión concreta a esa tercera parte (a pesar de esto, muchos contratos de cesión de derechos ya incluyen una cláusula por la que el autor rechaza la obligatoriedad de dar el consentimiento a la cesión a terceros). Si la cesión no es exclusiva, no podrá hacerse una cesión a una tercera parte. **Lo ideal es que la cesión no sea en exclusiva**, aunque quien recibe la cesión intenta que esta sí lo sea.

La remuneración por esa cesión, según la ley, puede ser **a tanto alzado** (un precio fijo por la transmisión de derechos) o bien **a través de royalties**, un porcentaje proporcional a los ingresos obtenidos por la explotación (distribución y venta) de la obra. Se permite al autor reclamar una remuneración equitativa en caso de haber una desproporción entre los beneficios reales obtenidos por quien ha adquirido los derechos y el autor (art. 47). No obstante, las posibilidades reales de llevar esta reclamación ante la justicia son bajas (por el coste y el esfuerzo que pueden suponer).

### **Límites de los derechos de autor**

El derecho de autor está limitado por la libertad de información y el derecho de acceso a la cultura. El autor no puede oponerse en determinados casos a la utilización de su obra. La ley permite el derecho a cita consistente en la inclusión de **fragmentos de obras escritas u obras aisladas de carácter plástico o fotográfico** siempre que se trate de obras ya divulgadas y que se haga a título de cita o para **su análisis, comentario o juicio crítico**; solo se puede hacer **con fines docentes o de investigación**, en la medida que lo justifiquen la finalidad de la incorporación e **indicando la fuente y el nombre del autor de la obra utilizada**. Por tanto, no se incluyen en estas excepciones los catálogos de exposiciones o las reproducciones en publicaciones periódicas que supongan un uso más allá del crítico o de análisis. Ni siquiera para fines docentes se permite la reproducción de obras completas.

Según la ley, las obras ya divulgadas pueden reproducirse sin autorización **en beneficio de los discapacitados** siempre que no haya ánimo de lucro y haya una relación directa entre la obra y su uso respecto a la discapacidad concreta en cuestión; para **uso privado** por parte de una persona física **siempre que no haya ánimo de lucro ni utilización colectiva**; o en caso de **parodia** (siempre que no implique confusión con la obra original ni se dañe la obra original o al autor).

Los titulares de los derechos de autor no pueden oponerse a las reproducciones de las obras si son sin finalidad lucrativa por parte de museos, bibliotecas, fonotecas, filmotecas, hemerotecas, etcétera, siempre que sean de titularidad pública o estén integradas en instituciones de carácter cultural o científico, y se hagan con finalidades exclusivamente de investigación o conservación.

Otro de los límites de los derechos de autor atañe a las **obras situadas en la vía pública**: permite reproducir, distribuir y comunicar públicamente cualquier obra que se encuentre en la vía pública, incluso con finalidades comerciales.

## Obra en colaboración y obra colectiva

Una **obra en colaboración o coautoría** es aquella que es «el resultado unitario de la colaboración de diferentes autores»; en ese caso, **los derechos de la obra corresponden a todos los autores**, y para su divulgación y su modificación será necesario el consentimiento de todos ellos. Estos pueden explotar las partes realizadas de forma separada, si no se ha pactado nada en contra; pueden pactar ser autores a partes iguales, de forma que los royalties sean repartidos en partes iguales, o bien pactar un reparto desigual, si fuese el caso.

**Obra colectiva**, en cambio, es la que se crea «por iniciativa y bajo la coordinación de una persona que la edita bajo su nombre», y que tiene que estar constituida por aportaciones de diferentes autores cuyas contribuciones personales se funden en una creación única y autónoma **sin que sea posible atribuir separadamente a ninguno de ellos un derecho sobre la obra realizada**. Los derechos, pues, corresponden al editor; aunque el autor siempre tiene derechos morales sobre ella, en un contrato de obra colectiva **cede los derechos patrimoniales al editor o coordinador de la obra**. Por tanto, solo se deben firmar este tipo de contratos en el caso de obras que respondan a estas características, tales como **enciclopedias** (para las que fue pensada la ley cuando habla de «obra colectiva») u otras obras en las que la contribución personal sea difícil de cuantificar. Igualmente, debe rechazarse la incorporación de una obra preexistente a una obra considerada colectiva.

En general, en España las editoriales aplican inadecuadamente, de forma interesada, el concepto de «obra colectiva» a los libros de texto para pagar así a los autores únicamente un tanto alzado por su trabajo, independientemente de su uso posterior (ver apartado 4.6.3, «Editorial»).

### 2.1.2. Derecho moral del autor

El **derecho moral** es un derecho de la personalidad (como el derecho al honor o a la propia imagen) que tutela la integridad moral de una persona. El derecho moral de un autor le corresponde por **la paternidad que le une con la obra que ha creado**. Sus facultades son irrenunciables, inalienables e imprescriptibles, y por tanto el autor no puede renunciar a ellas ni transmitir las. Son las siguientes:

- Decidir si la obra ha de ser **divulgada** y de qué forma.
- Determinar si la divulgación se ha de hacer **con el nombre del autor o bajo seudónimo, o bien de forma anónima**.
- Exigir el **reconocimiento** de su condición de autor de la obra.
- Exigir **respeto a la integridad** de la obra e impedir su deformación, modificación, alteración o atentado que pueda perjudicar los legítimos intereses del autor o su reputación.
- **Modificar la obra**, respetando siempre los derechos de terceros y las exigencias de protección de los bienes de interés cultural.
- **Retirar la obra del comercio** por un cambio de convicciones intelectuales

o morales del autor, con indemnización previa por daños y perjuicios a los titulares de los derechos de explotación.

- **Acceder al ejemplar único o raro de la obra**, cuando se encuentre en poder de otro, con la finalidad de ejercer un derecho de divulgación o cualquier otro que corresponda al autor.

## 2.2. Contrato de encargo y contrato de edición

Los contratos son **imprescindibles** para la defensa de los derechos de los ilustradores. Hay que luchar por dejar todas las condiciones de la cesión de la obra por escrito, aunque los clientes puedan no tener interés en ello. No se debe olvidar que son **documentos firmados por dos partes**, con lo que los autores tienen la posibilidad de negociar; los editores suelen dar a entender a veces que el documento que proponen es inamovible, pero esto no es cierto. Ante la petición de cesiones excesivas, existe en la negociación la posibilidad de incluir **opciones de adquisición preferente** sobre los derechos económicos del autor, lo que suele ser una forma viable de negociar los contratos.

### 2.2.1. El contrato de encargo

Se recomienda la firma de un **contrato de encargo de obra**, especialmente en ámbitos como la publicidad o la prensa. Aunque también es conveniente la existencia de un contrato de encargo en el caso de la edición, lo normal en ese ámbito es que se plantee todo en un único contrato de edición (a pesar de que la ley establece lo contrario).

Por desgracia, lo habitual es que los clientes solo estén dispuestos a firmar la factura, y no el contrato. Es labor del ilustrador intentar que exista dicho contrato, y proponerlo directamente, con el fin de salvaguardar sus derechos de autor. En cualquier caso, la factura debe hacer constar la cesión de derechos efectuada, así como el precio pactado y facturado, pero hay que saber que **el valor contractual de la factura es muy relativo**.

El contrato de encargo de obra debe detallar **el objeto del encargo, el precio pactado y el resto de condiciones** que regirán la relación profesional. La descripción del encargo debe incluir las cláusulas necesarias para asegurar su realización, unos mínimos **en concepto de indemnización a favor del autor** si la edición o el proyecto no se llevan a cabo después de haber sido realizado el trabajo total o parcialmente (el importe corresponderá al anticipo a cuenta de sus derechos; ver apartado 4.3, «Sistemas de cobro»). Se incluirán también las obligaciones de quien encarga la obra: **devolver el original** (en caso de que sea entregado para su reproducción), remitir las **pruebas de impresión o preimpresión** al autor para su aceptación (hoy se entiende que en buena parte de los casos tiene el mismo valor un archivo imprimible, como un PDF), e indemnizarlo en caso de que no se recojan los cambios propuestos por este (modificaciones que no pueden suponer

un cambio sustancial a la obra). Finalmente, las **obligaciones del autor**: la entrega del trabajo en el plazo fijado, efectuar las modificaciones propuestas por el que encarga la obra, devolver las pruebas de impresión en plazo o dar el visto bueno si las modificaciones las ha hecho quien encarga la obra (modificaciones que deberán ser siempre de tipo técnico, y no artístico o creativo).

Puede encontrarse un **modelo de contrato de encargo** en los anexos.

### 2.2.2. El contrato de edición

Está perfectamente tipificado en la Ley de Propiedad Intelectual vigente. En él deben constar:

- La **referencia al contrato de encargo** (en caso de ser una obra previamente encargada) o la **descripción de la obra** si es un trabajo ya acabado o un proyecto presentado al editor.
- El **objeto de la cesión**; la indicación de **si la cesión es o no en exclusiva**; las **modalidades de edición** para las que se cede, las **lenguas de edición** y el **ámbito territorial** de la cesión. Aunque el ámbito puede ser **mundial** (algo cada vez más habitual en los contratos propuestos por los editores), el contrato sí debería especificar las **lenguas** en las que se va a editar (y no expresiones del tipo «en todas las lenguas»). La ley prevé que si, transcurridos **cinco años** desde que el autor entregue la obra, el editor no la ha publicado en todas las lenguas previstas en el contrato, el autor podrá resolverlo respecto de las lenguas en las que no se haya publicado.
- La **contraprestación económica** por la cesión de derechos: lo más normal es que el contrato indique un **porcentaje con respecto al precio de venta al público** de los ejemplares una vez editados, que será liquidado al autor de forma periódica (como mínimo una vez al año) durante la vida comercial de la obra en el mercado. En los libros ilustrados se produce un **reparto de ese porcentaje entre los autores** del texto y de las ilustraciones, dependiendo de diversos factores; este reparto puede ser acordado entre dichos autores, aunque en muchas ocasiones viene propuesto por la editorial. Especialmente si la obra es un encargo, es necesario solicitar un **anticipo** sobre esos porcentajes (ver apartados 4.3, «Sistemas de cobro», y 4.6.3, «Editorial»), a pesar de lo que pueda argumentar el editor. Dicha cantidad debe quedar entendida como no reembolsable al editor en caso de que la obra no venda tantos ejemplares. No obstante todo esto, también se pueden dar casos en los que se pacte una **cantidad a tanto alzado** por la cesión de los derechos (por ejemplo, si se trata de una ilustración para la portada de un libro), pero las cláusulas siempre deben dejar bien clara la **proporcionalidad**: si se efectúan más ediciones de las previstas en el contrato, deberán fijarse nuevos pagos por la reutilización de la ilustración. La Ley de Propiedad Intelectual establece como casos para el **pago a tanto alzado** cuando exista «dificultad grave en la determinación de los ingresos o su comprobación sea imposible

o de un coste desproporcionado con la eventual retribución», cuando «la utilización de la obra tenga carácter accesorio respecto de la actividad o del objeto material a los que se destinen», cuando la obra «no constituya un elemento esencial de la creación intelectual en la que se integre», o bien en el caso de primera o única edición de «diccionarios, antologías y enciclopedias, prólogos, anotaciones, introducciones y presentaciones; obras científicas; trabajos de ilustración de una obra; traducciones; ediciones populares a precios reducidos».

- Las **obligaciones del editor**: el respeto a los **derechos morales del autor**, la mención del **copyright a nombre del autor**, la **constancia del nombre del autor** en todos los ejemplares y la **emisión periódica de liquidaciones**.
- Las **obligaciones del autor**: **responder de la autoría y la originalidad** de su obra ante el editor.
- El **número de ediciones**, y el **número máximo y mínimo de ejemplares** en ellas.
- Los **derechos de preferente adquisición** que el autor cede al editor por un plazo a pactar para poder editar la obra en modalidades no pactadas en el contrato.
- La **duración del contrato**. La ley exige que este se extinga **a los 10 años si el pago se ha efectuado a tanto alzado**, y **a los 15 en todo caso** después de haber entregado el autor la obra en condiciones de ser reproducida. Estos son los plazos máximos, pero el autor puede pactar otros más reducidos, más adecuados a sus intereses.

Además, debería constar también el **plazo máximo** que tiene el editor para poder publicar la obra; la **certificación del número de ejemplares** de cada una de las ediciones que el editor debe entregar al autor; los **ejemplares gratuitos** que el autor puede recibir; las condiciones para que el editor pueda **vender la obra como saldo**, y las **obligaciones fiscales**.

No se pueden aceptar cláusulas que **supongan renuncia total a los derechos**. Tampoco aquellas que obliguen a **renunciar a los originales**: la venta del material original se ha de pactar expresamente, y la propiedad de esos originales por parte del editor no justificaría en ningún caso que pudiese reproducirlos nuevamente sin consentimiento ni remuneración al autor.

De la misma forma, hay que prestar especial atención a las que supongan una **indefinición de los tiempos de duración del contrato y de los derechos concretos que se ceden** (por ejemplo, no puede ser para un número indefinido de ediciones). Lo mismo se puede decir de las que permiten una reserva vaga por parte del empresario de forma unilateral, y que podrían suponer incluso producir **merchandising** de la obra. Deben rechazarse fórmulas como la cesión de derechos **para todos los soportes existentes y los que se desarrollen en el futuro**, ya que son abusivas y provocan el desamparo del autor.

No debe aceptarse que el contrato estipule **la inclusión del trabajo de ilustración en una obra colectiva** cuando los requisitos no se cumplen (es algo pen-

sado para obras del estilo de las enciclopedias, pero no para los libros de texto, en los que se suelen aplicar interesadamente por los editores, dado que así no devengan derechos para los autores; ver apartados 2.1.1, «Derechos de explotación», y 4.6.3, «Editorial»).

No es conveniente ceder **todos los derechos de explotación**, ya que no es necesario. No hay motivos para ceder derechos que el editor no está en condiciones de explotar o que son improbables. Por ejemplo, si cuando se realiza el proyecto original no está prevista la adaptación audiovisual, resulta absurdo ceder los derechos para ese fin; en caso de producirse una posibilidad, será el autor quien deba negociar de nuevo directamente. De otra forma, el ilustrador puede encontrarse con que su material queda **cautivo durante años**, sin ser utilizado por el editor ni poderlo utilizar él mismo.

Puede encontrarse un **modelo de contrato de edición** en los anexos.

### **Los cambios introducidos por el mercado digital en el contrato de edición**

Aunque los libros digitales llevan existiendo muchos años, su explotación comercial está todavía dando sus primeros pasos, por lo que **las «reglas de juego» están todavía sin asentar**. De todas formas, las editoriales, conscientes de que los contratos tradicionales de edición dejaban sin contemplar la edición digital, se han apresurado en los últimos años a **incluir diversas fórmulas en sus contratos** (y a proponer a los autores anexos a sus contratos previos en vigor) dirigidas a permitir la explotación de las obras en formato digital. Aunque la parte del mercado que suponen los libros digitales es todavía muy pequeña, todo hace prever que **irá en aumento** y pasará a ocupar una parte importante de las ventas de las empresas editoriales; los contratos firmados en la actualidad están fijando las condiciones de cesión de la obra durante varios años (hasta 15), con lo que es importante que dichas condiciones sean lo más adecuadas posible. Aunque la importancia de dichas condiciones sea pequeña a día de hoy, no lo será en pocos años.

Frente al tradicional porcentaje del libro en papel, hay bastante acuerdo acerca de que **el porcentaje sobre el PVP en el libro digital debe ser mayor**. Por desgracia, no existe todavía consenso sobre cuánto debe ser dicho aumento. El Observatorio de la Ilustración Gráfica recomendó en 2010 que el autor tratase de **no firmar cláusulas relativas a la edición digital** mientras el panorama no estuviese más claro; naturalmente, esto depende de la posición que tenga el ilustrador en el proceso de negociación, por lo que, en caso de tener que firmarlas, se recomendaba que el ilustrador intentase que estas cláusulas fuesen **objeto de contrato aparte, revisables después de uno o dos años**.

Por otra parte, algunos editores han introducido la fórmula de aplicar el **porcentaje sobre el «beneficio neto editorial», en lugar de sobre el PVP o precio de descarga**, y en ese caso proponen unos porcentajes aparentemente más amplios. La fórmula debe evitarse siempre que sea posible, ya que dicho beneficio neto es imposible de medir externamente y se presta a una opacidad en las condiciones. Además, dicho beneficio siempre será menor que el PVP, con lo que las cantidades

recibidas por el ilustrador van a ser necesariamente más bajas, aunque aparente ser un porcentaje mayor.

Además de pedir la cesión de los derechos para la edición digital del libro, en muchos contratos las editoriales están aprovechando para introducir **cesiones para otros usos**, como bancos de imágenes (para el empleo de las obras por separado en otros productos y contextos), en muchos casos sin remuneración o con una muy reducida o no proporcional; se da el caso incluso de cláusulas que permiten la cesión por tiempo ilimitado. Son **condiciones claramente abusivas** que los ilustradores deben rechazar.

### **Contratos con editoriales extranjeras**

En caso de trabajar en el extranjero, tal como se aconseja también en el mercado interior, conviene siempre fijar por escrito las condiciones básicas de un encargo: el precio, las condiciones y los plazos de entrega, la duración de la cesión de los derechos, la modalidad de explotación y, especialmente, el ámbito territorial donde se ceden los derechos.

Cada país tiene sus propias particularidades en cuanto a la contratación y la cesión de derechos. En los países de la Europa continental, la normativa sobre la propiedad intelectual es similar a la del Estado español. No obstante, existen diferencias. Por ejemplo, el contrato de edición, que en España tiene por ley una duración máxima de 15 años, en países como Francia, Alemania o Reino Unido se extiende generalmente a toda la duración de la propiedad intelectual. Conviene tener además presente que fuera de este ámbito el contrato que proponga el cliente se regirá por la ley de propiedad intelectual del país de publicación. En caso de litigio se aplicará la jurisdicción del país donde se contrata, lo que puede dificultar la defensa. En todo caso, lo aconsejable es que en el momento de la negociación se exijan, al menos, los requisitos mínimos que la ley prevé para los autores españoles.

### **2.3. Otros contratos**

Es importante tener en cuenta que no solo los procesos de edición precisan contrato. También en los de ilustración para campañas publicitarias, creación de personajes y mascotas, *storyboards*, etcétera, debe dejarse constancia por escrito de todas las condiciones. En los anexos se encuentran varios **modelos de contrato** para muchas de estas circunstancias.

Especial atención requieren las cláusulas que, a mayores, se han introducido en muchos contratos para **extender un uso convencional a Internet**. En el caso de las ilustraciones para diarios y publicaciones periódicas, por ejemplo, el ilustrador debería exigir una limitación temporal con nueva remuneración si la ilustración va a seguir accesible en la web después de cierto tiempo (por ejemplo, un año).

### 2.3.1. El autor asalariado

Según la Ley de Propiedad Intelectual vigente (artículo 51), en caso de que no se haya pactado en contra por escrito, se presumirá que **los derechos de explotación se han cedido al empresario en exclusiva** «con el alcance necesario para el ejercicio de la actividad habitual del empresario en el momento en el que se haya entregado la obra». Por esta razón, **aquellos profesionales que trabajen como asalariados realizando ilustraciones para una empresa** (un estudio de audiovisual o multimedia, por ejemplo) deben saber que, si no exigen por contrato unas condiciones distintas, no podrán disponer de los derechos de explotación de sus obras. Conviene, por tanto, dejar constancia en el contrato de al menos algún tipo de **reversión de derechos de explotación al autor** una vez superado cierto tiempo. No obstante, los ilustradores asalariados sí podrán mostrar públicamente las obras producidas para la empresa en exposiciones o sitios web si no hay ánimo de lucro, si se indica claramente para quién fueron producidas y si no existe una cláusula de confidencialidad que lo impida.

Aquellos profesionales que trabajen para los mismos estudios **en calidad de trabajadores autónomos**, externos a la empresa, deben tener en cuenta que en su caso no se le presupone estas prerrogativas al empresario (ya que no son asalariados), y deberán asimismo prestar atención a las cláusulas de su contrato.

### 2.4. Tiempo de cesión de los derechos

Si en el contrato o la factura que se hace al cliente **no se indica nada sobre la duración de la cesión**, significa que se han cedido los derechos de explotación de la obra **durante cinco años**. En el caso de libros debe haber una cláusula del contrato que indique la duración de la cesión, que como máximo puede ser de **15 años**. En el caso de la publicidad, generalmente el trabajo se usa para campañas concretas, pero es importante que en el contrato, o en su defecto en la factura, se especifique concretamente la campaña para la que se ha hecho la obra.

Pero mientras que en el caso del contrato de edición existe un límite temporal máximo para la cesión, en el resto de contratos ese límite **puede extenderse legalmente** y figurar así por escrito; en algunos casos (por ejemplo, en bancos de imágenes) se está proponiendo un lapso temporal que se entendería durante la vida del creador firmante y setenta años tras su muerte, todo ello de forma exclusiva. Este tipo de cesiones, aunque sean legales, deben ser entendidas como abusivas y rechazadas por los ilustradores. Lo mismo ocurre con la cesión implícita de derechos al empresario por parte del autor asalariado: no tiene una limitación temporal legal, aunque el autor puede negociar este aspecto previamente en su contrato.

## 2.5. Actuación en caso de vulneración del derecho de autor

### 2.5.1. Incumplimiento de contrato

Son causas de **nulidad** o **resolución de un contrato de edición** que el contrato no prevea el **máximo y mínimo de ejemplares** ni el **número de ediciones que serán realizadas** por parte del editor; o que el editor no satisfaga la **remuneración estipulada** y **no rinda cuentas al autor**, al menos una vez al año. En esos casos, el autor puede resolver el contrato, previo requerimiento exigiendo al editor el cumplimiento.

Si el editor no entrega al autor, antes de la puesta en circulación de los ejemplares de una obra de cada edición o reimpresión, una **certificación** comprensiva del número de ejemplares de cada tirada acompañada de una declaración del impresor manifestando el número de ejemplares impresos y su fecha de entrega, podría exigírselo, y, en el caso de que persistiera en el incumplimiento, podría en su caso llegar a resolverse el contrato. La Ley de Propiedad Intelectual recoge también la obligación del editor de manifestar la **distribución de ejemplares**, cuyo incumplimiento podría traer las mismas consecuencias.

El **requerimiento** conviene hacerlo por escrito y a través de un **medio fehaciente** (preferiblemente el burofax, ya que deja constancia de la fecha de envío, recepción y certificación del contenido); de lo contrario, no quedará constancia de este. Asimismo, es conveniente expresar en él un **plazo para la respuesta** del cliente (por ejemplo, diez días desde la fecha de su recepción), porque de esta forma se evidenciaría el incumplimiento por su parte.

Para **solicitar la nulidad del contrato** es preciso acudir a los juzgados y tribunales, interponiendo la pertinente demanda, en la que una de las peticiones de la parte demandante debe consistir en la declaración de nulidad del contrato de edición; es necesario para ello contar con abogado y procurador, con carácter general. Habrá, por tanto, que sopesar si los costes en tiempo y dinero compensan esta solicitud.

No obstante, es importante recordar que, en cualquier caso, el contrato podría ser resuelto **por mutuo acuerdo de las partes**, y que quedaría extinguido, de acuerdo con la ley, «en todo caso, a los quince años de haber puesto el autor al editor en condiciones de realizar la reproducción de la obra».

### 2.5.2. Uso indebido o no consentido del trabajo del ilustrador

En el caso de que el cliente utilice el trabajo proporcionado por el ilustrador para otros fines diferentes a aquel para el que fue encargado (uso de las ilustraciones en otra publicación distinta de la pactada, en un cartel, en un objeto de **merchandising**, etcétera), el autor debe saber que el cliente ha vulnerado sus derechos. Debe, por tanto, **transmitir de inmediato su disconformidad al cliente**, y reclamarle una

indemnización por los daños causados. La Ley de Propiedad Intelectual estipula que el autor podrá optar para esta indemnización por fijarla de acuerdo con «las **consecuencias económicas negativas**, entre ellas la pérdida de beneficios que haya sufrido la parte perjudicada y los beneficios que el infractor haya obtenido por la utilización ilícita», o «la cantidad que como **remuneración** hubiera percibido el perjudicado, si el infractor hubiera pedido autorización para utilizar el derecho de propiedad intelectual en cuestión».

En el caso de **daño moral**, «procederá su indemnización, aun no probada la existencia de perjuicio económico», y para su valoración «se atenderá a las circunstancias de la infracción, gravedad de la lesión y grado de difusión ilícita de la obra».

Una vez comunicada la vulneración de derechos al cliente, deberá establecerse una **negociación**. Si el autor no consigue cobrar la indemnización, y siempre que la vulneración esté acreditada y se pueda probar, el autor podrá presentar demanda judicial de reclamación por el importe que reclama. Lógicamente, lo deseable es conseguir un acuerdo antes de tener que llegar a instancias judiciales.

## 2.6. El Registro de la propiedad intelectual

Al contrario que en el caso de la propiedad industrial, en el de la propiedad intelectual **no es necesario el registro de una obra** para que esta sea protegida, ya que la protección legal se le reconoce al autor por el simple hecho de serlo. Conviene recordar, además, que el Registro de la Propiedad Intelectual constituye **una prueba** de cara a su utilización en un juicio, pero **no supone ninguna garantía** sobre la autoría real, dado que únicamente demuestra que una persona en una fecha determinada registró una obra a su nombre, no que efectivamente sea suya.

En todo caso, en ocasiones sí puede ser recomendable registrar una obra, y se trata de un trámite sencillo. Existen además otras alternativas para ese registro oficial, como el que ofrece SaveCreative.org, que en su versión básica es totalmente gratuito.

## 2.7. Otro tipo de cesiones: las Creative Commons

A pesar de lo que suele pensarse, la mayor parte del llamado «**movimiento copyleft**» busca proteger las creaciones y conseguir que la conciencia colectiva vuelva a valorar el derecho de autor como algo fundamental en sí mismo, protegiendo las obras de los intereses de las empresas. Así, las licencias **Creative Commons** buscan fijar las condiciones para la difusión de una obra, aunque abriendo un abanico de posibilidades para su uso libre. En todo caso, como mínimo, existe la condición de **mencionar la autoría de la obra**, y la versión más utilizada de las licencias permite su uso de forma gratuita siempre que no sea para fines comerciales. Si se diese ese caso, la licencia tendría los **mismos efectos que un copyright**: el autor

se reserva esos derechos para cederlos a cambio de unas remuneraciones que habrá que pactar.

Por tanto, las licencias Creative Commons no están en contra de la propiedad intelectual, sino que establecen de otra forma los límites, para así garantizar una posible difusión mayor. Al igual que en el caso del copyright, con las Creative Commons también se hace necesaria la existencia de una ley que garantice la protección del derecho de autor y que haga efectivas las limitaciones de uno u otro tipo de licencia, así como también la existencia de una entidad que sirva para su gestión colectiva, esto es, una sociedad de gestión. En general, las entidades de gestión ya aceptan las licencias Creative Commons, y VEGAP (entidad correspondiente a los artistas visuales, entre ellos los ilustradores) reconoce una perfecta compatibilidad entre dichas estas y su modelo de contrato de adhesión (ver apartado 5.2, «La entidad de gestión de los autores visuales: VEGAP»).

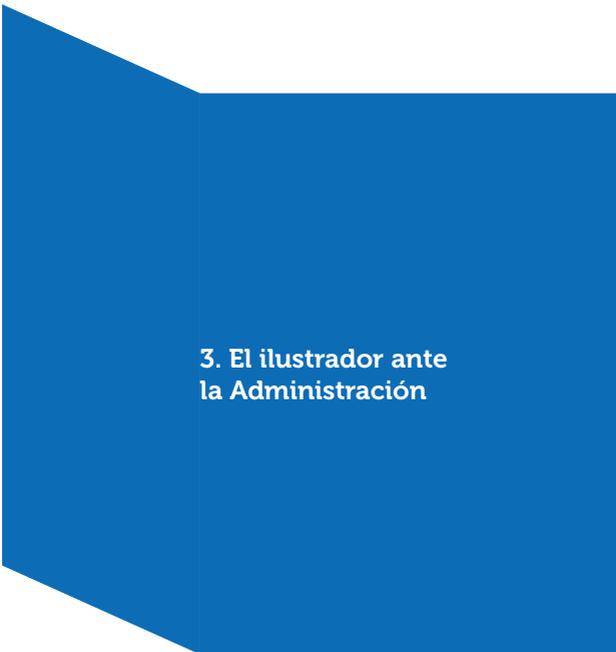
Hay que recordar que esta licencia marca en cada país la protección legal que tiene la obra, pero que, como en el caso del copyright, **no es suficiente para evitar la copia o el uso indebido**, aunque avisa al posible infractor.

## **2.8. Participación en concursos**

La participación en un concurso supone la **aceptación de sus bases**, por lo que un autor está mostrando implícitamente su acuerdo con unas cláusulas que van a afectar a su obra de diversas maneras. Por esta razón es muy importante leer todas las condiciones que la organización del certamen impone en las bases, ya que pueden no ser del interés del profesional.

Para que estas bases sean aceptables, naturalmente, la organización del concurso debe **devolver los originales de forma efectiva** (no puede tampoco dejar que la única forma de recuperarlos sea la presencia física del autor participante en la institución para recogerlos), y la cesión de derechos que se produzca debe ser **proporcional, limitada a unos usos enumerados y marcados temporalmente, y no exclusiva**. En el caso de que se vaya a efectuar una edición con la obra, deberán indicarse las condiciones básicas del **contrato de edición** que se propondrá al ganador o seleccionado, o bien dejar claro que las condiciones de dicho contrato serán pactadas en consenso con este.



A large blue geometric shape, resembling a stylized arrow or a folded page, pointing to the right. It has a white background on the left and a blue area on the right where the text is located.

