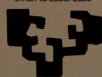


ESTUDIO DE LAS ESTRATEGIAS PROFESIONALES DE CÓMIC E ILUSTRACIÓN Y SUS INDUSTRIAS DERIVADAS EN ESPAÑA



eman ta zabal zaztu



Universidad
del País Vasco

Euskal Herriko
Unibertsitatea

Autor: Alfonso Berroya Elosua
Director: Manuel Ángel García Seco
Año: 2017

ESTUDIO DE LAS ESTRATEGIAS PROFESIONALES DE CÓMIC E ILUSTRACIÓN Y SUS INDUSTRIAS DERIVADAS EN ESPAÑA

Alfonso Berroya Elosua
Director: Manuel Ángel García Seco
UPV / EHU
2017

AGRADECIMIENTOS

Esta tesis va dedicada a todas aquellas personas que han colaborado en ella, o me han apoyado para que llegue a su término. Para empezar, a mi director de tesis, Manuel Angel García Seco, por su comprensión, capacidad de clarificación y eterna paciencia. En segundo lugar, a Amaia Manso y Maitane Echevarría por su dedicación y apoyo logístico.

Después, a los autores que tan amablemente han dispuesto su tiempo para que todo este trabajo tenga sentido: Bit, Estudio Kôsen, Santiago, Jesús, Antonio, Marisa, Marina, Arturo, Alexis, Daniel, Egoitz, Juanma, Carlos, Ken, Paco, Josu, Hari y Nacho.

También a todos los que han aportado su granito de arena: Álvaro Pons, Hugo Sainz, Borja Berroya, Jose Luis Quirós, Esther Morales, Agustín Reche, Ainize Eguiarte, Toni Guiral y Pepe Gálvez.

Una especial mención a mi mentor, quien me impulsó para que hoy estuviera donde estoy, Julen Santiago.

Y por supuesto, a mis padres, por apoyarme siempre.

ÍNDICE

1	INTRODUCCIÓN.....	11
1.1	OBJETIVOS	13
1.1.1	OBJETIVOS GENERALES	13
1.1.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	14
1.2	HIPÓTESIS	15
1.3	METODOLOGÍA.....	17
2	TERMINOLOGÍA	19
2.1	TÉRMINOS COMUNES	20
2.2	TÉRMINOS DE CÓMIC.....	23
2.3	TÉRMINOS DE ILUSTRACIÓN	28
2.4	TÉRMINOS DE CINE DE ANIMACIÓN	29
2.5	TÉRMINOS DE VIDEOJUEGOS	32
3	CRONOLOGÍA	37
3.1	CRONOLOGÍA COMPARADA.....	38
3.2	SITUACIÓN ACTUAL DEL CÓMIC.....	61
3.3	SITUACIÓN ACTUAL DE LA ILUSTRACIÓN.....	64
3.4	CINE DE ANIMACIÓN Y VIDEOJUEGOS ¿INDUSTRIAS EMERGENTES O SUSTITUTAS DE LA ILUSTRACIÓN?	66
4	INDUSTRIA.....	69
4.1	EDITORIALES EN ESPAÑA.....	70
4.1.1	COMERCIALIZACIÓN	70
4.1.2	CONSIDERACIONES SOBRE EL MERCADO EDITORIAL	71
4.2	EDICIÓN DE CÓMIC EN ESPAÑA	72
4.2.1	LA REALIDAD EDITORIAL EN EL S. XXI	73
4.2.2	ESTADO DE LA CUESTIÓN.....	76
4.3	EDICIÓN DE ILUSTRACIÓN.....	82
4.3.1	ILUSTRACIÓN Y SU CONCEPTO	82
4.3.2	¿CUÁLES SON LOS LÍMITES DE LA ILUSTRACIÓN?.....	82
4.3.3	LA SITUACIÓN EN EL SECTOR EDUCATIVO	84
4.3.4	PERFIL DE ILUSTRADORES EN ESPAÑA	85
4.3.5	DATOS DE ILUSTRACIÓN EN ESPAÑA....	86
4.3.6	LA PROBLEMÁTICA EN LAS TARIFAS DE ILUSTRACIÓN.....	90
4.4	INDUSTRIA DE LA ANIMACIÓN EN ESPAÑA..	96
4.4.1	PRIMERA APROXIMACIÓN	96
4.4.2	EL ÉXITO DEL CINE DE ANIMACIÓN.....	98
4.4.3	CINE DE ANIMACIÓN EN ESTA ÚLTIMA DÉCADA EN ESPAÑA ¿CUMPLE LAS ESPECTATIVAS?.....	101

4.5 INDUSTRIA DEL VIDEOJUEGO EN EL MUNDO... 105

4.5.1 INDUSTRIA DEL VIDEOJUEGO 105

4.5.2 LA INDUSTRIA DEL VIDEOJUEGO EN ESPAÑA..... 108

4.5.3 LA SITUACIÓN DEL PROFESIONAL DEL VIDEOJUEGO EN ESPAÑA 111

5 ENTREVISTAS 115

5.1 ENTREVISTAS A AUTORES DE CÓMIC..... 116

5.1.1 ANTONIO ALTARRIBA 116

5.1.2 BIT..... 118

5.1.3 ESTUDIO KÔSEN 120

5.1.4 JESÚS REDONDO 122

5.1.5 KEN NIIMURA..... 124

5.1.6 MARINA ARIZA 126

5.1.4 SANTIAGO VALENZUELA..... 128

5.2 ENTREVISTAS A AUTORES DE ILUSTRACIÓN E INDUSTRIAS DERIVADAS..... 130

5.2.1 ARTURO COSO 130

5.2.2 CARLOS NCT 132

5.2.3 DANIEL ARNAL LACALLE 134

5.2.4 EGOITZ PINTO 136

5.2.5 JUAN PUERTA..... 138

5.2.6 JULEN SANTIAGO 140

5.2.4 MARISA MARTINEZ..... 142

5.3 CONCLUSIONES DE ENTREVISTAS A AUTORES DE CÓMIC..... 144

5.4 CONCLUSIONES DE ENTREVISTAS A AUTORES DE ILUSTRACIÓN E INDUSTRIAS DERIVADAS .. 146

6 DESARROLLO PROFESIONAL..... 149

6.1 CRONOGRAMA PERSONAL..... 150

6.2 PUNTO DE ENCUENTRO 152

6.2.1 PROYECTO..... 152

6.2.2 EJEMPLOS..... 153

6.3 KÁRATE ACTION..... 154

6.3.1 PROPUESTA DE PROYECTO..... 154

6.3.2 FOTOGRAMAS DE EJEMPLO 155

6.3.3 STORYBOARD..... 156

6.4 2084..... 158

6.4.1 2084..... 158

6.4.2 CONCEPT..... 159

6.4.3 PERSONAJES 161

6.4.4	ILUSTRACIONES INTERIORES	163	6.8	BATTLE FOR GEA.....	208
6.4.4.1	Incorporación de Josu Jorquera.....	168	6.8.1	PRESENTACIÓN.....	208
6.4.4.2	Licencia de Ciudadanía	173	6.8.2	OFERTA DE TRABAJO.....	209
6.4.4.3	Portada Final.....	174	6.8.3	ABOUT GEA	210
6.5	ÉRASE UNA VEZ UN CUENTO.....	178	6.8.4	PRIMEROS BOCETOS.....	211
6.5.1	PRESENTACIÓN.....	178	6.8.4.1	Olatz Goni	211
6.5.2	FASE 1	179	6.8.4.2	Diego Román	212
6.5.3	FASE 2	181	6.8.4.3	Alfonso Berroya	213
6.5.4	FASE 3	185	6.8.5	ILUSTRACIONES.....	216
6.6	FANZINE TARASU	194	6.8.5.1	Inicios	216
6.6.1	PORTADA FANZINE	194	6.8.5.2	Juan Sampedro.....	218
6.6.2	BOCETOS.....	195	6.8.5.3	Diego Román	219
6.6.3	PROCESO	196	6.8.5.4	Joel Uriarte.....	220
6.6.4	RESULTADO FINAL	197	6.8.5.5	Carlos Monzón.....	221
6.7	FILO DE JADE.....	198	6.8.5.6	Otros ilustradores	222
6.7.1	PRESENTACIÓN.....	198	6.8.6	CÓMIC BATTLE FOR GEA.....	224
6.7.2	BOCETOS.....	199	6.8.5.1	Inicios	224
6.7.3	PRIMER FEEDBACK.....	200	6.8.7	DISEÑO DE PÁGINA WEB.....	229
6.7.4	PROCESO	202	6.8.8	ALEXIS ALONSO.....	232
6.7.5	ILUSTRACIÓN FINAL	204	6.8.9	ILUSTRACIONES FINALES.....	233
6.7.6	MAQUETACIÓN FINAL	206	6.9	TALES OF URESHI	237

6.9.1	TALES OF URESHI.....	237
6.8.2	EQUIPO Y PRIMEROS PASOS	238
6.9.3	INTERFAZ	239
6.9.4	DISEÑO DE PERSONAJES	240
6.9.5	DISEÑO FINAL.....	242
6.10	WHITE SPELL	243
6.10.1	WHITE SPELL.....	243
6.10.2	PRIMEROS DISEÑOS DE EDIFICIOS	244
6.10.3	DISEÑO DE AMBIENTACIÓN.....	245
6.10.4	BOSQUE DE DRUIDAS.....	246
6.10.5	PRIMEROS EDIFICIOS EN 3D.....	247
6.10.6	EDIFICIOS FINALES	248
6.10.7	PROBLEMAS EN CONCEPT ART	249
6.10.8	DIRECCIÓN DE ARTE	250
6.10.9	DISEÑOS DE PERSONAJE	252
6.10.10	CONCEPT ART DE PERSONAJES.....	254
6.10.11	ILUSTRACIONES DE BESTIAS	255
6.10.12	PROPS	256
6.10.13	TROPAS.....	257
6.10.13.1	Diseños mecánicos	257
6.10.13.2	Diseños de las tropas	258

6.10.14	DISEÑO DE LA CIUDAD.....	260
6.10.15	BATALLAS AXONOMÉTRICAS	262
6.10.16	ILUSTRACIONES	264
6.11	TEST ILION	266
6.11.1	TEST PARA ENTRADA PROFESIONAL EN ILION ANIMATION STUDIOS	266
6.12	TEST GAMELOFT	272
6.12.1	PARTE 1: COVER ART DESIGNER.....	272
6.12.2	PARTE 2: CONCEPT.....	274
6.12.3	PARTE 3: LOGO DESIGNING.....	275

7 CONCLUSIONES FINALES.....**277**

8 BIBLIOGRAFÍA.....**285**

8.1	LIBROS.....	285
8.2	PÁGINAS WEB	288
8.3	ENTREVISTAS	291

INTRODUCCIÓN



Antes de proceder con las cuestiones formales y metodológicas, creemos necesario dedicar unas líneas a resolver las motivaciones que llevan a la realización de este estudio.

Como punto de partida para este trabajo de investigación hay que situarse en el mundo del cómic y la ilustración, cuya imaginaria e impacto visual han dejado huella en generaciones de niños y adolescentes.

En este caso, para cualquiera que se haya decidido por cualquiera de las profesiones mencionadas, se plantean una serie de cuestiones que impiden un desarrollo directo del profesional y que suponen un lastre: ¿A quién consultar?; ¿Dónde puedo presentar mis proyectos?; ¿Podría publicar un cómic en alguna editorial a nivel nacional?; ¿Cuáles son los principales

ámbitos de intervención de la ilustración a nivel de industria hoy en día?; ¿Qué tipo de “portfolio” debo preparar en función de la empresa donde quisiera trabajar?... Preguntas que llevan en muchos casos al desánimo, pues apenas existen manuales para iniciados con una perspectiva global sobre inmersión en la industria española.

Llegados a este punto, los hay que se quedan en el proceso pensando “nunca aceptarán algo de nivel amateur como mi trabajo”, “lo que hago tiene la fuerza suficiente, pero nadie me lo quiere publicar porque no se valora mi estilo” o “es imposible trabajar en el mundo del cómic o la ilustración nacional”.

En estas circunstancias, raros son los que consiguen, a fuerza de luchar e investigar, un pequeño hueco en

éstas industrias. Al menos, es una idea que se repite entre los artistas amateurs.

No se le escapa a nadie, además, que hasta hace muy pocos años no se había considerado profesional o artístico gran parte del trabajo gráfico que estuviera enfocado a la industria. De hecho, la formación tradicional muestra síntomas de su escasa capacidad de adaptación, dando pocas oportunidades a los artistas emergentes, que en todo caso, tan sólo acceden a trabajos mal remunerados.

Ante esta situación, nos planteábamos la necesidad de realizar un estudio que pusiera el foco sobre las industrias del cómic y la ilustración, y las salidas profesionales a las que se puede aspirar para un estudiante recién licenciado, como sucedió en el caso

del autor del presente análisis. Además, ante la creciente expansión de las industrias del cine de animación y los videojuegos, ambas con excelentes resultados económicos y proyección mediática, estas se convierten en una salida profesional que parece prometer condiciones mejores y más estables que el propio cómic y la ilustración, industrias con las que guardan una estrecha relación como veremos más adelante.

En cualquier caso, parece que el retroceso en ventas de la industria editorial ha afectado seriamente a los ilustradores y dibujantes de cómic, y es necesario saber hasta qué punto sigue siendo realista encontrar trabajo como dibujante o ilustrador.

De la misma manera, necesitábamos comprobar qué necesidades técnicas y beneficios aportaban en contrapunto las industrias del cine de animación y los videojuegos. Al fin y al cabo, parece que estas ofrecen las mejores condiciones salariales y de estabilidad dentro de la profesión artística relacionada con el cómic y la ilustración.

Esta reflexión ha dado pie a la hipótesis que mencionaremos en el apartado 1.2, y es el punto de partida fundamental del presente trabajo de investigación.

Para realizar este análisis sobre el estado de la industria y las estrategias adecuadas para encontrar una salida profesional, se ha desglosado el trabajo en cinco pilares fundamentales:

Para comenzar, además del presente capítulo

introdutorio donde desglosamos los objetivos, hipótesis y metodología, establecemos una terminología especializada. Cabe señalar que hemos optado por no incluirla en los anexos para facilitar la comprensión de las palabras técnicas y anglicismos propios y comunes a cada una de las industrias y poder consultar directamente en caso de ser necesario.

Complementariamente, para ayudar al lector a situarse, se pretende realizar una labor de contextualización de las cuatro industrias a través del apartado de la cronología, donde se señalan los hitos que hemos considerado fundamentales y que explican la situación actual del tejido industrial español.

Paralelamente, hemos realizado una “fotografía panorámica” de la industria, mencionando y comparando datos estadísticos, cifras de ventas y artículos de autores, que nos permitan hacernos una idea de la realidad económica en los cuatro sectores industriales.

Además de esto, hemos realizado entrevistas a profesionales de estos cuatro sectores para que expliquen su visión de la industria desde su especialidad. En este sentido, queremos recalcar que con las cuatro entrevistas aparecen representados una gran mayoría de los perfiles profesionales derivados de las cuatro industrias.

Por último, el autor, Alfonso Berroya, presenta un último apartado donde se puede obtener el desarrollo de un estudiante amateur hasta la profesionalización en las industrias antes mencionadas. Considerábamos

que podía resultar esclarecedor conocer los pasos y errores cometidos al inicio de la andadura profesional.

Lo cierto es que tanto los datos de ventas, cifras y estadísticas como las apreciaciones de los profesionales establecidos ofrecen un punto de vista válido e interesante, pero queríamos ofrecer uno más próximo para el aspirante a profesional. En este sentido, considerábamos que poco análisis podía ser más esclarecedor sobre cómo empezar en el mundo profesional que el punto de vista de un estudiante que acaba de comenzar. Así, en estos cinco años de inmersión profesional compaginando al desarrollo de la presente investigación, podremos comprender las dificultades, las necesidades, las malas decisiones, las técnicas desfasadas y las reflexiones sobre cuáles hubieran sido las decisiones más acertadas para resolver ciertos problemas o enfrentarse a situaciones.

Todo ello configura un análisis que no se centra en un estudio de mercado, ni realiza un muestreo completo de entrevistas mediante estadística, si no que aporta una visión panorámica del sector profesional, sobre todo, analizando estrategias operativas para trabajar dentro de la industria española del cómic, la ilustración, el cine de animación y los videojuegos.

1.1 OBJETIVOS

Como punto de partida, nos planteamos cinco objetivos generales que marcarán el desarrollo del cuerpo de la investigación. Estos objetivos sirven para articular el discurso y análisis de la propia tesis, siendo un esqueleto fundamental del que partir para desarrollar el resto del trabajo.

Dichos objetivos son una parte descriptiva de la misma investigación, y estarán presentes en los capítulos comunes.

1.1.1 OBJETIVOS GENERALES

- Analizar la situación actual de la industria del cómic, la ilustración y las industrias derivadas de ésta. Para ello, realizaremos un estudio de los hechos más relevantes en la historia tanto del cómic, como de la ilustración representados en una línea cronológica que muestre los hitos históricos simultáneamente.

- Definir la terminología especializada en una etapa inicial del trabajo de investigación, desglosando la terminología específica de cada una de las cuatro industrias analizadas en secciones independientes.

- Realizar un acercamiento tanto al sector profesional como al mundo editorial mediante un estudio panorámico del tejido industrial español, a través de la recopilación de datos, gráficos,

porcentajes y otros estudios realizados por expertos en cada uno de los sectores.

- Entrevistar a autores significativos de cada uno de los segmentos de la industria tanto del cómic, la ilustración y las industrias derivadas de ésta, mediante un cuestionario genérico (con preguntas específicas a cada autor) para obtener información de primera mano.

