La ilustración ante la era digital

HENRIQUE TORREIRO

Abstract

El proceso de digitalización de las industrias ligadas a la ilustración ha provocado toda una serie de cambios en las formas que tienen los ilustradores e ilustradoras de trabajar y de relacionarse con sus clientes y su público. Para afrontar los problemas que han ido surgiendo y ver las posibilidades de atajarlos, hay que saber entender las nuevas realidades y tomar conciencia de sus peligros y sus ventajas.

El Observatorio de la Ilustración Gráfica (http://observatoriodelailustracion.org), promovido en 2008 por FADIP como una herramienta para estudiar la situación de las industrias y afrontar los cambios que están afectando a la profesión, publicó en diciembre de 2010 su segundo informe, titulado *Los retos de la era digital*. A continuación haré un muy breve repaso de los temas que en él se tratan. Aclaro que este repaso será siempre desde mi perspectiva personal; remito a las personas interesadas, por tanto, a consultar el texto íntegro del informe en la web (http://www.fadip.org/?p=1188), para así conocer los análisis y las recomendaciones del Observatorio y su Comisión de Profesionales.

Cambiar el chip

Aunque este consejo se haya repetido hasta la extenuación en los últimos años, los ilustradores e ilustradoras tienen que mantenerse alerta: la cantidad de cambios es tan grande, y estos son tan sucesivos, que han de ser muy conscientes de la necesidad de estar al tanto de lo que pasa. Sin embargo, como insistiré más adelante, atentos al fondo, a los grandes movimientos, no a la interminable sucesión de pequeñas noticias sobre aparatos, plataformas y modelos negocio, unas informaciones que fácilmente despistan a quien intente entender lo que sucede.

Dentro de este estado de cosas, lo primero que conviene tener claro es que *lo digital* no es ya una parte marginal de los mercados; todo lo contrario: cada día que pasa podemos cómo va acercándose a una posición central en todas y cada una de las industrias relacionadas con la ilustración. Así, los usos casi ilimitados que figuran en muchos contratos de ilustración —una práctica que en los últimos años se ha incrementado considerablemente, por lo que ha venido registrando el Observatorio— adquieren ahora un significado mucho más peligroso. Si antes para estas cláusulas el empresario aducía un cierto «carácter preventivo» —cosa que tampoco las dotaba de lógica, dígase de paso—, ahora realmente le sirven para hacer un empleo de las

ilustraciones en infinidad de situaciones distintas a la inicialmente prevista (pongamos por caso, la edición de un libro en papel). Es necesario, pues, insistir en que los contratos se ciñan exclusivamente al objeto que se está negociando, o, en caso de que se quieran incluir otros usos, que estos estén claramente definidos y convenientemente remunerados conforme a criterios igualmente diáfanos. En realidad, nada en lo que no se lleve años insistiendo desde el asociacionismo profesional: no es justo que se pague por un uso y se obtengan a cambio otros muchos de forma gratuita.

Edición... y mucho más

En el panorama actual corremos el riesgo de centrarnos en pensar exclusivamente en el mundo editorial, dada la resonancia obtenida en los medios por el tema del libro digital. Pero lo digital lo abarca todo, y la convergencia de medios y de empresas ha hecho que ni siquiera la división que tradicionalmente había entre compañías productoras de contenidos culturales tenga ya vigencia real: las propias editoriales tampoco se ciñen ya solo al mercado del libro, sino que se han adentrado en el mundo audiovisual y «multimedia». Por tanto, todo esto no afecta solo a los libros; también a las revistas y los periódicos; con ellos, naturalmente, a la publicidad, y, en una espiral que tiende a abarcarlo todo, al audiovisual. El problema, pues, afecta a todo el espectro de actividades relacionadas con la ilustración. Se hace precisa, más que nunca, una visión global por parte de los ilustradores, que no deben fiarse del aparente estado de confusión de las industrias. Ciertamente, nadie puede adivinar el futuro, pero sí dejar las cosas atadas para llegar a él en situación de ventaja (mediante esas cláusulas en los contratos, mediante el intento de consolidación de ciertas prácticas). Como vemos, las industrias llevan un tiempo desarrollando estas estrategias.