### 3. El ilustrador ante la Administración



## 3. EL ILUSTRADOR ANTE LA ADMINISTRACIÓN

### 3.1. El alta en la actividad

El ilustrador/a debe darse de **alta en la actividad con carácter previo al inicio del ejercicio** de esta, que tiene lugar a partir del momento en que realiza cualquier entrega, prestación o adquisición de bienes o servicios, efectúa cobros o pagos o contrata personal laboral. Por tanto, ha de darse de alta como profesional cuando decide ofrecer sus servicios con la voluntad de obtener un rendimiento profesional.

Para ello debe solicitar su inclusión en el censo de profesionales de la Agencia Estatal de la Administración Tributaria (AEAT), mediante la **presentación del modelo simplificado 037** de alta censal en la administración de la AEAT de su domicilio fiscal, dentro de los 10 días anteriores a la fecha de inicio de la actividad. El impreso modelo 037 puede adquirirse en cualquier administración de la AEAT o descargarse de la web ([www.agenciatributaria.es](http://www.agenciatributaria.es)), y, una vez cumplimentado, imprimirse el archivo PDF para su presentación. Asimismo, puede presentarse por Internet si se dispone de certificado digital.

En el modelo 037 de alta censal debe indicarse la actividad que se va a desarrollar y clasificarla entre los epígrafes del Impuesto sobre Actividades Económicas IAE. Dado que no existe ningún epígrafe asignado a la actividad del ilustrador, en aplicación del criterio de clasificación en la actividad que más se parezca, el epígrafe que se habrá de declarar es el **Grupo 861 de la sección segunda** de actividades profesionales, que se refiere a **actividades artísticas** (pintores, escultores, ceramistas, etc.). La asignación de un epígrafe en el IAE para la actividad no supondrá ningún coste para el ilustrador, al estar exentas de pago del IAE las actividades que se desarrollan en forma individual como persona física.

### 3.2. El alta en la Seguridad Social

El criterio de la Administración laboral y de la Tesorería de la Seguridad Social es que el alta de la actividad en la AEAT obliga a darse de **alta en el Régimen especial de trabajadores por cuenta propia o autónomos** en la Oficina de la Tesorería General de la Seguridad Social. En el momento del alta de autónomos, es necesario escoger la **base de cotización**, cuyo importe sirve de base para el cálculo de las futuras prestaciones y determina la cuota que hay que pagar mensualmente. Conviene consultar en el momento del alta si se reúne alguno de los requisitos como la edad, maternidad o discapacidad, para poder aplicar algún tipo de **bonificación en la cuota**.

Es obligatoria la suscripción de la **cobertura de la incapacidad temporal** por enfermedad común y accidente no laboral (excepto para los que se encuentren en situación de pluriactividad, que opcionalmente la pueden excluir); esta cobertura da acceso a la prestación de incapacidad temporal por enfermedad co-

mún, accidente no laboral, maternidad y paternidad. De forma opcional, también puede suscribirse a las contingencias profesionales o de accidente de trabajo y enfermedad profesional.

**La prestación de cese en la actividad** es una cobertura opcional para los que no tienen concertada la prestación de accidente de trabajo y enfermedad profesional, y obligatoria para los que la tienen suscrita. Supone una cotización adicional del 2,20 % sobre la base de cotización y una reducción del 0,5 % de las cotizaciones en la cobertura de incapacidad temporal derivada de contingencias comunes. Debe gestionarse a través de la mutua de accidentes de trabajo y enfermedad profesional en la que se tenga concertada la cobertura de Incapacidad Temporal. Cubre **la situación legal de cese no voluntario en la actividad por unas causas determinadas, que deben probarse documentalmente**. El período mínimo de cotización que da derecho a la prestación es de doce meses, lo que da derecho a un período de protección de dos meses; el máximo de protección es de doce meses, si el período de cotización ha sido superior a cuarenta y ocho meses.

Ocurre con frecuencia que el ilustrador/a únicamente realiza **trabajos de forma esporádica** y la cuantía de los ingresos no permite afrontar el coste de la cuota mensual de afiliación a la Seguridad Social en el régimen de autónomos. Al respecto el Tribunal Supremo dictó una sentencia de fecha 29-10-1997, en la que fundamenta la obligatoriedad de la afiliación a la Seguridad Social en el régimen de autónomos, si concurre el requisito de **habitualidad**, que se da siempre que el trabajo sea diario, o bien, cuando el trabajo es esporádico, si los ingresos superan durante el año el salario mínimo interprofesional, SMI (la referencia al SMI actualmente se ha de entender referida al Indicador de rentas de efectos múltiples, IPREM). Dicha sentencia permite sustentar la no afiliación en régimen especial de trabajadores autónomos si se da el supuesto recogido en la sentencia para considerar la falta del requisito de habitualidad en la realización de la actividad, pero se ha de ser **extremadamente prudente** al respecto, dado el criterio antes manifestado de la Tesorería de la Seguridad Social. La habitualidad como requisito del alta en ningún caso es aplicable al alta fiscal.

Si no existe una continuidad en los encargos de trabajo puede optarse por **cursar altas y bajas** en la actividad y en la cotización a la Seguridad Social en el régimen de trabajadores autónomos, según la existencia o no de encargos de trabajo, pero hay que tener en cuenta que en dichos períodos de baja desaparecen las coberturas y pueden **repercutir negativamente en el cálculo futuro de la prestación por jubilación**.

### **3.3. El ejercicio en sociedad**

En general, el ilustrador ejerce su actividad de forma individual en calidad de persona física, pero también puede darse la circunstancia de querer desarrollar el ejercicio de la actividad conjuntamente con otros socios y facturar sus servicios a través de la propia **sociedad**. Las formas jurídicas que es posible adoptar para

ofrecer los servicios profesionales en sociedad son básicamente la **sociedad civil** y la **sociedad mercantil**.

La **sociedad civil se caracteriza por no tener personalidad jurídica, y todos los socios responden, con carácter solidario**, de la actuación de la sociedad, de manera que, indistintamente, cualquiera de ellos y con todo su patrimonio personal responde ante terceros de la totalidad de las obligaciones contraídas por esta. Su constitución puede formalizarse en documento privado o escritura pública y no requiere inscripción en el Registro Mercantil

La **sociedad mercantil sí tiene personalidad jurídica y cada socio responde únicamente del patrimonio aportado** a la sociedad, sin perjuicio de la responsabilidad del administrador de la sociedad por sus actuaciones en el ejercicio del cargo. Su constitución debe formalizarse en escritura pública y requiere su inscripción en el Registro Mercantil.

En el aspecto tributario, **los beneficios de la sociedad civil tributarán en el IRPF de sus socios**, mediante la aplicación del «régimen de atribución de rentas», que consiste en atribuir a cada socio el beneficio de la sociedad civil en proporción a su participación en la misma o según los pactos que hubieran acordado. **Los beneficios de la sociedad mercantil tributarán en el Impuesto de Sociedades**.

En la elección deben considerarse, además de los aspectos indicados, los **costes económicos** de constitución, modificación y disolución en su caso, y los de gestión y llevanza de la contabilidad, que son más onerosos en el caso de la sociedad mercantil.

La sociedad, una vez constituida, deberá solicitar un número de identificación fiscal (NIF) y darse de alta en el **censo de empresarios** de la AEAT, mediante la presentación del modelo 036 de alta censal. El **epígrafe del IAE** que corresponde a una sociedad dedicada a la actividad de Ilustración, al no haber ninguno específico de la actividad en la sección primera de actividades empresariales, es el **849.9**, que se refiere a **otros servicios independientes prestados a las empresas**. La sociedad estará exenta de pago del IAE siempre que el importe neto de la cifra de negocio que corresponde al penúltimo año anterior al devengo del impuesto sea inferior a un millón de euros.

### **3.4. EL IVA**

El artículo 20.26 de la Ley del impuesto sobre el valor añadido (IVA) declara exentos de IVA los servicios profesionales prestados, entre otros, por los artistas plásticos, incluso cuando la contraprestación recibida consista en derechos de autor. De acuerdo con dicho artículo estarán **exentos de IVA los servicios profesionales prestados por los ilustradores/as que consistan en la cesión de derechos de autor sobre sus ilustraciones** siempre que sean obras originales amparadas en derechos de autor. **Si el ilustrador realiza solo trabajos exentos de IVA** podrá, en el modelo 037 de alta censal de la actividad, comunicar que a efectos del IVA realiza exclusivamente operaciones exentas que no obligan a presentar autoliquidación periódica, y no tendrá la obligación de presentar declaraciones de IVA.

La referida **exención** de IVA supone como aspecto favorable para el ilustrador una **simplificación de sus obligaciones** frente a la Administración, pero presenta el **inconveniente** de que **no puede deducir el IVA soportado con los gastos**, que se convierte en un incremento de coste. Si el IVA soportado es una cantidad poco significativa, el incremento de coste que supone puede verse compensado con la simplificación de obligaciones que comporta no presentar declaraciones.

Si en lugar de ceder los derechos sobre una ilustración, se realiza la **entrega material de un dibujo** hecho a mano o una obra original a cambio de una contraprestación, no será una operación exenta de IVA, al tratarse de la entrega de una obra de arte realizada por su autor, conforme a la normativa del impuesto que considera los dibujos realizados totalmente a mano como obras de arte, debiendo repercutir el tipo reducido de IVA (actualmente el 8 %). Si los trabajos realizados tienen por objeto **obras no originales o no consideradas obras de arte**, deberá repercutir el tipo general de IVA (actualmente el 18 %).

En caso de realizar en el ejercicio de la actividad **operaciones exentas y no exentas**, deberá aplicarse lo que la ley del IVA denomina **regla de prorata**, que supone poder deducir solo un porcentaje de IVA soportado equivalente a la proporción resultante entre las operaciones no exentas de IVA y el total de operaciones.

**No es aplicable la exención del IVA** cuando la actividad se ejerce en sociedad civil o mercantil, y deberá repercutir en todos los trabajos que realice el tipo general de IVA.

### **3.5. EL IRPF**

Estar de alta en el ejercicio de la actividad por parte del ilustrador comporta la obligación de presentar la declaración del **Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF)**, cuando los rendimientos derivados de su actividad profesional, sumados con los restantes rendimientos que obtenga del trabajo, del capital mobiliario e inmobiliario y de otras actividades económicas, así como de ganancias patrimoniales, excedan en conjunto de la cantidad de 1000 euros anuales, conforme a las normas que determinan la obligación de presentar la declaración del IRPF.

Para determinar el rendimiento de la actividad profesional del ilustrador, la Ley del IRPF prevé dos sistemas de determinación: **la estimación directa en la modalidad simplificada y la estimación directa en la modalidad normal**. La elección de uno u otro sistema de determinación del rendimiento debe manifestarse obligatoriamente en la declaración de alta censal de inicio de la actividad.

**Podrán acogerse a la estimación directa simplificada** los profesionales cuyos ingresos no superen el límite de 600 000 euros anuales para el conjunto de todas sus actividades. Superar, en un año natural, dicho límite supone la exclusión de dicha modalidad para el año siguiente. La exclusión o la renuncia voluntaria a la estimación directa simplificada supone la obligación de determinar el rendimiento en la modalidad normal de la estimación directa durante los tres años siguientes.

La **modalidad normal de la estimación directa determina el rendimiento neto** de la actividad profesional por diferencia entre los ingresos y los gastos imputables al ejercicio según las normas del Impuesto de Sociedades.

La **modalidad simplificada de la estimación directa determina el rendimiento neto** de la misma forma que la modalidad normal con las siguientes particularidades:

- La amortización de los bienes del inmovilizado se practica de forma lineal en función de una tabla de amortización simplificada, distinta de la aplicable en la modalidad normal.
- El conjunto de provisiones deducibles, como, por ejemplo, por impagados, y los gastos de difícil justificación se cuantifican en el 5 % sobre el rendimiento neto, excluido este concepto, y se deducen como gasto.

La imputación de los ingresos y gastos a un determinado año se realizará en ambas modalidades siguiendo el **criterio del devengo**, que determina su imputación al año en que se generan o producen, con independencia de cuándo se cobren o paguen, salvo que se opte al presentar la declaración por la aplicación del **criterio de cobros y pagos**, que determina su imputación al momento del cobro o del pago. Puede optarse por dicho criterio en aquellos supuestos en que no coincide el año de emisión de las facturas con el de cobro de estas, y la opción deberá mantenerse por un plazo mínimo de tres años.

En ningún caso se incluirá como rendimiento de la actividad la ganancia o pérdida derivada de la transmisión de elementos patrimoniales afectos a la actividad, que deberá declararse separadamente en el concepto de ganancias o pérdidas patrimoniales.

### 3.6. Las facturas

Existe obligación de **emitir factura por todas las operaciones realizadas**. Dicha factura deberá contener siempre: el **número** de la factura (deberá ser correlativo y puede tener diversas series en casos determinados); la **fecha** de emisión; el **nombre y apellidos o razón social, número de identificación fiscal y domicilio** del emisor y del destinatario; la **descripción detallada de las operaciones** facturadas, con los datos necesarios que permitan determinar la base imponible del IVA (así como cualquier descuento o rebaja no incluidos en el precio); el **tipo impositivo de IVA** aplicable y la **cuota del IVA**, separada del precio (si se trata de **una operación exenta, ha de citar la norma en la que se ampara la exención**; en caso de cesión de derechos por el ilustrador/a: «Operación exenta de IVA por el artículo 20.26 de la ley 37/1992») y la **fecha en que se haya efectuado la operación**, si es diferente de la de la factura.

**Si se emite una factura errónea** porque se ha determinado incorrectamente la cuota repercutida del IVA o porque con posterioridad se ha de modificar la base imponible por haber quedado sin efecto alguna operación incluida o haberse alterado con posterioridad el precio de la operación, se ha de emitir una **factura**

**rectificativa**, a la que se deberá otorgar una serie de numeración diferente, y se habrá de hacer constar en ella el número de la factura rectificada y la rectificación efectuada.

La fecha de expedición de las facturas debe coincidir con la de entrega de los trabajos facturados y su **plazo máximo de entrega** a los destinatarios es de un mes a contar desde la fecha de su expedición. Se aconseja entregarlas cuanto antes, a ser posible, coincidiendo con la fecha de entrega del trabajo.

Es obligatorio **conservar las facturas** emitidas y recibidas durante el período de prescripción de los tributos del año al que correspondan, que en la actualidad es de **cuatro años** desde la finalización del período normal de presentación de la correspondiente declaración. Este período de prescripción podrá quedar interrumpido por cualquier actuación propia o de la Administración para la liquidación o comprobación del tributo, lo que supone el inicio de un nuevo cómputo de prescripción de otros cuatro años.

El pago de las facturas emitidas en el desarrollo de una actividad profesional, se ejerza individualmente como persona física o en sociedad civil, está **sujeto a retención**, que debe practicar el pagador en el momento del pago de esta, siempre que se trate de un empresario o profesional que actúe como tal. No es obligatorio, pero sí conveniente, **hacer constar en la factura el tipo de retención** (que es el **15 %** sobre el importe facturado por el profesional sin IVA) **y su importe**. En caso de inicio de la profesión, solo **durante el año del alta y los dos siguientes**, el profesional podrá solicitar se le aplique la retención del **7 %**.

La retención soportada en las facturas se deducirá como pago a cuenta en el IRPF del año en que se declaren dichas facturas, independientemente de la fecha de ingreso de la retención a la AEAT por el retenedor.

### **3.7. Los libros de registro de facturas**

Las obligaciones de registro de facturas establecidas para las actividades profesionales son las mismas en ambas modalidades de estimación de rendimientos y se concretan en **un libro registro de ingresos y otro de gastos**, en el que se han de registrar, por su orden de numeración en el caso de facturas emitidas y por su orden de recepción en el caso de facturas recibidas, las facturas de ingresos y de gastos. Asimismo, el IVA establece la obligación de registro de las facturas en un **libro de facturas emitidas y otro de facturas recibidas**.

No existe un modelo oficial para los citados libros. El contenido mínimo, con el objeto de cumplir todos los requisitos establecidos por la normativa del IRPF y del IVA a los efectos de llevar un solo libro que sea a su vez registro de ingresos y facturas emitidas y un solo libro que sea registro de gastos y facturas recibidas, es el siguiente:

- El **libro registro de ingresos y facturas emitidas** deberá especificar obligatoriamente: el **número de orden** del apunte; la **fecha de emisión** de la factura; el **número** de la factura; el **nombre o razón social del cliente y el NIF**; el **concepto** debidamente detallado de la factura; la **base imponible** o impor-

te que se factura; el **tipo de IVA**, y el **importe del IVA**.

- El **libro registro de gastos y facturas recibidas** deberá especificar obligatoriamente: el **número de orden** del apunte; la **fecha de emisión** de la factura; el **nombre o razón social del proveedor y el NIF**; el **concepto** debidamente detallado de la factura; la **base imponible** o importe de esta; el **tipo de IVA**, y el **importe del IVA**.

Los ingresos y gastos contenidos en dichos libros determinarán el **rendimiento neto** de la actividad que se declarará en el IRPF, tomando en consideración las particularidades establecidas para la estimación directa simplificada y el importe de los pagos fraccionados a realizar a cuenta del IRPF.

Si en el ejercicio de la actividad se adquieren o afectan bienes de inversión, será necesario llevar un **libro de registro de bienes de inversión**, que incluya: la **descripción** del bien; el **valor de adquisición** y **fecha de inicio de su utilización**; la **cuota de amortización** anualmente aplicada y, si procede, las **regularizaciones que deban realizarse en el IVA**.

En el supuesto de percibir provisiones de fondos y suplidos, será necesario registrarlas en un **libro de provisiones de fondos y suplidos**.

### **3.8. Los gastos deducibles**

El criterio general es que **son deducibles los gastos que estén relacionados directamente o indirectamente, de forma inmediata o en el futuro, con los ingresos, así como los generados por los elementos patrimoniales afectos a la actividad**.

Se plantean habitualmente dudas sobre la posibilidad de deducir gastos por consumos, reparaciones y amortizaciones de determinados bienes que puedan dedicarse de forma no exclusiva a la actividad, como los vehículos y la vivienda.

El IRPF establece como regla general que **no se pueden considerar afectos a una actividad los bienes y derechos que se utilicen simultáneamente** para actividades de tipo económico y necesidades privadas, excepto si el uso privado es accesorio y notoriamente irrelevante (es decir, en caso de que el uso privado se realice en días y horas en que se interrumpe la actividad). Como excepción a dicha regla, **no se admite la afectación parcial de los vehículos de turismo**, motocicletas y embarcaciones de recreo, entre otros, para los que el uso en la actividad ha de ser totalmente exclusivo sin posibilidad de destinarlos al uso privado en días y horas en que la actividad quede interrumpida, excepto para determinadas actividades y profesionales, como los agentes comerciales. La afectación exclusiva del vehículo a la actividad requiere poder **probar su necesidad y uso efectivo y exclusivo en la actividad**, y la carga de dicha prueba recae sobre el profesional, sin que sea prueba suficiente justificar la existencia de otro vehículo para el uso privado. La **dificultad de dicha prueba** permite a la Administración, salvo en casos esporádicos, aplicar el criterio de no afectación exclusiva, y por tanto de no deducibilidad de los gastos de amortización del vehículo y de todos

los restantes gastos generados por este, como el consumo de combustible, reparaciones, estacionamiento, etcétera.

El IRPF sí **admite la afectación parcial de la vivienda para uso profesional**, siempre que se utilice efectivamente parte de la vivienda para la actividad y se haya manifestado en la declaración de alta censal la parte de esta destinada a la actividad. Dicha afectación parcial permite deducir los gastos derivados de la citada vivienda en proporción a la parte afectada, como amortizaciones, IBI, comunidad de propietarios, intereses de préstamos para su adquisición, etc., pero no permite la deducción —excepto si se prueba el destino exclusivo a la actividad— de los gastos derivados de los suministros, como el agua, el gas, la luz y el teléfono, ni siquiera aplicando la proporción de estos antes indicada.

Son deducibles como gasto de la actividad profesional las primas de **seguros de asistencia médica** satisfechos por el ilustrador en la parte correspondiente a su propia cobertura, la de su cónyuge e hijos menores de 25 años que convivan con él, con el límite máximo de 500 euros por persona y año.

La deducción de un gasto para la determinación del rendimiento de la actividad y la deducción del IVA soportado con motivo de dicho gasto requiere **estar en posesión de la correspondiente factura** recibida del proveedor e incluirla en el libre registro de gastos y facturas recibidas. La ausencia de factura que documente el gasto incurrido y el IVA soportado o la incorrecta confección de esta por carecer de todos o alguno de los datos que obligatoriamente debe contener puede dar lugar a la no deducibilidad del IVA soportado ni la consideración del gasto como deducible para la determinación del rendimiento neto a declarar en el IRPF.

Los gastos documentados mediante **tickets y recibos** que se entregan como sustitutivos de las facturas no permiten ni la deducibilidad del IVA soportado ni la del gasto, al no incluir los datos del destinatario, sin que sea válido incluir dichos datos con posterioridad a la entrega del documento sustitutivo de la factura, por ser una manipulación posterior a su emisión, lo que lo invalida.

### **3.9. El pago a cuenta del IRPF**

El alta en el ejercicio de la actividad de ilustrador comporta la obligación de **presentar trimestralmente la declaración de pago fraccionado a cuenta del IRPF (modelo 130)**. En cada declaración trimestral se ha de ingresar el 20 % del rendimiento acumulado durante el año, hasta la finalización del trimestre al que se refiere la declaración, una vez deducidos los pagos fraccionados realizados en los trimestres anteriores y las retenciones soportadas en dichos trimestres y en el de la declaración.

**No están obligados a presentar la declaración** los profesionales en el caso de que al menos el 70 % de sus ingresos haya sido objeto de retención en el año natural anterior. Dicha circunstancia deberá manifestarla en la declaración de alta censal o en una posterior modificación.

### 3.10. Los trabajos para el extranjero

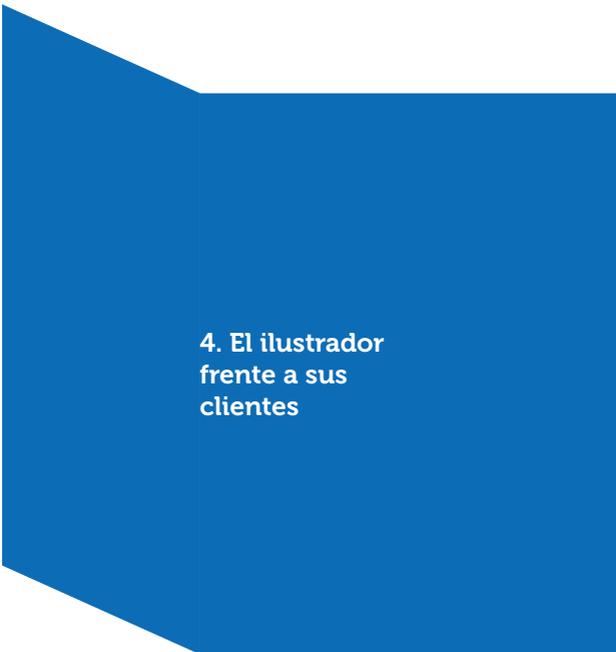
Cada día es más común que un ilustrador trabaje para clientes de otros países. En dicho caso **la factura** deberá tener el mismo contenido que las restantes facturas, con las siguientes particularidades: **no deberá incluir retención a cuenta del IRPF**, y a efectos de IVA deberá incluir la mención: «Operación no sujeta a IVA por el artículo 69.Uno.1º de la ley 37/1992».

Los ingresos generados por las facturas emitidas al extranjero **deben sumarse a los restantes ingresos** para la determinación del rendimiento neto a declarar en el IRPF y para el cálculo del pago fraccionado a cuenta del IRPF si se presentan. Si el importe anual facturado al extranjero supera el 30 % de la facturación total de año, deberá presentarse declaración de modificación censal comunicando el alta en la obligación de realizar pagos fraccionados trimestrales a cuenta del IRPF (modelo 130) en el año siguiente.

En el supuesto de que el ilustrador que trabaje para el extranjero realice exclusivamente prestaciones de servicios exentas que no obligan a presentar auto-liquidación periódica por consistir en la **cesión de derechos sobre ilustraciones**, respecto al IVA solo procederá realizar la mención en la factura indicada en el inicio de este apartado. **Si presenta declaraciones de IVA** por realizar además operaciones no exentas, y los trabajos se realizan para clientes establecidos en otro estado miembro de la UE, deberá solicitar la **inclusión en el Registro de Operadores Intracomunitarios (ROI)**, mediante la presentación del modelo 036 de declaración censal. Si los trabajos realizados al extranjero no estuvieran exentos de IVA en el país de la UE de residencia del destinatario, deberá además presentar por dichos trabajos la **declaración de Operaciones Intracomunitarias (modelo 349)**.

Por último, es conveniente **consultar el Convenio de doble imposición** entre España y el país de residencia del cliente extranjero para comprobar la tributación establecida en este para los **cánones**, que es el término empleado en dichos convenios para definir las cantidades de cualquier clase pagadas por el uso o la concesión de uso de un derecho de autor sobre una obra literaria, artística o científica, y si el convenio sujeta a tributación los cánones en el estado de residencia del pagador.



A large blue geometric shape, resembling a stylized 'L' or a corner, is positioned on the right side of the page. It has a vertical edge on the left, a horizontal edge on the top, and a diagonal edge connecting the two. The text is centered within the horizontal part of this shape.

## 4. El ilustrador frente a sus clientes



## 4. EL ILUSTRADOR FRENTE A SUS CLIENTES

### 4.1. Pautas de trabajo

Las asociaciones profesionales no pueden, de acuerdo con la legislación vigente, proponer **tarifas** para sus asociados, aunque estas sean únicamente orientativas, dado que se supone que publicitar esos precios, entendibles como **mínimos**, iría en contra de la libre competencia en el mercado (y podría ser objeto de expediente sancionador, como de hecho ha ocurrido en otros sectores profesionales).

Por otra parte, existe una clara complejidad a la hora de establecer unas tarifas en un mundo como el de la ilustración, dado que **los precios dependen de multitud de factores**, como se analizará a continuación.

#### 4.1.1. Presupuestos

Para hacer la **valoración económica de un encargo** ha de efectuarse el cálculo de acuerdo con el número de ejemplares o la difusión que tendrá el trabajo. A este criterio básico de proporcionalidad habrá que añadir otros aspectos, como el uso de la ilustración, el territorio y las lenguas en que se publique, el número de tintas y tamaño del trabajo, la duración del contrato, el perfil y el presupuesto del cliente, el plazo de entrega y, finalmente, los gastos que ocasione el trabajo.

- **El uso de la ilustración**

Es importante que el uso que se haga del trabajo de ilustración esté **específicamente definido en el presupuesto, contrato o factura**. Si posteriormente el cliente solicita reutilizar las imágenes en cualquier modalidad que no esté descrita en el documento, deberá hacerse **una nueva cesión de derechos** con la correspondiente remuneración.

Conviene prestar especial atención a la reutilización del trabajo de ilustración en **Internet**, que debe estar contemplado también en su respectivo contrato. Es muy importante **no hacer cesiones de todos los derechos**, a no ser que estén suficientemente compensadas.

En el caso de ilustraciones realizadas que finalmente **no se llegan a utilizar** (por cancelación del proyecto, rechazo del cliente, etcétera), a pesar de haber sido aceptados los bocetos preliminares, también deben ser cobradas. En estos casos, el precio puede ser inferior al que se cobraría si se hubieran utilizado, y es conveniente fijar por escrito también esa posibilidad antes de comenzar el trabajo (ver apartado 4.3, «Sistemas de cobro»).

Las «**pruebas**» o **bocetos** que el cliente pueda encargar para juzgar si un ilustrador o ilustradora es adecuado para un proyecto suponen trabajo y tiempo para el autor, y por tanto deben ser **siempre remuneradas**; el ilustrador debe dejarlo claro antes de realizar dichas pruebas.

- **El territorio y las lenguas de publicación**

Debe reflejarse en el precio el hecho de que el trabajo de ilustración se utilice **de forma local, nacional o en diversas áreas del mundo**, o bien que se emplee en diferentes **idiomas**; siempre en proporción a la difusión que se haga del trabajo.

- **El número de tintas y el tamaño del trabajo**

El precio varía si está preparado en cuatricromía, bitono o blanco y negro, la **complejidad de la técnica empleada** y el **tamaño de realización o reproducción** de la ilustración.

- **La duración del contrato**

En los contratos debe quedar reflejado el tiempo que estarán en vigor, es decir, la **duración de la cesión de los derechos**. Si no está indicado, la Ley de Propiedad Intelectual establece que «la falta de mención del tiempo limita la transmisión a **cinco años**». Únicamente en el ámbito editorial, el contrato de edición se extingue a los **10 años** de la cesión si la remuneración pactada es exclusivamente a tanto alzado, o en todo caso a los **15 años** de haber puesto el autor al editor en condiciones de realizar la reproducción de la obra. Una vez que expira la duración, todos los derechos retornan al ilustrador, a no ser que se hayan acordado otros términos (ver apartados 2.2, «Contrato de encargo y contrato de edición», y 2.3, «Otros contratos»).

- **El perfil y el presupuesto del cliente**

Habitualmente, los clientes con mayor volumen de facturación suelen tener un presupuesto mayor, así como una editorial internacional va a poder tener un presupuesto para ilustración mayor que una pequeña editorial local. Hay que asegurarse de que el cliente no piense que en el precio está comprendida toda clase de soportes y usos; no se deben ceder todos los derechos sin una contraprestación adecuada.

En el caso de que el cliente dude en aceptar un presupuesto, y dado que la negociación siempre es posible, una breve explicación del ilustrador sobre **cómo se ha calculado el precio** puede ayudar al cliente a entenderlo mejor.

- **El plazo de entrega**

Es posible, sobre todo en publicidad, que se haga un encargo **con carácter de urgencia** (de un día para otro, en fines de semana, etcétera). En estos casos, se puede añadir un **porcentaje adicional al precio habitual**, según las circunstancias, el volumen de la campaña, la exigencia, el perfil y el presupuesto del cliente.