- Realizar un estudio de campo en primera persona simultáneo a todo el proceso de la investigación doctoral sobre los sectores profesionales analizados, para poder mostrar de primera mano los problemas que surgen cuando se comienza la andadura profesional.

De manera paralela, planteamos también una serie de objetivos específicos, que pueden ser propios de algunos capítulos concretos del análisis.

Estos objetivos específicos marcan pautas de desarrollo en cada sección del trabajo, y nos van a permitir ahondar en aspectos concretos de cada industria y su realidad.

Mientras que, como definíamos anteriormente, los objetivos generales son los puntos de análisis sobre los que se vertebra la investigación, los objetivos específicos son los subapartados a analizar, tales como las problemáticas laborales, definiciones de las características de la industria, sistemas de trabajo, y diferencias de terminología entre cómic e ilustración, editoriales y la industria profesional.

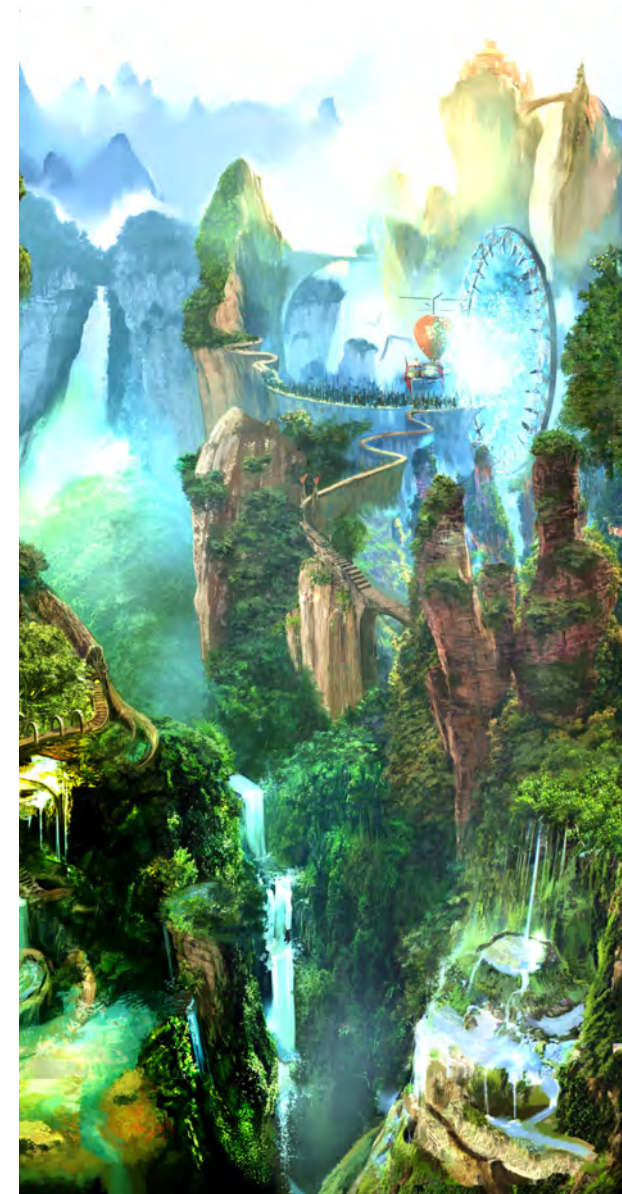


Figura 1. Alfonso Berroya.

1.1 OBJETIVOS

1.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conocer el estado del tejido industrial del cómic y la ilustración nacional y algunas de las industrias derivadas, como una ayuda para situarse mejor en el sector como profesional.
- Estudiar la relación del cómic con los cuatro mercados más importantes del cómic a nivel global: franco-belga, americano, novela gráfica y manga, para entender sus diferencias y qué los hace definirse como tales.
- Entender y definir ilustración y sus derivados en los entramados industriales más modernos.
- Analizar los hitos sobre la historia del cómic y la ilustración, así como el desarrollo paralelo del cine de animación y los videojuegos, para entender el

estado de la cuestión de estas cuatro profesiones en la actualidad.

- Comprender la situación actual de cada una de estas dos profesiones y la relación entre ambas, con el objetivo de situarse como futuro profesional dentro de ambos casos.

Finalmente, queremos destacar que, por el mero hecho de acotar los límites del presente trabajo de investigación, hemos dejado para un análisis ulterior festivales, asociaciones y eventos. De hecho, si bien es cierto que hemos citado en diversas ocasiones asociaciones destacadas como FADIP (Federación de Asociaciones de Ilustradores), el análisis pone el foco en datos económicos y necesidades técnicas, que son las que influyen de manera determinante encontrar una salida profesional estable.



Figura 2. Alfonso Berroya.

1.2 HIPÓTESIS

La hipótesis que planteamos sería la siguiente:

La industria editorial a nivel nacional retrocede, y las oportunidades laborales de profesiones como el cómic y la ilustración escasean para los aspirantes a profesionales. Mientras, los cambios en los sistemas de reproducción y la aparición de las nuevas tecnologías han provocado cambios significativos en el tejido industrial español, destacando dos hechos fundamentales; por un lado, han surgido dos industrias dependientes de la profesión artística como lo son el cine de animación y los videojuegos, y por otro, debido a las necesidades de estas, se ha profesionalizado la demanda artística, dejando obsoletos conceptos, terminología y formación tradicionales para entrar en ellas.

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación partimos de esta hipótesis, con la que pretendemos comprobar hasta qué punto es una realidad la situación precaria del mundo editorial. Tampoco está claro que la realidad sobre las industrias del cine de animación y los videojuegos sea tan positiva como puede parecer. Y es que la necesidad principal se basa en conocer a través de datos, impresiones profesionales y el trabajo de campo hasta qué punto estas afirmaciones son ciertas o no. Para ello, nos planteamos los siguientes puntos, que servirán como guía para analizar la situación actual de manera más completa:

- En muchos de los análisis teóricos sobre cómic e ilustración referidos al contenido gráfico, significativo o técnico, se prescinde de partes inseparables de él como lo son la industria en la que se integran, así como la proyección profesional o académica en su conjunto.

- La producción actual del cómic está estancada en sistemas de trabajo encorsetados en una dinámica preestablecida, que puede no aprovechar todas las posibilidades actuales. Además, se establecen confrontaciones entre los procedimientos gráficos tradicionales y los sistemas digitales actuales. Todo ello provoca que no se aprovechen las posibilidades de ambos para un mejor resultado.

- El cómic a nivel global presenta tres mercados de influencia mayoritaria: el americano, el manga y el franco-belga, además de uno emergente, el formato novela gráfica. Cada uno de ellos presenta unas características propias que determinan las posibilidades gráficas, temáticas y de formato.

- La edición en España no está remunerada lo suficiente como para poder mantenerse mediante el trabajo continuado de cómic. Algunas excepciones son cabeceras como El Jueves o el trabajo en periódicos o semanarios con tiras cómicas. La autoedición es factible, pero no económicamente rentable. Como posibilidad de trabajo remunerado mensualmente, queda la opción de especializarse en los mercados extranjeros, como puede ser el del cómic americano.

- El término ilustración empieza a quedarse ambiguo y con falta de concreción para adaptarse a las nuevas salidas del mundo profesional y de la industria.

- Existen nuevos términos que designan profesionales y puestos de trabajo especializado que derivan de anglicanismos.

- El trabajo como ilustrador profesional tiende, en su gran mayoría, en especialización técnica y también al medio (tradicional o digital).

- La ilustración y el cómic, en lo que al mercado profesional se refiere, están entremezclados. En éste, las barreras que separan uno respecto al otro se vuelven difusas.

- La ilustración editorial y de prensa pierde terreno en cuanto a público objetivo, en parte debido al auge de nuevas tecnologías e internet. En la actualidad, nuevas formas de entender la profesión, como ilustrador web, *storyboard* o diseñador de aplicaciones y cuentos ilustrados, sustituyen en su mayoría, a los campos mencionados anteriormente.

Otro de los temas que queremos analizar tiene que ver con los procedimientos gráficos y técnicas de narración del cómic, la ilustración y la industria de artes digitales como objetos y medios en sí mismos. En una primera aproximación, parece que los procedimientos gráficos han tenido una evolución paulatina a lo largo del siglo XX. Dichas técnicas no evolucionaron en exceso hasta hace apenas dos décadas, en las que su desarrollo ha sido muy notable. De hecho, gracias

1.2 HIPÓTESIS

a la aparición de los procedimientos digitales y softwares especializados, se optimizarían los sistemas de trabajo y se crearían nuevas formas de explorar la expresión artística.

Paralelamente a los procedimientos, encontramos una problemática similar en el mundo del cómic, donde parece que la producción está estancada en los mitos derivados de una forma de trabajo clásica que no siempre aprovecha todas las posibilidades del mundo digital, por un estancamiento en los procesos de trabajo heredados del pasado siglo. En el mundo



Figura 3. Alfonso Berroya.

de la ilustración, esto no sólo se ha transformado de manera notoria, si no que ha cambiado las propias técnicas, tales como el sistema de trabajo en tres dimensiones, que han permitido explorar nuevas maneras de trabajar, modificando así la manera de contar historias.

Además, cabe destacar que aún hoy se contraponen el uso de los procedimientos gráficos tradicionales a los sistemas digitales actuales. De alguna forma, se presupone que ambos sistemas de trabajo crean problemas de interrelación en una obra final. Las razones que se supone provocan esa incompatibilidad podrían ser las siguientes:

- Respecto al tiempo: El tiempo de acabado de los procedimientos gráficos y los procesos digitales es diferente. Los procedimientos gráficos tradicionales suelen ser más lentos.
- Respecto a la compatibilidad: Los procedimientos gráficos tradicionales exigen un nivel técnico básico superior. Los mismos procedimientos tienen una aceptación artesanal, frente a los procesos digitales, que se entienden como algo mucho más industrial, más frío, relacionado con las máquinas.
- Respecto a la industria: No todos los procedimientos, formatos y procesos son igual de "comerciales". La productividad, la economización y la eficacia se dan en diferente medida en las diferentes propuestas de ambas profesiones. Los trabajos en los que se utilizan sistemas digitales en gran parte del



Figura 4. Alfonso Berroya.

proceso de creación, responden generalmente, a unos parámetros de producción en cadena.

Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente, postulamos que algunos de los sistemas digitales potencian la especialización individual. Es decir, el desarrollo de las diferentes fases de la producción de una obra las desarrollan diferentes profesionales. Cada uno de estos estará especializado en diferentes sectores de la producción. Esto puede implicar producir resultados finales heterogéneos, lo que en muchos casos no es deseable. Para evitar esto, se crean figuras profesionales como el director de arte en el mundo del cine para animación y videojuegos, con el fin de dirigir un equipo que tenga un estilo conjunto, y permita aunar criterios y dotar de credibilidad al trabajo final.

1.3 METODOLOGÍA

Se pretende conseguir un “ejercicio de transdisciplinariedad metodológica”, como cita Rubén Varillas (2009) en “La arquitectura de las viñetas”, de modo que para el desarrollo del trabajo de análisis, no se elabore un desglose de texto común, sino que las cualidades del mismo objeto de estudio impriman al trabajo unas cualidades gráficas que acerquen su contenido no sólo a los especialistas, sino a todo aquel que esté familiarizado con este medio. Es por ello que hemos pretendido dotar a este discurso de un contenido visual que aligere el peso de sus páginas y potencie la agilidad de lectura. En nuestro caso, además, adaptaremos el discurso al propio medio analizado, como parte de una integración entre método y objeto. Dicho de otro modo, comparamos textos con imágenes, gráficos con resultados, opiniones de especialistas contrastadas, análisis de datos en el apartado de edición... En definitiva, utilizaremos diferentes sistemas que ayuden a una mejor comprensión y visualización de la información referenciada.

Por un lado, además de consultar obras de referencia y documentación variada sobre el tema (publicaciones, artículos, libros, internet...) como base estructural, hemos planteado entrevistas y un modelo de cuestionario para poder acceder a datos y conclusiones extraídos de primera mano por profesionales del cómic, la ilustración y la industria digital artística.

Por otro lado, se hará uso de datos estadísticos y cifras de ventas que puedan ayudar a la comprensión de la situación de la industria como profesión a nivel nacional.

Paralelamente, para poder ofrecer una perspectiva de la línea cronológica de las cuatro industrias y su interrelación con los medios de reproducción, hemos propuesto un modelo cronológico con mayor carga visual, que consideramos ayudará a situarse y comparar los hitos mencionados anteriormente.

Un observador atento podría indicar que, fuera del mercado que tradicionalmente conocemos como correspondiente al cómic y a la ilustración, existen sectores industriales que quedan relegados a un segundo plano o, directamente, no son objeto de análisis.

Como hemos comentado anteriormente, esto se debe al hecho de que en el presente trabajo nos centramos en las cuatro industrias que mencionamos, cuya interrelación profesional es directa. Por ejemplo, en el caso del campo de la ilustración, los profesionales o aspirantes pueden reciclarse a estas nuevas industrias del cine de animación y los videojuegos por ser sinérgicas, pasando a ser 2D artists, cover artist o directores de arte. Del mismo modo, existen dibujantes de cómic que se especializan como Storyboard artist, concept artist o animadores. De hecho, estas especialidades son transversales al cómic y la ilustración, siendo posible que se especialicen en los puestos citados

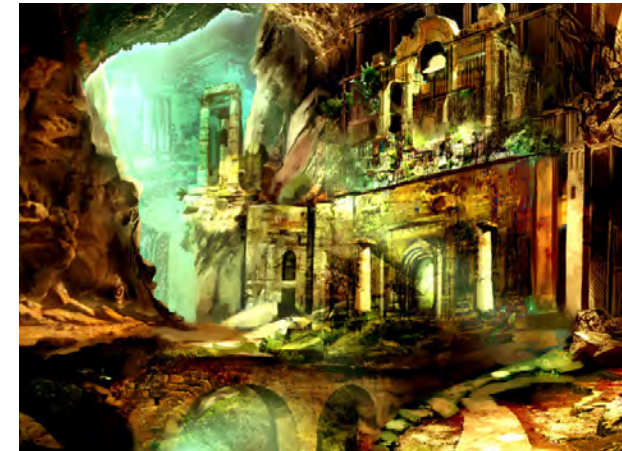


Figura 5. Alfonso Berroya.

independientemente de provenir de uno u otro sector, o incluso con formación autodidacta. Lo que sucede es que por conocimientos y aptitudes, pueden migrar de manera más sencilla a estas industrias especializadas.

Por ello, a pesar de que las ramas del diseño en sus variantes de moda, gráfico y de producto están estrechamente ligadas a la ilustración y a la rama artística en general, el propio diseño gráfico es una especialización profesional por sí mismo. Es por esto que, pese a ser citado, no nos vamos a centrar en este análisis en concretar las profesiones ligadas al diseño, por una menor sinergia con las nuevas industrias salvo en la especialidad de interfaz o UI/UX, y debido a que existen trabajos de investigación centrados en esta profesión que ya cubren ese espacio de análisis.

Por concreción, nos centraremos en los cuatro primeros, y llamaremos en adelante a industrias

1.3 METODOLOGÍA



Figura 6. Alfonso Berroya.

derivadas al cine de animación y videojuegos, pues queremos poner el foco en lo que se ha venido a conocer como “industria del entretenimiento”, y en este sector tanto una parte fundamental del cómic, la ilustración, los videojuegos y el cine de animación tienen un reflejo. Esta industria del entretenimiento, además, parece ofrecer las mejores posibilidades en cuanto a salidas profesionales, reflexión que intentaremos contrastar en el trabajo.

Para la realización de este estudio en profundidad, daremos cabida a las cuestiones citadas anteriormente, que intentarán resolverse no sólo a través de citas a expertos estudiosos del tema, (como Danielle Barbieri, Will Eisner, Scott McCloud a nivel global, o Antoni Giral, Santiago García, Álvaro Póns y Pepe Gálvez en lo referido al mercado nacional), si no también acudiendo a las fuentes directas, en este caso los autores, como ya veremos en profundidad en la metodología de este trabajo.

Para esta tesis hemos querido analizar ambos medios, ilustración y cómic, además de la industria profesional directamente relacionada, con el fin de otorgar a cualquier interesado un enfoque global sobre ambos medios, así como sus industrias derivadas, que, como veremos, trascienden las líneas de su propia disciplina y se entremezclan entre sí en muchas ocasiones. El autor Danielle Barbieri definía así en su investigación las diferencias entre ambos medios: “La imagen del cómic cuenta, la imagen de la ilustración

comenta. La ilustración es normalmente ilustración de algo, y ese algo puede existir incluso sin ilustración: su papel es proporcionar un comentario externo, que añade algo al relato. En el cómic cada viñeta tiene una función directamente narrativa; incluso en ausencia de diálogos” (Barbieri, 1993, p. 21).

Finalmente, pretendemos crear un análisis ágil y digerible, que pudiera servir como ayuda a todos aquellos que cursan estudios superiores relacionados con el arte, pero necesitan saber cómo funciona el mercado al que se dirigen para poder encontrar una manera de hacerse hueco.

Finalmente, con el trabajo de inmersión del autor en la industria profesional no pretendemos crear un ejemplo de metodología o estilo, sino exponer claramente los aciertos, y sobre todo, los fallos que se han cometido, los problemas técnicos, y un sinfín de anécdotas que pueden ejemplificar y ayudar al futuro profesional a ponerse en situación.

No será un trabajo exhaustivo de cada uno de los campos, si no una vista panorámica de los cuatro sectores, haciendo hincapié en su vertiente profesional, y las características metodológicas y laborales de los mismos.

TERMINOLOGÍA



A lo largo de este apartado vamos a desglosar los términos que consideramos fundamentales para poder comprender el análisis de las industrias del cómic, la ilustración, el cine de animación y los videojuegos.