En el asunto del libro digital los mensajes que nos llegan son muy contradictorios, y la propia industria editorial parece empeñada en restar importancia públicamente a este nuevo mercado. Mientras de cara al exterior lo que se muestra es incredulidad ante la viabilidad del libro digital (y si atendemos a las cifras de ventas de aparatos —*e-books*— y libros digitales, parecería que esto es así), lo cierto es que hace ya unos años que las editoriales comenzaron a incluir en sus contratos de edición cláusulas relacionadas con las versiones digitales de sus publicaciones; unas cláusulas que no pocas veces son abusivas, aun suponiéndoles buena fe a los editores. Ante un futuro incierto, el sector editorial, por si acaso, ha movido ficha haciéndose con unos derechos que quedaban en duda; y lo ha hecho, en muchos casos, aprovechando que hasta ahora los derechos digitales no eran más que una «anécdota» que los autores estaban dispuestos a no tener en cuenta. Para mayor complejidad del asunto, el *sector editorial* ya no es solamente editorial, como he comentado; y si todavía no existe un mercado para el libro digital «convencional», sí lo hay, floreciente, para el libro de texto escolar en formato electrónico.

Conocer el fondo de la cuestión

Si siempre ha sido muy conveniente conocer los mecanismos de los diferentes mercados en los que se enmarca la ilustración (y desde el Observatorio de la Ilustración también se ha insistido mucho en eso), hoy es apremiante entender cómo están funcionando los nuevos mercados, basados en lo digital. No obstante, no podemos dejar que los árboles nos impidan ver el bosque: da igual si finalmente triunfa el *e-book,* el *tablet PC* o algún tipo de derivado del teléfono móvil; lo realmente importante es saber que los medios digitales son el medio principal para el presente y el futuro de la ilustración; que la propia expresión «medio digital» carecerá de sentido en poco tiempo, ya que resultará redundante. Tal vez sea bueno también caer en la cuenta de que llevamos ya muchos años adentrándonos poco a poco en el mundo digital; no es algo surgido antes de ayer: la biblioteca digital del Proyecto Gutenberg nació ya en los setenta; cualquier documento PDF o Word de los que hemos manejado cotidianamente en los últimos años era o podía ser considerado un «libro digital». La diferencia es que ahora la capacidad de difusión gracias a Internet es infinitamente mayor, y las industrias están aprendiendo a sacar beneficio económico de eso, lo que estaría muy bien si hiciesen partícipes de esos nuevos ingresos a los autores.

Los criterios y el olfato profesional que servían hasta ahora pueden ser malos consejeros para los ilustradores ante las nuevas realidades: sin ir más lejos, es muy probable que nosotros no consigamos entender cómo alguien puede preferir leer o ver ilustraciones en una pantalla en vez de hacerlo sobre papel, pero todo parece indicar que las generaciones más jóvenes comienzan a encontrar natural esta nueva forma de acceder a contenidos antes reservados a otros soportes.

Presente y futuro del libro digital

El futuro del libro (y de los medios de comunicación, el audiovisual, etcétera) pasa por Internet, independientemente de que cada obra incluya o no «enriquecimientos» de tipo multimedia. A pesar de que todos los gurús de la edición concuerdan en que el libro digital *tiene* que incluir más contenidos que el libro tradicional —hiperenlaces, interactividad, multimedia—, eso no implica que vayan a dejar de existir los libros en su forma tradicional —textos, ilustraciones—, aunque para ser leídos en pantalla. Dicho de otro modo: es muy recomendable que los ilustradores aprendan algunos nuevos rudimentos técnicos (por ejemplo, para poder ofrecer pequeñas animaciones o simplemente poder trabajar en un equipo más amplio con las debidas garantías), pero en el mundo digital no va a desaparecer la ilustración *estática,* ni las técnicas tradicionales como la acuarela van a ser sustituidas por el color digital de forma obligatoria. Los nuevos entornos permiten una gran cantidad de posibilidades, lo que incluye también las existentes previamente. Muchos libros realizados hace años están siendo o van a ser publicados de nuevo en formato digital, a partir de los mismos textos y las mismas ilustraciones. Algunos profesionales de la ilustración (quizá muchos) se van a encontrar con problemas relacionados con las posibilidades multimedia de lo digital; ahora bien, todos, podemos decir que

sin excepción, van a toparse con versiones digitales de libros suyos editados previamente en papel. Se trata de no asumir dócilmente cualquier propuesta de la editorial, sino por lo menos intentar discutirla.