- **Los gastos**

Los precios que se apliquen deben cubrir, además de todos los gastos que conlleva llevar adelante la profesión, aquellos **gastos específicos del encar-**

go, tales como desplazamientos, envíos, etc.; han de ser acordados con el cliente por adelantado, para que no haya malentendidos. Es conveniente que los gastos extraordinarios sean desglosados por separado en el contrato o presupuesto y, más adelante, en la factura.

#### 4.1.2. Criterios de viabilidad

Como en los últimos tiempos podemos encontrarnos, incluso, con un descenso de tarifas, esta circunstancia puede dar como resultado serias **dificultades empresariales** en el ejercicio de la profesión; es recomendable que el ilustrador, por tanto, realice los **estudios de costes** que sean necesarios para que su actividad se mantenga viable. Sería un error ignorar estos costes y considerar como ganancia cualquier suma recibida porque, obviamente, se comienzan a generar ganancias cuando se han cubierto los gastos.

La siguiente lista, no exhaustiva, puede dar una idea de las principales áreas del montante de gastos del profesional de la ilustración:

- **Lugar de trabajo:** alquiler o hipoteca; calefacción, agua y luz; contribución; limpieza.
- **Promoción:** espacios publicitarios contratados; envíos promocionales; web.
- **Comunicación:** teléfono fijo y móvil; Internet; gastos de envío; papelería.
- **Equipamiento:** muebles de oficina, mesa de dibujo; ordenador, impresora, escáner, cámara fotográfica; software; consumibles, etcétera.
- **Material artístico:** papel, pinturas, pinceles y lápices, etcétera.
- **Documentación y formación:** libros, revistas; cursos, talleres.
- **Viajes:** coche (porcentaje dedicado a la actividad profesional), avión, tren; metro, bus, taxi; parking.
- **Consultoría profesional:** gestoría; contabilidad; consultoría legal; cuota de la asociación profesional.
- **Financiera:** gastos bancarios; seguro del equipamiento y del lugar de trabajo.
- **Impuestos:** retención del IRPF y otros impuestos.
- **Otros:** contribuciones a la Seguridad Social, planes de pensiones, canguro para los hijos, etcétera.

Para poder calcular debidamente un presupuesto en el capítulo de la realización de la ilustración, puede ser útil estimar también el **precio por hora de trabajo**, diferente para cada ilustrador. Además, en aquellas situaciones en las que se requieran ilustraciones finalizadas o trabajos preparatorios que no incluyan derechos específicos de uso (aquellos en los que se trabaja para un estudio de publicidad o diseño y en operaciones como la realización de *storyboards*, *lay-outs* o imágenes para presentación), muy posiblemente el cliente exija una facturación por horas, lo que habrá que aceptar, fuera de que el trabajo implique la cesión de derechos de reproducción.

Para calcular un **precio por hora**, se propone una fórmula sencilla, dividiendo el posible número de **horas de trabajo por año** entre el **ingreso bruto anual** (es decir, el salario anual deseado más los gastos directos e indirectos).

Estimar las **horas de trabajo anuales** consiste en restar, del total de días del año, los días que se corresponden con fines de semana, festivos, vacaciones anuales, entrevistas y reuniones, y días de baja. En cuanto a las **horas de cada jornada**, se restan a la jornada laboral las horas dedicadas a la comida, y a cuestiones de administración, documentación y desarrollo. Una vez tenidos estos datos, se trata de multiplicar el total por el número de horas laborales por día. Solo queda efectuar el cálculo del **precio por hora profesional**, dividiendo el ingreso anual bruto por el número de horas de trabajo anuales.

Conviene hacer también el cálculo del **precio por hora de la estructura profesional**: lo que cuesta el mantenimiento del estudio cada hora de trabajo. Hay, pues, que sumar los costes de los gastos fijos, y dividir este total entre el número de horas trabajadas. El precio por hora profesional más el precio por hora de la estructura da el **precio por hora de facturación**.

Lo primero es **establecer lo que el ilustrador quiere trabajar** antes de comenzar a pagarse. Muchos ilustradores trabajan en casa, dividiendo su tiempo entre el cuidado de los hijos y otros trabajos parciales para sostener sus ingresos. Sin embargo, las asociaciones recomiendan considerar el trabajo como ilustrador, incluso si es a tiempo parcial, como una empresa que establece los gastos e ingresos anuales que al ilustrador le gustaría recibir. Aunque solo sean unos encargos al año, requieren un espacio de trabajo, un cuidador de niños, electricidad, materiales artísticos, equipamiento informático, línea de teléfono, etc. Así pues, hay que calcular el gasto anual y establecer las horas que tiene que trabajar, de forma que cubra sus gastos indirectos, y añadir los ingresos que le gustaría recibir anualmente de forma prorrateada.

Decidir **cuánto se quiere ganar en un año** debe basarse más en el realismo que en el idealismo. Trabajar de forma independiente puede significar unas **fluctuaciones** bastante fuertes en las ganancias de un año a otro, así que el objetivo es definir una cifra básica media. Esto significa observar lo que otros ganan como ilustradores, y también lo que ganan los que trabajan en profesiones similares o relacionadas, y contrapesar esto con la propia experiencia como profesional. Los profesionales de éxito pueden incrementar justificadamente sus ganancias mediante subidas en sus tarifas de acuerdo con niveles de **popularidad, demanda o experiencia**.

Es necesario **verificar**, al menos anualmente, que el valor calculado se corresponde con la realidad. A la base imponible de las facturas emitidas durante el año, se le debe restar el total de las bases imponibles de las facturas de los proveedores (no los gastos fijos), y se calcula así el **rendimiento anual bruto**. Si esa cantidad se divide por el número de horas trabajadas se obtiene el **precio real por hora que se ha trabajado**. A ese precio se le resta el precio por hora de la estructura, y se consigue saber el **precio por hora profesional real** (y de ahí saber el sueldo anual real). En caso de no cumplirse los objetivos marcados, no siempre es aconsejable aumentar el precio de la hora de facturación, sino mejorar aspectos de los gastos

fijos y variables, y tratar de ejercer un mayor control de la evolución de los trabajos en función de las horas reales.

Para preparar así un **presupuesto de ilustración**, habrá que calcular el **número de horas necesarias** para la realización del trabajo (con un margen para cubrir imprevistos); multiplicar esas horas por el precio de hora de facturación; sumar a ese total un margen en concepto de creatividad (equivalente al beneficio empresarial); y añadir los gastos previstos para el trabajo concreto (y si se añaden servicios complementarios por parte de terceros, sumar un margen comercial al importe del proveedor). De cualquier modo, hay que tener en cuenta que estas fórmulas son únicamente una posible referencia para el ilustrador a la hora de estimar los costes, pero que en ningún caso tiene sentido usar estos ítems de cara al cliente: salvo en las excepciones citadas al principio del apartado, no se le cobrará «por horas», sino siempre por la cesión de unos derechos en proporción a su uso.

## Reutilización

Para aplicaciones diferentes de una misma imagen distintas a aquella para la cual fue originalmente concebida o contratada, debe valorarse cada nueva utilización con **un porcentaje sobre el precio inicial**. Lo recomendado por las asociaciones inglesas Society of Artist Agents y Association of Illustrators es calcular los porcentajes a partir del valor del posible uso más alto; por ejemplo, su uso para un cartel de ámbito nacional. Generalmente, el precio resultante debería estar basado en el uso de 1 o 2 años, y, según lo propuesto por las asociaciones inglesas, el precio de reutilización para los siguientes años se basaría en unos porcentajes menores.

## 4.2. La negociación con el cliente

El ilustrador puede **ceder a terceros**, a cambio de una **retribución económica**, los derechos patrimoniales o de explotación de una obra: reproducción, distribución, comunicación pública y transformación. El ilustrador profesional, que crea imágenes con el fin de ser reproducidas, vive de la comercialización de estos derechos. Un buen profesional debe ser **consciente de lo que cede** cuando le encargan un trabajo y conocer en profundidad las leyes que lo protegen.

Antes de firmar un contrato debe **leer todas las cláusulas** y estar seguro de lo que firma. En cuanto al precio, es responsabilidad del autor ofrecer uno que no sea conscientemente más bajo que el de sus compañeros. Las condiciones que acepta acaban repercutiendo en toda su carrera profesional y, por extensión, en el colectivo.

El **proceso de negociación** no debe dar miedo, y hay que tratar de acordar condiciones beneficiosas para ambos firmantes: el autor tiene derecho a negociar el contenido de las cláusulas y los derechos cedidos. En toda negociación hay dos objetivos que nunca deberían perder de vista: cada explotación de una obra se corresponde con un derecho, y por lo tanto el contrato tiene que especificar **cada uno de los derechos cedidos y el tiempo en que el editor será titular del**

**derecho cedido**; y cada explotación ha de acompañarse de una **remuneración proporcional** a los beneficios que se esperan obtener: a mayor difusión tiene una obra, más remunerada debe estar.

En caso de duda, siempre es preferible pensarlo, y sobre todo, asesorarse profesionalmente. La firma siempre puede esperar al día siguiente. Una vez firmado el contrato, no hay vuelta atrás.

Naturalmente, de todos los contratos firmados es conveniente guardar una copia.

Como se comenta en el apartado 2.2.2, un contrato de edición debe detallar el encargo, la lista de los derechos que se ceden y el tiempo de cesión, las formas y los territorios en que explotará la obra, así como la contraprestación económica y la forma de remuneración. Si, a pesar la obligatoriedad legal, el editor se niega a establecer un contrato, el ilustrador deberá procurar que todos estos elementos consten por escrito, ya sea **en un e-mail o en las mismas facturas**.

Aunque, como se ha comentado, no es necesario registrar una obra para protegerla, cuando se dispone de un proyecto de libro para proponer a las editoriales, sí puede ser recomendable inscribirlo en la oficina del **Registro de la Propiedad Intelectual** que corresponda o a través de otros métodos como SafeCreative.org (ver apartado 2.6, «El Registro de la propiedad intelectual»). Ante un conflicto de autoría, conservar **el original de la obra y toda la documentación, incluidos los e-mails**, puede demostrar dicha autoría.

### 4.3. Sistemas de cobro

Como se comenta en otros apartados, los y las profesionales de la ilustración perciben habitualmente remuneración no por la venta de sus obras, sino por la **cesión de los derechos de explotación**, a cambio de una contraprestación económica proporcional a su explotación. Las formas de remuneración son dos: mediante un **porcentaje** (royalties o derechos) aplicado sobre los ejemplares del producto, o bien **a tanto alzado** (o forait), una cantidad única por el uso concreto que se vaya a hacer de las ilustraciones (ver también apartados 2.2.2, «El contrato de edición», y 4.6.3, «Editorial»).

Cuando la remuneración se basa en el cobro de un porcentaje sobre el precio de venta del producto se cobra a la entrega del trabajo lo que se denomina **anticipo**, que es un adelanto a cuenta de futuros beneficios. Lo común es que en el ámbito editorial no se reclame la devolución de ese adelanto en el caso de que los beneficios no se den finalmente. En proyectos de envergadura que vayan a suponer una inversión de tiempo y dinero por parte del ilustrador también se da el caso de **anticipos** entendidos como pagos efectuados antes o durante la realización del trabajo.

Por lo demás, en cuanto a **plazos de cobro**, lo normal es que los pagos se realicen a la entrega del trabajo finalizado, o bien a 30, 60 o 90 días, aunque más de 30 días no se considera asumible en el caso de la ilustración; si se diese dicha demora, debería contemplarse un incremento de precio en el presupuesto.

Las **pruebas** son encargos, y por tanto también deben ser cobradas, incluso aunque sean rechazadas por el cliente. Es por lo tanto importante acordar el precio de las pruebas y de su posible anulación o rechazo antes de iniciar el trabajo.

En caso de que se **anule** un encargo, el ilustrador deberá valorar el trabajo ya realizado, aplicando un porcentaje sobre el precio acordado para el trabajo terminado. El porcentaje sobre el precio será menor si la anulación se da antes de entregar los bocetos, y mayor si es a la entrega de estos; en el caso de que se dé a la entrega del trabajo acabado, debería cobrarse el precio total acordado inicialmente. En el caso de **rechazo**, los porcentajes también variarían si fuese a la entrega de los bocetos o a la entrega del trabajo terminado.

Cuando se solicitan pruebas para un mismo trabajo a varios profesionales a un mismo tiempo, se habla de **concurso restringido**. Esa circunstancia no debe ser ocultada a los participantes, que deben saber las condiciones generales del concurso, el número de concursantes y a ser posible su nombre.

Si un cliente decidiese quedarse con un **original**, deberá establecerse un acuerdo al margen de lo acordado para su explotación, y mediante **contrato de venta de obra** (ver modelo en los anexos). La venta del original no otorga al cliente derechos de explotación sobre él (ver apartado 2.1.1, «Derechos de explotación»), y además debe respetar el derecho moral del autor (no puede alterar la obra, debe conservarla en buen estado, etcétera; ver apartado 2.1.2, «Derecho moral del autor»).

#### **4.4. Trabajar con agente**

Los agentes y las agencias son el método más utilizado por los ilustradores para gestionar su trabajo en el extranjero (dentro del mercado español no se suele considerar rentable); en el caso de Estados Unidos, por ejemplo, es opinión unánime que esta es la única manera de moverse profesionalmente en ese mercado desde otro país. El agente escoge aquellos artistas que cree interesante representar y se encarga de conseguirles encargos a cambio de un porcentaje de la retribución pagada al ilustrador (que puede estar entre el 20 y 30 %, ya que no todos aplican los mismos márgenes, y algunos de estos varían según el tipo de encargo). A pesar de las ventajas evidentes (mejores precios, cartera de clientes, gestiones y papeleos, cobros, negociación) también se suele tener en consideración el hecho de que pueden **influir en la carrera del ilustrador** al orientarla mediante la filtración de trabajos que le encargan, ya que el ilustrador de alguna forma queda aislado del cliente; además, hay que tener en cuenta que los agentes **no garantizan un volumen mínimo de trabajo**, y en cambio sí suelen poner como condición la **exclusividad** (es decir, que la relación con cualquier cliente tenga que estar intermediada por el agente, aunque haya contactado el ilustrador con él). A veces, en mercados donde su tarea no está extendida, pueden resultar incluso contraproducentes, y algunas editoriales no aceptan trabajar a través de agentes. Naturalmente, hay que tener siempre en cuenta que la relación que establece con el agente debe ser favorable para las dos partes, y negociar el contrato (ver ejemplo de contrato en los anexos).

Los agentes se suelen dividir por **mercados**. En Europa hay dos grandes mercados desde los que operan agentes de ilustración: el de París y el de Londres. El área de influencia francesa incluye las zonas de España, Italia, Bélgica y Suiza. La inglesa, en cambio, los Países Bajos y el norte de Europa; desde Londres operan también en el mercado estadounidense. Los ilustradores pueden tener un agente único para todos los mercados o estar representados por más de un agente, de forma que cada uno trabaja en diferentes países.

#### 4.5. Los compromisos del ilustrador

Aunque en los contratos se incluyen cláusulas al respecto, nunca está de más recordar que, así como al cliente se le exige el cumplimiento de sus deberes, el ilustrador también está comprometido en el trabajo más allá de la simple entrega en tiempo y forma de la obra acordada. Asociaciones como la AOI británica o a AI italiana incluyen en sus códigos deontológicos algunas claves como las siguientes:

- Al aceptar un encargo, el ilustrador debe asegurarse de que su cliente es consciente del alcance de los derechos que está comprando. Si el cliente no proporciona ningún contrato, **el ilustrador debe proporcionar documentación por escrito que incluya esta información**. Las condiciones deben estar claras, por el interés de ambas partes: el cliente tiene derecho a saber lo que ha comprado, y a disponer de información por escrito para futuros usos.
- El ilustrador tratará toda la información relativa a los negocios de sus clientes **de forma confidencial**. En concreto, los trabajos de publicidad pueden ser un área especialmente sensible a este respecto.
- El ilustrador que tenga la intención de **ausentarse** de su lugar habitual de trabajo durante más de un día completo de trabajo debe informar al cliente o agente para el que esté trabajando en ese momento. Incluso si se trata de un trabajo largo, puede ser muy desconcertante para un cliente encontrarse con que no puede comunicarse con un ilustrador y no sabe cuándo podrá hacerlo.
- El ilustrador no puede **subcontratar** el trabajo sin el consentimiento del cliente, excepto en las áreas de la ilustración en las que sea habitual (por ejemplo, *storyboards*).
- Una vez que el cliente ha aprobado un boceto, **el ilustrador no debe hacer cambios significativos** en la etapa de realización de la obra sin autorización previa. Aunque crea que se puede hacer una mejora evidente, desde la perspectiva del cliente el proceso de encargo de una ilustración es ya un proceso impredecible, y los cambios repentinos no harán más que incrementar su nerviosismo acerca del resultado, lo que incluso puede afectar en su decisión de utilizar ilustraciones en el futuro.
- El ilustrador puede cobrar un incremento del precio por **alteraciones significativas** que no estaban en el proyecto original; sin embargo, no puede cobrar incrementos en el precio por alteraciones que se deban a sí mismo, ni por alteraciones triviales.

- El ilustrador tiene que hacer todo lo posible para ofrecer un trabajo **a tiempo**, y, si prevé algún retraso, debe informar al cliente o a su agente lo antes posible.
- El ilustrador no debe acceder a **copiar el trabajo o imitar el estilo de otro dibujante**, y no puede aceptar encargos para hacerlo. Aunque los límites son muy difusos, sí son permisibles la emulación y la influencia de otros artistas.
- El ilustrador debe **respetar los acuerdos con sus agentes** y, en particular, los acuerdos de exclusividad de la representación. Si un potencial cliente se niega a tratar a través de un agente, el ilustrador debe aceptar el encargo solo después de obtener el consentimiento de su agente.
- El ilustrador no debe hablar de **dinero o plazos** con un cliente si está representado por un agente, a menos que se acuerde otra cosa.
- Un ilustrador no debe realizar un trabajo especulativo de forma gratuita, excepto en el caso de trabajos autoproducidos.

## 4.6. Los mercados de la ilustración en España: formas de trabajo

### 4.6.1. Publicidad

Las **agencias de publicidad**, los **estudios de diseño gráfico** o directamente **algunos departamentos de publicidad de empresas** requieren ilustraciones para promocionar productos o servicios. Aunque en ocasiones se trata de un producto final, la ilustración en publicidad normalmente se dirige a la realización de **boce-tos, storyboards o gráficas**, y se usa como elemento para que el director artístico pueda transmitir las ideas al cliente. Por tanto, lo más habitual es que se trate de una herramienta, y, en relación con el conjunto de trabajos de publicidad, solo a veces se plantea como un trabajo final, ya que pueden resultar más baratas las fotografías.

A pesar de ser el sector cuantitativamente mejor pagado, lo cierto es que no siempre se tienen en cuenta factores que deben incrementar cualquier presupuesto de ilustración. El cliente espera la máxima calidad dentro de márgenes de tiempo muy apretados: es muy común encargar el trabajo con carácter de urgencia. A esa **inmediatez en el plazo de entrega** —así como la necesidad en muchos casos de sucesivos retoques igualmente rápidos para satisfacer las demandas del cliente— hay que añadir la **tardanza en el cobro** —es habitual que los pagos sean a 90 días— y los **problemas de reconocimiento de autoría** —muy raras veces se permite la firma del ilustrador—. Los presupuestos se suelen basar en el uso primario previsto del trabajo, con la condición de que se negociarán otros precios para usos y territorios adicionales. No obstante, en muchos casos, aunque no sea la práctica común en las empresas grandes, se hace uso de la ilustración en ámbitos o soportes para los que no estaba acordado.

Conviene saber que la evolución de las tarifas no ha seguido la de los precios en los últimos años, y que la crisis económica ha disminuido los presupuestos de la publicidad, lo que afecta a todos los usos de la ilustración.

Es importante conocer si se les ha pedido presupuesto a otros ilustradores, porque en el caso de que se haya sido elegido entre otros profesionales, eso permite una **mayor capacidad de negociación**. Igualmente, también lo es conocer el **estatus del cliente final** y el **ámbito de la campaña** que se va a realizar cuando se presupuesta el trabajo publicitario, por lo que es recomendable buscar información sobre ese cliente final (no sobre la agencia) antes de asignar precios.

En publicidad puede haber bastantes personas involucradas en la toma de decisiones en el aspecto creativo de la campaña, desde el equipo de la agencia hasta el cliente final, por lo que en muchas ocasiones se deberán hacer cambios en el trabajo por decisiones de unos u otros, tanto en la etapa del abocetado como cuando esté la ilustración finalizada. Por lo tanto, han de tenerse en cuenta las **correcciones** cuando se acuerda inicialmente el precio del trabajo, o limitarlas en unos términos previamente acordados. Si la cantidad de revisiones habidas posteriormente se considera excesiva dentro de esos términos pactados, entonces se discute un nuevo precio antes de realizarlas.

Normalmente, al ilustrador se le encarga el trabajo con la idea publicitaria ya generada por la agencia de publicidad, pero puede darse el caso de que se pida al profesional de la ilustración —sobre todo en estudios gráficos— que aporte **una solución publicitaria**, además de su trabajo como ilustrador, por lo que se ha de añadir este factor de aportación publicitaria cuando se acuerdan precios —tanto si su idea publicitaria se va a utilizar, como si se rechaza.

## **Envases y embalajes**

En el caso de **ilustraciones para envases y embalajes**, muchos productos tienen una distribución inicial de prueba, para comprobar si el producto es o no adecuado para la venta generalizada y poder saber así si será distribuido masivamente para más adelante. Así pues, el presupuesto debería contemplar ambas posibilidades: **la distribución reducida y la masiva**. Los encargos de envases frecuentemente van acompañados de material en punto de venta, lo que se considera un uso separado del uso inicial. Hay que tener en cuenta también que muchos productos (como los cedés, juegos de ordenador, software, etc.) pueden ser vendidos a través de Internet, y que tienen, por lo tanto, difusión mundial.

### **4.6.2. Prensa**

En las ilustraciones encargadas para **periódicos y revistas**, los precios en muchos casos se mantienen sin cambios desde finales de los años 90 e, incluso, han disminuido con la crisis. Usualmente hay establecidas tarifas por página, y las empresas editoras son muy reacias a firmar contratos, de forma que no se puede garantizar que una colaboración regular no termine de forma abrupta, ni fijar claramente unas condiciones, incluso cuando se trata de una colaboración esporádica. Sin embargo, se han llegado a dar casos de cierta exigencia de exclusividad intentando evitar que un mismo ilustrador colabore en varias cabeceras a un tiempo.

La **utilización de contenidos en Internet** sin remuneración proporcional al autor ha sido un hecho denunciado por las asociaciones. El ilustrador debe intentar negociar este extremo, y sería recomendable pedir que, si las ilustraciones van a estar accesibles en los archivos web del diario o la revista, haya una **remuneración adicional** pasado un período inicial (por ejemplo, un año).

En caso de ilustraciones de uso continuado que aparecen una cantidad de veces en el mismo número, o en diferentes números de la misma revista, el ilustrador deberá negociar un **porcentaje adicional** al precio establecido.

La remuneración por las **reediciones** que se hagan de estas ilustraciones debe ser de un 50 % de estos precios.

### **4.6.3. Editorial**

En los últimos años, las dinámicas de sobreproducción en el mercado español han llevado a que se prioricen los libros muy baratos de producir, y que por tanto se recorte el presupuesto de la ilustración, tanto en adelantos como en porcentaje de royalties.

Los precios de las ilustraciones para libros ilustrados pueden ser muy variados, pero tienen dos métodos de pago: un **precio fijo a tanto alzado** sobre tirada o un **anticipo a cuenta del porcentaje de los derechos de autor** que se percibirán más tarde, a la vista de las ventas reales de la publicación (ver apartado 2.2.2, «El contrato de edición», y 4.3, «Sistemas de cobro»).

En el libro ilustrado, en general, la cantidad del **adelanto sobre royalties** varía significativamente dependiendo de la editorial y del número de páginas. Es recomendable solicitar siempre un adelanto sobre un porcentaje alto de la edición, dado que no es posible saber la rentabilidad final del libro en el mercado, especialmente en las condiciones actuales.

Los royalties suelen **repartir los derechos entre el autor de los textos y el ilustrador** según la participación de cada uno en el contenido de la obra. Si se trata de un libro profusamente ilustrado (como por ejemplo los libros para niños que aún no leen), el ilustrador puede tener un mayor porcentaje de derechos que el escritor.

Cuando el trabajo requiera un tiempo de más de 40 días (el caso de álbumes infantiles, libros de texto, etc.) el **cobro del adelanto se hace en dos o más etapas**, negociándolo con el cliente.

Por lo que respecta a las **liquidaciones de los derechos de autor** de acuerdo con las ventas de ejemplares, es aconsejable vigilar el mercado, dado que muchos editores no informan al ilustrador sobre reimpresiones o nuevas ediciones, incluso aunque estén obligados a hacerlo por contrato.

Cuando se redacta un contrato, también es importante tratar de **restringirlo en determinados casos**, como, por ejemplo, para evitar que la ilustración pueda ser usada en un banco de imágenes, en Internet o de forma digital (sobre libro digital, ver apartado 2.2.2, «El contrato de edición»). La ley indica que se debe hacer un contrato para cada modalidad de cesión de derechos.

No obstante a todo lo comentado, está siendo bastante habitual que lo propuesto por el editor sea una remuneración a tanto alzado único por el uso de las ilustraciones a lo largo de 15 años. Esto supone que muchas veces el editor ni siquiera llegue a ejercer los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública que tiene en exclusiva, con lo que en realidad está cerrando la posibilidad de que el autor pueda ganar más dinero con la reutilización o la reedición de la obra en otros ámbitos. El ilustrador debe intentar proponer otros contratos alternativos.

Dado que los contratos varían de un editor a otro, y pueden ser documentos complicados, se recomienda buscar **asesoramiento** (como el que ofrecen las asociaciones para sus socios) para interpretar contratos difíciles. Puede verse un contrato modelo en los anexos.

### **Álbum y novela ilustrada**

La **tirada media** de álbumes ilustrados (infantil y adulto) es de 3000 a 5000 ejemplares. Si se editan en otros idiomas del Estado español, lo más común es de 3000-4000 en castellano y 1500-2000 en otro idioma del Estado. El recurso a las traducciones de obras extranjeras es especialmente utilizado en el caso de los libros infantiles y juveniles, lo que reduce las posibilidades de publicación de producciones propias de la editorial, y con ello la contratación de trabajos de ilustración.

En lo referente al **libro de bolsillo** y la **novela juvenil**, la **tirada media** es de 3000 ejemplares, y suelen tener de 10 a 15 ilustraciones.

### **Libro de texto**

En el caso del **libro de texto escolar** en España la práctica es que casi nunca se pagan royalties (ver apartado 2.1.1, «Derechos de explotación»), aunque poco a poco algunas editoriales van accediendo a contemplar los derechos en el contrato. La realidad es que el porcentaje acostumbra a ser tan bajo (0,1-0,3 %) que el anticipo recibido absorbe la totalidad de los royalties y estos acaban por ser inexistentes. El sector del libro de texto está viéndose afectado por la progresiva implantación del libro digital y los interactivos.

La **tirada media** puede variar desde los 2000 hasta los 10 000 ejemplares, pero la cantidad puede ser mayor. Se realizan por pre-venta y pueden variar mucho cada año, incluso para una misma editorial.

### **Cómic y novela gráfica**

Las **tiradas medias** están entre los 1000 y los 3000 ejemplares. En la actualidad, raramente se trata de obras de encargo (excepto en las revistas), y, dada la corta tirada, se cuenta con que los autores se conformarán con unas remuneraciones que por lo general no son suficientes en relación al esfuerzo realizado para la ejecución de su trabajo.

En el caso de tratarse de una obra compartida entre **guionista e ilustrador**, este se suele quedar con el 70 % y el guionista el 30 %, pero pueden darse otros casos en los que la proporción sea diferente; por ejemplo, cuando se trata de páginas publicadas en una revista: si se hace una recopilación de estas páginas en un libro, se puede repartir al 50 % para cada uno.

En general, se dan derechos de venta mundiales por 5 años. Cuando es una editorial internacional, también piden derechos audiovisuales y no siempre se pueden negociar, o recortar, los derechos de venta. Las reediciones se cobran igual que una primera edición.

### **Ilustración científica y técnica**

La tirada media es de 1000 ejemplares; no obstante, algunas revistas de divulgación pueden hacer tiradas superiores a los 200 000 ejemplares, y conviene tener esto en cuenta al hacer el presupuesto.

#### **4.6.4. Audiovisual, animación y multimedia**

La ilustración aplicada a la animación tradicional o a la digital tiene un uso creciente, con producciones para cine, televisión, videojuegos, web e interactivos.

Si los diseños son creación propia, es habitual no firmar ninguna **cesión de derechos** hasta que se haya llegado a un acuerdo de uso y licencia.

En la producción de series de **animación** para televisión o largometrajes, normalmente, las productoras tienen empleado a un reducido equipo de profesionales hasta finalizar la realización del proyecto, dando al exterior (a **freelances**, a otras productoras, a estudios gráficos) otros trabajos como pueden ser los **storyboard**, **layouts**, animación, línea y color de fondos, intercalación, pintura de personajes, etcétera (ver apartado 2.3, «Otros contratos»). Por lo que se refiere a **animación para web**, aunque existen también estudios dedicados a ello, se dan más casos de ilustradores independientes. Algunas productoras insisten en la compra de todos los derechos, por lo que los ilustradores necesitan estar preparados para negociar condiciones.