Como hemos comentado anteriormente, uno de los objetivos fundamentales a la hora de realizar este trabajo de investigación se centraba en crear un glosario de términos especializados. Aunque en muchos trabajos similares el glosario de términos tiene un uso meramente referencial, debido a que la terminología con la que un estudiante está familiarizado no siempre está actualizada a la que se utiliza en las empresas, consideramos que la terminología cobra un papel fundamental en el presente análisis. Es por eso que hemos preferido situarlo de manera prioritaria frente al resto de capítulos.

Además, debido a que las industrias tecnológicas se desarrollan a mayor velocidad a la que en muchos casos la educación es capaz de adaptarse, vemos necesario desglosarla y compartimentarla con el fin no sólo de recoger aquellos términos específicos que hemos utilizado, sino también de poder crear un modelo de referencia que pueda servir para poder adaptarse a las profesiones específicas y pueda servir a futuros profesionales como medio de consulta no sólo para comprender el análisis ulterior, sino para adaptarse de manera adecuada a las exigencias profesionales. Hay que tener en cuenta que la redacción de este capítulo se ha finalizado en la última fase del proceso de la tesis, tras haber realizado una inmersión en el mundo profesional

de cinco años de duración, y habiendo consultado múltiples publicaciones y entrevistado a profesionales reputados en cada sector, lo que, de alguna manera, garantiza la actualidad de dichos términos y su uso real en el sector.

Debido a esto, hemos preferido desglosar la terminología en un campo común, donde se recogen aquellos términos cuyo uso es aplicable a las diferentes industrias sin dar lugar a equívocos, y de términos específicos para los sectores de la ilustración, el cómic, el cine de animación y los videojuegos.

Finalmente, la organización de los términos a definir se presentará por orden alfabético en cada uno de los campos, por ser el sistema más común para encontrar un término específico en caso de consulta.

2.1 TÉRMINOS COMUNES

2.1 TÉRMINOS COMUNES

Analógico: “Se refiere un valor dentro de una escala móvil, más que a una con incrementos automáticos periódicos. Analógico, en este caso, se refiere a la creación de imágenes que tiene lugar fuera del entorno digital, como por ejemplo el dibujo o la pintura” (Lardner, J. y Roberts, P., 2012, p. 218).

Cartoon: Aunque etimológicamente se refiere a dibujos que conforman una película de dibujos animados, se designa también por este nombre a un estilo de dibujo y acabado en el que los diseños tanto de personajes como fondos obedecen a una estética desenfadada, con formas más resumidas, angulosas o redondeadas. La expresividad y la gestualidad están exageradas al máximo, haciendo hincapié en la personalidad y la emoción de las expresiones.

Color: Cualidad especial que distingue el estilo. “Color es un signo de relleno porque no es usado para delinear objetos y contornos, sino para darnos un detalle de superficie” (Barbieri, D., 1993, p. 51).

El autor los desglosa en 3 tipos: tonalidad, luminosidad y saturación, definidos así por la teoría del color tradicional.

Composición: “Arte de agrupar las figuras y combinar los elementos necesarios para conseguir una

obra plástica lo más armoniosa y equilibrada posible” (RAE). “Escenario donde tiene lugar una disposición de elementos, que deben estar colocados según un propósito determinado” (Eisner, W., 1988, p. 151).

Contorno: “Una serie de líneas negras que en realidad no existen, permiten al dibujante sesgar la imagen de su conjunto sin correspondencia con la realidad, pero con similitudes a través de la descripción. Presenta diferencias según el dibujante y define su estilo” (Barbieri, D., 1993, p. 27).

Dibujante: “Persona que tiene como profesión el dibujo” (RAE). Según el mercado y las condiciones de la obra, puede ser un único creador, que con su trabajo presenta una obra terminada, o aquel encargado de llevar a imagen aquello dispuesto por el guionista, y distribuirlo en escenas y viñetas a través del lápiz. También son de su competencia labores de diseño, composición narrativa y ritmo.

Dibujo: “Proporción que debe tener en sus partes y medidas la figura del objeto que se dibuja o pinta” (RAE, 20). “Dibujar es elegir entre las características útiles, aquellas a privilegiar para representar el objeto, y la imagen reproduce algunas características del objeto real de la manera en que normalmente la percibimos. Cada dibujo es así el resultado de una selección de características consideradas importantes en detrimento

de otras. Saber dibujar no es solamente saber crear unas imágenes que se asemejen a ese objeto; también, y sobre todo, saber crear unas imágenes que subrayen los aspectos del objeto que son importantes para el discurso que se quiere hacer” (Barbieri, D., 1993, p. 25).

Encuadre: “Nos referimos con ellos al enmarcado visual de una viñeta” (Guiral, A., 2007, p. 23). Delimitación bidimensional de un espacio. Y referida a dos órdenes de espacios distintos: al de la superficie del papel sobre el que se dibuja o imprime la viñeta (a) y al espacio figurativamente representado por el dibujante (b).

(a) Los diferentes formatos de la viñeta y sus límites.

(b) El modo en el que se ordenará el material plástico de la viñeta (fundamentalmente personajes, globos y decorados). Espacialidad (planitud-profundidad, en sus diferentes grados). Aquí intervendrá también la elección de plano, clasificación tomada del lenguaje cinematográfico y con el cuerpo humano como referencia, que establece la siguiente clasificación:

- Primer plano, plano propio del cine y del cómic que muestra en detalle lo que capta la viñeta y por extensión, los objetos de pequeño tamaño.

- Plano medio, cuando muestra a un personaje cortado por la cintura.

- Plano de tres cuartos o plano americano, cuando le corta a la altura de las rodillas.

- Plano general, cuando muestra la figura completa.

“Añade a la imagen un subrayado que transforma

un fragmento de realidad en un punto de discurso, colocando lo elegido en el centro de atención de manera que el resto constituya el fondo o ambiente” (Barbieri, D., 1993, p. 135).

Formato: Tira o *strip* (*gag*), dominical, página, álbum, *comic book*, novela gráfica... Formato, en su acepción más habitual en dibujo, hace referencia a la proporción, a la relación entre las medidas de los lados de la imagen.

Industria del entretenimiento: Denominamos industria del entretenimiento a aquel conjunto de empresas o instituciones cuya principal actividad productiva se centra en alcanzar un *tárgnet* de público que busca diversión.

Mainstream: Nos referimos a la corriente principal dentro de un género. En el caso del cómic, hablamos del segmento que más ejemplares vende o el más popular.

Masas de grises / negros: consultar la definición de “Relleno”.

Merchandising: *“Merchandising es un término inglés que no forma parte del diccionario de la Real Academia Española. El concepto se utiliza para nombrar al producto licenciado que se suele vender*

con el respaldo de una marca, un logo o una imagen. (...) La noción de merchandising también se utiliza para nombrar a la rama del marketing cuyo objetivo es incrementar la rentabilidad en el punto de venta a partir del estímulo de la demanda” (RAE, 2017).

Práctica: *“(...) Se hace referencia el término “práctica” en relación al hecho de practicar una técnica, práctica también puede referirse a los procesos, técnicas, lenguaje visual y salidas de un artista digital en su totalidad”* (Lardner, J. y Roberts, P., 2012, p.220)

Portfolio: *“Como portfolio se denomina la carpeta que reúne el conjunto de los trabajos realizados por un profesional o empresa a lo largo de su trayectoria.*

La palabra, como tal, proviene del inglés, y puede traducirse al español como ‘portafolio’ cuando se usa con el significado de cartera de mano o maleta para guardar y transportar documentos” (Significados de Portfolio, 2016).

En el mundo profesional del arte, se comprende como una carpeta donde ilustradores, diseñadores y dibujantes llevan muestras de sus mejores trabajos con el fin de enseñar a editores o a posibles directores de arte o empresas. También puede hacerse de manera online, de manera que no suponga un gasto de impresión por parte del trabajador cada vez que opta a un trabajo. Para el director de arte o “*recruiter*” de la

empresa a la que se opta, supone un ahorro en tiempo y espacio para poder revisar los trabajos que llegan optando a un trabajo determinado.

Prop: Denominamos “*prop*” o *atrezzo*, tanto en la industria de los videojuegos como la del cine de animación a aquellos elementos u objetos que no están integrados en el escenario, y que han de realizarse de manera independiente, pues pueden estar sujetos a animación o deformaciones, o bien pueden ser significativos por funcionalidad.

Posproducción: *“Fase posterior al rodaje de una película o a la realización de un producto audiovisual o radiofónico, en la que se llevan a cabo las operaciones que le dan su forma definitiva”* (RAE, 2017). El concepto postproducción varía según el trabajo a realizar. Generalmente suele referirse al trabajo de maquetado y perfeccionamiento de la obra antes de ser enviado a la imprenta. Según el proyecto, rotulista y colorista pueden formar o no parte de esta última fase de trabajo, junto con el maquetador.

Procedimientos gráficos: Las técnicas más tradicionales y manuales, como lo son la plumilla, la tinta, el propio lápiz, las acuarelas, témperas, acrílico, óleo, aerógrafo... *“La elección de la técnica para realizar las imágenes de los cómics es naturalmente determinante en el efecto definitivo.*

2.1 TÉRMINOS COMUNES

Cada instrumento y cada técnica de la ilustración subrayan aspectos de la ilustración y subordinan otros” (Barbieri, D., 1993, p. 58).

Rellenos: “Los rellenos pertenecen a 3 grandes categorías: los sombreados a través del mayor o menor entrelazamiento de trazos, superficies punteadas o regularmente ralladas, o por último, la mancha negra, compacta, que puede ser considerada el caso límite del relleno. Un trazo aislado del relleno no significa nada en ocasiones, es el conjunto de trazos lo que determina el efecto; el relleno es expresivo y el contraste se convierte en elemento crucial, pues permite poner el acento sobre algo” (Barbieri, D., 1993, p. 34).

Ritmo: “Acción sencilla, en la que se prolonga el resultado final para intensificar la emoción. Para el éxito de la narrativa visual es de capital importancia la habilidad para comunicar el paso del tiempo” (Eisner, W., 1988, p. 32).

Target: Anglicismo que se traduce como “objetivo”. En lo referido a mercados, se refiere a objetivo o área potencial de influencia al que el producto en cuestión va dirigido.

Técnicas digitales / ordenador: Referidas a todo proceso de trabajo desarrollado a partir del ordenador. El creador Ken Niimura especifica en

su entrevista lo siguiente respecto a los grados de acabado entre procedimientos gráficos tradicionales y técnicas digitales: “Mucha gente utiliza el digital para intentar imitar la técnica tradicional, y yo creo que cada procedimiento es para lo que es. El acabado digital da unas calidades que no da el tradicional y viceversa. Intenta reproducirlo es desviarse de la cuestión principal” (Niimura, K., 2010).

Trazo: El trazo es la gestualidad de la línea propia de cada dibujante, en la que influyen factores como el procedimiento a usar, el pulso, la intencionalidad y la expresión propia entre otros: “Cada línea o “camino” en un software de vectores, ya sea una línea recta, un arco, una curva compleja o un círculo” (Chinn, M. y McLoughlin, C., 2009, p.156).

“Línea visible o invisible definida por un trazado en las aplicaciones vectoriales. A los trazos pueden aplicárseles diferentes pesos y colores.” (Lardner, J. y Roberts, P., 2012, p. 221).

Resolución: “La resolución de una pantalla está determinada por el número de píxeles distribuidos en la horizontal y en la vertical. La resolución de un videojuego se indica en píxeles. Por ejemplo, la mayoría de los juegos para Super Nintendo tenía una resolución de 256 × 233 píxeles. La resolución de una GameBoy era de 160 × 144 píxeles” (Wright, L., 2009, p.186).

Software: “Computer-readable code that presents a consistent interface to the user. Software acts as the intermediary between the user and computer hardware, enabling the user to perform multiple tasks. Software includes graphic, image manipulation, word processing, spread sheet, and game programs among many others” (Little, G. y Dulude, C. M., 1994, p. 161).

Llamamos software a cualquier clase de código que presenta un interfaz legible para el usuario. Incluimos bajo esta definición toda clase de programas informáticos, tanto de diseño como motores de videojuegos.

Tableta gráfica: “Es un dispositivo que permite al usuario introducir gráficos o dibujos a mano, tal como lo haría con lápiz y papel. También permite apuntar y señalar los objetos que se encuentran en la pantalla. Consiste en una superficie plana sobre la que el usuario puede dibujar una imagen utilizando el lápiz óptico que viene junto a la tableta.

En algunas tabletas la imagen no aparece en la tableta sino que se muestra en la pantalla del ordenador, en otras como los últimos modelos de las mejores marcas se puede ver la pantalla en la tableta” (Tabletas gráficas, 2011).

2.2 TÉRMINOS DE CÓMIC

Apoyatura: Tiene un origen de tipo literario, y se define como texto integrado en la viñeta, que cumple la función de aclarar o explicar su contenido, facilitar la continuidad entre dos viñetas o reproducir el comentario del narrador.

Arte/Cómic como arte: Como veremos a lo largo del trabajo, existe una ambigüedad evidente en el uso de este término. Es por ello que muchos autores prefieren la utilización de “artesano” sobre ellos mismos. Como cita Scott McCloud en su libro “La revolución de los cómics”, aún podemos encontrar diferencias de opiniones y consideraciones al respecto que ensalzan, critican y minusvaloran ciertos trabajos o estilos “*Todavía existen dudas por parte de ciertos artistas a la hora de catalogar a los cómics como “arte”(...) Las zonas en las que los cómics y el arte se mezclan están llenas de matices turbulentos. (...) En primer lugar, creo que deberíamos dejar de lado el concepto de los objetos o productos artísticos como tales para centrarnos más en el proceso de creación*” (McCloud, S., 2000, p. 47).

Artesano: Utilizando la definición que nos da el diccionario de la real academia española: “*Persona que ejercita un arte u oficio meramente mecánico*” o “*modernamente para referirse a quien hace por su*

cuenta objetos de uso doméstico imprimiéndoles un sello personal, a diferencia del obrero fabril” (RAE, 2017).

Bocadillo o globo: “*En grabados, dibujos, caricaturas, chistes gráficos, tebeos, etc., espacio circundado por una línea en el que se contienen las palabras o pensamientos de un personaje*” (RAE, 2017).

Término coloquial que define una convención propia de los cómics y las caricaturas en sus inicios. Ha venido a representar la acción de hablar como un indicador fonético de múltiples formas posibles. Nos referimos al espacio que encierra en la mayoría de las ocasiones el diálogo o los pensamientos de un personaje. Los hay de diversas formas y estilos, el ovalado, la secuencia de nubes que definen que el personaje está pensando para sus adentros, los rectangulares o de formas caóticas para expresar emociones determinadas. Éstos últimos son típicos del manga japonés. Ante la diversidad de formas y posibilidades, autores famosos se muestran poco de acuerdo en adaptar una definición genérica al término: “*Es un invento desesperado que logra captar y hacer visible un elemento etéreo: el sonido*” (Eisner, W., 1988, p. 26). Román Gubern (1972) lo define más bien como un elemento fantástico, que puede expresar cualquier cosa.

Calle: “*Espacio entre viñetas (generalmente el papel sin imprimir*” (Chinn, M. y McLoughlin, C.,

2009, p. 156). “*Tienden a ser regulares, pero ocasionalmente, las viñetas pueden solaparse de manera que las calles desaparecen*” (Chinn, M. y McLoughlin, C., 2009, p. 35).

Caricatura: “*Dibujo satírico en que se deforman las facciones y el aspecto de alguien*” (RAE).

Lo más genuino del dibujo: lleva la selección y el subrayado hasta las últimas consecuencias: se basa en la esquematización-simplificación-estilización y exagera-acentúa-desproporciona. “*Dibujo resultado de la exageración y la simplificación, que, eliminando los detalles de una imagen la hace más fácil de asimilar y le aporta humor*” (Eisner, W., 1988, p. 151).

Cinética (signos de movimiento): Convención gráfica propia de los cómics que expresa la ilusión del movimiento o la trayectoria de los móviles. Actuarán a modo de huellas gráficas del paso del móvil por el espacio atravesado, aunque no será éste el único recurso para representar el movimiento ya que también podrán hacerlo descomponiendo la imagen de la figura cuya movilidad desea expresarse en contornos múltiples y a veces en figuras que plasman las diferentes fases consecutivas de su acción física. “*Se trata de inventar un lenguaje de la representación del movimiento en la inmovilidad. Hay movimientos continuos, repetidos y secuencias de movimientos. Los signos de movimiento son líneas que expresan el*

2.2 TÉRMINOS DE CÓMIC

desplazamiento de las figuras" (Barbieri, D., 1993, p. 224).

Cómic: *"El medio al que llamamos cómic se basa en una idea muy sencilla: la idea de colocar una imagen tras otra para simular el paso del tiempo (...) Se forma así según el propio autor la totalidad de símbolos visuales existentes donde la imaginación del lector da vida a esas imágenes estáticas"* (McCloud, S., 2000, p. 5). El autor Will Eisner añade: *"Los cómics se sirven de dos importantes instrumentos de comunicación: la palabra y la imagen (...) y es el manejo diestro (...) donde yace el potencial expresivo de este medio"* (Eisner, W., 1988, p. 13).

Comic-book: formato de cómic propio de los EEUU de pequeñas dimensiones (17 x 26cm) nacido a partir de recopilaciones de historias de prensa, ha pasado a englobar todo tipo de géneros y estilos a lo largo de la historia. Característico por su encuadernación a través de grapado.

Composición: Referido al cómic, no sólo se entiende por composición a la situación de los elementos representados, si no a la propia narrativa que muestra el conjunto de la página o páginas.

Colorista: En el proceso de un cómic, es el profesional encargado de aplicar color a la página

en blanco y negro. El color lo puede aplicar el mismo dibujante según el proyecto. Designado como colorista, se define un miembro del equipo de trabajo especializado y encargado del color (RAE, 2017). La profesional Marina Ariza se define así: *"Una de las personas de la larga cadena de la realización del cómic que intenta que te llegue un producto en condiciones"* (Ariza, M., 2010).

