

Creative Fair Play

En el sector creativo, la cooperación y la externalización son imprescindibles. El éxito de tu colaboración –sea esta temporal, a través de una plataforma o eventualmente a través de intermediarios– depende en gran medida del equilibrio entre todas las partes. Presentamos siete buenas prácticas para colaborar de forma fructífera con emprendedores del sector creativo.

Tanto si eres cliente/a, creativo/a independiente o ambos, este es un manifiesto en positivo y accesible a todos, que busca favorecer una implicación mutua y lograr resultados duraderos.

No hay nada gratis.

No pidas nada gratis. Y no trabajes gratis. Ni para hacer «pruebas», ni para «reforzar el porfolio». Nadie le pide algo así a un abogado o a un panadero. Una remuneración correcta es la mejor manera de fomentar de forma sostenible la calidad en el sector creativo.

Juega limpio en los concursos.

Encontrar nuevos colaboradores a través de un concurso puede ser una buena opción, pero asegúrate de compensar a todos los participantes. Premia el proceso, no el resultado. No abuses de la fórmula del concurso y establece criterios claros para adjudicarlo.

Deja claro todo lo relativo a la propiedad intelectual.

Sin un acuerdo formal, el autor/a es quien conserva todos los derechos de autor. Si quieres que sea de otra forma, debes llegar a un acuerdo con el autor. Al compensar con «royalties», el cliente garantiza la integridad y la transparencia de la venta. Por su parte, el autor debe garantizar la autenticidad de su propio trabajo.

Para una buena colaboración, llega a un buen acuerdo.

Antes de comenzar, deja por escrito el ámbito, el objetivo, el público destinatario, la planificación, los plazos y la remuneración, el número de fases de corrección o modificación y la asignación de costes y de tareas. Cuanto más claras sean las instrucciones, mejor será el trabajo. Acuerda también una cláusula de rescisión. Las plataformas de empleo y los intermediarios, como agentes o reclutadores, suelen aplicar unas condiciones generales que pueden influir en tus acuerdos.

Ofrece unas condiciones razonables.

La creatividad solo puede florecer en un entorno de confianza y respeto. Cíñete a lo acordado. Respeta los plazos de pago de 30 días o menos y evita salirte del presupuesto.

Consejo: ofrecer un adelanto es una señal de compromiso mutuo desde el principio.

Reconoce el trabajo del autor.

Si el creativo/a independiente ve reconocida su autoría, su compromiso se verá reforzado, y el cliente ganará en credibilidad.

Respetar la libertad de tu colaborador.

Alguien que trabaja para otros clientes, incluso en el mismo sector de negocio, tiene una experiencia más rica. No insistas en un contrato de exclusividad innecesario. Naturalmente, actúa con lealtad y discreción con la información generada en vuestra colaboración. Los secretos empresariales pueden protegerse a través de una cláusula de confidencialidad.



**Creative
Fair Play**