Debido al rápido desarrollo de las nuevas tecnologías, las **aplicaciones multimedia** son un ámbito muy flexible en el mercado, con pocas reglas básicas. Debido a esta falta de regulaciones específicas, los precios acostumbran a seguir las pautas de los medios tradicionales; por ejemplo, en ilustraciones usadas para web junto a artículos periodísticos, se toma como referencia el equivalente en prensa. Para presupuestar un precio para una web, se ha de tener en cuenta el número de visitas que recibe diariamente (no el número de accesos o **hits**, que son engañosos), a través de recursos como GoogleAdPlaner ([www.google.com/adplanner](http://www.google.com/adplanner)) o Alexa.com. Al igual que en el caso de ilustraciones estáticas para la web, las cesiones de derechos deben plantearse para un máximo de 12 meses, renovables con nuevas remuneraciones.

El **audiovisual** en general precisa frecuentemente de los servicios de ilustradores, y no solo en el sector de la animación: **storyboards** para la planificación de cortos y largometrajes y spots publicitarios, cortinillas para televisión, diseño de producción y conceptual, etcétera.

#### **4.6.5. Textil y merchandising**

Aunque la mayor parte de la industria textil utiliza ilustraciones realizadas en sus estudios de diseño por **asalariados** que trabajan de forma anónima (ver apartado 2.3, «Otros contratos»), o bien simplemente compra licencias de personajes exitosos, existen casos en que los autores pueden **ceder derechos de sus obras** para su reproducción en prendas de vestir u otros productos textiles. En España lo habitual es que no se negocien royalties y se vendan todos los derechos de explotación. Se trabaja sobre encargos o se pueden hacer ventas de trabajos realizados sin un pedido previo; con pedido directo, se puede cobrar un pequeño porcentaje más.

Para las ilustraciones para **tarjetas de felicitación, calendarios, objetos de regalo, camisetas, juguetes y productos de papelería o minorista** existe la opción de cobrar un precio fijo o bien un adelanto sobre royalties. La mayor parte de las empresas que editan tarjetas pedirán solo la compra de derechos, pero es recomendable asegurarse de que el permiso de reproducción queda restringido en cuanto a territorio, ya que posibilita mayor retribución por las mismas ilustraciones en otros países o mercados. Este es un punto importante, ya que las tarifas en tarjetas suelen ser bajas; por esta razón, puede dar mejor resultado a largo plazo si se acuerdan royalties.

### **4.7. La promoción del ilustrador**

#### **4.7.1. Cuestiones básicas**

Al ilustrador o ilustradora que intente comenzar en la profesión, o bien abrirse nuevos caminos en ella, le conviene **estudiar muy bien el mercado y tener claros sus propios objetivos**, y eso significa saber qué está pasando en el campo de la ilustración: cuáles son las tendencias que se publican, cuáles son las empresas que operan en el sector y cómo trabajan, qué ofrecen los demás ilustradores, qué se puede ofrecer que sea diferente, etcétera. Todo esto puede llegar a conocerse a partir de la observación del entorno y la exploración en redes profesionales; de diversos organismos de promoción exterior; de la participación en ferias y congresos; de catálogos de ilustradores... También la participación en concursos y la presencia en las redes sociales contribuyen a **crear marca propia**, es decir, la imagen que se quiere proyectar como profesional.

Estar al día de las tendencias en ilustración, conocer clientes y los trabajos de otros ilustradores, así como analizar sus puntos fuertes y débiles, es vital para lograr estos objetivos. Una forma accesible de conocer el mercado y las tendencias en ilustración, hacer los primeros contactos e incluso darse a conocer es visitar **librerías especializadas** o sensibles a la ilustración; en algunas de estas librerías se organizan presentaciones, exposiciones y actos relacionados con el mundo de la ilustración.

Cuanto más elevado sea el grado de conocimiento de lo que ofrece un ilustrador y de las formas de funcionar del mercado, más posibilidades habrá de éxito. Primeramente hay que conseguir una **lista de posibles clientes** a los que mostrar la obra propia o presentar un proyecto: direcciones de editoriales, agencias de publicidad, estudios de diseño, de prensa, directores de arte... A través de Internet se pueden obtener directorios de cada sector; por ejemplo, en las webs de los respectivos gremios y asociaciones profesionales.

Una vez seleccionado el tipo de cliente según los intereses del ilustrador, por medio del correo electrónico se puede enviar **una carta de presentación con una muestra de trabajo** o, mejor incluso, **un enlace a un blog o una web**, que permitirá dar una visión amplia de lo que ofrece. Para ganar efectividad, el e-mail debería ser personalizado para cada destinatario y, si puede ser, ajustado al máximo a las características del cliente.

Para abrirse camino, conviene mover la obra tanto como se pueda, pero **no es adecuado el envío de correos masivos**; hay que evitar especialmente hacerlo con las direcciones a la vista. Tampoco es bueno adjuntar archivos demasiado grandes, a no ser que se haya pedido permiso previamente. Correos masivos y con archivos pesados pueden resultar contraproducentes, y no dar una imagen profesional adecuada.

Las facilidades que llevan consigo los medios electrónicos han permitido además la posibilidad a más ilustradores de **internacionalizarse** y trabajar para empresas en el extranjero. Se accede, así, a mercados más amplios, con niveles económicos más importantes, lo que redundará en una posible remuneración económica superior. Al igual que en los demás casos, es clave conocer el mercado para introducirse y operar. Convendría, pues, aproximarse a gustos y costumbres del país objeto de interés del ilustrador, ya sea entrando en contacto con otros colegas, asociaciones profesionales o agentes de la zona (ver apartado 4.4, «Trabajar con agente»).

Si el ilustrador enfoca sus tareas comerciales hacia el extranjero, obviamente necesitará unos mínimos conocimientos de **inglés** (y si puede ser en un tercer idioma, mejor que mejor) que le permitan comprender a los clientes y expresarse en esa lengua, y también deberá estar dispuesto a contactar con ellos en horarios poco habituales, si es necesario, por motivos geográficos.

La búsqueda de trabajo conlleva una inversión de **tiempo y dinero**, además de **desgaste psicológico**. Aquellos que comienzan tienen que estar preparados para que el posible rechazo reiterado no acabe afectando a la motivación de profesionalizarse como ilustradores.

### 4.7.2. El portafolio en papel

De cara a las posibles entrevistas personales, una vez el cliente se haya interesado por el trabajo del ilustrador, es conveniente tener preparado un **portafolio con originales o buenas reproducciones** de las obras. No hay normas escritas para hacer un buen *book*. Como es la carta de presentación de las capacidades del ilustrador, debe contener suficientes ilustraciones para que el cliente pueda hacerse una idea correcta. Conviene que sea **conciso**, y, dentro de las posibilidades, **adaptado a los intereses de las empresas a las que se muestra**. Aunque hay variaciones de todo tipo, los editores tienden a preferir un portafolio con un estilo y un registro bastante definidos, mientras que las agencias de publicidad suelen valorar más la versatilidad. Conviene recordar que cada editor o director artístico tiene sus propias preferencias y que, muchas veces, es posible preguntarle directamente cómo prefiere el portafolio en la fase previa de presentación.

Como un portafolio impreso conlleva un gasto económico, una opción para reducir costes es decantarse por un **modelo flexible**, que permita excluir o incluir nuevos trabajos y adaptarlo a las necesidades del futuro cliente. Una idea válida para elaborar el primer portafolio es aprovechar parte los ejercicios de escuela, siempre que se haga una buena selección y se rechacen todos aquellos trabajos con los que el ilustrador no se sienta identificado. Otra posibilidad es elaborar trabajos propios en paralelo a la búsqueda de trabajo.

En todo caso, el portafolio debe tener sobre todo **coherencia**, por lo que la selección y renovación de material ha de ir paralela al mismo desarrollo del ilustrador. Es interesante anotar la aplicación o publicación para la que fueron creadas las ilustraciones, tanto si fueron publicadas como si no.

### 4.7.3. Recursos electrónicos

Las **nuevas tecnologías** son hoy por hoy un recurso imprescindible para el ilustrador. Cada día aparecen nuevas posibilidades a este respecto, por lo que lo recomendable es que **el profesional se mantenga informado** sobre todo aquello que tiene a su alcance y sobre cómo sacarle el máximo provecho.

Tanto la **web** como el **blog** son imprescindibles en la actualidad para mostrar a los posibles clientes el trabajo del ilustrador (cómo y con quién lo desenvuelve). La web o el blog pueden ser propios o colectivos, pero en cualquier caso conviene plantear estrategias para posicionar la web en los buscadores, como Google y otros, para darle visibilidad. Así, es importante conseguir que con el nombre artístico del ilustrador aparezca entre los primeros resultados de los buscadores, al menos en combinación con palabras como «ilustración».

Los **blogs**, alojados en páginas personales o en directorios especializados, pueden sustituir el portafolio impreso, con la ventaja que están al alcance de todos. Hay que recordar que hay opciones básicas gratuitas para elaborar un blog, con plataformas como **Blogger.com**, **WordPress.org**, **LiveJournal.com** o **Blogia.com**.

Es necesario que el ilustrador **actualice con regularidad su blog y su web**, y lleve a cabo **tareas de mantenimiento y revisión constante** para ganar visibilidad. Uno de los problemas que hasta ahora han tenido muchos de los sitios web de ilustradores ha sido una cierta **inercia** provocada por los problemas derivados de su actualización, que necesitaba en muchos casos de la intermediación de un diseñador o un programador. Conviene estructurar la web de forma que sea de fácil actualización, y en general muchos autores han optado en los últimos años por la efectividad a través de estructuras sencillas, como las que ofrece **Indexhibit.org**, un formato web gratuito. La combinación de una web de contenido actualizado pero estable y, dentro de esta, un apartado de blog (con noticias, adelantos de obras, etcétera) suele dar buenos resultados.

El esfuerzo de mantenimiento se ve compensado en buena parte de los casos, porque de hecho los estudios de publicidad, los editores y otros clientes utilizan estos medios electrónicos cada vez más en sus búsquedas de nuevos colaboradores.

En la red, además, se pueden encontrar otros lugares donde mostrar gratuitamente un portafolio de trabajos realizados: por ejemplo, **Ultra-Book.com**, **Tapeless.es** (para trabajos de publicidad), **Guiadeilustradores.com**, **IllustrationMundo.com** o **Flickr.com**, o utilizando formatos de diapositiva o montajes en vídeo, con **Issuu.com**, **SlideShare.net**, **Vimeo.com** o **YouTube.com**. Naturalmente, también las galerías de las propias asociaciones profesionales (**Agpi.es**, **Apic.es**, **Apiv.com**, **Euskalirudigileak.com**, **Ilustranet.net**), de utilidad más que demostrada.

También se puede tener un portafolio electrónico en algunas redes sociales profesionales, como **Ediciona.com**, **DeviantArt.com** y **Domestika.org**. Otras redes que pueden ser útiles son **Xing.com** (con grupos profesionales específicos), **LinkedIn.com**, **Facebook.com**, **Twitter.com**, **MySpace.com** o **Google+** (**plus.google.com**). Pertenecer a una red social puede abrir muchas posibilidades, pero hay que tener claro el perfil y la imagen profesional que se quiere dar, lo que algunos expertos denominan «marca personal», que resulta de combinar lo ofrecido en todas las plataformas en las que se participa. Conviene no mezclar en las redes sociales lo estrictamente personal con lo profesional; así, por ejemplo, dentro **Facebook** puede tenerse un **perfil personal** para amigos y familia, y además, y perfectamente separada, una **página profesional**, dedicada a difundir las obras y las actividades como ilustrador. Hay que aprovechar cualquier noticia sobre el trabajo propio para comunicarla a los contactos, e invertir tiempo. Por ello conviene focalizar los esfuerzos en un número limitado de recursos, escogiendo aquellos que permitan una mejor difusión entre los posibles clientes y aprovechando al máximo los mismos contenidos en distintas plataformas.

En cuanto a la **difusión de imágenes** por Internet y los problemas que pudiesen derivarse de esto, para evitar que cualquier persona descargue y utilice la obra colgada en la red, una posibilidad es protegerlas añadiendo marcas de agua. En cualquier caso, una medida preventiva es subir las imágenes con resolución para pantalla (72 dpi), ya que esta no es suficiente para imprimir, y tamaño no demasiado grande. No es necesario registrar los trabajos antes de publicarlos, porque el solo hecho de que se publiquen (incluida la publicación en un blog) ya es

suficiente para dejar claro quién es el autor o autora (ver apartado 2.6, «El Registro de la propiedad intelectual»). Sí es buena idea indicar, al lado o en las propias ilustraciones, el **copyright o licencia Creative Commons** con el nombre del autor, para recordar que esas imágenes tienen un dueño y no son de dominio público (ver apartado 2.7, «Otro tipo de cesiones: las Creative Commons»).

Los recursos electrónicos permiten, además, que el ilustrador ponga en marcha iniciativas personales con posibilidad de **obtención de beneficios económicos**; desde la **autoedición** (de libro digital, con o sin impresión bajo demanda: **Lulu.com, Bubok.es**) hasta la venta de **reproducciones y merchandising** propio (**BigCartel.com, Etsy.com, SpreadShirt.es**). Existe también la opción de buscar **financiación colectiva** para proyectos a través del llamado **crowdfunding** (**Kickstarter.com, Sponsume.com, Lanzanos.com, Goteo.org**). Pero no hay que olvidar en ningún caso que los proyectos en Internet raramente triunfan en el corto plazo, y que precisan una gran inversión de tiempo y esfuerzo, con lo que estas nuevas ventanas abiertas suponen una interesante apuesta para el ilustrador pero no pueden ser consideradas una panacea ni, en general, sustitutivas de otras fuentes de negocio tradicionales.

#### **4.7.4. Ferias internacionales**

La asistencia a una feria sigue siendo interesante hoy en día, ya que da la posibilidad de **contactar con otros profesionales, observar las tendencias de mercado y relacionarse con los agentes vinculados con el sector**. No obstante, no son la mejor opción para encontrar trabajo, sino que son más indicadas para otras tareas previas, aunque igualmente encaminadas a ese objetivo.

Entre las ferias más indicadas para los ilustradores están la feria del libro de **Montreuil** (Salon du Livre et de la Presse Jeunesse, Montreuil-París) y la feria del libro infantil y juvenil de **Bolonia**, sin olvidar otras como la **Bienal de Bratislava**, el **Festival del Cómic de Angoulême** o la **Feria del Libro de Guadalajara** (México). En cambio, se suele desaconsejar la de **Fráncfort**, por ser demasiado grande. En cualquiera de los casos, preparar la asistencia a una feria incrementa el cumplimiento de los objetivos, lo que es especialmente necesario si se va sin el amparo de un gremio o asociación y sin stand. Esto implica **organización y tiempo** para poder aprovechar al máximo la presencia en la feria: actualizar el portafolio, grabar cedés, hacer tarjetas, hacer contactos previos con las editoriales expositoras, etcétera.

Antes de ir a una feria conviene intentar **concertar cita** con las editoriales que le puedan interesar al ilustrador para los días de la feria (en las webs de las ferias suele haber una lista de las editoriales que tienen stand; es el caso de Bolonia y Montreuil: en esta última se pueden concertar hasta tres citas con editores a través de la propia web). Ir sin cita previa supone arriesgarse a sufrir esperas o en el peor de los casos no conseguir la entrevista.

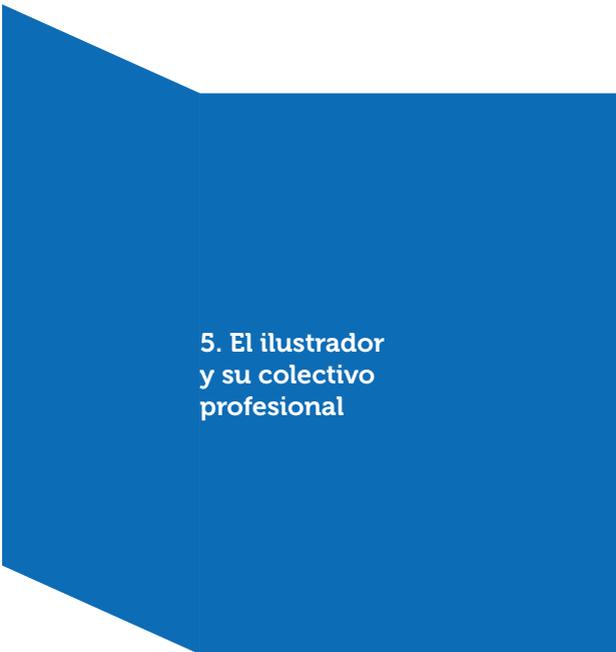
Por cuestiones económicas y de simple disponibilidad de plazas, conviene **reservar con suficiente antelación el billete de avión y el hotel** (en el caso de Bolonia, como mínimo tres meses antes, e incluso más en otras ferias; en el de Montreuil, en cambio, no suele haber problemas, al tratarse de una oferta hotelera muy amplia, la de la propia ciudad de París). En muchos casos se puede conseguir una **acreditación** para entrar gratuitamente a la feria: en la de Bolonia, por ejemplo, si se ha participado en la selección previa de su exposición central, aunque no se haya sido seleccionado; en la de Montreuil se puede gestionar un pase gratuito a través de la web, aduciendo la simple condición de profesional.

Durante las ferias hay que tener en cuenta que, además de la función comercial, en muchos casos se organiza un **programa de actividades** (mesas redondas, conferencias, debates, exposiciones) que puede resultar también fructífero para los objetivos del ilustrador. En la de Bolonia es aconsejable pasar por la zona llamada «**Caffè degli Illustratori**», lugar de tertulias y conferencias, además de por el «**Muro**», un espacio a la entrada de la feria que se ofrece a ilustradores para que cuelguen sus tarjetas o pequeños carteles publicitarios, y que es utilizado por muchos editores para encontrar profesionales para sus proyectos.

Es aconsejable recoger todos los datos de los contactos hechos para, inmediatamente después de terminada la feria, **volver a comunicarse vía e-mail con las editoriales**, tanto con las que han demostrado interés por el trabajo del ilustrador como con aquellas con las que no se ha podido tener trato directo, por un motivo u otro. Con esa lista de editoriales sería bueno tener una **comunicación regular de recordatorio** para que tengan presentes al ilustrador, más o menos cada 60 días, con dos o tres muestras nuevas, y aprovechando cualquier motivo para contactar (felicitaciones navideñas, vacaciones en verano, premios recibidos, nuevas publicaciones, exposiciones, etcétera).

En relación con este apartado, la participación en **concursos internacionales** puede ayudar a difundir el trabajo de un ilustrador fuera del país y hacer que llegue a publicar en mercados internacionales. Algunos concursos piden un precio de participación, aunque la mayoría son gratuitos. Pero, en todos los casos, habrá que saber cuáles son sus **bases** para conocer las condiciones de tratamiento de los derechos de la obra, y de edición, si se diera el caso de poder publicar (ver apartado 2.8, «Participación en concursos»).





## 5. El ilustrador y su colectivo profesional



## 5. EL ILUSTRADOR Y SU COLECTIVO PROFESIONAL

### 5.1. Las asociaciones

En general, tal y como se recogía en el *Libro blanco de la ilustración gráfica en España* (2004) los ilustradores han sentido tradicionalmente que su trabajo **no era valorado socialmente** como **trabajo de autoría**, ni era reconocida su **función cultural**; que sus **condiciones laborales no era suficientes**; que su actividad era fundamentalmente de carácter **individual**, muy ligada a la **incomunicación** y no pocas veces a la **insolidaridad** y la **falta de identidad corporativa** de sus profesionales, así como a la **falta de información y de concienciación** sobre sus problemas y sus posibilidades; que adolecían de un **desconocimiento del significado de la protección legal** de la obra gráfica en España y en su contexto europeo, y de una falta de visión global de los defectos de la aplicación de la legislación; que constataban un **descenso notable e injustificado de sus retribuciones** y un **retroceso en el respeto de sus derechos**. Por todo ello, era y sigue siendo muy necesario el movimiento asociativo de la profesión.

El antecedente se encuentra en la creación, a finales de los años cuarenta, de la **Asociación de Dibujantes de España**. Dado que el país estaba inmerso en una dictadura, su carácter no podía ser reivindicativo; no obstante, sirvió para dar conocer el trabajo de los ilustradores y aglutinar un buen número de profesionales de distintas especialidades.

Hubo que esperar hasta 1981 para que se fundase la primera asociación moderna, la **APIC (Associació Professional d'Il·lustradors de Catalunya)**; después, en 1984, surgió la **Asociación Profesional de Ilustradores de Madrid (APIM)**, y en 1989 la **Associació Professional d'Il·lustradors de València (APIV)**, que se re-fundaría en 1997. Estas asociaciones ya sí fueron creadas con el claro objeto de defender los derechos de los ilustradores e ilustradoras. Uno de los logros en esta primera época fue conseguir en 1989 un primer acuerdo con el **Gremio de Editores**, para establecer un contrato marco válido para unos y otros.

En 1997 se creó la **Federación de Asociaciones de Ilustradores Profesionales (FADIP)**. Desde ella se renovó el acuerdo marco con la **Federación de Gremios de Editores de España** en 1999, aunque, lamentablemente, los editores no llegaron a cumplir nunca dicho acuerdo. En 2003 se integraron en la **FADIP** dos nuevas asociaciones creadas a partir de 2000: la **Asociación Galega de Profesionais da Ilustración (AGPI)** y la **Euskal Irudigileak/Asociación Profesional de Ilustradores de Euskadi (APIE-EIEP)**. Ese mismo año comenzaban también los contactos con las asociaciones europeas que llevarían a crear el **European Illustrators Forum (EIF)**. Gracias a las gestiones de **FADIP** se consiguió, por ejemplo, que el **Premio a las Mejores Ilustraciones de Libros Infantiles y Juveniles** fuese sustituido por el **Premio Nacional de Ilustración**, y que de sus bases fuese excluida la necesidad de que esa ilustración fuese únicamente de tipo infantil y juvenil.

En 2004, **FADIP** publicó el *Libro blanco de la ilustración gráfica en España*, un hito que cubría un gran vacío sobre la profesión de ilustrador, haciendo por

primera vez una definición de su marco histórico, legal, laboral y asociativo. En 2006, publicó el estudio *Situación económica del sector de la Ilustración Gráfica en España*, que venía a arrojar luz sobre la situación real de los profesionales de la ilustración. En 2008, desde FADIP se promovió la creación del **Observatorio de la Ilustración Gráfica**, que con su **Comisión de Profesionales** (compuesta por una veintena de personalidades de la ilustración, la edición, la publicidad y el mundo del derecho) ha publicado hasta el momento dos informes, titulados *Informe 2008* y *Los retos de la era digital*.

Durante 2011 se comenzaron las conversaciones con la recién creada **Asociación de Ilustradores Profesionales de Andalucía (AIPA)**, con vistas a su posible integración en la federación.

La labor de las asociaciones y la federación es **promover y dignificar la profesión** de ilustrador, **difundir y defender los derechos de autor**, facilitar la **resolución de los principales problemas** que les afectan, y **cooperar con otras asociaciones** o colectivos afines. Para conseguir esto, las asociaciones ofrecen **asesoramiento, información y formación contractual**, y orientación a estudiantes y nuevos socios; **promoción de sus miembros** a través de sus webs, catálogos, exposiciones, bolsas de trabajo, etcétera; **publicación de informaciones de interés** para los asociados, monografías e informes; organización de **jornadas, congresos y cursos**; relación con otras asociaciones en el **ámbito internacional**; colaboración con **VEGAP**, la **entidad de gestión de los derechos de autor** de los artistas visuales; participación en la **Fundación Arte y Derecho**; y **participación en diferentes órganos**, como el **Consejo General del Libro Infantil y Juvenil** o el **Consell Catalá del Llibre**.

A lo largo de todos estos años, la misión de las asociaciones ha servido para **dar voz institucional a los ilustradores** (ante la Administración y ante los gremios profesionales y empresariales implicados en los ámbitos de la ilustración) y para poner remedio al mayor mal que afectaba a la profesión: la falta de información y comunicación entre los ilustradores. El hecho de que los ilustradores no puedan tener una unión de tipo sindical que defienda sus derechos y reivindicaciones como colectivo se ve así en parte compensado por la posibilidad de acceder a datos sobre las condiciones existentes en el mercado. Teniendo en cuenta que la mayor parte de los clientes (especialmente editores, pero no solo estos) han utilizado esa **opacidad en la información** como arma para sus propios propósitos, el simple hecho de que las asociaciones y la federación puedan recopilar y poner a disposición de ilustradores e ilustradoras desde aspectos de tipo legal hasta aquellos de carácter ético o de usos constituye un avance que, afortunadamente, día a día se va reforzando. Es así que el movimiento asociativo que cuenta hoy por hoy con más de 1200 profesionales en toda España, en un número que no deja de crecer.

## **5.2. La entidad de gestión de los autores visuales: VEGAP**

Existen cuestiones que las asociaciones profesionales no pueden afrontar por sí solas; en unos casos, por cuestión de capacidad, debido a su alto coste económico, y en otras porque la ley les impide la actuación en algunos ámbitos. Muchas de

esas carencias puede suplirlas una **entidad de gestión colectiva de los derechos de autor**, que en este sector atiende no solo a los ilustradores, sino a todos los **artistas visuales**; esa entidad es **VEGAP**. Creada por artistas plásticos en 1990, extendió poco después su gestión a los ilustradores, a los fotógrafos, a los diseñadores gráficos y a los demás creadores visuales. Cuenta con una estructura organizativa con abogados, gestores y economistas que trabajan para defender los derechos de autor de sus socios y gestionar en su nombre las autorizaciones para el uso de sus obras. La entidad, sin ánimo de lucro, se financia mediante el descuento de administración que se aplica a la recaudación de los derechos. Las características específicas que tiene el sector de la creación visual hacen que, al contrario que en otras entidades de gestión —como las de los autores literarios, musicales o cinematográficos—, en **VEGAP** no exista **ningún segmento empresarial coaligado**, con lo que sus intereses responden únicamente a los de los autores, y no a los de ninguna industria.

El órgano soberano de **VEGAP** es la asamblea de socios. La asamblea elige de entre sus miembros a 20 autores para que formen el consejo de administración que dirige la organización en mandatos de cinco años. El consejo está formado por autores que forman parte de las distintas disciplinas artísticas de la creación visual. Actualmente, es miembro del consejo de administración **Horacio Altuna**, y con anterioridad lo han sido otros ilustradores como **Arnal Ballester**, **Perico Pastor**, **Asun Balzola** o **Javier Mariscal**.

Para un ilustrador, **VEGAP** puede ser útil a la hora de **gestionar nuevos usos para obras ya publicadas**. **VEGAP** no intermedia en la contratación de usos principales de una obra de ilustración, pero sí a la hora de hacer una **republicación** en un medio de comunicación o un catálogo, o si la obra se reutiliza en alguna producción audiovisual. Por ejemplo, no negociará con un editor las condiciones del contrato de edición de un libro, aunque sí podrá **asesorar al socio durante el proceso**.

**Para hacerse socio de VEGAP** hay que efectuar un único pago en el momento de la incorporación a la sociedad, pero después no existe ninguna cuota anual de afiliación. **Cualquier ilustrador puede ser socio de VEGAP**; solo es necesario que acredite su condición de ilustrador, justificando el haber realizado al menos una obra publicada.

El ilustrador puede encargarle a **VEGAP** **la totalidad de su obra**, o si lo prefiere puede encargarle solamente la gestión de aquellas obras que no están sometidas a cesiones de derechos previamente, las cuales puede excluir de la gestión de **VEGAP**. También puede encargarle **solo un número limitado de obras y gestionar las demás por sí mismo**, o bien dejar estas obras libres de derechos o sometidas a otro tipo de licenciamiento como las licencias Creative Commons (ver apartado 2.7, «Otro tipo de cesiones: las Creative Commons»).

Es importante saber que en caso de reproducción de una ilustración previamente publicada, **la entidad de gestión cobrará una tarifa al medio de comunicación, a la editorial o a la institución** (en el caso de un catálogo, por ejemplo) por ese uso secundario. Puede ser que al ilustrador le interese ceder gratuitamente ese uso de la ilustración (normalmente, porque puede servir de promoción de

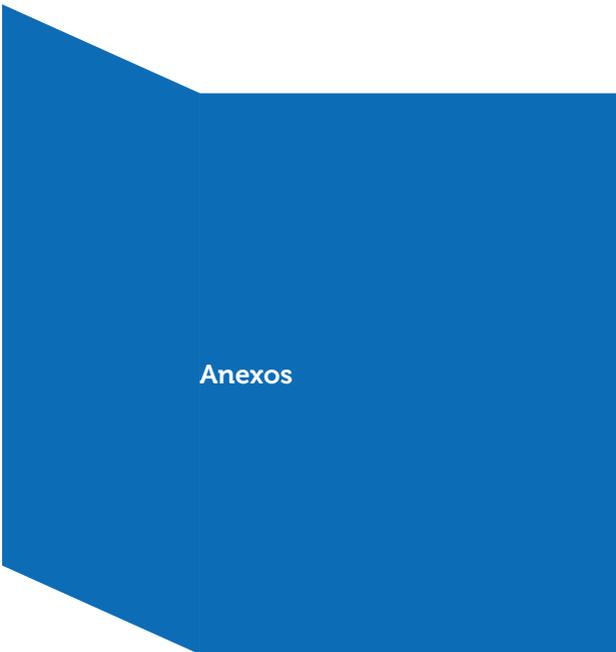
su obra), y si no quiere que **VEGAP** cobre por esa reproducción, el ilustrador tiene que **comunicar previamente** a la entidad de gestión la retirada de esa obra de su protección. De otra forma, y debido al desconocimiento que todavía existe acerca de las entidades de gestión, el ilustrador quizá deba considerar informar al medio o institución que va a efectuar dicha reproducción de la existencia de esas tarifas, para evitar malentendidos.

El dinero que recauda **VEGAP** les es **liquidado a los socios** una vez deducidos los gastos de gestión. Las cantidades se reparten a cierre de cada ejercicio, durante el ejercicio siguiente, en diferentes oleadas de reparto, dependiendo del derecho de que se trate.