Direct market: Sistema regular que deriva del antiguo método de distribución en los comic books americanos. Mediante el mismo, un distribuidor mayoritario satisfacía las demandas de las librerías y puntos de venta de cómic. La principal característica que lo define es la no devolución del material y, a diferencia de tiendas de libros y sistemas redistribución habitual, se prohibía la devolución del material no vendido a la espera de recuperar parte de la inversión.

Equipo de trabajo: Aplicado al cómic se refiere a un grupo de especialistas que se dedican conjuntamente a desarrollar un cómic. La exigencia de división del trabajo se da en mercados como el americano o el manga, donde la publicación seriada y sus plazos exigen una resolución rápida. Dependiendo del encargo y el equipo, el profesional puede ser especialista en un aspecto, o simplemente un apoyo general en todos los aspectos del proyecto. En el cómic americano el equipo de trabajo se compone de

guionista, dibujante, entintador, colorista y rotulista. En el mercado Japonés, el autor principal es generalmente una persona, y lleva un equipo de ayudantes (generalmente de hasta 5 personas) que ayudan a entintar, dibujar fondos, aplicar tramas, rotular, etc...

Entintado: En los EEUU, fase de proceso de acabado del dibujo, superponiendo zonas de negro a los grises del lápiz. Debemos entender este proceso de selección-depuración, este pasar a limpio, como algo muchísimo más activo y creativo de lo que en principio pudiera parecer. Como menciona el autor Joe Kubert en el apartado "Entintado" del libro "Aprende a dibujar cómic (vol.2)", el término línea de corte era usado para describir el proceso de impresión de las ilustraciones publicadas en los periódicos con sus dificultades, en los cuales una línea entintada se imprimía mucho mejor que una línea de lápiz, por la dificultad de reproducir los grises propios de los lápices en las imprentas. Es por eso que hoy en día se lo conoce como al proceso de trabajo de acabado de una página a lápiz, pasando los tonos grises a negros puros de tinta, para poder imprimir después (Simons, W., Pacheco, C., Bentz, N. y García, V., 2006, p. 72)

Entintador / Dibujante de tintas: El término de entintador puede dar lugar a equívocos, donde pueda parecer que el mismo tan sólo tiene la función de repasar el trabajo a lápiz. Como menciona Bit en su

entrevista, puede desempeñar la labor de cambiar el dibujo, o incluso rediseñar o añadir elementos gráficos que el dibujante no hubiera especificado previamente (Bit, 2010).

Estilo: “Será el resultado de todas las decisiones que tomemos con el fin de adecuar lo formal al tipo de historia que queramos contar (dos caras de una misma moneda) y relacionado directamente con la definición que hemos recogido de dibujo. Se exige versatilidad en el dibujante para adaptarse a los encargos y situaciones. En algunos cómics actuales se dan estilos diferentes en una misma historia” (RAE, 2017).

En cómic el concepto de estilo no suele afectar exclusivamente al dibujo sino que también se extiende al resto de aspectos de una manera global.

Fondos: El fondo representa todos los elementos que aparecen como decorados, estructuras y paisajes, que rodean a los personajes de la historia, y que forman parte de la estructura de la viñeta. Pueden tener finalidad narrativa, ser prácticos para sumergir al lector en una determinada ambientación o situación, o cumplir una función únicamente decorativa, hasta llegar a no tener presencia en la escena. Aquí caben lugares y objetos de todo tipo.

Es importante el valor que en cada historia se le asigna a los decorados, pues pueden contextualizar en el tiempo y en el espacio, ubicar, localizar, o

tomar, en caso de ocupar gran parte del espacio, un protagonismo fundamental.

Franco-belga/ bande dessinée: “El cómic franco-belga comprende la historieta francófona producida en Bélgica, Francia y Suiza, y constituye una de las tres grandes tradiciones historietísticas a nivel global, junto con la estadounidense y la japonesa. El término *bande dessinée* es amplio, y puede ser aplicado a todas las historietas realizadas por autores franceses y belgas, a todas las historietas publicadas originalmente por editores franceses y belgas, o a historietas que aparezcan en cualquier revista belga, y por extensión francesa” (Historieta Franco-Belga, 2010).

Guión: Texto en que se expone, con los detalles necesarios para su realización, el contenido de un cómic.

Guionista: : Como define Will Eisner (1988), el guionista es aquel que define la idea, la narrativa, la construcción de la misma, los elementos gráficos característicos, y la forma y contenido de los diálogos. Román Gubern (1973), por su parte, lo enmarca como una de las dos formas fundamentales de relato propias del cómic, la del guionista y el grafista. Según el autor, el guionista desglosa el texto según técnicas muy precisas de narración.

Línea: El trazo propio de un dibujante, que suele indicar el contorno de figuras, elementos y fondos: “Las diversas modulaciones de la misma, su modulación y la relación contorno-relleno nos permite entender algunas de las características fundamentales de las imágenes, como la dinamicidad o la estática” (Barbieri, D., 1993, p. 27).

Línea de indicatividad: Línea ideal que ordena el trayecto de lectura según el principio de la prioridad de la izquierda sobre la derecha y de lo superior sobre lo inferior en el caso occidental, mientras que en el oriental funciona exactamente al revés. Esto es aplicable tanto a la lectura en el interior de la viñeta como a las viñetas sucesivas. Algunas propuestas innovadoras rompen con la línea de indicatividad, pero suelen estar muy estudiadas previamente, para no crear un caos visual y una orientación de lectura confusa.

Manga: Nombre con que se conoce a la historia propiamente japonesa. Lo mismo que con el término *tebeo*, está cayendo en desuso en su país de origen, en el cual lo llaman directamente cómic debido a la connotación negativa y poco seria que había traído para sus creadores a lo largo de la historia reciente

“El cómic japonés (*manga*) y su versión animada (*anime*) han alcanzado una popularidad tan grande en todo el mundo que merecen una categoría propia. El estilo *manga* se caracteriza por sus personajes “occidentalizados” de grandes ojos, rasgo atribuido

2.2 TÉRMINOS DE CÓMIC

a Osamu Tezuka, el creador de Astroboy, en una imitación deliberada de los dibujos de Disney” (Chinn, M. y McLoughlin, C., 2009, p. 26).

Novela gráfica: *“Forma de comic-book que se encuentra todavía en estado fetal, es un medio que está a la espera de autores que crean de verdad que la aplicación del arte secuencial, con su entrelazamiento de palabras y dibujos puede lograr una dimensión de comunicación que aporte al cuerpo de la literatura toda una reflexión sobre la experiencia humana”* (Eisner, W., 1988, p. 141). *“Por supuesto, “novela gráfica” es sólo un término convencional que, como suele ocurrir, puede llamar a engaño, pues no hay que entender que con el mismo nos referimos a un cómic con características formales o narrativas de novela literaria, ni tampoco a un formato determinado, sino sencillamente, a un cómic adulto y moderno que reclama lecturas y actitudes distintas del cómic de consumo tradicional”* (García, S., 2010, p. 16).

Onomatopeyas y sonidos inarticulados:

Formación de una palabra por imitación del sonido de aquello que designa (RAE, 2017). Cuando los fonemas de una palabra describen o sugieren acústicamente el objeto o la acción que significan. Los sonidos inarticulados se diferenciarán por tener como origen la boca. Resulta evidente que en las onomatopeyas y sonidos inarticulados toma una especial importancia el

tratamiento gráfico para que de esta forma la imitación acústica de los fonemas vaya acompañada también por la imitación de la propia grafía.

En algunas novelas gráficas, las viñetas y los textos, así como otros tipos de imágenes (p. ej.: álbumes de fotos, documentos, publicidad de ficción...) se van alternando e intercalándose a lo largo de la historia.

Planificación de la página/miniatura/storyboard...:

Procesos de preparación y organización de elementos previos a la realización de la página definitiva: *“En el mundo del cómic una gran cantidad de elecciones implícitamente gráficas están en manos del dibujante, quien decide el producto definitivo, y estos conciernen a la estructura general de la lámina o de la tira, los ritmos gráficos en la sucesión de viñetas o el “Lettering” o texto que ocupa el globo y las inscripciones la margen. La planificación gráfica de la página es, desde el punto de vista visual, el momento más importante en la realización de un cómic”* (Barbieri, D., 1993, p. 152).

Profesional: El diccionario de la real academia española lo define de la siguiente manera *“Dicho de una persona: Que practica habitualmente una actividad, incluso delictiva, de la cual vive”* (RAE, 2017). En el cómic se conoce como profesional a aquella persona que se dedica a contar historias a través de este medio, y gana una remuneración económica de la que vive (o

en su defecto, lo intenta). También se denomina así a aquella persona especializada en una de las fases de acabado del cómic.

Pulp: es un término que hace referencia a un formato de encuadernación en rústica, barato y de consumo popular, de revistas especializadas en narraciones e historietas de diferentes géneros de la literatura deficción. Las publicaciones contenían argumentos simples con grabados e impresiones artísticas que ilustraban la narración, de manera similar a un cómic o una historieta. (Pulp (literatura), 2016).

Rotulación: Se ha estandarizado en equipos de trabajo como aquel que se dedica a la propia rotulación de la página, es decir, a incluir el texto, los bocadillos y algunos aspectos de la maquetación. En ocasiones el trabajo del entintador y el rotulista pueden desembocar en el mismo profesional. *“Es la operación de escritura material de los textos escritos en los espacios de texto, sean globos o discalías, y en ocasiones define el estilo con que se ha realizado esa escritura. Cuando un autor elige el tipo de letra, se debe a una definición de él mismo”* (Barbieri, D., 1993, p. 178).

“Hoy día, la rotulación se aplica casi siempre de modo digital, utilizando una gran variedad de tipos ya preparados en paquetes de software” (Chinn, M. y McLoughlin, C., 2009, p. 35).

Rotulación / rotulista: Se conoce bajo este término a la persona encargada de incluir el texto y los bocadillos. Hoy en día, con las técnicas digitales avanzadas, también puede desempeñar labores de maquetación. *“El rotulista se encarga de poner los bocadillos y la fuente, onomatopeyas... y producción la maquetación”* (Bit, 2010).

Sonido: En cómic, se entiende por sonido a elementos articulados a través de signos y símbolos que son entendidos por el colectivo como elementos estandarizados, como las onomatopeyas: *“Los cómics son un medio híbrido, una combinación única de palabras y dibujos donde éstos dibujos amplifican y aumentan las palabras y viceversa. Son, además, una parte importante del mismo dibujo. Bien utilizados, los efectos de sonido (onomatopeyas, signos gráficos, texto...) son una visualización de los sonidos dentro de la escena que estéis leyendo. Derivan de dos fuentes...la caligrafía manual y la tipografía, el arte del impresor, y pueden contribuir a vuestra historia de maneras muy diferentes”.* (Simons, W., Pacheco, C., Bentz, N. y García, V., 2006, p. 57).

Tankôbon: Es un término japonés que viene a definir un formato tipo tomo, pero con la connotación “volumen recopilatorio”. Generalmente, son series que tras publicarse semanalmente y tener éxito entre el público, disfrutan del privilegio de ser recopiladas en éstos tomos, destinados a coleccionistas.

Tebeo: *“Serie de aventuras contada en forma de historietas gráficas”* (RAE, 2017). Hacia 1917 nace en España la revista TBO, de periodicidad semanal, y que duró hasta 1983, y fue editada por varias editoriales de prestigio y poder, como Ediciones B y Bruguera.

Su importancia fue tal, que hoy en día la historia del cómic en España ha quedado marcada por esta revista, llegando a conocerse el cómic en general como tebeo. *“La industria del cómic en España: radiografía de ¿un mito o una realidad?”* (Pons, A., 2011).

Tira cómica: Como la tira diaria, pero en clave cómica, ya sea a través de la caricatura, el estilo, o el gag que narre la historia.

Tira diaria: *“Diversas viñetas (de dos a cinco, habitualmente) dispuestas una junto a otra en sentido horizontal. La tira diaria es un soporte nacido en la prensa diaria, de lunes a sábado, y puede incluir una sencilla anécdota independiente, de una sola tira, o una historia que sigue día a día o tira a tira”* (Guiral, A., 2007, p. 53).

Tira dominical: Las tiras dominicales (en inglés, *sunday strip*). Similar a la tira diaria, pero con una frecuencia de publicación menor. Como su nombre indica, se publicaban los domingos y solían ocupar toda la página y en color. Con el éxito de este

formato llegaron los suplementos dominicales de «sólo» historietas, cambiando su pauta periódica.

Tramas: Las tramas son representaciones de gradaciones de grises, bien sea a través de texturas o patrones, o a través de superposición de trazos. Hoy en día, las tramas mecánicas utilizadas hasta hace relativamente poco en cómic han caído en desuso debido a la implantación de las técnicas digitales, capaces de reproducir los mismos grises de manera más eficaz y cómoda para el creador de cómic.

Viñeta: *“Cada uno de los recuadros de una serie en la que con dibujos y texto se compone una historieta”* (RAE, 2017). *“Viñetas son parte del proceso creativo que trata de incluir los elementos más esenciales del diálogo: lo visualmente cognoscitivo y lo perceptivo. Para transmitir el ritmo, que es tiempo, (...) el elemento decisivo son las viñetas”* (Eisner, W., 1988, p. 38). *“Los cómics se componen de una serie de escenas o cuadros secuenciados en cada página; reciben el nombre de “viñetas” y están dispuestas de manera que su diseño ayude a narrar la historia con claridad”* (Chinn, M. y McLoughlin, G., 2009, p. 156).

2.3 TÉRMINOS DE ILUSTRACIÓN

2.3 TÉRMINOS DE ILUSTRACIÓN

Artesano / Ilustración de Autor: “Una tendencia emergente en la ilustración en la que los artistas trabajan por iniciativa propia según sus intereses y los campos de trabajo que quieren explorar. El trabajo de autor también puede servir para desarrollar un portfolio para conseguir encargos de trabajo más comerciales” (Lardner, J. y Roberts, P., 2012, p. 218).

Blog: “Abreviatura de weblog.un formato muy popular usado por escritores, periodistas y artistas. Muchos artistas lo utilizan para promocionar su trabajo” (Lardner, J. y Roberts, P., 2012, p. 218).

Blocking: “The first painting stage after the preliminary sketch or drawing where areas of flat color are put down” (Boody-Evans, M., 2016).

Nos referimos con blocking a una primera fase del dibujo, ilustración o concept, donde se plantean los primeros planos de volumen normalmente a través de escala de grises o colores planos.

Diseño Gráfico:

“1. A standard dictionary definition of graphic design may say it is an artistic profession or process that relies upon visual communication for the purpose of conveying information to a specific or general audience. However, considering the fact that the nature of the

audience holds the most potential for profit, Savannah College of Art and Design suggests a slightly different definition of graphic design: the communication link between seller and consumer” (What is the definition of Graphic Design?, 2016).

“2. The art and profession of selecting and arranging visual elements—such as typography, images, symbols, and colours—to convey a message to an audience. Sometimes graphic design is called “visual communications,” a term that emphasizes its function of giving form—e.g., the design of a book, advertisement, logo, or Web site—to information. An important part of the designer’s task is to combine visual and verbal elements into an ordered and effective whole. Graphic design is therefore a collaborative discipline: writers produce words and photographers and illustrators create images that the designer incorporates into a complete visual communication” (Meggs, P. D., 2014).

Profesión artística que se basa en la comunicación visual para transmitir información a una audiencia específica a través de imágenes, tipografía, símbolos y colores.

Gif: “Formato de archivo usado los sitios web y aplicaciones similares, notable por su capacidad de producir animaciones de baja fidelidad. Emplea paletas de colores limitadas para comprimir las imágenes y tiene la extensión .gif” (Lardner, J. y Roberts, P., 2012, p. 219).

Ilustración: “Acción y efecto de ilustrar” (RAE, 2017).

En el texto de “Principios de ilustración”, se hace referencia a la ilustración como una palabra ambigua. Menciona cómo no ha sido aceptada hasta hace poco por la industria del arte ni por la del diseño (Zeegen, L. y Roberts, C., 2014, p. 11).

Hoy en día, es un término difícil de acotar y definir, dada la ambigüedad de su significado.

En la industria se diferencia de un concept artist en base a que las imágenes acabadas no son ideas para que otros trabajen un modelo definitivo, si no que la propia imagen realizada por el ilustrador es un modelo definitivo, ya sea como imagen publicitaria, de efecto llamada, o un elemento del videojuego o decoración.

Por su cercanía con el término 2D artist, normalmente se engloba el trabajo del ilustrador en este campo. Si bien es cierto que el 2D artist puede hacer props y elementos sueltos, mientras que la ilustración es un 2D art de una imagen con fondo.

Por este motivo, lo más habitual es que se soliciten expertos en concept art o 2D art, por ser términos más precisos en lo que acotan y en cuanto a las responsabilidades a asumir.

Lenguaje visual: “La combinación y disposición de elementos en una imagen para transmitir un significado. Imagine que los elementos de imagen son palabras, y la textura y el tono indican el volumen,

el tono de voz, y el grado de inflexión” (Lardner, J. y Roberts, P., 2012, p. 219).

Línea de Acción: “La línea de acción de un personaje, es aquella que define el movimiento, la actitud y la direccionalidad de la acción que está llevando a cabo el personaje en ese momento. Normalmente el diseño de las poses de un personaje se define y se crea a partir de esta línea de acción y es de vital importancia a la hora de dar flexibilidad y dinamismo a los personajes” (Tutorial sobre Líneas de Acción, 2013).