El entorno digital implica nuevas «cadenas de valor»: en el caso del libro parece claro que los intervinientes en el proceso de producción y distribución son distintos y participan en porcentajes muy diferentes (desaparece el impresor, pero también los almacenajes y los transportes), con lo que por lógica el porcentaje reservado para los autores tiene que ser más alto; así se ha admitido en foros públicos desde el gremio editorial, aunque a la hora de la verdad la aplicación de esta teoría da como resultado soluciones muy diversas, y casi siempre más tímidas que lo inicialmente anunciado —cuando no directamente engañosas, al ofrecer un mayor porcentaje, pero no sobre el precio de venta, sino sobre el «beneficio neto de la editorial»—. En el de los medios de comunicación, la forma de medir las audiencias cambia, y el producto que antes se ofrecía un día en el kiosco (o en el caso de las revistas una semana o un mes) ahora está archivado en la red de forma indefinida con acceso al público en casi todos los casos. Por eso, el Observatorio de la Ilustración Gráfica ha propuesto una serie de cuestiones que tener en cuenta a la hora de firmar contratos: en libro digital, pedir no menos del 20-25% del PVP para los autores, y que las cláusulas sean renegociables en uno o dos años, dado lo cambiante del panorama; en otros medios digitales, tratar de negociar baremos para usos posteriores al inicial (el del día de la publicación en un periódico, por ejemplo): de este modo, intentar conseguir un escalado de precios dependiendo de factores como el tiempo o el número de accesos.

Algunos problemas derivados

En el panorama actual se han abierto nuevas formas de desarrollar el trabajo de ilustración; la posibilidad de hacerlo de forma asalariada (en un contexto profesional en buena parte conformado por trabajadores autónomos) puede verse como una cierta garantía de estabilidad económica. Los estudios establecidos por las empresas para la producción de contenidos multimedia de libros de texto escolar electrónicos —o los más habituales hasta ahora, los dedicados a videojuegos o filmes y series de animación— tienen, en cambio, una parte contraproducente desde el punto de vista del derecho de autor: la ley permite al empresario (si no se ha firmado nada en contra) que los derechos de explotación de todo el trabajo producido por sus asalariados le estén cedidos automáticamente, siempre que se usen dentro de su «actividad empresarial habitual». Esto, lógicamente, impide que los autores reciban cualquier remuneración a mayores de su salario, tenga el éxito que tenga la obra en la que han trabajado.

Hay una situación semejante para los autores que sigan ejerciendo como autónomos: la consideración como «obra colectiva» de esos libros electrónicos, siguiendo la tónica desgraciadamente habitual en el libro de texto en España; de acuerdo con esta visión, el autor no puede cobrar más que un tanto alzado único, con independencia de los usos y de los marcos temporales y geográficos de explotación.

Otra opción que comienza a ser utilizada por los editores es escudarse en la conversión de libros «tradicionales» en multimedia para justificar el no aumento de los royalties de autoría; la presencia de un mayor número de autores (músicos, animadores), que ciertamente supone un reparto distinto de la parte destinada a esos royalties, puede ser empleada también como forma de hacer opaca esa nueva cadena de valor de la que hablamos.

Nada de esto tiene por qué ser así. Es cierto que el ilustrador parte de una posición de desventaja en la negociación, pero tiene la oportunidad de intentarlo, y es importante saber que esa posibilidad está amparada legalmente. Si analizamos las prácticas en otros países con respecto al libro de texto digital, veremos que en algunos hay un pago anual a los autores por el uso continuado de sus obras en esos libros. No hay razones para pensar que esto no se pueda trasladar a nuestra realidad.