El **derecho de reproducción** y el **derecho de participación** (ver apartado 2.1.1, «Derechos de explotación») se liquidan a los socios de acuerdo con las hojas de liquidación que recogen todas las licencias emitidas durante el año. El **derecho de comunicación al público** en televisiones o a través de satélite y cable se liquida de acuerdo con la información que la entidad proporciona a los socios como consecuencia de los visionados que se realizan de los diferentes canales y tras completarse con la información que los propios socios aportan en su caso.

La **remuneración equitativa por copia privada** se ha venido repartiendo una vez eran determinados los titulares que reunían los requisitos establecidos por la ley de acuerdo con la información que la entidad recibía de los autores, fuesen socios o no de esta, y que se recogía en unos formularios para que fuesen cumplimentados por los titulares.

**VEGAP** es el nodo español de una red internacional formada por 39 países, y sus socios están representados en estos países en las mismas condiciones que lo están los socios de las sociedades de creadores visuales de esas nacionalidades.



Anexos



## GUÍA PARA CLIENTES

Basada en la *Guide To Commissioning* de la AOI

### Para contactar con el ilustrador

- Compruebe la disponibilidad del ilustrador para asumir un nuevo encargo. Incluso estando ocupado, un ilustrador a veces puede volver a organizar su agenda para dar cabida a un trabajo si es lo suficientemente interesante.
- Especifique cuáles son sus plazos, además de algunos detalles del trabajo. Dependiendo de la naturaleza del encargo, el ilustrador probablemente querrá hablar de usos y tarifas antes de aceptar el trabajo.
- ¿Hay alguna razón particular para ponerse en contacto con este ilustrador? Si la llamada se basa en haber visto un trabajo suyo en concreto, comuníquelo al ilustrador lo que ha visto, ya que le permitirá comprender mejor qué es lo que está buscando exactamente.

### Para describir la ilustración que necesita

- El ilustrador precisará información técnica, como por ejemplo el tamaño de impresión, si es en color o blanco y negro, el espacio para la tipografía, etcétera.
- Si es necesario, sea específico acerca de los medios de ejecución si un ilustrador trabaja en diversos estilos.
- En términos de contenido, ¿necesita una imagen concreta? Si es así, deberá comunicarlo con la mayor precisión posible al ilustrador, para reducir al mínimo la posibilidad de interpretaciones erróneas. También ayudará cualquier material visual que se pueda proporcionar para este fin.
- ¿El proyecto está abierto a la interpretación del ilustrador? Muchos ilustradores prefieren un proyecto abierto, ya que les permite trabajar de manera más creativa; sin embargo, puede provocar frustración si los bocetos que propone son rechazados repetidamente. Asegúrese de que define todas y cada una de las restricciones existentes desde el principio. Si rechaza algún boceto, asegúrese de comunicar al ilustrador las razones del rechazo, junto con las sugerencias para mejorarlo. El ilustrador puede exigir el pago de un precio adicional si se solicita un número de bocetos mayor de lo previsto originalmente.

- Marque la fecha límite para el trabajo finalizado y para la entrega de bocetos. Dele también una indicación del tiempo necesario para la aprobación de los bocetos. Los días de espera por la aprobación de un dibujo pueden afectar seriamente al tiempo asignado para la ejecución de la obra acabada.

### Para solicitar un portafolio

- Tenga en cuenta hasta qué punto es necesario solicitar un portafolio físico en su caso en particular. En general, puede verse en línea una buena selección de la obra de un ilustrador, y este puede hacerle llegar muestras a través de correo electrónico, tal y como se podrían ver en un portafolio tradicional. Reorganizar los portafolios y enviarlos puede ser a menudo un procedimiento largo y costoso. Aunque generalmente el ilustrador va a estar dispuesto a hacerlo, es de gran ayuda explicar la importancia que puede tener en este trabajo en concreto.
- Dé una descripción del trabajo que ha generado la solicitud del portafolio. El ilustrador puede querer enfocar el contenido del portafolio para adaptarse al trabajo en cuestión.
- Haga saber al ilustrador si se le requiere su portafolio como parte de un concurso restringido o si se trata de una solicitud individual. De nuevo, esto puede afectar a la estructura de su portafolio.
- Tenga en cuenta que es necesario devolver el portafolio. Lo razonable es que el cliente corra con los gastos de devolución del portafolio al ilustrador.

### Para solicitar una reunión

- Considere el propósito de una reunión propuesta con un ilustrador y tenga en cuenta que fácilmente podría hacerle perder a este un día de trabajo. Por lo general, los proyectos, las muestras del portafolio y otro material visual se pueden comunicar de manera más eficiente a través de transmisión electrónica.
- En la organización de una reunión entre el artista y el cliente asegúrese de que el ilustrador está informado de lo que se espera de su presencia; es decir, presentar su portafolio, hablar sobre ideas, etcétera.
- El cliente debe informar a tiempo al ilustrador de la cancelación de una reunión.

- Si se necesita más de una reunión para el trabajo, el ilustrador puede cobrar ese tiempo como gastos adicionales.

### **Para pedir un presupuesto**

- Dado que la ilustración se presupuesta de acuerdo con los usos que se le van a dar, para llegar a un precio el ilustrador necesita detalles de cómo y dónde se va a utilizar la obra terminada, y durante qué período de tiempo se va a utilizar. Estos usos pueden variar considerablemente dependiendo de para qué sector del mercado se encarga la obra. En caso de que se prevean diferentes usos, o distintos territorios, el ilustrador necesita saber:
  - una lista de usos previstos; es decir, folletos publicitarios, anuncios en prensa, en el punto de venta, etcétera;
  - área de uso; es decir, zonas del mundo o una lista de países individuales;
  - período de uso; por lo general de 1-2 años para trabajos de publicidad y diseño.
- Si usted tiene un presupuesto específico, ahorra mucho tiempo y energía comunicarlo por adelantado. Para los trabajos en prensa y edición, lo habitual es darlo. El ilustrador puede responder si puede o no trabajar para el precio previsto. No ofrezca al ilustrador menos de lo que su presupuesto le permita. Existe un deterioro real en las tarifas, que está haciendo de la ilustración una profesión cada vez más difícil de sostener.
- No espere un presupuesto inmediato de un ilustrador para un trabajo. Los encargos a menudo son muy complejos y el ilustrador necesita algún tiempo para considerar los diversos aspectos. Las asociaciones aconsejan a sus miembros evitar dar cifras aproximadas por teléfono.
- Es razonable que el ilustrador pida presupuesto adicional para los gastos necesarios que se salgan de lo habitual, como puede ser tener que viajar a un lugar específico. Del mismo modo puede pedir una tarifa especial por rapidez, si el trabajo se precisa en un período de tiempo inusualmente corto; por ejemplo, un trabajo que requiera trabajar toda la noche.
- Todo es negociable. Si un presupuesto de ilustración supera el presupuesto del que dispone, vuelva a contactar con el ilustrador seleccionado y trate de ver la flexibilidad que puede haber en lo referente a los acuerdos

de cesión. Por ejemplo, si se ha solicitado la cesión de todos los derechos, una más específica, adaptada a las necesidades de utilización concreta del cliente, puede ser mucho más rentable.

### **Documentación**

- Es del interés tanto del cliente como del ilustrador que exista la debida documentación por escrito de las obras por encargo. Las asociaciones aconsejan a sus miembros el uso de un contrato de cesión o un formulario de aceptación del encargo que deben enviar a los clientes detallando todas las condiciones acordadas. Del mismo modo, usted puede tener su propio contrato para enviar al ilustrador.
- Los derechos de autor son un bien muy valioso. Permiten al titular el derecho exclusivo de reproducir una imagen (o permitir que otros lo reproduzcan) en cualquier forma en todo el mundo durante el período de derecho de autor, es decir, toda la vida del autor y 70 años después de su muerte. Es evidente que el encargo de un cliente (por ejemplo, una cubierta de un folleto) no requiere una cesión tan amplia de derechos, y que le conviene recurrir a la tarifa del uso concreto que necesite.
- Evite pedir a un ilustrador que firme un contrato que asigne la cesión de todos los derechos de autor en exclusiva al cliente sin antes acordar un precio para tales usos.
- En la gran mayoría de los casos, una cesión parcial (licencia) es la forma más adecuada de otorgar al cliente los derechos que necesita. El ilustrador mantiene los derechos de autor y otorga al cliente una cesión apropiada para el encargo. El contrato especificará el período de uso, el territorio y el tiempo, y la exclusividad en esas condiciones para el cliente durante el tiempo especificado.
- Puede solicitar un modelo de contrato de encargo de obra a las asociaciones profesionales.

### **Si el trabajo se rechaza o se cancela**

- Cualquier problema detectado en el estilo o en el contenido de la obra debe ser transmitido al ilustrador lo más rápido posible.
- Si no está satisfecho con la calidad de la obra (es decir, está muy lejos de la calidad se ve en las muestras

del ilustrador) y tiene que rechazarlo, tenga en cuenta que el ilustrador estará en su derecho de aplicar un porcentaje al precio acordado inicialmente, que variará del estado en que se encuentre la realización de trabajo en el momento del rechazo. Dichos porcentajes deberá haberlos pactado con el ilustrador con las demás condiciones del encargo.

- Si el encargo se cancela por causas ajenas al ilustrador, igualmente el ilustrador podrá cobrar un porcentaje (que deberá pactar también con el resto de condiciones) sobre el precio acordado; no obstante, el ilustrador podrá exigir la totalidad del precio en el caso de que la cancelación sea a la entrega el trabajo terminado.

### La obra finalizada

- Hoy en día, el trabajo final puede entregarse de múltiples formas. Asegúrese de transmitirle al ilustrador su método preferido de entrega y confirme la recepción con un simple correo electrónico o una llamada.
- Si se requieren alteraciones, el ilustrador puede cobrar una tarifa extra por hacer cambios significativos que no estaban en el proyecto original; sin embargo, el ilustrador no cobrará un precio adicional por las alteraciones que sean culpa suya, ni por alteraciones insignificantes.
- Salvo acuerdo en contra, el original pertenece al ilustrador. Asegúrese de devolvérselo en perfectas condiciones.

## CONTRATO DE ENCARGO DE CREACIONES VISUALES

Basado en el contrato marco del Convenio sobre condiciones generales del contrato de edición firmado con la Federación de Gremios de Editores de España y la Asociación Colegial de Escritores el 29 de julio de 1999

En ..., a ... de ... de ... .

### Reunidos:

De una parte ... actuando en su propio nombre y representación, mayor de edad, con domicilio en ... DNI n.º ... (de ahora en adelante el AUTOR O CREADOR VISUAL).

De otra parte, ... con domicilio social en ..., inscrita en el Registro Mercantil con NIF ... representada en este acto por don ... en su calidad de ..., según se acredita mediante ... (de ahora en adelante el EDITOR).

Ambas partes se reconocen con plena capacidad legal para firmar el presente contrato que someten a los siguientes

### Pactos:

**PRIMERO.**— El EDITOR encarga al AUTOR la realización de ..., a fin de ser editadas y publicadas en ... . Se especifican las características de dicha obra, así como las características de la publicación, distribución en presentación en el ANEXO NÚMERO UNO.

**SEGUNDO.**— La obra encargada será entregada por el AUTOR al EDITOR antes del día ... totalmente acabada y en condiciones de ser reproducida.

**TERCERO.**— El EDITOR pagará al AUTOR, como anticipo de la cantidad que le corresponderá en concepto de derechos de explotación sobre la obra, la cantidad de ... euros.

**CUARTO.**— En todo caso, tras el trabajo de reproducción y edición por parte del EDITOR de la obra, los originales entregados deberán ser retornados a su autor, que podrá

disponer de ellos libremente, siempre que ello no sea contrario a las cláusulas del contrato de edición firmado con el EDITOR.

**QUINTO.**— En caso de que el EDITOR no diese su conformidad a la obra encargada por no atenerse a las características y especificaciones contempladas en el ANEXO NUMERO UNO de este contrato y el AUTOR no realizase las modificaciones propuestas por el EDITOR, este quedará liberado de la obligación de efectuar los pagos restantes, aunque deberá garantizar siempre y en todo caso al AUTOR una cantidad mínima de ... euros.

**SEXTO.**— El EDITOR remitirá al AUTOR las pruebas de la obra, impresas en papel o digitales, y este último deberá retornarlas de nuevo al EDITOR en un plazo máximo de diez días, dando su conformidad e indicando de forma clara las correcciones y observaciones que estime pertinentes a fin de adaptarlas al máximo al original de la obra.

Transcurrido dicho plazo, si el AUTOR no ha devuelto las pruebas, el EDITOR podrá realizar las correcciones técnicas que estime oportunas, sin que se pueda exigir ningún tipo de responsabilidad si el resultado no fuera satisfactorio para el AUTOR.

En el supuesto de que el EDITOR no recoja los cambios propuestos por el AUTOR, siempre y cuando no impliquen un cambio substancial de la obra dicho incumplimiento será causa de rescisión del contrato. Debiendo por ello indemnizar el EDITOR al AUTOR por los gastos que su trabajo haya devengado.

**SÉPTIMO.**— Como causas de resolución del contrato por incumplimiento se establecen:

- a) No entregarse las obras encargadas dentro del plazo convenido para ello, tras requerimiento expreso del EDITOR en el plazo de una semana desde el día en que debían ser entregadas.
- b) Si el AUTOR no realiza las modificaciones propuestas por el EDITOR, siempre que sea de acuerdo con las características prefijadas de la obra.
- c) Si el EDITOR no recoge las modificaciones y correcciones del AUTOR, sin perjuicio de la reclamación que por daños y perjuicios pueda corresponderle.

**OCTAVO.**— El presente contrato se regirá y será interpretado conforme a lo previsto en el Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual y, en general, por las disposiciones legales que le sean de aplicación.

**NOVENO.**— Ambas partes se someten, para cualquier diferencia que pudiera surgir de la interpretación y cumplimiento del presente contrato a la jurisdicción y competencia de los Juzgados y Tribunales de la ciudad de ... renunciando a su propio fuero, de ser otro.

Y en prueba de su conformidad, lo firman por duplicado en la fecha y lugar señalados en el encabezamiento.

EL EDITOR

EL AUTOR

## CONTRATO DE EDICIÓN DE CREACIONES VISUALES EN FORMA DE LIBRO EN PAPEL

Basado en el contrato marco del Convenio sobre condiciones generales del contrato de edición firmado con la Federación de Gremios de Editores de España y la Asociación Colegial de Escritores el 29 de julio de 1999

En ..., a ... de... de ...

### Reunidos:

De una parte ... actuando en su propio nombre y representación, mayor de edad, con domicilio en ... DNI n.º ... (de ahora en adelante el AUTOR O CREADOR VISUAL).

De otra parte, ... con domicilio social en ..., inscrita en el Registro Mercantil con NIF ..., representada en este acto por don ... en su calidad de ..., según se acredita mediante ... (de ahora en adelante el EDITOR).

### Manifiestan:

[OPCIÓN A]

I.— Que ... es autor de la obra ... (en lo sucesivo la OBRA) y titular de pleno dominio de cuantos derechos son objeto del presente contrato.

Dicha obra ha sido encargada en virtud de contrato de encargo de obra de fecha ... firmado entre las partes, y que se da por perfeccionado con la firma del presente.

II.— Que el EDITOR se halla interesado en adquirir los derechos de reproducción, distribución y venta en forma de libro de la OBRA en las condiciones que se dirán.

III.— Que ambas partes se reconocen con plena capacidad legal para firmar el presente contrato que someten a los siguientes.

[OPCIÓN B]

I.— Que ... es autor de la obra ... (en lo sucesivo la OBRA) y titular de pleno dominio de cuantos derechos son objeto del presente contrato.

(Las características de dicha obra se detallan en Anexo n.º ...)

II.— Que el EDITOR se halla interesado en adquirir los derechos de reproducción, distribución y venta en forma de libro de la obra en las condiciones que se dirán.

III.— Que ambas partes se reconocen con plena capacidad legal para firmar el presente contrato que someten a los siguientes

### Pactos:

#### PRIMERO.— OBJETO DE LA CESIÓN

El AUTOR cede al EDITOR los derechos de reproducción, distribución y venta de la OBRA en forma de libro, para su explotación comercial en lengua española [1] y para el ámbito territorial de ...

La cesión se entiende hecha con carácter [exclusivo/ no exclusivo], para la modalidad de edición de tapa dura o rústica.

El AUTOR se reserva todos los derechos que no son objeto de cesión en el presente contrato.

Si el editor se propusiera otra modalidad de edición, deberá obtener previamente la aceptación por escrito del AUTOR. Asimismo el EDITOR solamente podrá transmitir a un tercero los derechos que se le ceden con el consentimiento del AUTOR, expresado por escrito.

#### SEGUNDO.— DERECHOS DE PREFERENTE ADQUISICIÓN

El AUTOR cede al EDITOR un derecho de opción por un plazo de tres años, a partir de la fecha del presente contrato, para publicar la obra en las demás modalidades no amparadas para este contrato: bolsillo, club, fascículo y ediciones especiales. Durante este plazo de tres años, el EDITOR podrá negociar con el AUTOR un nuevo contrato de edición de la OBRA, en las condiciones que ambos acuerden.

El EDITOR gozará también de un derecho preferente de opción para adquirir los demás derechos de explotación en iguales términos y condiciones que el AUTOR pueda convenir con terceros. En caso de que sea el Editor el que reciba la oferta, este deberá notificar al AUTOR los datos y condiciones objetivas y subjetivas correspondientes a la oferta, disponiendo el AUTOR de ... días para comunicar al EDITOR si acepta o no dichas condiciones.

En caso de que sea el AUTOR el que reciba la oferta este notificará de forma fehaciente al EDITOR los datos y condiciones objetivas y subjetivas correspondientes a la oferta que pudiera haber recibido de un tercero interesado en llevar a cabo cualesquiera actos de explotación a que se refiere el apartado anterior, y el EDITOR dispondrá de un plazo de ... días para comunicar al AUTOR su voluntad de adquirir o no los derechos en cuestión en las mismas condiciones que le hayan sido ofertadas al AUTOR. Transcurrido dicho plazo sin que el EDITOR haga tal comunicación, o en cuanto manifieste que no se halla interesado en la adquisición en cuestión, el AUTOR podrá libremente celebrar el contrato en las condiciones notificadas.

**TERCERO.—** AUTORÍA Y EJERCICIO DE LOS DERECHOS

1.— El AUTOR responde ante el EDITOR de la autoría y originalidad de la OBRA y del ejercicio pacífico de los derechos que cede mediante el presente contrato, manifestando que sobre los mismos no tienen contraídos ni contraerá compromisos o gravámenes de ninguna especie que atenten contra los derechos que al EDITOR o a terceros les correspondan, de acuerdo con lo estipulado en este contrato.

2.— El EDITOR se compromete a respetar los derechos morales del AUTOR y a poner en conocimiento de este cualquier infracción de los mismos que pudiera ser realizada por terceros.

3.— El EDITOR se obliga a que figure el nombre del AUTOR de forma destacada.

En aquellos casos en que la obra gráfica sea preponderante figurará en portada el nombre del autor de la misma; en los otros casos figurará en la contraportada o en los títulos de crédito.

El EDITOR se obligará asimismo a incluir la mención internacional de reserva de propiedad intelectual, en todos los ejemplares en los que se reproduzcan las obras, seguido del nombre y apellidos o pseudónimo del creador visual y el año de la primera edición, junto con la mención del copyright editorial, y a observar las formalidades administrativas requeridas para la circulación de la OBRA.

4.— El EDITOR queda facultado para realizar cuantos actos sean necesarios para la inscripción de los derechos sobre la obra en aquellos Registros.

**CUARTO.—** CONTRAPRESTACIÓN

El AUTOR percibirá la cantidad de ... euros a la firma del presente contrato o en el momento de entregar la obra en condiciones de ser reproducida.

El AUTOR percibirá como remuneración o contraprestación por los derechos cuya cesión es objeto del presente contrato el ... % del precio de venta al público sin IVA por cada uno de los ejemplares vendidos. [2]

En todas las cantidades se efectuarán las retenciones que de conformidad a la normativa fiscal sean aplicables.

**QUINTO.—** PUBLICACIÓN

El EDITOR viene obligado a poner la OBRA a la venta en un plazo máximo de ... meses, a contar desde la fecha de la entrega del original.

**SEXTO.—** EDICIONES Y NÚMERO DE EJEMPLARES

Durante la vigencia del presente contrato el EDITOR podrá efectuar un máximo de ... ediciones de la obra, con un mínimo de ... ejemplares y un máximo de ..., con las reimpressiones que dentro de dichos totales libremente decida el EDITOR. [3]

La edición o reimpresión de una obra se entenderá agotada cuando reste sin vender, en buen estado para la venta al público, un número de ejemplares inferior al ... % del total de edición, o, en todo caso, a ... ejemplares, cuando el AUTOR no haya recibido ninguna liquidación transcurridos ... meses desde la fecha establecida para ello en el pacto ..., o cuando transcurrido un periodo de ... años desde la fecha de publicación de la obra, las liquidaciones anuales arrojen una venta inferior a ... ejemplares.

**SÉPTIMO.—** CONTROL DE TIRADA

Antes de la puesta en circulación de los ejemplares impresos de cada una de las ediciones o reimpressiones que realice el EDITOR, este remitirá al AUTOR una certificación expresiva del número de ejemplares de que consta la edición o reimpresión de que se trate, junto con una declaración de la industria o industrias de artes gráficas en las que se realizó la impresión y encuadernación en la que se haga constar el número de ejemplares fabricados que fueran entregados al EDITOR, así como la fecha de las entregas realizadas.

**OCTAVO.— EJEMPLARES GRATUITOS**

a) El AUTOR recibirá sin cargo alguno ... ejemplares de la primera edición y ... ejemplares de cada una de las nuevas ediciones y reimpresiones de la obra. Asimismo el AUTOR podrá adquirir del EDITOR, con un descuento equivalente al descuento medio que el editor aplique a los distribuidores de la obra, los ejemplares que precise para su uso particular o con destino a terceros, sin que en ningún caso puedan ser destinados a comercio.

Sobre estos ejemplares no percibirá el autor liquidación alguna.

b) También estarán exentos de liquidación al AUTOR, aunque deberán serle notificados, los ejemplares que el EDITOR entregue gratuitamente para fines de promoción y crítica de la obra. El máximo de ejemplares que podrá destinar el EDITOR para fines de promoción será de ... en el caso de la primera edición, y ... para las sucesivas.

**NOVENO.— EXPLOTACIÓN Y DISTRIBUCIÓN**

El EDITOR distribuirá la obra en el plazo y condiciones estipulados, asegurando difusión comercial de la obra conforme a los usos habituales en el sector profesional de la edición.

El EDITOR comunicará al AUTOR la forma de distribución de la OBRA y que entidad la va a realizar.

**DÉCIMO.— LIQUIDACIONES**

El EDITOR se obliga a presentar al AUTOR semestralmente un certificado en el que consten las liquidaciones de las ventas de ejemplares de la Obra durante el semestre natural inmediatamente anterior —aunque el resultado sea negativo— con expresión del número de ejemplares publicados, vendidos, en depósito, distribuidos y en almacén, así como su precio de venta sin IVA según catálogo. En caso de que el saldo resultase favorable al AUTOR, el EDITOR realizará el pago de las cantidades adeudadas, dentro de los treinta días siguientes al envío del certificado.

El EDITOR se compromete a facilitar al autor el examen de sus libros de contabilidad.

Asimismo el AUTOR tendrá derecho a realizar, a su costa, la revisión por parte de una firma de auditoría de las liquidaciones efectuadas por el EDITOR, a cuyos efectos este

último se compromete a facilitar el examen por parte de aquella de todos sus libros y documentos mercantiles.

**DÉCIMO PRIMERO.— DURACIÓN DEL CONTRATO**

a) El presente contrato tendrá una duración de ... años (máximo 15) desde la fecha en que el autor ponga a disposición del editor la obra en condiciones de ser reproducida.

b) El contrato podrá quedar resuelto en los siguientes casos:

1.— Cuando agotada la última edición realizada, conforme a lo definido en el pacto QUINTO, el EDITOR no efectúe la siguiente en el plazo de ... meses.

2.— Cuando el EDITOR ceda indebidamente a terceros los derechos objeto de este contrato.

3.— En los supuestos de liquidación o cambio de titularidad de la empresa editorial.

En caso de que el EDITOR se halle constituido como Entidad mercantil, la venta de acciones o participaciones sociales por parte de los actuales titulares en favor de terceros, no se considerará cambio de titularidad de la empresa a estos efectos.

4.— En caso de no publicación de la obra en el plazo previsto, el presente contrato quedará automáticamente resuelto, y todas las cantidades percibidas por anticipado por el AUTOR quedarán definitivamente en propiedad del mismo.

5.— Por las causas de resolución reconocidas en la legislación vigente.

c) Una vez finalizado el contrato, el EDITOR podrá vender aquellos ejemplares de la obra que hubieran quedado en su poder, durante el plazo de tres meses posterior a la fecha de finalización. Una vez cumplido ese término, el EDITOR deberá proceder a retirar de la circulación y venta cuantos ejemplares le restasen aún sin vender. El AUTOR podrá optar por adquirir del editor los ejemplares en su poder, desde la misma fecha de vencimiento del contrato, al 50 % del precio de venta al público.

**DÉCIMO SEGUNDO.— SALDO Y DESTRUCCIÓN DE EJEMPLARES**

Si transcurridos dos años desde la fecha de su inicial puesta en circulación, el EDITOR dispone de los ejemplares que le resten de la obra para destruirlos o venderlos como

saldo, estos no devengarán la remuneración establecida en el Pacto CUARTO, pero el AUTOR tendrá derecho a adquirir directamente del EDITOR todos o parte de los ejemplares que le resten a precio de saldo, debiendo comunicarle la opción elegida dentro del plazo de treinta días siguientes a la recepción de la comunicación que el EDITOR deberá haberle realizado fehacientemente a tal efecto.

En caso de venta en saldo o destrucción de los ejemplares, los derechos cedidos al EDITOR en el presente contrato revertirán directamente al AUTOR, sin necesidad de preaviso y sin perjuicio de las cantidades ya pagadas o debidas todavía al AUTOR.

**DÉCIMO TERCERO.— OBLIGACIONES FISCALES**

El AUTOR faculta expresamente al editor para la detracción e ingreso en el Tesoro Público de aquellas cantidades que por cualquier concepto impositivo hubiera de satisfacer, derivadas de los rendimientos de la propiedad intelectual objeto de este contrato, en todos aquellos impuestos o gravámenes en que el EDITOR tenga, por disposición legal, la condición de sustituto del AUTOR como contribuyente.

**DÉCIMO CUARTO.— ENTIDADES DE GESTIÓN**

Ambas partes se someten expresamente a lo dispuesto en el artículo 25 de la Ley de Propiedad Intelectual respecto a la participación en una remuneración compensatoria por las reproducciones para uso privado de la obra, a través de la entidad de gestión correspondiente.

**DÉCIMO QUINTO.— LEGISLACIÓN APLICABLE**

El presente contrato se regirá y será interpretado conforme a lo previsto en el Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual y, en general, por las disposiciones legales que le sean de aplicación.

**DÉCIMO SEXTO.— SUMISIÓN**

Ambas partes se someten, para cualquier diferencia que pudiera surgir de la interpretación y cumplimiento del presente contrato, a la jurisdicción y competencia de los Juzgados y tribunales de la ciudad de ... renunciando a su propio fuero, de ser otro.

Y en prueba de su conformidad, lo firman por duplicado en la fecha y lugar señalados en el encabezamiento.

EL EDITOR

EL AUTOR

[1] Concretar la expresión de la lengua o lenguas en que haya de publicarse.

[2] Debe tenerse en cuenta que como anticipo a cuenta de los derechos que podrían corresponderle al AUTOR, el EDITOR le ha satisfecho la cantidad reflejada en el contrato de encargo de obra.

[3] A modo de recomendación y para evitar la exagerada amplitud entre mínimo y máximo que a veces se establece contraviniendo la intención del artículo 60 de la Ley de Propiedad Intelectual, se podrá limitar dicha amplitud, dependiendo de la cuantía del mínimo de ejemplares previsto, en la siguiente proporción:

a) si el mínimo es inferior a 10 000 ejemplares, el máximo de ejemplares no podrá ser superior al triple del mínimo previsto;

b) si el mínimo va de 10 000 a 50 000 ejemplares, el máximo no podrá ser superior al doble del mínimo previsto;

c) si el mínimo es superior a 50 000 ejemplares, el máximo no podrá ser superior al 150 % del mínimo.

## CONTRATO DE EDICIÓN DE LIBRO DIGITAL

[en el caso de la conversión de un libro en papel en un libro digital multimedia, ver «Contrato de difusión por Internet»]

En ..., ... de ... de ...

### Reunidos:

De una parte, ... [nombre completo], con domicilio en ... [población], c/ ... y NIF ..., de ahora en adelante el AUTOR/A.

Y de la otra, ... [si es persona física, nombre completo], con domicilio en ... [población], c/ ... y NIF ...

... [si es persona jurídica, nombre completo de la empresa], con domicilio en ... [población], c/ ... y NIF ..., representada en este acto por ... en calidad de ... ; de ahora en adelante, el EDITOR O CESIONARIO.

### Exponen:

I. Que el EDITOR tiene el proyecto de explotar en formato digital el libro titulado ... , ilustrado por el AUTOR/A, que de ahora en adelante llamaremos la OBRA, para su transmisión electrónica, vía Internet, mediante pago.

II. [En su caso] Que dicha OBRA ha sido objeto de contrato de edición en forma de libro en papel con [esta u otra empresa], y que dicho acuerdo no contempla la edición digital de la OBRA.