Ortogonal: “Método de dibujo que recrea la impresión de una imagen en 3D sobre una superficie 2D. En la proyección ortogonal, las líneas paralelas no convergen en un punto en el horizonte (método usado en las imágenes en perspectiva) sino que permanecen paralelas hasta el infinito” (Lardner, J. y Roberts, P., 2012, p. 220).

Peso: “Grosor de la línea fuente. A menudo se usa en relación a un trazo aplicado a un trazado en las aplicaciones vectoriales” (Lardner, J. y Roberts, P., 2012, p. 220).

Psd: “Formato original de archivos en Photoshop, con extensión .psd” (Lardner, J. y Roberts, P., 2012, p. 220).

Xerografía: “Procedimiento electrostático que, utilizando conjuntamente la fotoconductividad y la atracción eléctrica, concentra polvo colorante en las zonas negras o grises de una imagen registrada por la cámara oscura en una placa especial. La imagen con el polvo colorante adherido pasa a un papel donde se fija mediante la acción del calor o de ciertos vapores” (RAE, 2017).

El término “Xerox” determina el tipo de técnica de procedimiento de copiado en seco, lo que lo distingue del resto de procedimientos de copiado de documentos.

2.4 TÉRMINOS DE ANIMACIÓN

Anime: “Serie o película (para cine, televisión, vídeo o DVD) de dibujos animados producida en Japón” (Guiral, A., 2007, p. 7).

Acting: En español, actuar. Dinámica corporal y facial. Lenguaje y expresión corporal. Entendemos por acting a la acción de expresar emociones enfatizando los gestos faciales y corporales. Es un término muy utilizado en el cine de animación.

Animación 2D: también conocida como Cel animation o paper animation, es la forma más tradicional de animación, aunque desde 1990 ha sido sustituido como método de animación utilizado por los grandes estudios por la animación 3D. Es un proceso que se realiza a través de imágenes secuenciales dibujadas a través de una caja de luz o “lightbox”, y que en el pasado se traspasaban al celuloide (de ahí “cel animation”) donde se pintaban manualmente, y luego se filmaban *frame a frame* (Cavalier, S., 2011, p. 61).

Animador: Tanto en videojuegos como cine de animación, se conoce como “animador” a aquel profesional encargado de dar vida a través del movimiento a personajes, objetos y escenarios estáticos.

Existen diferentes técnicas de animación, entre las cuales las más habituales son:

2.4 TÉRMINOS DE ANIMACIÓN

Animación 2D:

- Animación a través de "Sprite sheet" o frame by frame animation:

En este grupo se incluyen todas las animaciones que se realizan a través de una sucesión de dibujos, realizados uno detrás de otro

- *Stop motion*:

En este caso, cada fotograma no es un dibujo, si no una fotografía de un modelo estático, y la ilusión de animación se consigue realizando sucesivas fotografías y moviendo manualmente el modelo entre toma y toma.

- Animación vectorial:

A pesar de estar dentro de la categoría de la animación 2D se parece más a la propia de un entorno 3D, pues al modelo base se le aplica un "esqueleto" virtual, que podemos manipular para que cada extremidad o elemento lo siga. La animación resultante se crea por interpolación, lo que permite agilizar el flujo de trabajo posterior. En el caso de videojuegos web, reduce mucho el peso de la animación resultante.

Animación 3D:

- Animación con curvas: Es el tipo de animación más utilizada hoy en día, donde a los modelos 3D creados previamente, se les aplica un "esqueleto" virtual también llamado "rigg", a través del cual conseguimos que las extremidades obedezcan al movimiento de los huesos que hemos creado dentro de este sistema.

- Captura de movimiento:

La captura de movimiento es un tipo de animación que requiere de un modelo real al cual se le capturan toda clase de movimientos, que se trasladarán al personaje 3D que se haya modelado previamente.

Los resultados pueden ser muy buenos, pero requiere de mucho tiempo de pulido posterior.

Block booking: Técnica de ventas utilizada en la primera mitad del siglo XX en el cine estadounidense. Mediante este sistema, las salas de cine independientes se veían obligadas a comprar obras de los estudios no de manera independiente, si no en packs de hasta 104 obras. En muchos casos, no se tenía el material definitivo a la hora de la compra, y los interesados se veían forzados a comprar mediante "blind bidding", pues básicamente sólo tenían pequeñas muestras, prospectos o diseños preliminares de algunas de las obras.

Claymation: La animación llamada Claymation es, "una forma de animación stop-motion en la que los modelos están hechos a través de un material maleable, como la arcilla o la plastilina" (Cavalier, S., 2011, p. 259).

Drawn-on film animation: Es una técnica que consiste en redibujar y hacer sketches sobre fotogramas ya grabados anteriormente, y pintado directamente sobre el celuloide

Keyframe / Fotograma clave: "Un fotograma o cuadro que, en animación, indica el comienzo o el final de un momento de transición como un movimiento, una recreación, etc. el software de animación utiliza fotogramas clave (en Photoshop se llaman "Imágenes principales") que se enlaza con imágenes intercaladas o interpoladas para crear movimiento en objetos o capas" (Lardner, J. y Roberts, P., 2012, p. 219).

Matte painting: "Al matte painting también se le llama «técnica de la pintura sobre vidrio». En esta técnica se pinta un decorado sobre una placa de vidrio, dejando libre de pintura (y por tanto transparente) la zona del plano donde deberá verse a los actores. Cuando se proyecta la filmación de los actores detrás de la placa de vidrio la cámara puede filmar el conjunto, dando la sensación de que los actores están insertados en el decorado pintado. Cuanto más realista sea la pintura sobre vidrio mejor conseguida estará la sensación de realidad" (Efectos Especiales, 2016).

Motion capture: Conocido también como captura de movimiento, es una técnica de animación utilizada para animar personajes 3D de una manera realista, siendo capturados los movimientos de un modelo real e implantados posteriormente al modelo digital. Un ejemplo de esta técnica la podemos observar en "Avatar" de James Cameron, o el personaje

de Gollum de “Las dos Torres”, la segunda película de la saga “El Señor de los Anillos”.

Prime-time: Horario de máxima audiencia dedicado exclusivamente al público familiar. Difiere en contenido y margen de horario según países.

Render: Entendemos como render al proceso para generar una imagen o secuencia desde un modelo. Se aplica tanto para definir el proceso de acabado de una imagen desde su fase de boceto, o para el resultado final de una imagen 3D una vez aplicados la iluminación, sombras y otros efectos complejos que no se pueden ver a tiempo real en el ordenador por ser demasiado complicado para el ordenador de manejar. Así, el proceso de render muestra el resultado final tras un tiempo de postprocesado.

Rig: “El rig es el conjunto de huesos y controladores que permiten que los animadores puedan manejar a los personajes a su antojo. Es, pues, una herramienta para los animadores y básicamente convierte a los personajes en marionetas digitales. (...)” (Glosario de Animación I, 2014).

Rotoscopia: Técnica de animación tradicional que consiste en capturar el movimiento de actores mediante una máquina, calcando los fotogramas realistas y redibujándolos frame por frame. Fué desarrollada en

1916 por Max Fleischer. Esta técnica evolucionó en lo que ha venido a conocer como captura de movimiento o “motion capture” (Cavalier, S., 2011, p. 66).

Stop motion: “Método de animación que utiliza fotogramas individuales, normalmente capturados con una cámara fija (no una cámara de video), que después se unen para formar una animación. Tradicionalmente se usa en la animación con plastilina y algunas películas de imagen real, pero también ha sido adoptado por algunos artistas como método de creación de animaciones de diversas formas” (Lardner, J. y Roberts, P., p. 221).

Storyboard artist: “Illustrating the narrative, planning shots, and drawing panels to demonstrate action and maintain continuity between scenes of an animation” (Storyboard artist (animation), 2016).

Un storyboard artist es el encargado de representar la narrativa de una película o videojuego a través de dibujos y bocetos que hagan comprensible la continuidad, los planos de cámara y el desarrollo de la acción.

Thumbnail: “Denominamos como Thumbnail a toda aquella representación 2D realizada en miniatura. Su función es la de explorar diferentes soluciones gráficas que no supongan mucho tiempo al artista, de manera que se pueda optar entre varias de estas miniaturas y elegir la que más convenga para el

objetivo en cuestión, a partir de la cual se desarrollará el diseño definitivo” (Boody-Evans, M., 2013).

Timing: “(...) El Timing es, en pocas palabras, el tiempo que duran las acciones de los personajes y el control que los animadores debemos tener sobre éste. Esta noción de la duración de las acciones es muy importante tanto para recrear acciones realistas como para crear entretenimiento. Piensa en una pelota cayendo. Con un timing lento parecerá que flota y con un timing rápido que es extremadamente pesada. En cuanto al entretenimiento, hemos de hacer que las acciones de nuestros personajes sean variadas, siendo algunas más lentas o rápidas que otras” (Glosario de Animación I, 2014).

Visual development: Denominamos “Visual Development” a la profesión dentro de la industria del cine de animación que se encarga de diseñar la estética del film en cuestión. Desde los personajes, los escenarios, props, e incluso el registro y línea de diseño general de los elementos que aparezcan en él. A diferencia del “concept artist”, profesión hermana dentro de los videojuegos, los visual developers se centra en dotar de vida y expresividad a los personajes y fondos, priorizando la narrativa, la línea de acción y los gestos, mientras que un concept artist prioriza la definición, los acabados la vestimenta y las texturas de los personajes y entornos.G

2.5 TÉRMINOS DE VIDEOJUEGOS

2.5 TÉRMINOS DE VIDEOJUEGOS

Antialiasing: Existen definiciones técnicas y complejas a este término, pero en esta investigación nos referimos a "antialiasing" como a un efecto de procesado gráfico que pule las superficies de los objetos presentes en un videojuego en tiempo real, evitando que aparezcan relieves exteriores "dentados". De hecho, en muchos medios del sector se conoce a esta opción de configuración gráfica en videojuegos como "antidentado" o efecto "antidientes de sierra".

Aplicación: "Un programa de ordenador independiente dedicado a una tarea o serie de tareas específicas. Algunos ejemplos de aplicaciones para diseños son: Photoshop, Illustrator, Paintshop Pro y Flash" (Lardner, J. y Roberts, P., 2012, p. 218).

CGI: Traducido del inglés, se entiende como "computer-generated imagery", o, dicho de otro modo, imágenes generadas por ordenador, refiriéndose a efectos especiales, VFX, Motion Graphics, y técnicas de tratamiento de la imagen en general 3D.

Concept art / artist: "(...) El concept art es una forma de ilustración donde el objetivo principal es transmitir una representación visual de un diseño, idea y / o estado de ánimo para su uso en el cine,

los videojuegos, la animación, o libros de historietas antes de la producción del producto final. El concept art también se conoce como el desarrollo visual y / o diseño de concepto.(...)" (Dirección de arte y concept art, 2016).

2D: "Dos dimensiones, plano, sin profundidad. Un aspecto que define los juegos en 2D son los gráficos creados frecuentemente de forma artesanal píxel a píxel y que suelen ser más brillantes que los juegos en 3D. Un grupo de jugadores numeroso y ruidoso cree que la época de las dos dimensiones fue una edad dorada en la que los juegos eran "puros y divertidos". La era de los juegos bidimensionales fue sin duda la cumbre de los gráficos realizados con píxeles, aunque éstos nacieran, en gran medida, como respuesta a la poca potencia de las consolas. Antes, los sistemas no podían soportar animación en 3D, así que los diseñadores hicieron todo lo posible para crear imágenes más atractivas en estas dos dimensiones" (Wright, L., 2009, p. 184).

2D artist: Un 2D artist es un profesional capaz de encargarse de cualquier tipo de elementos gráficos que estén hechos a través de procedimientos de dos dimensiones. Ya sea dibujar o colorear con procedimientos gráficos tradicionales o con programas de pintura digital, como Photoshop o Clip Studio Paint, un 2D artist crea elementos gráficos definitivos para videojuegos y cine, pero que estén enmarcados dentro

del campo 2D, como ilustraciones, props, objetos de inventario, elementos de interfaz e incluso animación 2D, ya sea vectorial o a través de sprites.

3D: "An image that is constructed in two dimensions. It has width, height, and depth, and it can be built, rotated, viewed, and manipulated from an infinite variety of perspectives. In geometric terms, it exists on the x-, y-, and z-axes" (Little, G. y Dulude, C. M., 1994, p. 147).

Se considera un elemento 3D a todo objeto o representación que esté regida por 3 ejes (x, y, z).

3D artist: Un 3d artist, como ocurre con el 2D artist, resuelve elementos que vayan a aparecer en una película o videojuego, y que sean propios de un entorno 3D.

Desde modelados de personajes, props o elementos de entorno, renders, texturas, mapeados, etc...

Erróneamente se suele enmarcar tareas de rig y animación, sobre todo en caso de ser generalista, pero estos dos últimos son normalmente especialidades en sí mismas, por lo que es muy difícil tener un modelador que a la vez sea un gran rigger y animador.

Demo Reel: "Una Demo Reel es básicamente un currículum pero hecho en vídeo para promocionarte y ser el escaparate de tus proyectos o trabajos. Este vídeo se presenta a las empresas que buscan gente

especializada en un tema en concreto. Pueden ser:

Diseñadores, Animadores, Directores, Modeladores, Editores, Fotógrafos, Actores o cualquiera que esté relacionado con el mundo del Diseño, o Vídeo" (Qué es una Demo-reel, 2008).

Director de arte: *"Realising the Production Designer's creative vision for all the sets and locations that give productions their look and feel. Project managing the work of the art department. Also undertaking the role of Production Designer on smaller TV productions"* (Art Director, 2016).

En videojuegos, la dirección de arte es el cargo de mayor responsabilidad dentro de este departamento. Un director de arte debe ser capaz de mantener un estilo y una línea característica que defina y haga reconocible un videojuego, siendo siempre coherente con el público al que va dirigido, y manteniendo todas las representaciones gráficas del mismo dentro de una gráfica común.

Además, es el último responsable de la gestión de los equipos, mantener el equipo en comunicación fluida, y dirigir el trabajo para ajustarse a los plazos establecidos.

Flash: *"Aplicación producida por Adobe empleada para la creación de sitios web, animaciones y archivos interactivos"* (Lardner, J. y Roberts, P., 2012, p. 218).

Game designer: *"Consiste en pensar todos los*

aspectos del juego, y escribir la documentación necesaria para que el resto de departamentos de producción puedan llevarlos a cabo de la mejor forma posible. Si conocéis cómo funciona el desarrollo de software, sería algo parecido al "analista"" (Eurogamer, 2013).

Gamificación: *"Se trata de una técnica que hace uso de mecánicas de juegos en entornos y aplicaciones no lúdicas con el fin de potenciar la motivación, la concentración, el esfuerzo, la fidelización y otros valores positivos comunes a todos los juegos"* (VAAA, Libro Blanco del Desarrollo de Videojuegos, 2015, p. 36).

Generalista: Dentro de la industria, se designa un trabajo generalista a aquel perteneciente a las ramas del 2D o del 3D, que maneja todos los aspectos específicos de la rama correspondiente, sin ser necesario que sea especialista en ninguno de ellos.

Interfaz (interface): *"The boundary at which two components of a computer system meet. The term may also be used to describe the communication between a user and an interactive computer system"* (Little, G. y Dulude, C. M., 1994, p. 154).

También podemos entender que, dentro de los videojuegos, el término "interfaz" se entiende como representaciones gráficas de elementos interactivos que dan información del videojuego al jugador.

E-Sports: Los e-Sports (de la abreviatura electronic sports) es un acrónimo que define aquellas competiciones deportivas donde los participantes compiten de manera individual o multijugador a través de videojuegos.

Junior / Semisenior (Mid) / Senior: Con estas palabras se define el nivel de experiencia del profesional a contratar, tanto por los años de trabajo en el rol que se solicita, como por el grado de responsabilidad asumido bajo estos cargos.

Como se explica en el artículo redactado por Gloria Gutierrez Acuña en el artículo "Las diferencias entre un profesional Junior, Semi Senior y Senior", no sólo se han de medir los años de experiencia laboral, si no el grado de responsabilidad, compromiso, y exigencia ante plazos, presiones y su gestión (Gutierrez, G., 2015).

Layout: Cargo desempeñado por el profesional que realiza renders e imágenes 3D partiendo del Storyboard. Para desempeñar su función, un layout artist debe dominar aspectos de composición, render y encuadres, así como controlar software de edición 2D y 3D.

Lead artist: *"Being responsible for the overall look of a game. Devising the game's visual style and directing the production of all visual material throughout*

2.5 TÉRMINOS DE VIDEOJUEGOS

the game's development. Managing the art and animation team" (Lead Artist, 2016).

El *lead artist* es el encargado de traducir las instrucciones sobre las líneas de diseño del director de arte, y gestionar los equipos de trabajo que se engloban en las líneas de arte. Mientras que el director de arte necesita tener la visión global del acabado estilístico y los objetivos a lograr, es el *lead artist* quien decidirá cuántos recursos y de qué manera se gestionarán los workflows en los diferentes departamentos de arte. Para ello es necesario que conozca todos los sistemas de trabajo de los departamentos que dirija, como por ejemplo, animación, FX, concept art, 3D, etc... De esta manera es consciente de los tiempos y las posibilidades reales de producción que puede manejar el equipo que dirige.

Mock-up: La traducción literal es "maqueta", y en videojuegos entendemos como tal a la planificación de un modelo definitivo de interfaz u organización gráfica, mediante la cual el diseñador construye una imagen básica donde los elementos aparecerán ocupando un espacio y lugar similar al que tendrán en el diseño final. Su utilidad reside en la sencillez de su realización, y permiten anticiparse a los problemas del modelo final, siendo posible alterar el esquema sin que suponga demasiado trabajo.

Es una manera de presentar un esquema previo a un cliente o equipo, y poder tomar decisiones sobre el mismo.

Modelo: *"The geometry that is electronically constructed on a computer graphics system"* (Little, G. y Dulude, C. M., 1994, p. 156).