Otros frentes abiertos

El ilustrador no solo debe estar atento a hacerle frente a las propuestas de los empresarios; también debe darse cuenta de que, como creador, comparte con otros (como músicos o cineastas, más directamente «en el ojo del huracán») una serie de problemas de percepción social de su profesión, problemas que se han agudizado con la llegada de esta era digital. No es exagerado decir que el trabajo del creador, y especialmente el reconocimiento del derecho de autor, ha caído en picado en la *opinión pública* los últimos años. Ante la desmaterialización del trabajo de ilustración (dado que lo «material» está siendo cada vez más el aparato de lectura), se hace imprescindible, como colectivo, fortalecer el sentido social de los derechos de autor, reforzando la idea de que estos son una verdadera garantía sobre los contenidos (paradójicamente, lo que les da el valor real a esos aparatos).

Aunque buena parte del esfuerzo tenga que hacerse desde las asociaciones y las entidades de gestión, también se pueden desarrollar dinámicas individualmente. Un primer paso, sencillo pero de implicaciones más profundas de lo que parece, es utilizar *marcadores, señalizaciones,* tales como hacer constar en cada obra el copyright o la licencia Creative Commons; de este modo se refleja la autoría de los trabajos en aquellos lugares de contacto virtual que el público considera más o menos directo con los autores: webs, blogs y redes sociales. Ese simple gesto transmite que las ilustraciones tienen un autor, un origen, y que no pasan a ser propiedad comunitaria obligatoriamente por aparecer publicadas.

Por lo demás, en el estado actual de la cuestión, conviene evitar las demagogias y actuar en positivo, con el convencimiento de que esa falsa percepción del derecho de autor como «abuso» —idea que tanto ha calado en los medios de comunicación— es algo que carece de fundamento.

A la concienciación individual sobre este y otros problemas hay que sumar también un esfuerzo de unión y puesta en común con autores y creadores de otros ámbitos y territorios. Los problemas son ahora globales, y lo que sucede en otros lugares y disciplinas creativas siempre nos puede dar ideas para mejorar la situación.

Mente abierta y positiva

Como corolario natural de todo lo expuesto, conviene decir que los y las profesionales de la ilustración han de mantenerse con mentalidad abierta, intentando una formación continua en nuevas técnicas y aplicaciones —tales como la animación o la realidad aumentada— y siendo positivos. El miedo está bien si nos mantiene alerta; en cambio, si hace que la situación nos parezca insuperable, consigue que estemos vencidos de antemano. Históricamente, el mundo profesional de la ilustración ha sabido superar sus problemas a través de esfuerzos individuales unidos mediante la información compartida. Arrojar luz sobre lo que está en la sombra es una de las razones fundamentales para la existencia de las asociaciones profesionales; son ellas las que deben y pueden exigir condiciones adecuadas en el ámbito institucional, pero la partida se juega al final en la negociación de cada contrato: cada pequeña cosa que consigue personalmente un ilustrador repercute en el colectivo. Para que pueda lograrlo, claro está, las asociaciones deben facilitarle información contrastada, de forma que cada negociación individual sea en realidad parte de una especie de «negociación colectiva».

Aunque todo lo expuesto pueda parecer terrible, creo que la profesión ha conseguido superar en el pasado situaciones mucho más complicadas que la actual, y que con toda seguridad podrá superar esta, al menos si se toma conciencia de los problemas. Si todos jugamos limpio, la digitalización no trae más que beneficios para todos (caso del control efectivo de la difusión de las obras, que podría ser monitorizada directamente por cada autor a través de contadores en línea). No olvidemos que, entre otras posibilidades, hay todavía mucho lugar para los «híbridos» entre lo digital y lo analógico: en el campo de la edición, sin ir más lejos, la «impresión bajo demanda» (POD), que permite una difusión mucho más adecuada de los libros y no hace que toda la suerte de cada obra dependa de los caprichos de la distribución, las políticas de los libreros y las limitaciones de las tiradas. Conseguir aprovechar al máximo las posibilidades que los nuevos panoramas nos ofrecen depende finalmente de cada cual, pero no me cabe duda de que ya empieza a haber muy buenos ejemplos a seguir, y van a ser cada vez más.

Enero de 2011

Bibliografía

OBSERVATORIO DE LA ILUSTRACIÓN GRÁFICA: *Informe 2008,* Madrid: FADIP, 2009 [versión en línea accesible desde < http://www.fadip.org/?p=515>].

— *Los retos de la era digital,* Madrid: FADIP, 2010 [versión en línea accesible desde <http://www.fadip.org/?p=1188>].