III. Que las partes se reconocen mutuamente la plena capacidad legal para contratar y obligarse libremente y formalizan este contrato de acuerdo con las siguientes

### Cláusulas:

**PRIMERA.**— El AUTOR/A cede al EDITOR, con la compensación económica que más adelante se detalla, el derecho a digitalizar la OBRA y a divulgarla mediante su transmisión

electrónica vía Internet, en cualquiera de los siguientes formatos: ePub, PDF o mobi [añadir o eliminar si es necesario].

El AUTOR/A se reserva todos los derechos que no son objeto de cesión en este contrato.

**SEGUNDA.**— El AUTOR/A entregará los archivos de la OBRA preparados para su conversión digital antes del día ...

**TERCERA.**— La OBRA se difundirá en lengua ... [ampliar según contraprestación], y se considerará todo el mundo como ámbito territorial de distribución.

**CUARTA.**— [Si el acuerdo económico lo permite] El AUTOR/A cede al CESIONARIO un derecho de adquisición preferente sobre cualquier acto de explotación que exceda del ámbito lingüístico o temporal previsto en este contrato o sobre modalidades de explotación no previstas aquí.

Con esta finalidad, el CESIONARIO notificará al AUTOR/A de manera fehaciente las propuestas en este sentido, tanto si son iniciativas suyas como ofertas de otros editores, y las condiciones de la propuesta, y este dará o no la conformidad en un plazo no superior a treinta días, también de manera fehaciente.

**QUINTA.**— Como contraprestación por los derechos cedidos en este contrato, el AUTOR/A recibirá el ... por ciento del PVP sin IVA procedente de la venta o descarga de la OBRA a través de la red, y asimismo el EDITOR se compromete a remitir al AUTOR/A la oportuna liquidación dentro del primer trimestre de cada año [o más veces al año, si se considera]. Si los mecanismos de la plataforma de venta lo permiten, el editor dará al autor/a el acceso a un contador de ventas de la OBRA en formato digital para poder informarse en todo momento de la evolución de su distribución.

En concepto de anticipo, el CESIONARIO pagará al AUTOR/A la cantidad de ... euros, que se liquidarán en el momento de entregar la OBRA.

[Cuando el trabajo no se difunda con finalidades lucrativas:]

Como contraprestación por la creación de la OBRA y la presente cesión de derechos, el AUTOR/A recibirá la cantidad de ... euros, que será liquidada en el momento de la entrega.

Considerando que la PRODUCCIÓN no será destinada a fines comerciales, no se establece un porcentaje por los derechos que corresponden al AUTOR/A por la explotación de la OBRA. Si el EDITOR decidiera comercializar la OBRA, o si se diera alguno de los casos previstos en la cláusula CUARTA de este contrato, el AUTOR/A y el CESIONARIO se deberán poner de acuerdo, mediante un nuevo contrato, en las nuevas condiciones y la contraprestación económica correspondiente.

**SEXTA.**— El CESIONARIO se obliga a difundir la OBRA de manera fiel e íntegra, sin introducir ninguna modificación, a que el nombre del AUTOR/A figure de manera destacada en los títulos de crédito de la OBRA, y a incluir la mención internacional de reserva de propiedad intelectual seguida del nombre del AUTOR/A, en cuanto a las ilustraciones.

**SÉPTIMA.**— Este contrato tendrá una duración de dos años (ampliables si hay acuerdo).

**OCTAVA.**— El AUTOR/A responde de la autoría y la originalidad de la OBRA y de que sobre esta no ha contraído ni contraerá ningún tipo de compromiso que atente a los derechos del EDITOR.

**NOVENA.**— Una vez acabadas las tareas de digitalización de la OBRA, las ilustraciones originales (o bien los discos o soportes que contengan la obra) se deberán devolver al AUTOR/A.

**DÉCIMA.**— El CESIONARIO se compromete a respetar los derechos morales del AUTOR/A y a informarlo inmediatamente de cualquier infracción que se produjera en este sentido.

Este contrato se registrará y será interpretado de acuerdo con las disposiciones de la vigente Ley de propiedad intelectual, en su texto refundido 1/1996 de 12 de abril.

**UNDÉCIMA.**— Para la solución de cualquier cuestión o litigio derivados de este contrato, las partes se someten expresamente a la jurisdicción de los juzgados y tribunales de la ciudad de ... , y renuncian expresamente a cualquier otro foro que les pueda corresponder.

En señal de conformidad, y para más obligación, extienden y firman este contrato por duplicado y a un solo efecto en la ciudad y en la fecha indicada en el encabezamiento.

EL CESIONARIO

EL AUTOR/A

## CONTRATO DE CUBIERTA DE LIBRO

Basado en el modelo del manual 'El ilustrador y la ley'

En ..., el día ... de ... de ...

### Reunidos:

De una parte, ... [nombre completo], con domicilio en ... [población], c/ ... y NIF ..., de ahora en adelante el AUTOR/A.

Y de la otra, ... [si es persona física, nombre completo], con domicilio en ... [población], c/ ... y NIF ...

... [si es persona jurídica, nombre completo de la empresa], con domicilio en ... [población], c/ ... y NIF ..., representada en este acto por ... en calidad de ... ; de ahora en adelante, el EDITOR [o el CLIENTE].

### Exponen:

I. Que las partes se reconocen mutuamente la plena capacidad legal para contratar y obligarse libremente y formalizan este contrato de acuerdo con las siguientes

### Cláusulas:

**PRIMERA.**— El AUTOR/A cede al EDITOR, con las condiciones y en los términos que se indicarán, el derecho a reproducir, imprimir y distribuir la ilustración... [descripción] en la cubierta del libro de ... [indicar autor/a del texto], que tiene por título ... [si es provisional, indicarlo], tanto en papel como en formato digital.

El AUTOR/A garantiza plenamente la originalidad y la autoría de la obra y el libre ejercicio de los derechos que cede en este contrato.

**SEGUNDA.**— La cesión se hace para su edición en lengua ... y su distribución dentro del ámbito territorial ...

**TERCERA.**— La cesión se hace exclusivamente por un plazo de cinco años (ampliable si hay acuerdo económico)

y por una tirada total de ... ejemplares y/o ... descargas de las versiones digitales.

**CUARTA.**— Como contraprestación, el AUTOR/A recibirá del EDITOR la cantidad de ... euros, que se le pagarán en el momento de entregar la OBRA en condiciones de ser reproducida. Una vez superada la tirada establecida en la cláusula anterior, el EDITOR pagará al AUTOR/A la cantidad de... euros por cada mil ejemplares y la parte proporcional de las fracciones. Este precio se actualizará de acuerdo con el porcentaje que haya aumentado el precio de cada ejemplar desde la primera edición. Por las ediciones de las diferentes lenguas pactadas, se pagará al AUTOR/A a partir de la primera de acuerdo con las condiciones establecidas en este pacto.

**QUINTA.**— El EDITOR mandará al AUTOR/A las pruebas de grabado para que, en el plazo de ... días, haga las observaciones y correcciones que lo mejoren, sin que alteren el carácter o el sentido original.

**SEXTA.**— El EDITOR se compromete a reproducir la OBRA fiel e íntegramente sin introducir ninguna modificación; a devolver los originales una vez acabadas las tareas de reproducción y a hacer constar el nombre del AUTOR/A, seguido del copyright para la ilustración de cubierta, en todos los ejemplares que edite con su obra.

**SÉPTIMA.**— El AUTOR/A recibirá gratuitamente ... ejemplares del libro. Podrá adquirir además hasta ... ejemplares con un ... por ciento de descuento. Estos ejemplares no podrán ser destinados a la venta.

**OCTAVA.**— Para las cuestiones no previstas en este contrato, se aplicará lo que dispone la ley que regula los derechos de autor, 1/1996 de 12 de abril.

**NOVENA.**— Para la solución de cualquier cuestión o litigio derivados de este contrato, las partes se someten expresamente a la jurisdicción de los juzgados y tribunales de la ciudad de ... , y renuncian expresamente a cualquier otro foro que les pueda corresponder.

En señal de conformidad, y para más obligación, extienden y firman este contrato por duplicado y a un solo efecto en la ciudad y en la fecha indicada en el encabezamiento.

EL EDITOR

EL AUTOR/A

## CONTRATO DE MERCHANDISING

Basado en el modelo del manual 'El ilustrador y la ley'

En..., el día... de ... de...

### Reunidos:

De una parte, ... [nombre completo], con domicilio en ... [población], c/ ... y NIF ..., de ahora en adelante el AUTOR/A.

Y de la otra, ... [si es persona física, nombre completo], con domicilio en ... [población], c/ ... y NIF ...

... [si es persona jurídica, nombre completo de la empresa], con domicilio en ... [población], c/ ... y NIF ..., representada en este acto por ... en calidad de ... ; de ahora en adelante, el EDITOR [o el CLIENTE].

### Exponen:

I. Que ... es AUTOR/A, y por lo tanto, con plena titularidad de los derechos que le otorga la Ley de propiedad intelectual, de ... (personajes, mascotas), de los que se adjunta una copia en color en este contrato (Anexo 1).

II. Que el CLIENTE tiene la intención de utilizar los personajes nombrados para producir diferentes productos de merchandising y comercializarlos.

III. Que las partes se reconocen mutuamente la plena capacidad legal para contratar y obligarse libremente y formalizan este contrato de acuerdo con las siguientes

### Cláusulas:

**PRIMERA.**— El AUTOR/A cede en exclusiva a al CLIENTE, con la compensación económica que se indique, los derechos de reproducción, impresión, distribución y venta, tanto en dos como en tres dimensiones, de los personajes nombrados, para fabricar productos de merchandising en cualquiera de sus formas. Queda excluida expresamente la edición en forma de libro (en papel o digital).

**SEGUNDA.**— Como contraprestación a esta exclusiva, el AUTOR/A recibirá la cantidad de ... euros. En cuanto al porcentaje que le corresponde, el autor/a recibirá el 10 % de los ingresos obtenidos por la explotación de cada uno de los productos, calculados sobre el precio de venta al público sin IVA, según se desprenda de las respectivas liquidaciones de los productores, y que... [cliente] pagará anualmente al autor/a, con la presentación previa de la liquidación correspondiente.

**TERCERA.**— El CLIENTE entregará gratuitamente ... ejemplares en cada tirada y practicará un 40 % de descuento al AUTOR/A cuando quiera adquirir otros, con la condición de que no sean comercializados.

**CUARTA.**— El AUTOR/A declara estar en plena posesión de los derechos de propiedad intelectual que cede en este contrato, y que no ha contraído ni contraerá ninguna obligación que pueda atentar contra lo que aquí se pacta, y faculta al CLIENTE para perseguir cualquier infracción en este sentido.

**QUINTA.**— Esta cesión tendrá una duración de cinco años.

**SEXTA.**— El CLIENTE se compromete a que los personajes tengan una reproducción fiel, íntegra y de calidad, a no introducir ninguna modificación sin el consentimiento del AUTOR/A, a respetar la firma que lleve el original, o en su defecto a imprimirla en un lugar discreto pero visible, y a hacer constar tanto en el producto como en el envase o envoltorio la indicación del copyright (©) del autor/a, además del copyright (©) del productor, si fuera necesario.

**SÉPTIMA.**— Con tal de contribuir al control de la calidad de los productos, el AUTOR/A se compromete a hacer las adaptaciones, las indicaciones o las supervisiones de los procesos de fabricación que haga falta. Una vez hechas las pruebas o matrices, se someterán a su consideración para que en el plazo de siete días haga las indicaciones que crea oportunas para su mejora o dé el visto bueno. Tanto las ilustraciones originales como los borradores, prototipos, etc. que haya creado el autor/a en el proceso de producción se le devolverán una vez acabadas las tareas de reproducción.

**OCTAVA.**— El CLIENTE podrá negociar contratos de merchandising con terceras personas, pero deberá informar al AUTOR/A, que deberá darle la conformidad para que tengan validez. Tanto en los contratos como en los encargos de obra que haga el CLIENTE para llevar a cabo la producción, se deberá respetar este contrato, especialmente el que se establece en la cláusula SEXTA.

**NOVENA.**— En todo lo que no se haya previsto en este contrato se aplicará lo que dispone el Real Decreto legislativo 1/1996 de 12 de abril.

**DÉCIMA.**— Para la solución de cualquier cuestión o litigio derivados de este contrato, las partes se someten expresamente a la jurisdicción de los juzgados y tribunales de la ciudad de ... , y renuncian expresamente a cualquier otro foro que les pueda corresponder.

En señal de conformidad, y para más obligación, extienden y firman este contrato por duplicado y a un solo efecto en la ciudad y en la fecha indicada en el encabezamiento.

EL CLIENTE

EL AUTOR/A

## CONTRATO DE DIFUSIÓN POR INTERNET

Basado en el modelo del manual 'El ilustrador y la ley'

En ..., ... de ... de ...

### Reunidos:

De una parte, ... [nombre completo], con domicilio en ... [población], c/ ... y NIF ..., de ahora en adelante el AUTOR/A.

Y de la otra, ... [si es persona física, nombre completo], con domicilio en ... [población], c/ ... y NIF ...

... [si es persona jurídica, nombre completo de la empresa], con domicilio en ... [población], c/ ... y NIF ..., representada en este acto por ... en calidad de ... ; de ahora en adelante, el CESIONARIO.

### Exponen:

I. Que el CESIONARIO tiene el proyecto de crear una producción multimedia [o aplicación digital] ... [descripción] que tendrá como título [provisionalmente o no] ... , que de ahora en adelante llamaremos la PRODUCCIÓN, para su transmisión vía Internet [indicar si el tipo de distribución será gratuita o de pago].

II. Que el AUTOR/A está capacitado para llevar a cabo el encargo consistente en la creación de ... ilustraciones [descripción], de ahora en adelante la OBRA, para ser incorporadas en la PRODUCCIÓN anteriormente citada.

III. Que las partes se reconocen mutuamente la plena capacidad legal para contratar y obligarse libremente y formalizan este contrato de acuerdo con las siguientes

### Cláusulas:

**PRIMERA.**— El AUTOR/A cede al CESIONARIO, con la compensación económica que más adelante se detalla, el derecho a incorporar la OBRA a la PRODUCCIÓN, con una digitalización

previa, y a divulgarla mediante su transmisión digital vía Internet.

El AUTOR/A se reserva todos los derechos que no son objeto de cesión en este contrato.

**SEGUNDA.**— El AUTOR/A entregará la OBRA totalmente acabada antes del día ...

**TERCERA.**— La PRODUCCIÓN se emitirá en lengua ... [ampliar según contraprestación], y se considerará todo el mundo como ámbito territorial de distribución.

**CUARTA.**— Como contraprestación por los derechos cedidos en este contrato, el AUTOR/A recibirá el ... por ciento del PVP por la compra o descarga que se obtenga de la distribución de la PRODUCCIÓN a través de la red, y asimismo el EDITOR se compromete a remitir al AUTOR/A la oportuna liquidación dentro del primer trimestre de cada año. Si los mecanismos de la plataforma de venta lo permiten, el editor dará al autor/a el acceso a un contador de ventas de la OBRA en formato digital para poder informarse en todo momento de la evolución de su distribución.

En concepto de anticipo, el CESIONARIO pagará al AUTOR/A la cantidad de ... euros, que se liquidarán en el momento de entregar la OBRA.

Cuando el trabajo no se difunda con finalidades lucrativas: como contraprestación por la creación de la OBRA y la presente cesión de derechos, el AUTOR/A recibirá la cantidad de ... euros, que será liquidada en el momento de la entrega. Considerando que la PRODUCCIÓN no será destinada a fines comerciales, no se establece un porcentaje por los derechos que corresponden al AUTOR/A por la explotación de la OBRA. Si el CESIONARIO decidiera comercializar la PRODUCCIÓN, o si se diera alguno de los casos previstos en la cláusula CUARTA de este contrato, el AUTOR/A y el CESIONARIO se deberán poner de acuerdo, mediante un nuevo contrato, en las nuevas condiciones y la contraprestación económica correspondiente.

**QUINTA.**— El CESIONARIO se obliga: a difundir la OBRA de manera fiel e íntegra, sin introducir ninguna modificación, a que el nombre del AUTOR/A figure de manera destacada en los títulos de crédito de la PRODUCCIÓN, y a incluir la mención internacional de reserva de propiedad inte-

lectual seguida del nombre del AUTOR/A, en cuanto a las ilustraciones.

**SEXTA.**— Este contrato tendrá una duración de cinco años (ampliables si hay acuerdo).

**SÉPTIMA.**— El AUTOR/A responde de la autoría y la originalidad de la OBRA y de que sobre esta no ha contraído ni contraerá ningún tipo de compromiso que atente a los derechos del CESIONARIO.

**OCTAVA.**— Una vez acabadas las tareas de digitalización de la OBRA, las ilustraciones originales (o bien los discos o soportes que contengan la obra) se deberán devolver al AUTOR/A.

**NOVENA.**— El CESIONARIO se compromete a respetar los derechos morales del AUTOR/A y a informarlo inmediatamente de cualquier infracción que se produjera en este sentido.

Este contrato se regirá y será interpretado de acuerdo con las disposiciones de la vigente Ley de propiedad intelectual, en su texto refundido 1/1996 de 12 de abril.

**DÉCIMA.**— Para la solución de cualquier cuestión o litigio derivados de este contrato, las partes se someten expresamente a la jurisdicción de los juzgados y tribunales de la ciudad de ... , y renuncian expresamente a cualquier otro foro que les pueda corresponder.

En señal de conformidad, y para más obligación, extienden y firman este contrato por duplicado y a un solo efecto en la ciudad y en la fecha indicada en el encabezamiento.

EL CESIONARIO

EL AUTOR/A

## CONTRATO DE CREACIÓN PUBLICITARIA

Basado en el modelo del manual 'El ilustrador y la ley'

En ... , el día ... de ... de ...

### Reunidos:

De una parte, ... [nombre completo], con domicilio en ... [población], c/ ... y NIF ..., de ahora en adelante el AUTOR/A.

Y de la otra, ... [si es persona física, nombre completo], con domicilio en ... [población], c/ ... y NIF ...

... [si es persona jurídica, nombre completo de la empresa], con domicilio en ... [población], c/ ... y NIF ..., representada en este acto por ... en calidad de ... ; de ahora en adelante, el ANUNCIANTE [O AGENCIA].

### Exponen:

**I.** Que las partes se reconocen mutuamente la plena capacidad legal para contratar y obligarse libremente y formalizan este contrato de acuerdo con las siguientes

### Cláusulas:

**PRIMERA.**— Por el presente contrato se cede el derecho de reproducción de las ilustraciones indicadas en el ANEXO n.º 1 para la campaña de ... y durante el plazo de tiempo siguiente: ...

En caso de que el ANUNCIANTE y/o la AGENCIA hagan cambios sustanciales de la campaña, tanto en los soportes como en la duración y el ámbito de difusión, se necesitará el consentimiento expreso del AUTOR/A y la modificación de los honorarios.

**SEGUNDA.**— El AUTOR/A realizará la obra en el plazo y de acuerdo con las indicaciones previamente pactadas. Las entregas irán acompañadas siempre de su correspondiente albarán.

**TERCERA.**— La AGENCIA devolverá, excepto si está pactada su venta mediante el oportuno contrato, los originales del AUTOR/A después de haber hecho la impresión respondiendo del buen estado y conservación de la obra.

**CUARTA.**— La AGENCIA remitirá las pruebas de impresión (en papel o digitales) de la ilustración al AUTOR/A, quien se compromete a devolverlas en el plazo máximo de ... días, e indicar por escrito las observaciones pertinentes, teniendo en cuenta el sistema de reproducción usado. Si transcurrido este plazo el autor/a no ha devuelto las pruebas, la AGENCIA podrá realizar las correcciones técnicas que estime oportunas, sin que pueda exigir ningún tipo de responsabilidad si el resultado de las correcciones no fuera satisfactorio para el AUTOR/A.

**QUINTA.**— La AGENCIA pagará al AUTOR/A los honorarios, por importe de ... , de la manera siguiente: ... [definir]

En caso de producir algún tipo de modificación en las ilustraciones entregadas, que no se hayan establecido como características del encargo pactado, la agencia deberá pagar los honorarios complementarios correspondientes, que se fijarán dentro de los parámetros y en proporción a los ya pactados.

**SEXTA.**— El ANUNCIANTE y/o la AGENCIA se comprometen a hacer constar el nombre o seudónimo del AUTOR/A en cualquiera de los formatos o soportes donde se reproduzca la ilustración.

Son responsables del cumplimiento de este contrato el AUTOR/A y por otro lado, con carácter solidario, el ANUNCIANTE y la AGENCIA PUBLICITARIA.

**SÉPTIMA.**— Para la solución de cualquier cuestión o litigio derivados de este contrato, las partes se someten expresamente a la jurisdicción de los juzgados y tribunales de la ciudad de ... , y renuncian expresamente a cualquier otro foro que les pueda corresponder.

En señal de conformidad, las partes extienden y firman este contrato por duplicado y a un solo efecto en la ciudad y en la fecha indicada en el encabezamiento.

EL ANUNCIANTE

EL AUTOR/A

## CONTRATO DE PRENSA

Basado en el modelo del manual 'El ilustrador y la ley'

En... , el día ... de ... de...

### Reunidos:

De una parte, ... [nombre completo], con domicilio en ... [población], c/ ... y NIF ..., de ahora en adelante el AUTOR/A.

Y de la otra, ... [si es persona física, nombre completo], con domicilio en ... [población], c/ ... y NIF ...

... [si es persona jurídica, nombre completo de la empresa], con domicilio en ... [población], c/ ... y NIF ..., representada en este acto por ... en calidad de ... ; de ahora en adelante, la SOCIEDAD.

### Exponen:

I. Que la SOCIEDAD, entidad mercantil, publica diariamente el diario ... (de ahora en adelante el DIARIO). [o bien semanalmente/mensualmente la revista ...]

II. Que la SOCIEDAD está interesada en obtener la prestación de los servicios del COLABORADOR para la preparación de ILUSTRACIONES de actualidad u otras temáticas.

III. Que las partes se reconocen mutuamente la plena capacidad legal para contratar y obligarse libremente y formalizan este contrato de acuerdo con las siguientes

### Cláusulas:

#### PRIMERA.— OBJETO

El COLABORADOR preparará y entregará a la SOCIEDAD, cuando esta así lo requiera, una ilustración original y de su propia creación sobre cualquier asunto o acontecimiento que, según el parecer de la SOCIEDAD o del COLABORADOR, merece ser objeto de análisis.

#### SEGUNDA.— DURACIÓN

El presente contrato entrará en vigor a partir de la fecha de su firma y tendrá una duración inicial de un año desde su otorgamiento prorrogable por los mismos períodos de duración, excepto si es denunciado dando un preaviso mínimo de un mes respecto del vencimiento del plazo inicial o de cualquiera de las prórrogas, según el caso.

#### TERCERA.— OBLIGACIONES DEL COLABORADOR

El COLABORADOR estará obligado a prestar su colaboración de acuerdo con sus mejores conocimientos y aptitudes siguiendo las recomendaciones e instrucciones que le pueda hacer la SOCIEDAD de acuerdo con las líneas generales de actuación del DIARIO y de la compañía en general, si se da el caso.

En particular, el hecho de que el DIARIO requiera una planificación diaria de sus contenidos exige que el COLABORADOR se ajuste, en todos los casos, a las indicaciones de la SOCIEDAD en relación con los plazos de entrega.

#### CUARTA.— EJERCICIO DE LA ACTIVIDAD

El COLABORADOR organizará su actividad profesional con total independencia, de acuerdo con sus propios medios, organización y disponibilidad de horario y dedicando a su actividad el tiempo necesario según sus propios criterios. El servicio se ofrecerá con la debida diligencia y con el rigor propio del ejercicio de la actividad profesional.

El COLABORADOR asumirá todos los gastos que se originen en su actividad profesional y que sean necesarios o indispensables para su ejercicio.

De acuerdo con lo que prevé la presente cláusula, las partes manifiestan que la colaboración objeto del presente acuerdo no requerirá la realización de inversiones de ningún tipo por parte del COLABORADOR.

#### QUINTA.— FORMALIDADES DE LA COLABORACIÓN

El COLABORADOR deberá entregar los trabajos a través de cualquier medio técnico posible en función de las necesidades de la SOCIEDAD y en atención a la complejidad y extensión del trabajo.

#### SEXTA.— USO DE LOS TRABAJOS

El COLABORADOR, en vista de la dificultad que supone programar diariamente los contenidos y los formatos del DIARIO, autoriza expresamente a la SOCIEDAD para que, en

su caso, pueda modificar, únicamente de forma técnica, nunca estética, el trabajo entregado y adaptarlo a su formato definitivo, y ofrece en todo momento asistencia técnica a la SOCIEDAD.

En ningún caso las modificaciones realizadas sobre la obra implicarán la vulneración de los derechos morales del COLABORADOR.

**SÉPTIMA.— PRECIO**

La SOCIEDAD pagará al COLABORADOR una cantidad bruta por cada una de las ilustraciones que sean entregadas para su publicación.

Las partes fijarán en cada momento el precio que se deba pagar por cada trabajo encargado. El precio fijado deberá ser liquidado por la SOCIEDAD, tanto si se publica como si no, en el plazo máximo de ... días a contar desde el último día del mes en que se ha producido la entrega del trabajo en cuestión. [En el caso de incluirse también la cesión para soporte digital, puede marcarse un plazo de tiempo o número de visitas/descargas de la ilustración a partir del cual cobrar un porcentaje del precio a mayores]

**OCTAVA.— CESIÓN DE DERECHOS**

El COLABORADOR cede en exclusiva a la SOCIEDAD el derecho de reproducción, el de distribución y el de comunicación pública sobre las obras que se hayan entregado para su publicación en el medio o soporte siguiente... [detallar para qué publicación concreta se ceden los derechos], y únicamente en soporte papel. [Incluir también soporte digital si la remuneración es adecuada] Los derechos cedidos lo serán únicamente en el ámbito propio de la actividad que desarrolla la SOCIEDAD, y quedan expresamente excluidos los usos de la obra con finalidad lucrativa en el ámbito del merchandising o la publicidad.

Como consecuencia de la cesión, la SOCIEDAD pagará al COLABORADOR el precio pactado en la cláusula séptima.

**NOVENA.— RESPONSABILIDADES**

Las partes reconocen y manifiestan que corresponden únicamente y exclusivamente al COLABORADOR todas las responsabilidades que se puedan derivar de los trabajos realizados por el COLABORADOR y publicados por la SOCIEDAD al amparo del presente contrato. Al COLABORADOR se le obliga a mantener enteramente indemne a la SOCIE-

DAD de cualquier perjuicio que pueda sufrir como consecuencia de la publicación de los trabajos realizados por el COLABORADOR.

**DÉCIMA.— CONFIDENCIALIDAD**

Tanto durante la vigencia del contrato como después de su finalización y con carácter indefinido, el COLABORADOR y la SOCIEDAD, tanto a título personal como mediante cualquier persona interpuesta, física o jurídica, se obligan a mantener la más estricta confidencialidad sobre cualquier información o datos a los que hubieran tenido acceso durante la vigencia de este contrato.

Inmediatamente después de la finalización de este contrato por cualquier causa, el COLABORADOR deberá devolver a la SOCIEDAD todos los documentos y materiales, y sus copias, que contengan información confidencial y que puedan estar en su poder.

Asimismo, la SOCIEDAD deberá devolver al COLABORADOR todos los documentos y materiales originales del COLABORADOR que puedan estar en su poder.

**UNDÉCIMA.— CARÁCTER MERCANTIL**

Este contrato tiene carácter exclusivamente mercantil, sin ninguna implicación de carácter laboral.

**DECIMOSEGUNDA.— CESIÓN Y SUBROGACIÓN**

Este contrato tiene carácter personalísimo y, por lo tanto, no podrá ser subrogado o cedido, todo o en parte, por el COLABORADOR sin el previo consentimiento de la SOCIEDAD otorgado de forma expresa y por escrito.

**DECIMOTERCERA.— INCUMPLIMIENTOS**

Cualquier incumplimiento por parte de cualquiera de los contratantes de las obligaciones contraídas en el presente contrato será causa de resolución inmediata de este, con expresa reserva de todas las acciones legales que corresponda ejercer a las partes por los daños y perjuicios que se puedan originar.

**DECIMOCUARTA.— JURISDICCIÓN**

Para la solución de cualquier cuestión o litigio derivados de este contrato, las partes se someten expresamente a la jurisdicción de los juzgados y tribunales de la ciudad de ... , y renuncian expresamente a cualquier otro foro que les pueda corresponder.

Y para que esto conste y en señal de conformidad, las partes lo firman por duplicado y a un solo efecto en el lugar y la fecha indicada en el encabezamiento.

LA SOCIEDAD

EL COLABORADOR

## CONTRATO DE CREACIÓN DE PERSONAJE O MASCOTA

Basado en el modelo del manual 'El ilustrador y la ley'

---

En..., el día... de ... de ...

### Reunidos:

De una parte, ... [nombre completo], con domicilio en ... [población], c/ ... y NIF ..., de ahora en adelante el AUTOR/A.

Y de la otra, ... [si es persona física, nombre completo], con domicilio en ... [población], c/ ... y NIF ...

... [si es persona jurídica, nombre completo de la empresa], con domicilio en ... [población], c/ ... y NIF ..., representada en este acto por ... en calidad de ... ; de ahora en adelante, el EDITOR [o el CLIENTE].

### Exponen:

I. Que el CLIENTE necesita crear un personaje ... [determinar, si se puede], que de ahora en adelante denominaremos MASCOTA, para su campaña de ... , y ha encargado al AUTOR/A su creación.

II. Que el AUTOR/A ha aceptado el encargo.

III. Que las partes se reconocen mutuamente la plena capacidad legal para contratar y obligarse libremente y formalizan este contrato de acuerdo con las siguientes

### Cláusulas:

**PRIMERA.**— El AUTOR/A cede al CLIENTE los derechos de reproducción, impresión y publicación de la MASCOTA, en forma de ... [dípticos, carteles, etc.] dentro de la campaña ... [especificar al máximo]. Para cualquier otro uso que se quiera dar a la MASCOTA diferente de los aquí especificados, el CLIENTE ha de solicitar previamente el consentimiento del AUTOR/A.