Definimos como "modelo" a cualquier objeto, personaje o representación creada en programas de representación de tres dimensiones en el ordenador.

Perfil de color: En el contexto de esta investigación, nos referimos a los perfiles utilizados como standard por programas de edición profesionales, y que son capaces de representar un grado determinado de la escala cromática. Así, tenemos dos de los más utilizados, como el perfil "Adobe1998", propio de la compañía Adobe, se utiliza desde su versión 5, y permite manejar los espacios de color para reducir al máximo la diferencia entre los colores que vemos en la pantalla y lo que finalmente vamos a imprimir.

Por otro lado, conocemos como "sRGB" como el perfil de color que más se aproxima al representado a través de web. Y es que este perfil se creó como modelo para los monitores CRT, pero sigue utilizándose hoy en día como modelo standard en la web, al ser el porcentaje de color que muestran la mayoría de las pantallas.

Así, se suele recomendar trabajar en AdobeRGB 1998 cuando se trabaja en un entorno con equipos de precisión (buenos monitores y sistemas de impresión), y utilizar el modelo sRGB cuando trabajamos para formato web, pues es mejor trabajar en un contexto cromático reducido si las imágenes al final se van a reproducir

bajo esas mismas gamas de color. Evitaríamos así cambios bruscos en la tonalidad, sabiendo que lo que vemos en la pantalla de nuestro programa de dibujo es igual que lo que verá otro usuario al reproducir la imagen a través de internet.

Pixel: *"Groups of tiny dots of phosphor on a CRT that, when illuminated as a group, form the smallest distinguishable unit of a raster display. A raster display of 1280x1024 pixels contains well over a million points with which to represent the image on the screen"* (Little, G. y Dulude, C. M., 1994, p. 157). El pixel es la unidad de representación de menor escala que, mediante su combinación y posición en el espacio de la pantalla, es capaz de recrear imágenes de cualquier tipo.

Png: *"PNG es un formato de imagen sin pérdida parecido al GIF, compatible con una paleta de colores de 24 bits, que ofrece una comprensión más eficaz y libre de derechos y disponible de un canal alfa de 256 niveles de transparencia. Por desgracia, el PNG aún no ha destronado al GIF como formato dominante de imagen sin pérdida, ya que se necesita un parche para hacer compatible con el navegador Internet Explorer"* (Wright, L., 2008, p. 186).

Render: *"The process of converting a vector-based graphic into raster-based graphic. Computationally intensive, rendering requires all the RAM and*

processing speed available on the computer” (Little, 1994, p. 159). “En las artes digitales, en particular aquellas relacionadas con el 3D y la animación digital, interpretar es el proceso mediante el cual el ordenador genera una animación o archivo de imagen final” (Lardner, J. y Roberts, P., 2012, p. 219).

Sprite: *“Es una imagen en movimiento la pantalla del sistema informático. Cuando los videojuegos comenzaban su andadura, el hardware no estaba especializado y el procesador era el que generaba y manipulaba los gráficos, que, en aquella época, no se trataban de un modo específico. Tampoco se hacían distinciones entre imágenes de fondo, personajes o elementos decorativos. Sin embargo, con la llegada del hardware dedicado, aparecieron nuevas posibilidades: la GPU se encargaba de tareas específicas como el movimiento las imágenes de fondo, y la programación se simplificó, ya que el sistema reducía cada vez más las responsabilidades del programador. Los sprites, objetos móviles individuales, se distinguían del fondo en el hardware y no en el software. Al principio, la velocidad limitada del sistema reducía el uso de sprites: se podía mostrar pocos en pantalla al mismo tiempo, y menos aún en la misma línea horizontal. Los nuevos sistemas, que eran más rápidos, añadían la posibilidad de manipular cada vez más sprites, hasta el punto de que ya no existe un límite real” (Wright, L., 2008, p. 187).*

Texture mapping: *“El mapeado de texturas es un método para añadir detalles, colores o texturas exteriores a un gráfico generado por ordenador o un modelo 3D. Esta aplicación a los modelos 3D fue usada por primera vez por Edwin Catmull en su tesis del 1974” (Mapeado de Texturas, 2016).*

Turn around: Definimos como “turn around” a diseños de estudio, normalmente sobre personajes, donde el mismo se presenta no sólo en las vistas ortogonales, si no como una rotación 360° sobre un eje frontal, realizada a través de dibujos o diseño a color. Se utiliza como ayuda para los modeladores para que puedan comprender al personaje diseñado desde todos los ángulos.

UI/UX designer: El diseñador de interfaz, o UI/UX designer, es el encargado de situar y crear las interfaces de los videojuegos, siguiendo las directrices del director de arte. Dentro de su trabajo, debe preparar “mock ups” o desgloses de estructura del diseño en una primera fase, creando un entorno de juego con iconos y diseños que sea atractivo, legible, potenciando la usabilidad del mismo.

Suele recomendarse que el/la interesado/a tenga grandes conocimientos de diseño gráfico, y control de programas 2D y 3D para desarrollar los mock-ups y modelos definitivos de botones e interfaces.

Vector: *“En un sentido geométrico, un vector es una combinación de movimiento, dirección y velocidad. En los videojuegos en los tipos de vectores muy similares en su origen pero diferentes en la forma en que se visualizan. Cuando los juegos arcade comenzaron su andadura, se utilizaron monitores especializados que podían crear líneas en cualquier dirección, a diferencia de los monitores de trama que las creaba siguiendo un patrón horizontal. Para crear una caja, simplemente había que dibujar una línea de una esquina a otra hasta completar la figura. Los juegos tipo Asteroids y Star Wars utilizaban vectores para crear la pantalla de juego con cada objeto realizado con líneas brillantes sobre fondo negro. En los juegos más modernos, los vectores son similares, pero están realizados en un monitor de trama. En este caso, las líneas se crean de una forma más flexible y utilizan más el procesador. Las figuras se puede rellenar con colores o diseños, las líneas pueden ser de diferentes anchuras o tamaños, y así sucesivamente. Ambos tipos de diseños con vectores, que consisten en una descripción numérica en lugar en una agrupación de un montón de píxeles, pueden reducirse o ampliarse sin que se produzca una pérdida de detalles” (Wright, L., 2008, p. 187).*

Videojuego:

“- Frasca (2001) menciona “incluye cualquier forma de software de entretenimiento por computadora, usando cualquier plataforma electrónica y la participación de uno o varios jugadores en un entorno

2.5 TÉRMINOS DE VIDEOJUEGOS

físico o de red.”

- Zyda (2005) propone como concepto; “una prueba mental, llevada a cabo frente a una computadora de acuerdo con ciertas reglas, cuyo fin es la diversión o esparcimiento.”

- Para Juul (2005) cuando hablamos de videojuego “hablamos de un juego usando una computadora y un visor de video. Puede ser un computador, un teléfono móvil o una consola de juegos”.

- Aarseth (2007) resalta: “consisten en contenido artístico no efímero (palabras almacenadas, sonidos e imágenes), que colocan a los juegos mucho más cerca del objeto ideal de las Humanidades, la obra de arte... se hacen visibles y textualizables para el observador estético” (Eguña Gómez, J. L., Contreras-Espinosa, R. S. y Solano-Albajes, L., 2013).

Creemos que ninguna de estas definiciones son completas teniendo en cuenta los campos en los que está derivando el mundo del videojuego, como los “E-Sports” (o competencias regladas deportivas a través de videojuegos), como aquellos interactivos, de mejora de capacidades motrices, de aprendizaje, de disciplina médica, etc...

Su propia transformación y la diversidad que está alcanzando la industria ha roto las fronteras de su función original de entretenimiento, y por tanto, lo definiremos como todo aquel software o aplicación interactiva que permita simular experiencias a través de computadora o cualquier otro tipo de dispositivo electrónico.

VFX artist: Los VFX artist, o técnicos en efectos especiales, realizan retoque y mejorado de los trabajos finales, añadiendo efectos, partículas, iluminación, e integrando los elementos de la imagen a través de programas especializados, como Nuke, After Effects, o DaVinci, por mencionar algunos (Middleton, D., 2010).

CRONOLOGÍA

3

Para la puesta en marcha de un trabajo de esta temática, es necesario hacer una reflexión sobre la historia, los hitos más significativos y el desarrollo comparado de las industrias del cómic, la ilustración, el cine de animación y los videojuegos.

También se hará mención de hechos destacados, evolución de la maquinaria de impresión paralela a la propia historia de estas industrias, y se reflejarán autores y obras que creemos las más significativas a lo largo de estos más de 2000 años. La línea cronológica en sí estará dividida en cinco apartados, correspondientes a las cuatro industrias antes mencionadas y el último a los sistemas de reproducción.

Cabe destacar que, para realizar esta línea cronológica, se han escogido aquellos hitos que

consideramos los más destacables, y sobre todo, los más útiles de cara a la contextualización con el presente trabajo de investigación. Como se puede comprobar en la bibliografía, hemos referenciado generosamente los manuales y publicaciones que creemos más relevantes y acertados en cuanto a desglose de la historia de cada una de estas industrias. La rejilla de análisis que se establece aquí propone entender lo que lleva al mercado nacional a su situación actual y, para ello, se realiza un análisis de la realidad sobre lo más destacado.

En cuanto a los manuales en cuestión, aunque como hemos mencionado, recurrimos a diversas fuentes que se pueden encontrar en la bibliografía, como los que citamos a continuación, que nos han sido

de especial utilidad a la hora de situar los elementos más significativos, y consideramos que son una fuente de especial utilidad a la hora de entrar en un análisis cronológico de estas industrias en profundidad:

- En cuanto a historia del cómic: "La Novela Gráfica", de Santiago García.
- En cuanto a historia de la ilustración: "History of Illustration", en la web "Norman Rockwell Museum"
- En cuanto a historia de los videojuegos: "The Ultimate History of Videogames", de Steven L. Kent.
- En cuanto a historia del cine de animación: "World History of Animation" de Stephen Cavalier.

3.1 CRONOLOGÍA COMPARADA

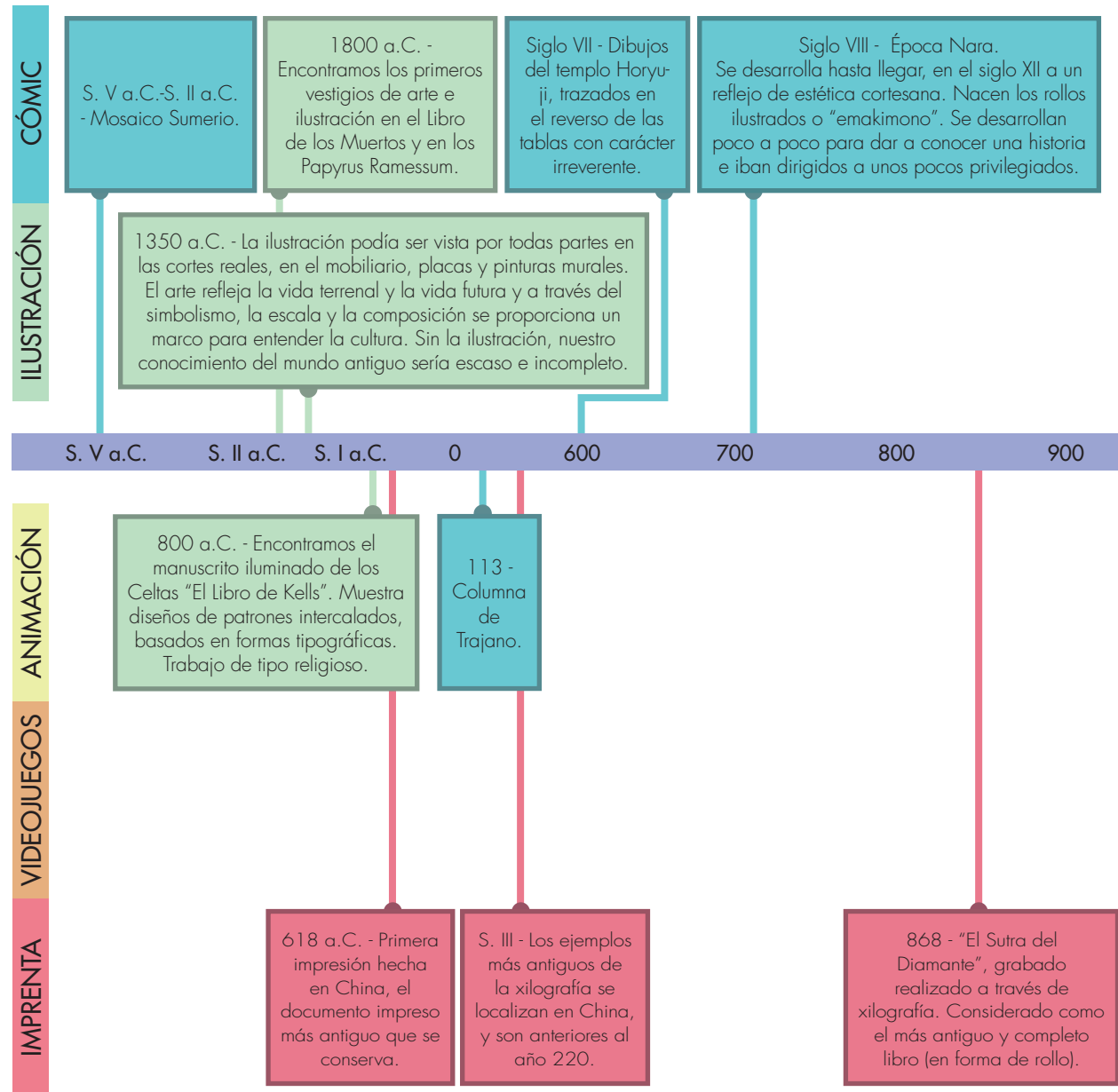
3.1 CRONOLOGÍA COMPARADA

De nuevo, queremos enfatizar la importancia de la elección de hitos, que, dada la variedad de análisis cronológicos previos realizados por diferentes autores, supondría incurrir en un trabajo que se ha realizado antes y de manera más extensa.

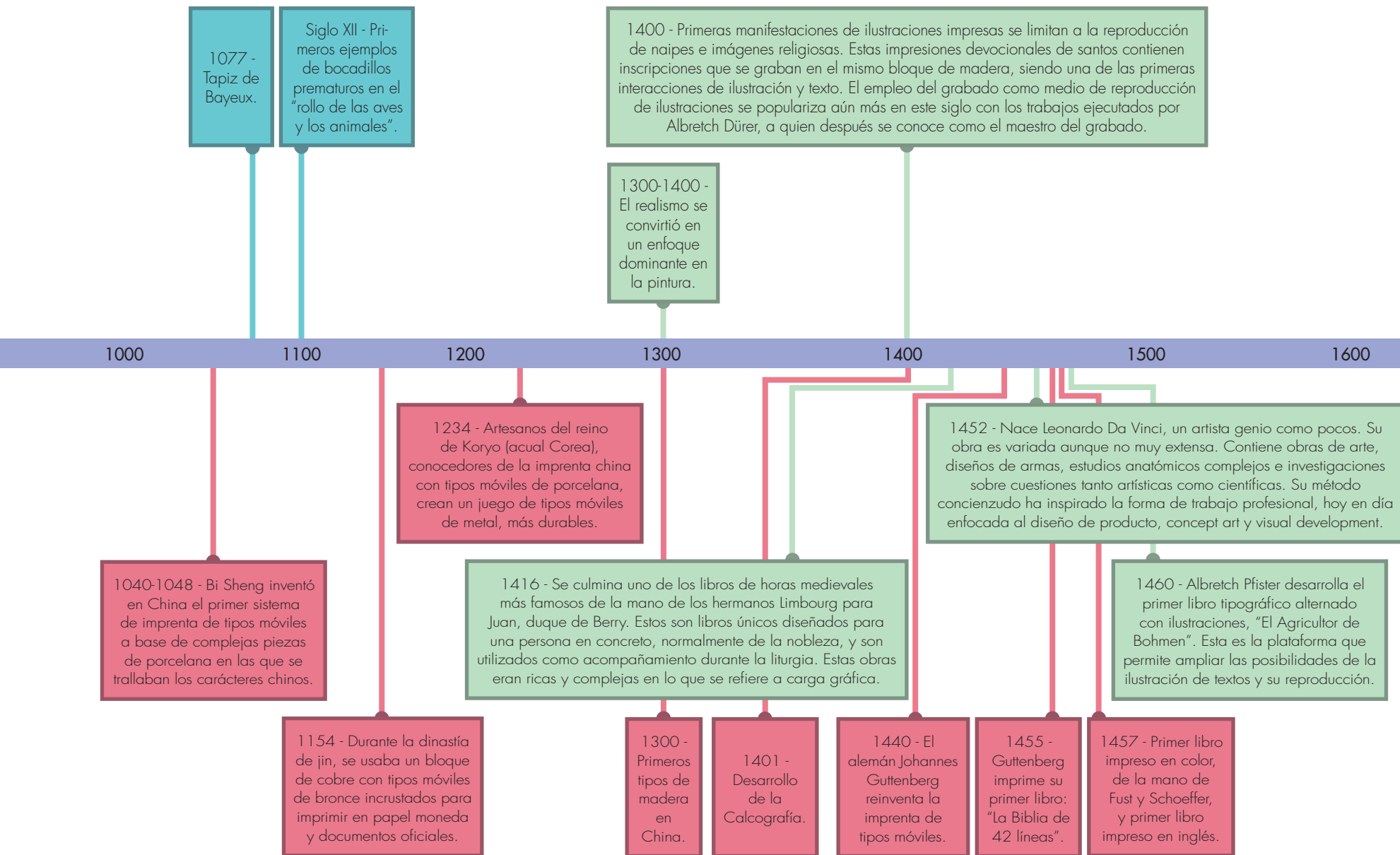
Lo que proponemos bajo este sistema de presentación, es poder desglosar los hitos de las diferentes industrias junto a la evolución de los medios de reproducción de manera simultánea y visual, lo que ayudará a situar un análisis de la realidad más acertado sobre una situación aproximada de las diferentes industrias mencionadas.

En la línea que presentamos, como se puede comprobar, se narran cronológicamente los acontecimientos desde el siglo V A.C. hasta la década del 2010 en adelante.

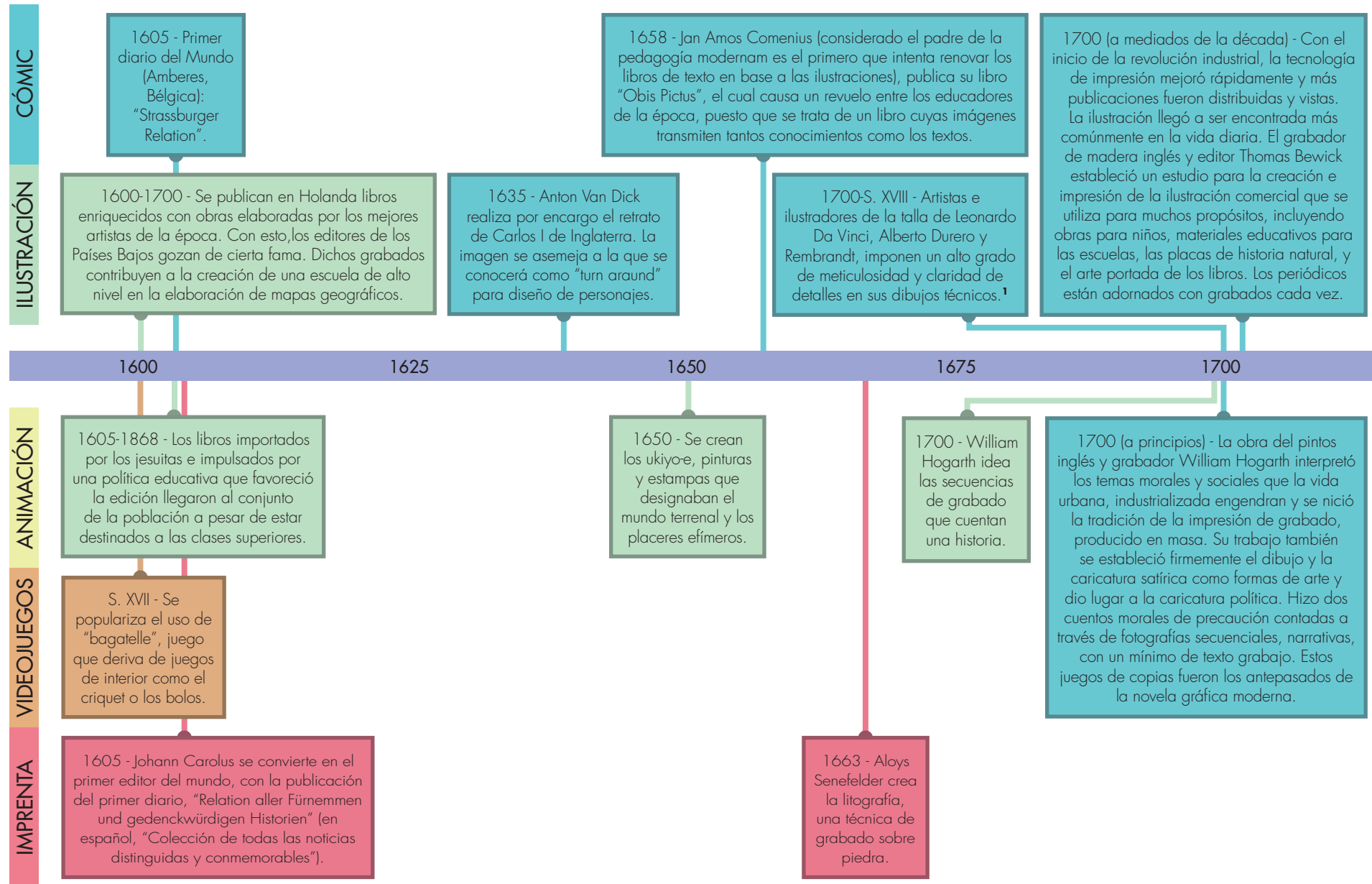
Además, para situar los diferentes campos, hemos dividido la línea en cuestión en los cuatro campos de análisis que ya hemos mencionado antes en este trabajo, el cómic, la ilustración, el cine de animación y los videojuegos, y además, hemos añadido la imprenta y los sistemas de reproducción, por ser fundamental para comprender la evolución de estas industrias a la par de las mejoras tecnológicas de la imprenta.