**SEGUNDA.**— Como contraprestación de esta cesión, el AUTOR/A recibirá la cantidad de ... euros, que se le pagarán 30 días después de la entrega del trabajo.

**TERCERA.**— El AUTOR/A declara ser el único autor de la MASCOTA y estar, por lo tanto, en plena posesión de los derechos cedidos, y se hace responsable ante terceros de cualquier problema que pueda surgir por este motivo.

**CUARTA.**— El AUTOR/A se compromete a entregar el trabajo acabado antes del día ...

**QUINTA.**— El CLIENTE someterá a la aprobación del AUTOR/A las pruebas de impresión del trabajo (en papel o digitales), para que dé su aprobación o introduzca las modificaciones que considere oportunas, en un plazo no superior a siete días. Pasado este plazo, si el AUTOR/A no manifiesta lo contrario, el resultado se considerará bueno.

**SEXTA.**— El CLIENTE hará constar en todos los ejemplares impresos de la MASCOTA el nombre del AUTOR/A.

**SÉPTIMA.**— En todo lo que no prevé este contrato, se tendrá en cuenta lo que dispone el Real Decreto legislativo 1/1996 de 12 de abril.

**OCTAVA.**— Para la solución de cualquier cuestión o litigio derivados de este contrato, las partes se someten expresamente a la jurisdicción de los juzgados y tribunales de la ciudad de ... , y renuncian expresamente a cualquier otro foro que les pueda corresponder.

En señal de conformidad, y para más obligación, extienden y firman este contrato por duplicado y a un solo efecto en la ciudad y en la fecha indicada en el encabezamiento.

EL CLIENTE

EL AUTOR/A

## CONTRATO DE VENTA DE OBRA

Basado en el modelo del manual 'El ilustrador y la ley'

En..., el día... de... de ...

### Reunidos:

De una parte, ... [nombre completo], con domicilio en ... [población], c/ ... y NIF ..., de ahora en adelante el AUTOR/A.

Y de la otra, ... [si es persona física, nombre completo], con domicilio en ... [población], c/ ... y NIF ...

... [si es persona jurídica, nombre completo de la empresa], con domicilio en ... [población], c/ ... y NIF ..., representada en este acto por ... en calidad de ... ; de ahora en adelante, el COMPRADOR.

### Exponen:

I. Que el AUTOR/A es propietario/a, como autor/a, de la obra original siguiente:... [descripción exhaustiva de la obra: temática, dimensiones, material utilizado, año de la realización y cualquier otro dato que sirva para identificarla; se puede adjuntar, nombrándola, una fotografía o reproducción firmada por ambas partes. Se ha de especificar, también, si se trata de una obra única o si forma parte de diferentes originales seriados].

II. Que el comprador está interesado en comprar, y el AUTOR/A en vender la obra citada.

III. Que las partes se reconocen mutuamente la plena capacidad legal para contratar y obligarse libremente y formalizan este contrato de acuerdo con las siguientes

### Cláusulas:

**PRIMERA.**— El AUTOR/A vende al comprador, que compra la obra descrita en el apartado I anterior.

La OBRA se entrega en este acto con plena conformidad del comprador.

Los gastos de embalaje, traslado y transporte de la obra corren a cargo del comprador.

**SEGUNDA.**— El precio de la compraventa es de ... euros, que el AUTOR/A declara que ha recibido del comprador con su completa conformidad [si se da el caso, se especifica la modalidad de pago que se ha acordado].

**TERCERA.**— El COMPRADOR se compromete a reconocer en todo momento al AUTOR/A como autor/a de la OBRA; a conservarla, a no manipularla ni modificarla sin su consentimiento previo y por escrito, y a facilitar al AUTOR/A el ejercicio de las facultades que configuran su derecho moral sobre la obra.

**CUARTA.**— El AUTOR/A podrá exigir en todo momento al comprador información sobre la localización de la OBRA y sobre las transacciones que este hubiera realizado o tuviera intención de hacer. El COMPRADOR manifiesta expresamente que sabe y conoce el derecho que otorga al AUTOR/A el artículo 24 de la Ley de propiedad intelectual.

**QUINTA.**— Mediante la compraventa, el COMPRADOR no adquiere ningún derecho de explotación sobre la OBRA (y tampoco podrá exponerla públicamente sin la previa autorización del AUTOR/A) [Optativo].

**SEXTA.**— Los gastos y los impuestos que se acrediten con motivo del contrato corren a cargo del COMPRADOR.

**SÉPTIMA.**— En caso de que surgieran dudas o discrepancias en la interpretación o la ejecución del contrato, las partes, con renuncia a cualquier otro foro, se someten expresamente a los juzgados y tribunales de ... [localidad donde reside el autor/a].

En señal de conformidad, y para más obligación, extienden y firman este contrato por duplicado y a un solo efecto en la ciudad y en la fecha indicada en el encabezamiento.

EL COMPRADOR

EL AUTOR/A

## CONTRATO DE AGENCIA

Basado en el modelo del manual 'El ilustrador y la ley'

En ... , el día ... de ... de ...

### Reunidos:

De una parte, ... [nombre completo], con domicilio en ... [población], c/ ... y NIF ... , de ahora en adelante el AUTOR/A.

Y de la otra, ... [si es persona física, nombre completo], con domicilio en ... [población], c/ ... y NIF ...

... [si es persona jurídica, nombre completo de la empresa], con domicilio en ... [población], c/ ... y NIF ..., representada en este acto por ... en calidad de ... ; de ahora en adelante, el AGENTE.

### Exponen:

I. Que el AGENTE, en calidad de agente de ilustradores, se compromete a promover de manera continuada e independiente, a partir de la fecha del presente contrato, todo tipo de contratos sobre las obras de ilustración o de ilustración y literarias del AUTOR/A, creadas a partir de esta fecha, así como las preexistentes que se detallan en el ANEXO.

II. Que ... , AUTOR/A de obras de ilustración y literarias, acepta la representación de ... para la explotación de sus obras.

Las dos partes acuerdan el presente CONTRATO DE AGENCIA y a este efecto establecen las siguientes

### Cláusulas:

**PRIMERA.**— OBJETO DEL CONTRATO. El objeto del presente contrato es la promoción y la mediación por parte del AGENTE de las obras del AUTOR/A, nombradas en el EXPONEN I, para la cesión de los derechos de explotación de las obras, en las modalidades siguientes:

- Contratos de edición y cesión de los derechos de reproducción y distribución de las obras del AUTOR/A en forma de libro para todas las modalidades de edición.
- Contratos de transformación de una obra preexistente, tanto para la traducción de la obra como para su adaptación en el cine, teatro o televisión.
- Contratos de ejecución pública y de cesión del derecho de comunicación pública de las obras del AUTOR/A para radiodifusión, disertación, recitación o cualquier otro acto de comunicación pública.

El AUTOR/A concede al AGENTE la autorización necesaria para que, en su nombre y representación, lleve a cabo todas las gestiones necesarias para conseguir los objetivos del presente contrato.

El AGENTE someterá a la aprobación del AUTOR/A los contratos para la explotación de sus obras.

El AUTOR/A, en caso de aceptar las condiciones propuestas, cerrará y firmará los contratos de cesión de derechos de explotación de sus obras.

**SEGUNDA.—** ÁMBITO DE VALIDEZ DEL CONTRATO. El presente contrato será válido y producirá sus efectos en todos los países del mundo a partir de la fecha de suscripción.

En relación con la obra creada por el AUTOR/A con anterioridad a esta fecha, en caso de acuerdo entre las partes para que sea objeto del presente contrato, dicha obra será vinculada por Anexo al contrato.

**TERCERA.—** PACTO DE EXCLUSIVA. EL AUTOR/A se obliga de forma exclusiva con el AGENTE y le garantiza el ejercicio pacífico de los derechos que cede por el presente contrato, y manifiesta que no tiene contraídos ni contraerá en el futuro compromisos o gravámenes que afecten a la realización del presente contrato.

**CUARTA.—** OBLIGACIONES DEL AGENTE. EL AGENTE se obliga a promover la obra del AUTOR/A realizando la gestión de todo tipo de actos con editores, productores y otras personas interesadas en la explotación de la obra del AUTOR/A y a cerrar los contratos necesarios para obtener esta finalidad, de la manera establecida en el pacto primero.

El AGENTE se compromete a velar por los intereses del AUTOR/A y por el cumplimiento de los contratos derivados

del presente acuerdo, a poner en conocimiento de esta toda la información de la que dispone y a desarrollar su actividad de acuerdo con sus instrucciones, sin perjuicio del derecho que asiste al AGENTE a la independencia en la forma de realizar sus funciones.

Asimismo, el AGENTE se compromete a respetar los derechos morales y patrimoniales del AUTOR/A y a poner en conocimiento de este cualquier infracción de estos derechos que pudiera ser realizada por terceros.

El AGENTE entregará al AUTOR/A los ejemplares gratuitos de la edición o transformación de sus obras que le correspondan y se obliga a presentarle un certificado en el que consten las liquidaciones de las ventas de ejemplares de las obras, emitido por el editor, productor o cualquier otro cesionario, en caso de que le sean tramitados al AUTOR/A a través del AGENTE.

**QUINTA.—** OBLIGACIONES DEL AUTOR/A. Pagar al AGENTE el ... % de la remuneración que corresponda al AUTOR/A como consecuencia de la explotación de las obras indicadas en el EXPONEN I o por Anexo, en su lengua original, y sobre las que el AGENTE intervenga directamente, y el ... % en los contratos de traducción de las obras del AUTOR/A indicadas en el EXPONEN I o por Anexo y sobre las que el AGENTE intervenga directamente.

Estas comisiones se aplicarán sobre el importe bruto de las cantidades acordadas en concepto de derechos de autor. El AGENTE repercutirá íntegramente al AUTOR/A las retenciones y los impuestos que legalmente estén establecidos en cada momento.

Pagar al AGENTE el mismo porcentaje estipulado en el párrafo anterior, si una de sus obras, sujetas al presente contrato, obtiene algún premio cuya dotación constituya un anticipo sobre ventas futuras.

Autorizar al AGENTE para que en su nombre y representación cobre directamente de las editoriales u otros cesionarios las remuneraciones en concepto de derechos de AUTOR/A acordados en los contratos suscritos con su intervención, y para que deduzca los porcentajes que le corresponden en concepto de comisión.

Notificar al AGENTE de forma fehaciente toda la información y los documentos necesarios para la realización de su trabajo.

El AUTOR/A está obligado a respetar el funcionamiento de la agencia reconociendo la independencia del AGENTE

en el desarrollo de su actividad, así como la capacidad necesaria para cumplir con el objeto del presente contrato. El AUTOR/A deberá mostrar en todo momento una actitud respetuosa y de colaboración con el AGENTE.

**SEXTA.**— AUTORIZACIÓN PARA CONTRATAR CON SUBAGENTES. El AUTOR/A autoriza al AGENTE para recurrir a la actuación de subagentes. Todos los gastos, impuestos y comisiones que acrediten o devengan serán a cuenta exclusivamente del AGENTE y se pagarán según el AGENTE y el subagente acuerden, con total indemnidad para el AUTOR/A.

**SÉPTIMA.**— GASTOS DERIVADOS DEL CUMPLIMIENTO DEL CONTRATO. Los gastos ocasionados en el ejercicio de su intermediación serán a cargo del AGENTE.

Los gastos adicionales para la defensa judicial y extrajudicial de los derechos de propiedad intelectual del AUTOR/A, como por ejemplo: honorarios de abogados, minutas de notarios y otros, correrán a cargo del AUTOR/A, siempre que se hayan sometido a su aprobación preliminar.

**OCTAVA.**— DURACIÓN DEL CONTRATO. El presente contrato tendrá una duración de un año a contar desde su firma. Terminado el contrato por el transcurso del plazo indicado se entenderá renovado automáticamente por períodos sucesivos de un año, siempre que ninguna parte comunique a la otra, mediante carta certificada, su intención de poner fin al contrato con una anticipación mínima de un mes respecto a la fecha final del período inicial o a cualquiera de sus prórrogas.

En caso de que el contrato quede resuelto, el AGENTE seguirá percibiendo las comisiones devengadas de los contratos suscritos mediante su intervención hasta su terminación.

**NOVENA.**— CAUSAS DE EXTINCIÓN DEL CONTRATO. La relación jurídica derivada del presente contrato se extinguirá por el transcurso del tiempo, de acuerdo con lo que establece la cláusula anterior y por las causas siguientes:

- Por mutuo acuerdo entre las partes. En este caso se pactarán las indemnizaciones que el AUTOR/A deberá compensar al AGENTE, ya sea por los beneficios obtenidos o bien por los gastos realizados por el AGENTE en el desarrollo de su actividad y que no hayan sido amortizados.

- Por incumplimiento total o parcial de las obligaciones contraídas por las partes.

**DÉCIMA.**— RÉGIMEN LEGAL Y JURISDICCIÓN APLICABLE. El presente contrato se registrará y será interpretado de acuerdo con lo que prevé el Real Decreto legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de propiedad intelectual y por las normas imperativas de la ley 12/1992, de 27 de mayo, sobre contrato de agencia.

Para todas las dudas e incidencias que puedan surgir de la interpretación y ejecución del presente contrato, serán competentes los juzgados y tribunales de ... , con renuncia a cualquier otro foro que les pudiera corresponder.

Y como prueba de conformidad, las dos partes firman el presente contrato por duplicado y a un solo efecto en el lugar y la fecha indicada en el encabezamiento.

EL AGENTE

EL AUTOR/A

## AGENCY AGREEMENT

Basado en el modelo del manual 'El ilustrador y la ley'

In ... , on ... .., ...

### Meeting

On the one side: Mr/Ms ... , of age, residing at [town/city, street, floor, door, post code] with tax identification number ... Hereinafter, the AUTHOR.

And on the other: Mr/Ms ... , with tax identification number ... intervening on behalf of ..., in ... , at ... Hereinafter, the AGENT.

The two parties recognise, in their respective qualities and representations, that they have the necessary legal capacity here for, which they state has not been revoked or limited in any way.

### They declare

I. That ..., as the literary agent, agrees continuously and independently from the date hereof, to promote all kinds of contracts on the works of illustration, literature or combined (illustration and literature) of the AUTHOR, created hereafter, and those preexisting works described in the ANNEXE.

II. That ..., the author of works of illustration and literature, agrees to represent ... for the operation of their works.

The two parties grant the present AGENCY AGREEMENT and to this effect agree on the following

### Pacts

**FIRST.—** OBJECT OF THE AGREEMENT. The object of this agreement is for the AGENT to promote and mediate on the works of the AUTHOR mentioned in Manifesto I, for the concession of the rights to handle the works in the following forms:

- Agreements for publishing and awarding the rights to reproduce and distribute the works of the author freely for any form of publishing.
- Agreements to transform a pre-existing work both for the translation of the work and for its adaptation to the cinema, theatre or television.
- Agreements of public performance and awarding of the right to publicly announce the works of the author for radio, dissertation, recital or any other act of public communication.

The AUTHOR awards the AGENT the necessary authorisation to deal in his name and on his/her behalf with everything that it necessary for achieving the objectives hereof.

The AGENT will submit the agreements for the use of the works to the AUTHOR.

The AUTHOR, if he accepts the proposed conditions, will close and sign the agreements awarding the rights to use his/her works.

**SECOND.—** AGREEMENT VALIDITY. This agreement will be valid and cause its effects in all countries of the world from the date of subscription.

In relation to the work created by the AUTHOR previous to this date, in the event of agreement between the parties so that they might form part hereof, the mentioned work will be listed in the Annexe to the agreement.

**THIRD.—** EXCLUSIVE. The AUTHOR is exclusively bound to the AGENT and guarantees them all peaceful exercise of the rights awarded herein, and states that he/she has not contracted not will in the future contract commitments or encumbrances that might affect the performance of this agreement.

**FOURTH.—** AGENT OBLIGATIONS. The AGENT is obliged to promote the work of the AUTHOR by dealing with all types of acts with editors, producers and other people interested in using the work of the AUTHOR and to close all necessary agreements to this end, as established in the first pact.

The AGENT agrees to protect the interests of the AUTHORS and ensure the compliance with all agreements derived here from and available to them and to develop

their activity in accordance with their instructions, without prejudice to the right of the AGENT to complete independence in their form of proceeding.

Likewise, the AGENT agrees to respect all moral and wealth rights of the AUTHORS and to inform them of any possible infringement thereof by others.

The AGENT will give the AUTHOR free copies of the edition or transformation of their works that might correspond, and agrees to present them with a certificate showing the settlements of the sales of the copies of the works issued by the editor, producer or any other awardee, if they are processed for the AUTHOR through the AGENT.

**FIFTH.— AUTHOR OBLIGATIONS.** To pay the AGENT ... % of the remuneration corresponding to the AUTHOR as a result of the operation of their works listed in Manifesto I or the Anexe, in their original language and upon which the AGENT intervenes directly, and ... % in translation agreements of the works of the AUTHOR listed in Manifesto I or the Anexe and on which the AGENT intervenes directly.

These commissions will be applied to the gross income of the amounts agreed as royalties. The AGENT will pass on all withholdings and taxes that are legally established at any time to the AUTHOR in whole.

To pay the AGENT the same percentage as is stipulated in the previous paragraph, if one of their works hereunder should win any award of which the prize involves an advance on future sales.

To authorise the AGENT to directly collect all remunerations on their behalf from royalties agreed in the agreements signed with their intervention, and to deduct all percentages that might correspond to them as commission.

To irrevocably give the AGENT all necessary information and documents for their work.

The AUTHOR is obliged to respect the operation of the agency, by recognising the independence of the AGENT in developing their activity, and their necessary capacity to fulfil the object hereof. The AUTHOR will at all show a respectful attitude of collaboration with the AGENT.

**SIXTH.— AUTHORISATION TO CONTRACT WITH SUBAGENTS.** The AUTHOR authorises the AGENT to make use of sub-agents. All expenses, taxes and commission that they might ac-

credit and/or deserve will run exclusively to the AGENT and will be paid in the manner that the AGENT and the sub-agent might agree, leaving the AUTHOR free of all responsibility.

**SEVENTH.— EXPENSES IN COMPLIANCE WITH THE AGREEMENT.** All expenses caused in this mediation will run to the AGENT. Any additional expenses caused by the defence in and out of court of the AUTHOR's intellectual property rights, such as lawyers' fees, notary public acts and others, will run to the AUTHOR, as long as they have received their previous approval.

**EIGHTH.— DURATION OF THE AGREEMENT.** This agreement will hold for 1 year counting from the time it is signed. At the end of the agreement in the course of the indicated term, it will be deemed automatically renewed for successive periods of one year if neither of the parties should inform the other, by certified letter, of their intention to terminate the agreement with forewarning of one month with respect to the date of the end of the initial period or any of the extensions.

If this agreement should be resolved, the AGENT will continue to receive the commissions they have deserved in the agreements signed through their intervention until the termination.

**NINTH.— REASONS FOR EXPIRATION.** The legal relationship derived here from will expire with the time established in the previous clause and for the following causes:

- Through the mutual agreement of the parties. In this case, the compensations will be agreed that the AUTHOR must pay the AGENT, either for their earnings or for the expenses incurred by the AGENT in developing their activity that have not been repaid.
- Through the total or partial infringement of the specific obligations by the parties.

**TENTH.— LEGAL SYSTEM AND APPLICABLE JURISDICTION.** This agreement will be governed and interpreted according to the provisions of legislative royal decree 1/1996, of 12th April, approving the rewritten text of the law of intellectual property and by the imperative rules of law 12/1992 of 27th May, concerning agency agreements.

The courts and tribunals of ... will be competent for all doubts and incidents that might arise from the interpretation and performance of this agreement, and all other laws that might correspond will be waived.

And as proof of conformity, the two parties sign this agreement in duplicate to one sole effect in the place and on the date mentioned in the header.

THE AUTHOR

THE AGENT

## CONTRATO DE DEPÓSITO DE ILUSTRACIONES

Basado en el modelo del manual 'El ilustrador y la ley'

---

En..., el día... de ... de...

### Reunidos:

De una parte, ... [nombre completo], con domicilio en ... [población], c/ ... y NIF ..., de ahora en adelante el AUTOR/A.

Y de la otra, ... [si es persona física, nombre completo], con domicilio en ... [población], c/ ... y NIF ...

... [si es persona jurídica, nombre completo de la empresa], con domicilio en ... [población], c/ ... y NIF ..., representada en este acto por ... en calidad de ... ; de ahora en adelante, el DEPOSITARIO.

### Exponen:

I. Que el Sr./Sra. ..., ilustrador/a de profesión, es el autor/a de las ilustraciones siguientes: ... [especificar las ilustraciones que serán objeto del depósito].

II. Que el AUTOR/A desea que su obra, anteriormente detallada, esté al alcance del público en general, y quiere dejarla en depósito a ... [nombre del depositario; especificar si se trata de una entidad museística, una entidad privada o un particular], que lo ha aceptado.

III. Que las partes se reconocen mutuamente la plena capacidad legal para contratar y obligarse libremente y formalizan este contrato de acuerdo con las siguientes

### Cláusulas:

**PRIMERA.**— El AUTOR/A concede al DEPOSITARIO el depósito de las obras anteriormente descritas.

**SEGUNDA.**— El DEPOSITARIO se hará cargo de las ilustraciones depositadas con el mayor cuidado y diligencia posible.

**TERCERA.**— El depósito de referencia es por tiempo indefinido, pero en el momento en que el AUTOR/A lo crea conveniente, podrá recuperar las obras. En caso de que de las ilustraciones objeto del presente contrato no se hiciera el uso para el que han sido depositadas, el contrato quedará rescindido de forma automática y las obras deberán ser inmediatamente devueltas a su AUTOR/A.

**CUARTA.**— En ningún caso el depósito de las obras comporta la cesión de los derechos de explotación de estas obras, salvo que se haya pactado expresamente.

**QUINTA.**— Los gastos de conservación de las obras depositadas, así como cualquier otro gasto que genere el depósito, serán a cargo del DEPOSITARIO.

**SEXTA.**— Mientras dure el depósito, el DEPOSITARIO podrá dejar las obras objeto del presente contrato en préstamo para exposiciones temporales de otros centros o entidades, con las precauciones extremas habituales y dando cuenta de forma anticipada al AUTOR/A.

En señal de conformidad, firman este documento, al margen de la primera hoja y al pie de la presente, por duplicado y con un único efecto.

EL DEPOSITARIO

EL AUTOR/A

## CONTRATO DE ANIMACIÓN

Basado en el modelo del manual 'El ilustrador y la ley'

En..., el día... de ... de...

### Reunidos:

De una parte, ... [nombre completo], con domicilio en ... [población], c/ ... y NIF ..., de ahora en adelante el AUTOR/A.

Y de la otra, ... [si es persona física, nombre completo], con domicilio en ... [población], c/ ... y NIF ...

... [si es persona jurídica, nombre completo de la empresa], con domicilio en ... [población], c/ ... y NIF ..., representada en este acto por ... en calidad de ... ; de ahora en adelante, el CLIENTE.

### Exponen:

I. Que el CLIENTE es una productora audiovisual especializada en dibujos animados, destinados a públicos infantiles, adolescentes y adultos, que bajo su iniciativa y coordinación desea llevar a cabo una obra audiovisual con el título original provisional de ... (en adelante, OBRA AUDIOVISUAL), con guión literario original, en general y por capítulos, obra de ..., sin perjuicio de la incorporación del correspondiente equipo de guionistas. De conformidad con el plan de producción previamente diseñado por ..., el director de la obra audiovisual es ...

II. Que el CLIENTE desea encargar al AUTOR/A el diseño de los dibujos de los personajes principales, así como: ... [detallar el encargo].

Los encargos resultantes se incorporarán mediante el correspondiente anexo al presente contrato (en adelante las ILUSTRACIONES), para su posterior desarrollo y trato audiovisual. Se incluirán, inicialmente, para dossier de presentación, piloto y serie.

III. Que, por lo tanto, las dos partes desean otorgar el presente contrato de encargo de obra y cesión de de-

rechos de propiedad intelectual, que se registrará por las siguientes

### Cláusulas:

**PRIMERA.** — OBJETO. El objeto del presente contrato consiste en el encargo del diseño de los dibujos de los personajes principales, así como ... [detallar el objeto del encargo], con la posterior cesión, en exclusiva y para los países siguientes: ... , de los derechos de propiedad intelectual patrimonial, en cualquier soporte y modalidad de explotación, todo ello a cambio de una remuneración y según lo que se establece en las cláusulas siguientes del presente contrato.

**SEGUNDA.** — CONTENIDO DEL ENCARGO. El AUTOR/A ejecutará su prestación de obra, según las directrices del DIRECTOR REALIZADOR, en la medida en que se trata de un contrato de naturaleza mercantil de arrendamiento de obra, por el que se obliga a la realización de los trabajos previstos en el EXPONEN II y en la cláusula PRIMERA del presente contrato.

La prestación de la obra objeto del contrato se establecerá de la forma siguiente y de conformidad con un calendario que se irá especificando mediante un anexo del presente contrato:

- a) El AUTOR/A entregará las ilustraciones según las indicaciones previamente recibidas por parte del director realizador.
- b) El AUTOR/A sabe, conoce y autoriza que el posterior desarrollo, adaptación audiovisual, estática y/o fija de las ILUSTRACIONES se puede realizar por terceros, incluyendo diseñadores y guionistas, entre otros, pero siempre y en todo caso se respetarán sus derechos morales.
- c) El AUTOR/A se compromete a firmar, como prueba de su autoría, las ILUSTRACIONES originales estáticas, así como sus borradores, copias y otros elementos que se derivan de las ILUSTRACIONES.

**TERCERA.** — DURACIÓN. El AUTOR/A se compromete a realizar todas las ilustraciones necesarias para poder llevar a cabo la ejecución final del encargo.

En cualquier caso, la cesión de los derechos de propiedad intelectual patrimonial se ceden por un plazo de ... años.

**CUARTA.** — REMUNERACIÓN. Como contraprestación por los derechos cedidos de propiedad intelectual patrimonial, se pacta la remuneración siguiente:

- a) Una remuneración a tanto alzado de ... euros, que se hará efectiva de la forma siguiente: ..., o bien
- b) La participación proporcional del ... % sobre los ingresos netos obtenidos por la explotación de la obra audiovisual en los términos pactados en la cláusula sexta. [Siempre que se hable de beneficios netos debe especificarse qué se entiende por estos, y explicar qué conceptos e importes se tendrán en cuenta]

Liquidaciones derivadas de porcentaje. A partir de los primeros beneficios que se obtengan o se produzcan, el CLIENTE remitirá semestralmente al AUTOR/A, y durante el mes siguiente al vencimiento del semestre natural, las liquidaciones de cantidades cerradas el 30 de junio y el 31 de diciembre de cada año, que se pagarán antes del 30 de septiembre y el 31 de marzo, respectivamente.

- c) En caso de cesión o venta a terceros de los derechos cedidos en el presente contrato, se debe pactar que, de la cantidad que reciba el CLIENTE, un ... % será para el autor.

**QUINTA.** — AUTORÍA. El AUTOR/A garantiza al CLIENTE que él es el titular original y en exclusiva de los derechos objeto del presente contrato, y que puede disponer con absoluta libertad de los citados derechos. Asimismo, el AUTOR/A garantiza que sobre estos derechos no pesa ningún tipo de carga o gravamen.

**SEXTA.** — CESIÓN DE DERECHOS. El AUTOR/A cede en exclusiva los derechos de explotación de las ILUSTRACIONES objeto del presente contrato y, en especial, los derechos, totales y/o parciales, de reproducción, distribución y comunicación pública.

- a) Derecho de reproducción, digital y/o analógico, total o parcial, temporal o permanente, entendido como la fijación de las ILUSTRACIONES en un medio que permita su comunicación y la obtención de copias de toda la obra o de una parte, entre otras, soporte papel, tapa dura o cartóné, rústica, ediciones económicas o de bolsillo, casete, CD, CR-Rom, CD-i, DVD, DVD-Rom, DVD-i, magnéticas, fonogramas, sistemas de recuperación electrónica, Internet, bases de datos.

b) Derecho de distribución, digital y/o analógica, total o parcial, temporal o permanente, entendida como la puesta a disposición del público del original o copias de la ejecución de las ILUSTRACIONES, en cualquiera de los soportes anteriormente nombrados en la presente cláusula párrafo a), mediante su venta, alquiler, préstamo o de cualquier otra forma comercial con contra-prestación económica o sin ella.

La modalidad de alquiler queda entendida como la puesta a disposición de los originales y las copias de las ILUSTRACIONES con un beneficio económico o comercial directo o indirecto.

Igualmente, quedan incluidas, por aceptación expresa de las partes, la puesta a disposición con finalidades de exposición, de comunicación pública a partir de fonogramas o de grabaciones audiovisuales, incluso de fragmentos de los unos y de los otros, y la que se realice para consulta *in situ*.

La modalidad de préstamo queda entendida como la puesta a disposición de los originales y copias de la ejecución de las ILUSTRACIONES para su uso durante un tiempo ilimitado sin beneficio económico o comercial directo o indirecto, siempre que este préstamo se lleve a cabo a través de establecimientos accesibles al público.

c) Derecho de comunicación pública, analógica y/o digital, total o parcial, temporal o permanente, entendida como tal cuando una pluralidad de personas pueda tener acceso a las ILUSTRACIONES sin previa distribución de ejemplares a cada una de ellas.

Igualmente, la proyección o la exhibición pública de las ILUSTRACIONES.

La emisión de las ILUSTRACIONES por radiodifusión o cualquier medio que sirva para la difusión sin signos, sonidos o imágenes.

El AUTOR/A autoriza el uso de fragmentos de la ejecución de las ILUSTRACIONES en todas sus versiones, para la publicidad y la promoción de la OBRA AUDIOVISUAL.

Cualquier otra modalidad de explotación que se quiera llevar a cabo con las ILUSTRACIONES del dibujante deberá ser acordada entre las partes. Asimismo, se pactará la oportuna contraprestación económica.

**SÉPTIMA.**— TÍTULOS DE CRÉDITO. El AUTOR/A tendrá derecho a figurar en los títulos de crédito, por su aportación. En cuanto a la medida, el reflejo en los anuncios de publi-

cidad, la publicidad en general y el orden de aparición, será decisión del CLIENTE. El AUTOR/A sabe y conoce que la reserva de copyright y su expresión corresponden, en exclusiva y a nivel mundial, a favor del CLIENTE tanto de las ILUSTRACIONES como de la OBRA que resulte.

**OCTAVA.**— REGISTROS. El AUTOR/A sabe, conoce y faculta para que el CLIENTE pueda realizar todos los registros, privados y/o públicos, que sean necesarios para la protección de la ejecución de las ILUSTRACIONES como sus desarrollos posteriores según la extensión de la cláusula de cesión.

**NOVENA.**— ENTIDADES DE GESTIÓN. El AUTOR/A autoriza y faculta al CLIENTE para realizar los registros ante las entidades de gestión que haga falta para obtener la total eficacia de los derechos cedidos en virtud del presente contrato.

**DÉCIMA.**— RÉGIMEN LEGAL Y JURISDICCIÓN APLICABLE. El presente contrato se registrará y será interpretado de acuerdo con lo que prevé el Real Decreto legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de propiedad intelectual.

Para todas las dudas e incidencias que puedan surgir de la interpretación y ejecución del presente contrato, serán competentes los juzgados y tribunales de ... , con renuncia a cualquier otro foro que pueda corresponder.

Como prueba de conformidad, las partes firman este contrato por duplicado, con sus anexos correspondientes, que se incorporan como parte integrante del presente contrato, en la fecha y el lugar indicados en la parte superior.

EL CLIENTE

EL AUTOR/A

## MODELO DE FACTURA CON IVA

---

Nombre y apellidos o razón social del autor/a  
Domicilio del autor/a  
NIF/CIF del autor/a

Número de la factura  
Fecha de emisión

Nombre y apellidos o razón social del destinatario  
Domicilio del destinatario  
NIF/CIF del destinatario

Descripción de las operaciones facturadas ...  
[se pueden indicar también los límites temporales, territoriales y de modalidades de la cesión]  
Importe base ...  
IVA 18% ...  
Suma ...  
Retención 15/7% ...  
Total ...

## MODELO DE FACTURA CON EXENCIÓN DE IVA

---

Nombre y apellidos o razón social del autor/a  
Domicilio del autor/a  
NIF/CIF del autor/a

Número de la factura  
Fecha de emisión

Nombre y apellidos o razón social del destinatario  
Domicilio del destinatario  
NIF/CIF del destinatario

Descripción de las operaciones facturadas ...  
[se pueden indicar también los límites temporales, territoriales y de modalidades de la cesión]  
Importe base ...  
Retención 15/7% ...  
Total ...

Operación exenta de IVA en virtud del artículo 20.26 de la ley 37/1992.

[En caso de trabajos para el extranjero: «Operación no sujeta a IVA por el artículo 69.Uno.1º de la ley 37/1992»]

## LOS MIEMBROS DE LA COMISIÓN DEL OBSERVATORIO

**Horacio Altuna** (Córdoba, Argentina, 1941). Ilustrador e historietista. En 1975 creó con Carlos Trillo, para el diario *Clarín*, la serie *El loco Chávez*, que le reportaría el premio de la ADA (Asociación de Dibujantes de la Argentina) en 1978. Con el mismo guionista publicó después los álbumes *Las puertitas del Sr. López*, *Charlie Moon*, *Merdichesky*, *El último recreo* y *Tragaperras*. Publicó también como autor de guión y dibujos los álbumes *Ficcionario*, *Chances* —por el que recibió en 1986 el premio Yellow Kid, del Salón Internacional del Cómic de Lucca (Italia)—, *Imaginario*, *Time/Out* y *Hot L. A.*, todos ellos traducidos a varios idiomas. Entre 1994 y 2002 volvió a colaborar con el diario *Clarín*, con la serie *El Nene Montanaro*. En la actualidad participa con sus historias en la revista *Playboy*, y hasta mediados de 2010 en el diario *El Periódico de Catalunya*, con la serie *Familia Tipo*. En 2004 recibió el Gran Premio del Saló del Còmic de Barcelona. Fue secretario de cultura de la ADA entre 1974 y 1977, y entre 2005 y 2011 fue presidente de la APIC. Es miembro del consejo de administración de VEGAP.

**Pablo Amargo** (Oviedo, 1971). Ilustrador de libros, con colaboraciones en prensa y publicidad. Estudió Bellas Artes en la Universidad de Salamanca. En 1999 obtuvo el premio Lazarillo de Ilustración por *No todas las vacas son iguales* (con texto de Antonio Ventura); en 2000, el Premio Motiva de Ilustración por *La bola infinita* (con textos de Xuan Bello); en 2001, un accésit en el certamen Injuve 2001. En 2004 fue galardonado con el Premio a las Mejores Ilustraciones de Libros Infantiles y Juveniles (Ministerio de Cultura) por *El monstruo de la lluvia*, escrito por Marilar Aleixandre, y recibió el premio Motiva de Ilustración por la colección *Otro mundo es posible*. En 2005 recibió una Placa de la Bienal de Ilustración de Bratislava por *La princesa y el guisante*, así como el premio de Motiva por la colección *Animales*, y fue seleccionado para participar en la muestra *Ilustrísimos*, en la Feria de Bolonia. <http://www.pabloamargo.com>

**Elisa Arguilé** (Zaragoza, 1972). Ilustradora especializada en libros infantiles y juveniles. Estudió Bellas Artes en Madrid. Ha colaborado en numerosas ocasiones con el escritor Daniel Nesquens: en 2006 obtuvo una Mención Especial White Ravens por el libro *Una nube*; en 2007 recibió el Premio a las Mejores Ilustraciones de Libros Infantiles y Juveniles (Ministerio de Cultura) por *Mi familia*, con el cual también obtuvo el Premio Daniel Gil de Ilustración; en 2008 fue la ganadora del Premio Junceda Ibèria por las ilustraciones de *Puré de guisantes*. Otros libros en colaboración con Nesquens son *¿Dónde esta Gus?, Y tú ¿cómo te llamas?, Hasta (casi) cien bichos* y *Kangu va de excursión*. También es autora de las ilustraciones para libros como *Mitos de «Memoria del Fuego»*, con textos de Eduardo Galeano; *Sombras de manos*, con textos de Vicente Muñoz Puellas, ganador del Certamen Internacional de Álbum Infantil Ilustrado «Ciudad de Alicante» en 2002, y *Náufragos*, con textos de Cristina Peri Rossi. En 2005 fue seleccionada para participar en la exposición *Ilustrísimos*, de la Feria de Bolonia.

**Arnal Ballester** (Barcelona, 1955). Ilustrador y profesor de Ilustración en la Escuela Massana de Barcelona. Licenciado en Historia por la Universitat Autònoma de Barcelona. Ha publicado en diarios y revistas como *El País*, *El Mundo* o *International Herald Tribune*. En 1993 obtuvo el Premio a las Mejores Ilustraciones de Libros Infantiles y Juveniles (Ministerio de Cultura), y en 1994, el Illustrator of the Year de la Feria de Bolonia y Unicef, ambos por *Los artísticos casos de Fricandó* (del que es coautor con Montse Ginesta). En 1996 fue parte de los 30 ilustradores internacionales seleccionados para la exposición *The Secret Garden*, conmemorativa del treinta aniversario de la Feria de Bolonia. En 2008 recibió el Premio Nacional de Ilustración. Ha publicado libros propios, como *No tinc paraules* o *Vista cansada*. Desde 2002 también se dedica a la creación de cortinillas y piezas de animación, y la titulada *Amigo Hulot*, realizada para Digital Plus, participó en la sección oficial del Festival de Annecy en 2005.

<http://www.arnalballester.com>

**Ulises Culebro** (México D. F., México, 1963). Ilustrador de prensa, y jefe de ilustración del diario *El Mundo*. Diplomado en Artes Plásticas y Diseño Gráfico por la Universidad UNAM de México D. F. En 1984 fue fundador del diario *La Jornada* (México), donde también trabajó como ilustrador. Sus trabajos han aparecido en cabeceras como el *New York Times*, y en publicaciones de México, España, Francia, Polonia y Sudamérica. Ha sido galardonado con más de 60 premios y distinciones, entre los cuales figuran varios Awards of Excellence en el Certamen Internacional de la Society of Newspaper Design y diez medallas de plata de la Society of Publication Designers de EE. UU. Publica en *El Mundo* desde 1991. Ha ilustrado, entre otros, los libros *Cuentos descontentos*, con textos a cargo de Rocío Sanz; *El búho y el bosque*, escrito por Juan Bonilla; *La rana mágica. Grandes maestros de la Historia*, con textos de Raúl del Pozo; y *La diosa del pubis azul*, escrito por Espido Freire y Raúl del Pozo.

<http://www.facebook.com/uliculebro>

**Ricardo Esteban** (Burgos, 1962). Responsable de la editorial Dibbuku. Colaborador de la revista *Madriz* en los años 80, fundó en 2005 Dibbuku, editorial especializada en cómic e ilustración. Fue también editor de la colección Forum de producción propia para Planeta-DeAgostini Cómics. Es fundador de la empresa dedicada a la consultoría en recursos humanos y *management* Griker Orgemer, a través de la cual ha escrito o colaborado en diversos libros. Dirige además la revista de formación y desarrollo *Training & Development Digest*, totalmente ilustrada, como signo diferencial, y publicó el libro *Los Elegidos* (2004), una selección de las mejores ilustraciones aparecidas en ella. Ha publicado varios cuentos infantiles escritos por él e ilustrados por diversos autores. Es miembro fundador de la Asociación de Editores de Cómics de la Comunidad de Madrid y vicepresidente de la Asociación de Editores de Cómic de España.

<http://www.dibbuku.com>

**Manuel Estrada** (Madrid, 1953). Diseñador gráfico. Fundó en 1980 el Colectivo Sidecar. Creador de proyectos de gráfica editorial como las portadas de los libros del diario *El País* y el rediseño de la colección de bolsillo de Alianza Editorial, así como el diseño y la dirección de arte de revistas como *Spain Gourmetour* (editada por el Instituto de Comercio Exterior de España). Ha creado logotipos para los Premios Cervantes, la Organización de Estados Iberoamericanos o la Cumbre de Jefes de Estado y de Gobierno de Iberoamérica de 2005. Forma parte del comité científico del Instituto Europeo de Design, y dirigió durante ocho años un taller de diseño en la Universidad Internacional Menéndez Pelayo. En 2010 presentó en el Centro Atlántico de Arte Moderno una exposición retrospectiva. Su trayectoria ha sido reconocida con los premios LAUS, AEPD y Art Directors Club of Europe. Es presidente de DIMAD, Asociación de Diseñadores de Madrid. Preside el comité asesor de la BID, Bienal Iberoamericana del Diseño. Es autor del libro *El Diseño no es una guinda*.

<http://www.manuelestrada.com>

**Isidro Ferrer** (Madrid, 1963). Ilustrador y diseñador gráfico. Formado en Barcelona en el estudio de Peret, fundó el Estudio Camaleón, con el que obtuvo en 1991 el Primer Premio de Diseño Gráfico Jovenews (1991), organizado por la revista *Ardi*; concibió el espacio dedicado a Goya en el Pabellón Aragonés de la Expo 92, y su libro *El vuelo de la Razón* recibió el Premio al libro mejor editado (Ministerio de Cultura), en 1993. Desarrolló proyectos gráficos para el diario *El País* y para las editoriales Santillana y Alfaguara, cortinillas de continuidad para Canal Plus, la imagen gráfica del centenario de Luis Buñuel o el anuncio televisivo para el New Beetle de Volkswagen. Recibió en 1991 el premio Promax Canadá, en 2002 el Premio Nacional de Diseño, y en 2006 el Premio a las Mejores Ilustraciones de Libros Infantiles y Juveniles (Ministerio de Cultura) y el Premio Junceda por el libro *Una casa para el abuelo*. En 2005 fue seleccionado para participar en la muestra *Ilustrísimos*, de la Feria de Bolonia.

<http://www.isidroferrer.com>

**Forges** [Antonio Fraguas] (Madrid, 1942). Ilustrador y humorista gráfico. En 1956 comenzó a trabajar como técnico en Televisión Española. A partir de 1973 se dedicó profesionalmente al humorismo gráfico. Ha colaborado en medios como *Pueblo*, *Informaciones*, *Diez Minutos*, *Hermano Lobo*, *Por Favor*, *Diario 16*, *El Mundo*, *El País*, *El Jueves* o *Interviú*. Dirigió dos películas y cuatro series de televisión, e ilustró libros de informática, así como los titulados *Comiciclos*, *Los Forrenta (40 años de franquismo)*, *La Constitución Española* y *La Historia de España*. Escribió también una novela, *12 de Babilonia*, y colabora en diversos programas de radio. Nombrado Colegiado de Honor del Col·legi de Periodistes de Catalunya, recibió el Premio a la Libertad de Expresión de la Unión de Periodistas de España, la Creu de Sant Jordi, la Medalla de Oro al Mérito en el Trabajo y la Medalla de Oro al Mérito en las Bellas Artes.

<http://www.forges.com>

**Miguel Gallardo** (Lleida, 1955). Ilustrador e historietista. Estudió en la Escuela Masana de Barcelona. Colabora como ilustrador en *La Vanguardia*, *Herald Tribune*, *New Yorker*, *El País* y *New York Times*, entre otros medios. Fue miembro fundador en 1979 de la revista *El Víbora*, y en su carrera como autor de cómic ha publicado numerosos álbumes, con series como *Makoki* o *Buitre Buitaker*, e historias independientes como *Un largo silencio* o *Tres viajes*. Con Victoria Bermejo ha publicado *Cuentos para contar en un minuto* y *Me acabo de separar*; con Àngels Ponce es coautor de *¿Qué le pasa a este niño?* En 2006 publicó una antología titulada *Cómo ser Gallardo*. Ha trabajado además para campañas publicitarias de marcas como Evax, Cerveza San Miguel o BMW, y ha diseñado varias cortinillas de animación para televisión y publicidad. Ganador de dos premios del Saló del Còmic de Barcelona y dos premios de la Society of Newspaper Design. En 2008 obtuvo un Premio Junceda de la APIC y el Premi Nacional de Cultura al Còmic (Generalitat de Catalunya) por su libro *María y yo*. Desde 2011 es presidente de APIC.

<http://www.miguel-gallardo.com>

**Pablo Martínez** (Madrid, 1981). Director artístico de la agencia Tapsa. Estudió Publicidad y Relaciones Públicas en la Universidad Complutense de Madrid, y un curso de creatividad publicitaria en la escuela Zink! Entre 2004 y 2005 trabajó en la empresa de marketing y comunicación Wunderman como becario de dirección artística. En 2005 comenzó a trabajar como director de arte en la agencia de publicidad McCann Erickson, para clientes como Saab, Navidul, 11888, Opel, Páginas Amarillas o Coca Cola. Desde 2007 trabaja en Tapsa, para empresas como Diario El País, Vodafone, Caja Madrid o Iberia.

**Max** [Francesc Capdevila] (Barcelona, 1956). Ilustrador e historietista. Autor de casi una veintena de álbumes de cómic, traducidos a varios idiomas, en 1999 le fue concedido el premio Ignatz, y en 2000 el Gran Premio del Saló del Còmic de Barcelona. En 2002 fue seleccionado para la exposición *Maitres de la bande dessinée européenne* (Bibliothèque Nationale de France). En 2007 obtuvo el Premio Nacional de Cómic, otorgado por el Ministerio de Cultura, por su libro *Hechos, dichos, ocurrencias y andanzas de Bardín el superrealista*. Fue fundador y codirector de la revista *NSLM*. Como ilustrador, colabora con diarios y revistas de todo el mundo, como *New Yorker*; diseñó un reloj para la marca Swatch y diversas portadas de discos para músicos como Pascal Comelade o Radio Futura. En 1997 obtuvo el Premio a las Mejores Ilustraciones de Libros Infantiles y Juveniles (Ministerio de Cultura); en 2004, el premio Junceda por su libro *Espiasueños*. Ha dirigido varios videoclips musicales de animación, así como un episodio de la serie *Microfilmes* (Canal Plus). Desde 2008 es presidente de FADIP.

<http://www.maxbardin.com>

**Albert Monteys** (Barcelona, 1971). Ilustrador e historietista. Fue director de la revista *El Jueves*. Con el colectivo La Penya creó la revista *Mondo Lirondo*, ganadora del Premio al Mejor Fanzine en el Saló del Còmic de Barcelona de 1994, y editada de forma íntegra en forma de libro en 2002. En el salón barcelonés recibió también

el Premio al Autor Revelación de 1997 por *Calavera Lunar*, serie que continuó en la revista *BD Banda*. En *El Jueves* realiza las series *Tato* y *Para ti, que eres joven* (esta última con Manel Fontdevila), publicadas posteriormente en diversos libros recopilatorios. También ha colaborado con las revistas *Tretzevents* y *Míster K*, en donde apareció su serie *Carlitos Fax*, por cuyo primer álbum recibió el Premio al Mejor Guión en el Saló de Barcelona de 2006. Ha publicado además diversos cuentos infantiles, como *La bruixa Matilde i els germans Benet, Oh, quina por!* o *Eugeni l'aventurer*

<http://blogs.eljueves.es/monteyts>

**Elena Odriozola** (Donostia-San Sebastián, 1967). Ilustradora. Estudió arte y decoración y trabajó en agencias de publicidad como maquetadora y directora artística. Coautora de más de cien libros, en 2006 obtuvo el Segundo Premio a las Mejores Ilustraciones Infantiles y Juveniles (Ministerio de Cultura) por *La princesa que bostezaba a todas horas*, con texto de Carmen Gil Martínez. En 2005 fue seleccionada para la exposición *Ilustrísimos*, exhibida en Bolonia con motivo de la presencia de España como país invitado. En 2009 le fue otorgado el Premio Euskadi de Ilustración por *Aplastamiento de las gotas* (de Julio Cortázar). Entre sus libros están *La princesa y el guisante* (con texto de Hans Christian Andersen), *La bella mandarina* (texto de Laura Pons Vega), *Un regalo del cielo* (texto de Gustavo Martín Garzo), *Cuando sale la luna* (texto de Antonio Ventura), *Oda a una estrella* (texto de Pablo Neruda) y *¿Cuánta tierra necesita un hombre?* (texto de Lev Tolstói).

**Javier Olivares** (Madrid, 1964). Ilustrador e historietista. Como autor de cómics, ha colaborado en revistas como *Madriz*, *Medios Revueltos*, *Idiota y Diminuto*, *Nosotros Somos los Muertos*, *TOS*, *Tretzevents*, *El Manglar* o *BD Banda*. Varias de sus historias cortas están recopiladas en sus libros *Estados carenciales*, *La caja negra* o *Cuentos de la Estrella Legumbre*. En 2006 publicó también el cómic infantil *Astro, valiente explorador*. Además de ilustrador de libros infantiles, ha escrito e ilustrado varios títulos, como *El arca de Noemí*, *Lucas mira hacia arriba* y *Lucas mira hacia abajo*. Su libro *Los niños tontos*, con textos de Ana María Matute, fue premiado como Mejor Libro Valenciano del 2000 por la Generalitat Valenciana. Ha colaborado con ilustraciones en medios como *El País de las Tentaciones*, *Rolling Stone*, *El Mundo* o *Público*. Ha diseñado varias cortinillas de animación para Canal Plus y DCine Español.

<http://javierolivaresblog.blogspot.com>

**Carlos Ortín** (València, 1961). Ilustrador e historietista. En 1986 recibió el Premio del Ministerio de Cultura al libro mejor editado, en el apartado de ilustración, por *Signo 2*. En 1999, el Segundo Premio a las Mejores Ilustraciones de Libros Infantiles y Juveniles (Ministerio de Cultura), por *Narices, buhítos, volcanes y otros poemas ilustrados* (con textos de varios autores). Ha colaborado entre otros con los diarios *El País*, *Heraldo de Aragón* y *Levante*, y con revistas como *El País Semanal*, *El Dominical*, *Madriz* y *Cairo*. Fue comisario de la exposición *Ilustrísimos. Panorama de la Ilustración infantil y juvenil en España*, para la Feria del Libro de Bolonia en

2005, así como de *Los Hoteles de la Imaginación* (MUVIM y APIV, 2007), y fue director artístico de la muestra *Clásicos en Jauja, los cómics de los años 1930/60* (AEPV y APIV, 2002). Fue coordinador de APIV entre 2000 y 2003, y presidente de FADIP entre 2003 y 2007.

**Miguelanxo Prado** (A Coruña, 1958). Ilustrador e historietista. En 1989, 1994 y 2005 recibió el Premio del Saló del Còmic de Barcelona a la mejor obra (por *Quotidiania delirante*, *Trazo de tiza* y *La mansión de los Pampín*, respectivamente), así como el Gran Premio del Salón en 2007; en 1991 y 1994, el premio Alph'Art al mejor libro extranjero en el Festival de Angulema (Francia). Con Neil Gaiman como guionista, participó en el tomo colectivo *The Sandman: Noches eternas*. Ha colaborado con escritores como Manuel Rivas o Laura Esquivel, además de en libros infantiles y juveniles, diarios y revistas. Desde principios de los años 90, trabaja también en labores relacionadas con la animación, con diseño de cortinillas de televisión y de personajes y escenas para las series de animación *Men In Black*, producida por Steven Spielberg, y *Os vixilantes do Camiño*, de la que también fue coguionista, director artístico y productor. En 2006 dirigió, escribió y diseñó el largometraje de animación *De Profundis*. Desde 1998 dirige el salón Viñetas desde o Atlántico, de A Coruña. Es miembro de número de la Real Academia Gallega de Bellas Artes.

<http://www.miguelanxoprado.com>

**Mariona Sardà** (Barcelona, 1971). Abogada. Licenciada en Derecho por la Universitat de Barcelona, realizó un postgrado sobre Propiedad Intelectual en el Institut d'Estudis Continus de la Universitat Pompeu Fabra. Trabaja desde 1993 como abogada en el Bufet Roca-Cusachs Sardà de Barcelona, llevando asuntos de derecho mercantil, derecho civil, derecho procesal civil y derecho de la propiedad intelectual, inicialmente como colaboradora, y desde 1997 como socia abogada del bufete. Es asesora jurídica de APIC desde el año 1996, y de FADIP desde 2008. Es autora de *El ilustrador y la ley: marco legal de la profesión* (2006); además, escribió con Javier Gutiérrez Vicén y Cristina Busch *Quien paga no es el autor: los creadores de imágenes y sus contratos* (2003), y participó en el *Libro blanco de la Ilustración Gráfica en España* (2004).

<http://www.rocasarda.com>

**Rosa Serrano** (Paiporta, València, 1945). Editora, escritora y traductora. Licenciada en pedagogía por la Universitat de Barcelona. En 1990, con un grupo de integrantes de un seminario de literatura infantil y juvenil, puso en marcha Tandem Edicions, editorial que dirige desde ese año. Ha sido presidenta de la Associació d'Editors del País Valencià en dos periodos, el último del 2006 al 2008, y ha formado parte durante muchos años de la junta directiva de la Associació d'Editors en Llengua Catalana. Su obra literaria se centra principalmente en la narrativa infantil. Es autora de obras como *La domadora de somnis*, *Papers secrets*, *David està malalt*, *Amanida de bruixes* o *El vell mariner – El viejo marinero*. Otras obras suyas son el libro de poemas *Paraules de vidre* y *Enric Valor. Converses amb un senyor escriptor*.

<http://www.tandemedicions.com>

**Javier Zabala** (León, 1962). Ilustrador. Estudió diseño gráfico e ilustración en las escuelas de arte de Oviedo y Madrid. Trabajó como ilustrador en revistas, publicidad y dibujos animados, y especialmente en ilustración infantil, con más de sesenta títulos publicados, traducidos a diferentes idiomas. Recibió en 2005 el Premio a las Mejores Ilustraciones de Libros Infantiles y Juveniles (Ministerio de Cultura) por *El soldadito Salomón*, escrito por Rocío Antón y Lola Núñez, y una Mención de Honor al Mejor Libro de Ficción del Premio BolognaRagazzi, de la Feria de Bolonia, por *Pictogramas en la historia de don Quijote de la Mancha*, con textos de Carlos Reviejo. En 2008, otra Mención de Honor del BolognaRagazzi, sección Poesía, por *Santiago* (con texto de Federico García Lorca). Ha participado en numerosas exposiciones, como *A todo color* e *Ilustrísimos* (organizadas ambas por el Ministerio de Cultura), o *I colori del Sacro*, de la Muestra Internacional de Ilustración de Padua (Italia).

<http://www.javierzabala.com>

## BIBLIOGRAFÍA

- *AOI Report: Illustration Fees and Standards of Pricing 2007*, Londres: The AOI, 2007 [en línea].
- *AOI Code of Ethics and Professional Conduct*. Londres: The AOI, 2004 [en línea].
- *Codice Deontologico*, Milán: Al Associazione Illustratori, 2009 [en línea],  
<http://www.associazioneillustratori.it/associazione/codicedeontologico/codicedeontologico.html>
- Busch, Cristina; Javier Gutiérrez Vicén y Mariona Sardà: *Quien paga no es el autor. Los creadores de imágenes y sus contratos*, Madrid: Trama Editorial/Fundación Arte y Derecho, 2003.  
— y Miguel Roig: *El futuro de la creación. Los derechos de autor de los creadores visuales*, Madrid: Trama Editorial/Fundación Arte y Derecho, 2003.
- Cortabitarte, Gemma: *La il·lustració en l'era digital. Reptes de futur per al sector*. Barcelona: APIC, 2010 [en línea],  
<http://www.apic.es/gestion-de-descargas/la-illustracio-en-lera-digital-reptes-de-futur-per-al-sector/fid:5957-14/lid:ca/>
- *Criteris orientadors per determinar les tarifes 1.0*, Barcelona: APIC, 2010 [informe].
- De Couto Gálvez, Rosa María: *La contratación en la creación visual. Contrato de encargo de obra, transmisión de derechos para la edición y concurso de obras de arte*, Madrid: Trama Editorial/Fundación Arte y Derecho, 2008.
- *El ilustrador y la ley. Marco legal de la profesión*, Barcelona: APIC, 2006 [versión en línea],  
<http://www.apic.es/gestion-de-descargas/el-ilustrador-y-la-ley/fid:1912-14/lid:es/>
- *FADIP y el sector de la ilustración*, Madrid: FADIP, 2007 [informe].
- *Guia per a autors novells*, Barcelona: APIC, 2010 [en línea],  
<http://www.apic.es/gestion-de-descargas/guia-per-a-autors-novells/fid:6410-14/lid:es/>
- *Guide To Commissioning*, Londres: The AOI, 2008 [en línea].
- *Informe sobre el tarifario de la AOI (Association Of Illustrators, Reino Unido)*, Madrid: FADIP, 2008 [informe].
- *Libro blanco de la Ilustración Gráfica en España*, Madrid: FADIP, 2004 [versión en línea],  
<http://www.fadip.org/?p=15>
- *Manual de la internacionalització*, Barcelona: APIC, 2011 [en línea],  
<http://www.apic.es/gestion-de-descargas/manual-de-la-internacionalitzacio/fid:6860-14/lid:es/>
- Moscoso, Javier; Alberto Bercovitz, Juan Antonio Xiol, Alberto Corazón, Javier Gutiérrez Vicén: *Los creadores visuales ante la reforma de la Ley de Propiedad Intelectual*, Madrid: Trama Editorial/Fundación Arte y Derecho, 2007.
- Observatorio de la Ilustración Gráfica: *Informe 2008*, Madrid: FADIP, 2009 [versión en línea],  
<http://www.fadip.org/?p=515>
- *Los retos de la era digital*, Madrid: FADIP, 2010 [en línea],  
<http://www.fadip.org/?p=1188>
- Pécher, Laure, y Pierre Astier: *Droits d'auteur en usage en Europe*. París: Le MOTif, 2010 [en línea]:  
[http://lemotif.fr/fichier/motif\\_fichier/184/fichier\\_fichier\\_le.droit.d.auteur.en.usage.europe2.pdf](http://lemotif.fr/fichier/motif_fichier/184/fichier_fichier_le.droit.d.auteur.en.usage.europe2.pdf)
- Seminario Diego Rivera e Ignacio Zuloaga: *Protección y límites del derecho de autor de los creadores visuales*, Madrid: Trama Editorial/Fundación Arte y Derecho, 2006.
- *Situación económica del sector de la Ilustración Gráfica en España. Estudio sobre la participación económica de la Ilustración en el sector cultural*, Madrid: FADIP, 2006 [versión en línea],  
[http://www.fadip.org/?page\\_id=102](http://www.fadip.org/?page_id=102)



Este volumen, cuya redacción viene avalada por la Comisión de Profesionales del **Observatorio de la Ilustración Gráfica**, pretende ser una guía concisa para quien ejerza la profesión de ilustrador/a. Expone, de forma sencilla, los aspectos más relevantes del ejercicio de la profesión: por ejemplo, cómo defender los derechos de autor de las obras, cómo relacionarse con el cliente y con la Administración, o cómo conocer el funcionamiento de los diferentes mercados relacionados con la ilustración. El **Nuevo libro blanco** busca ser de utilidad tanto para aquellas personas que se están iniciando en la profesión como para los ilustradores e ilustradoras más veteranos.



F A D I P

FEDERACIÓN DE ASOCIACIONES  
DE ILUSTRADORES PROFESIONALES



OBSERVATORIO DE LA  
ILUSTRACIÓN GRÁFICA



9 788461 560127