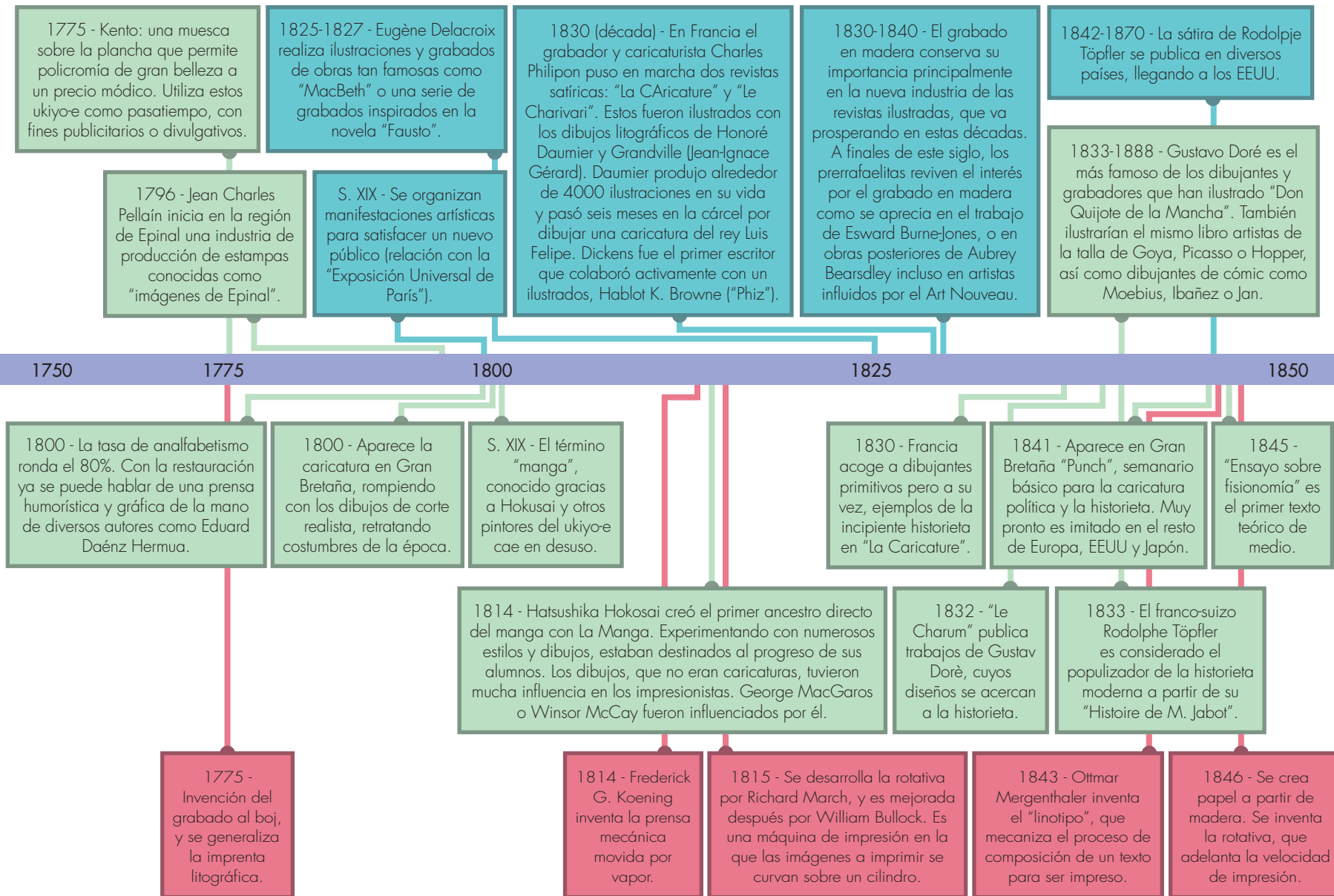
3.1 CRONOLOGÍA COMPARADA



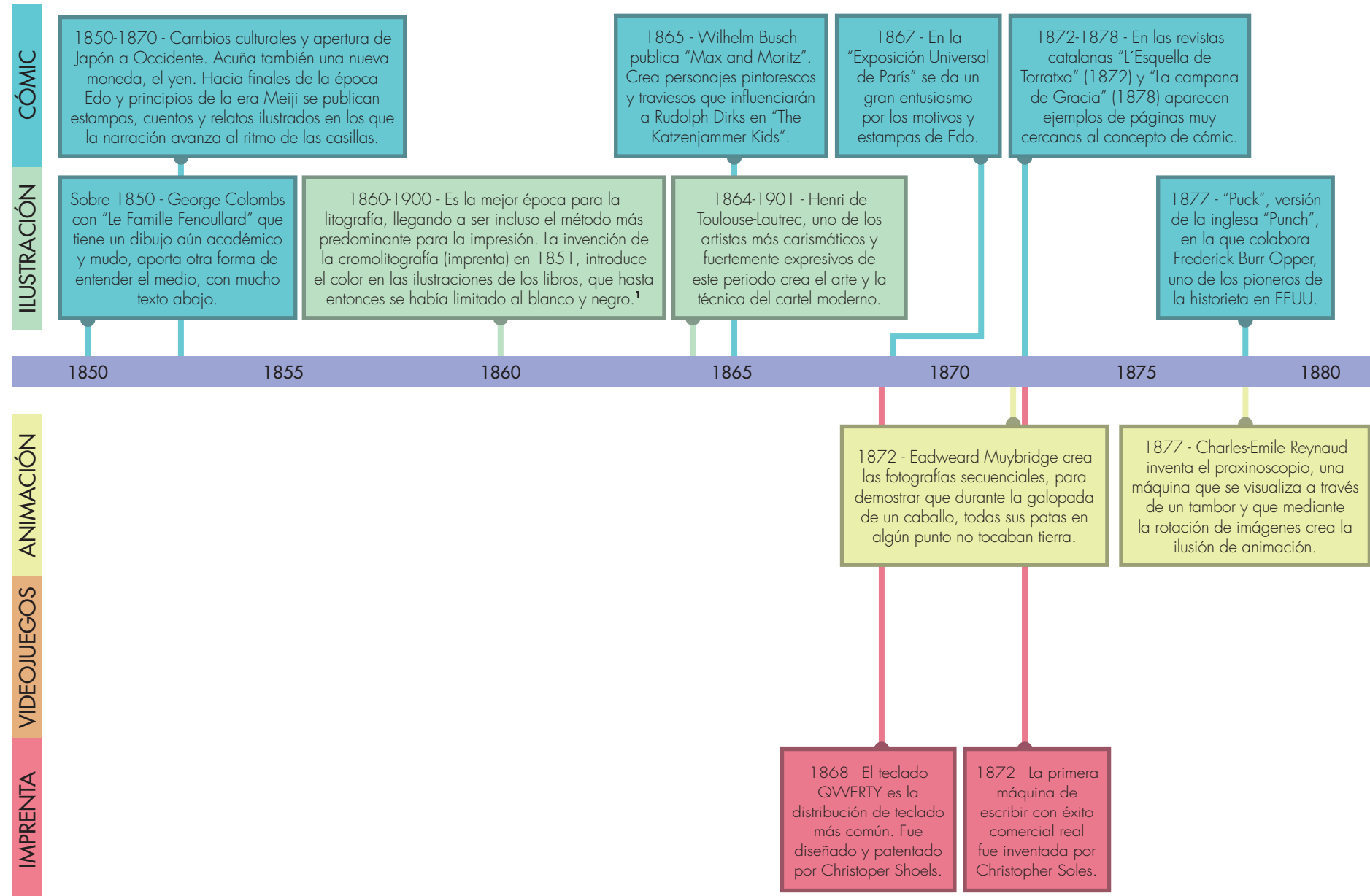
3.1 CRONOLOGÍA COMPARADA



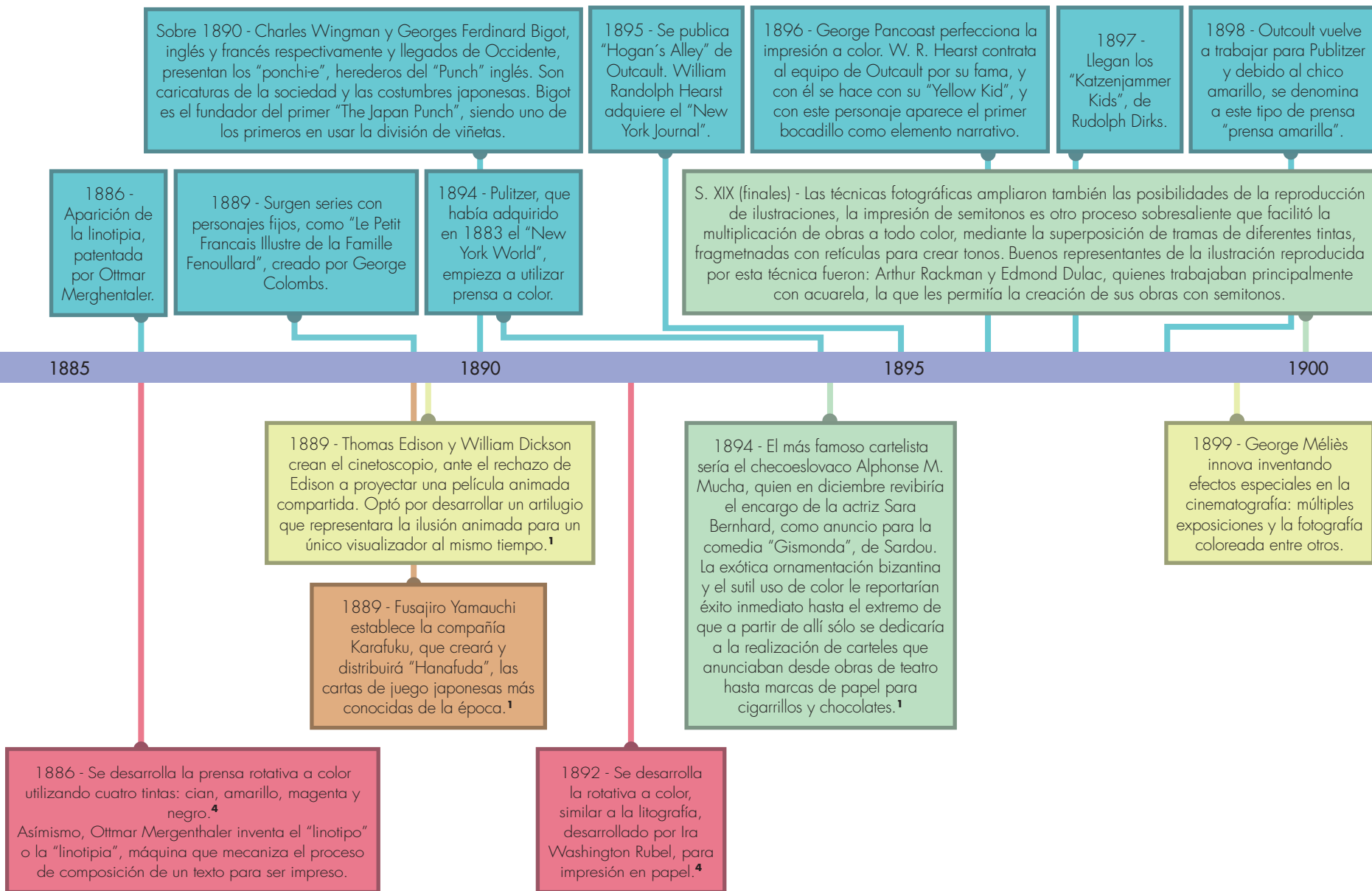
3.1 CRONOLOGÍA COMPARADA



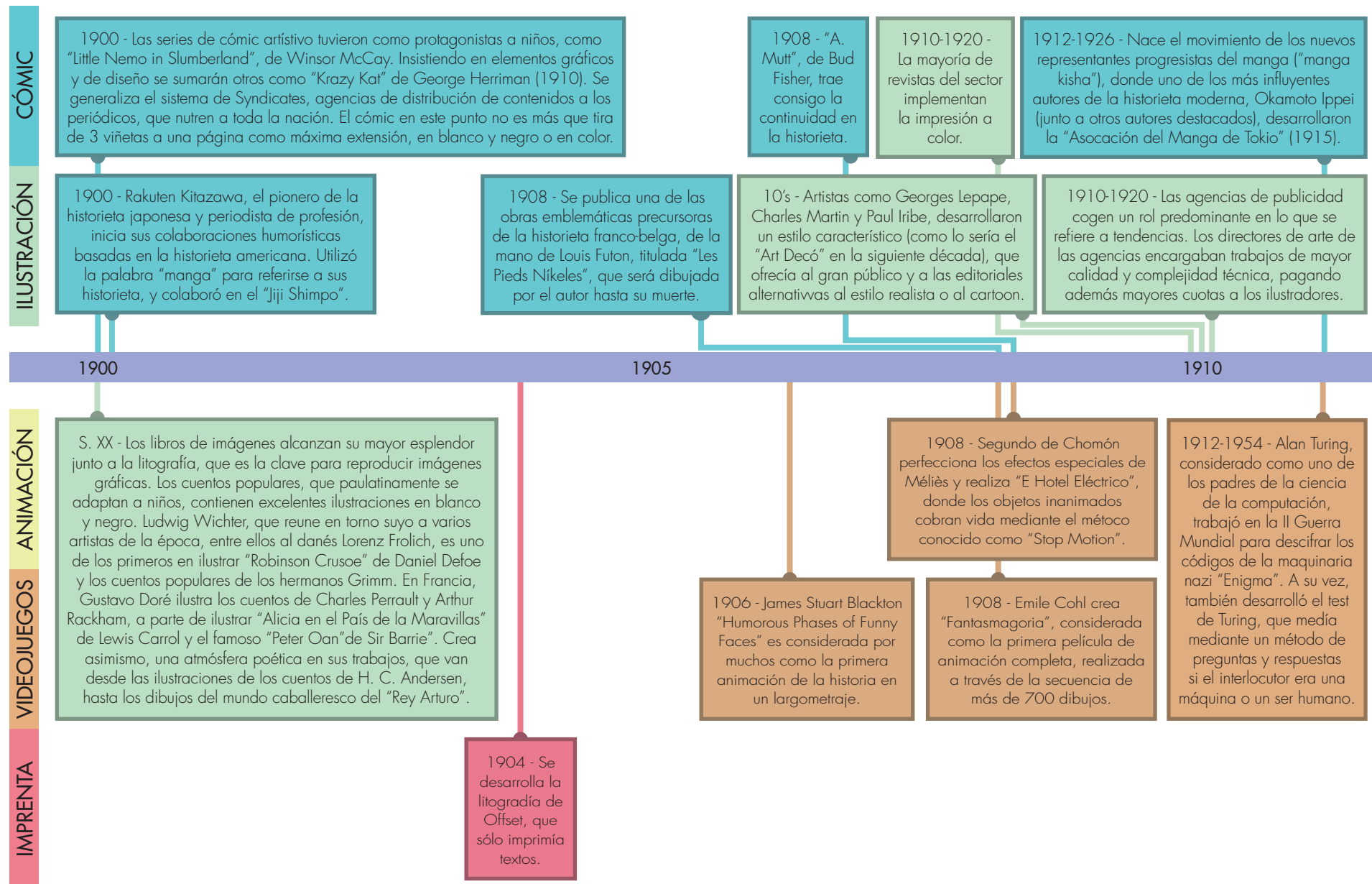
3.1 CRONOLOGÍA COMPARADA



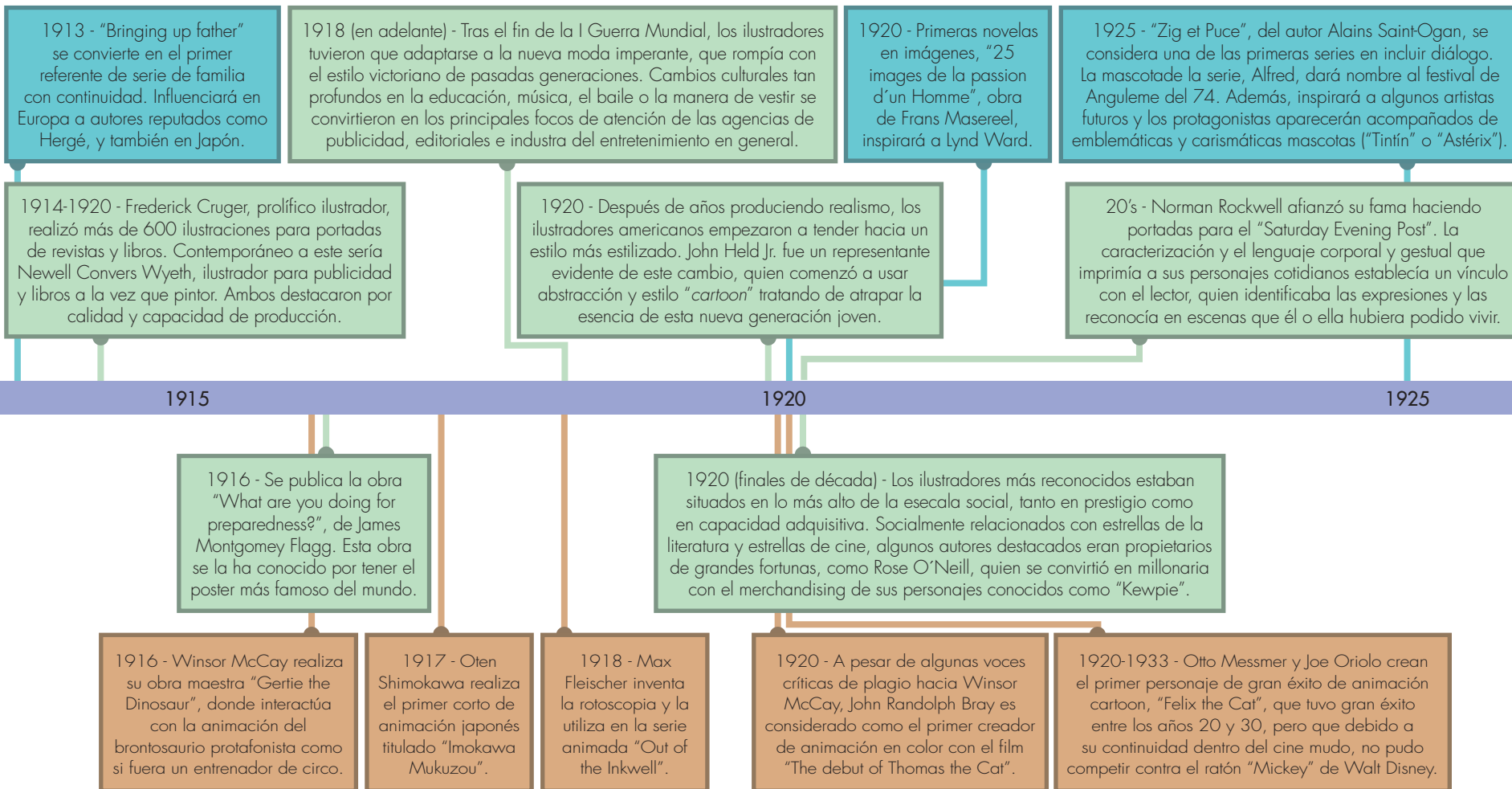
3.1 CRONOLOGÍA COMPARADA



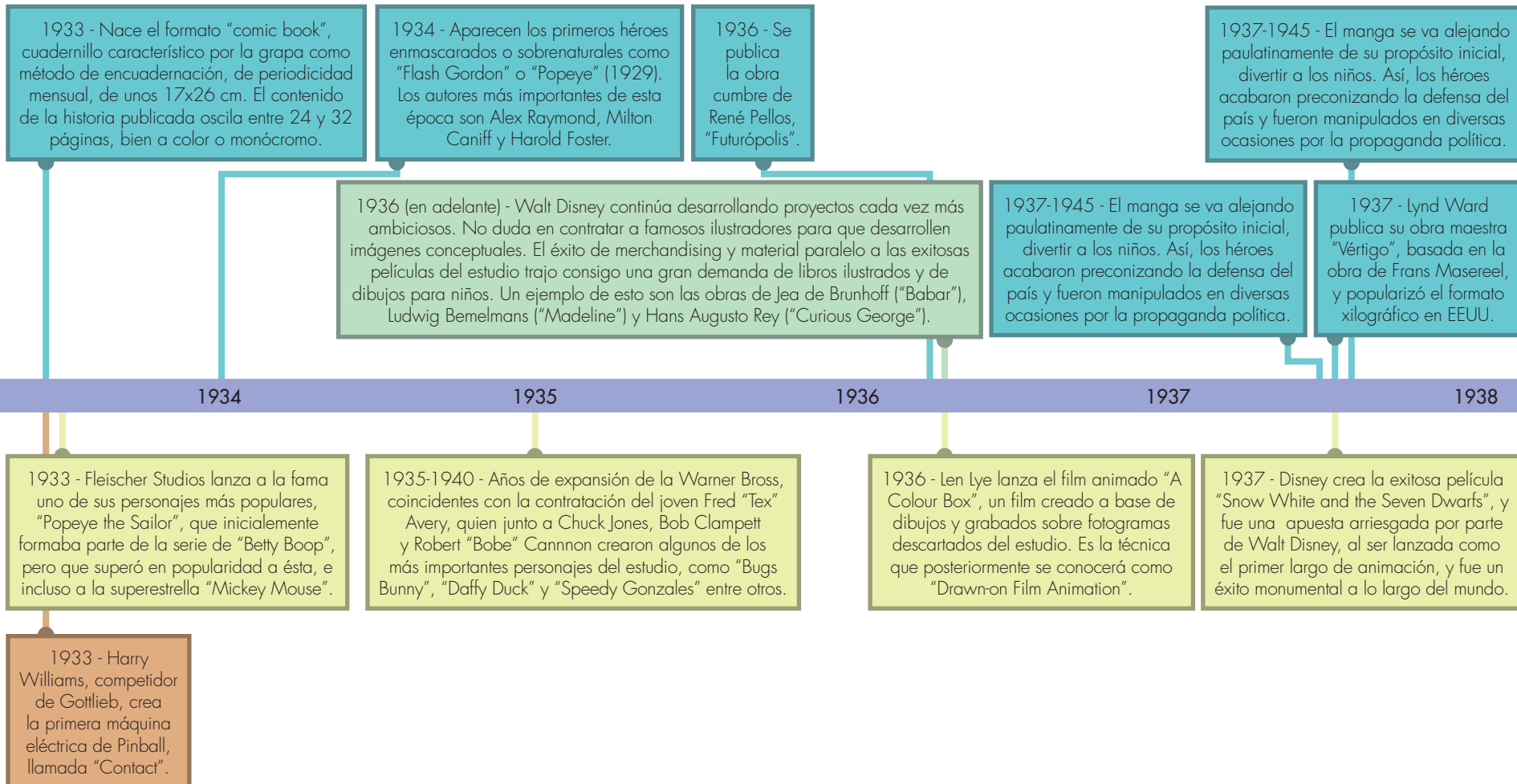
3.1 CRONOLOGÍA COMPARADA



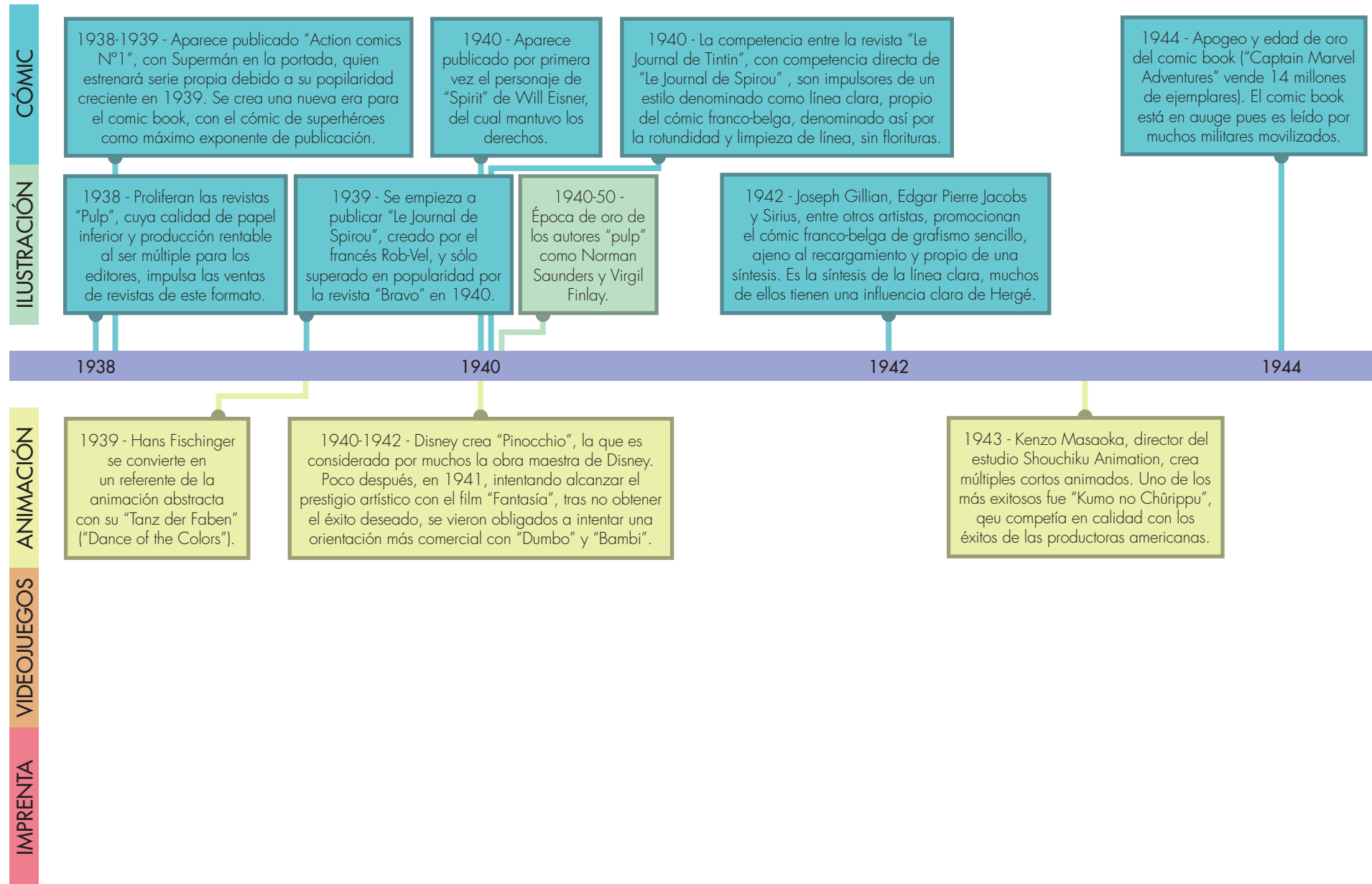
3.1 CRONOLOGÍA COMPARADA



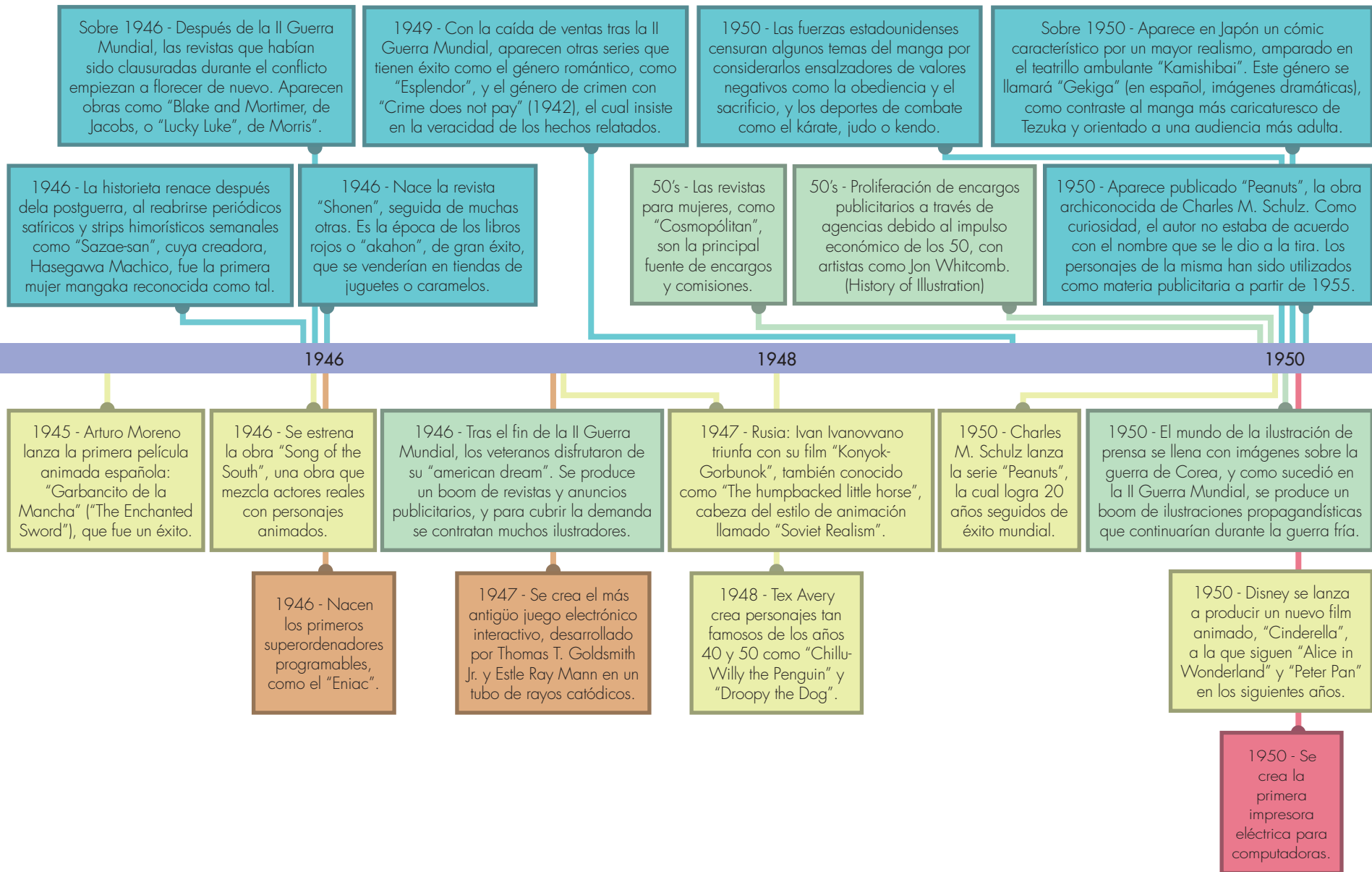
3.1 CRONOLOGÍA COMPARADA



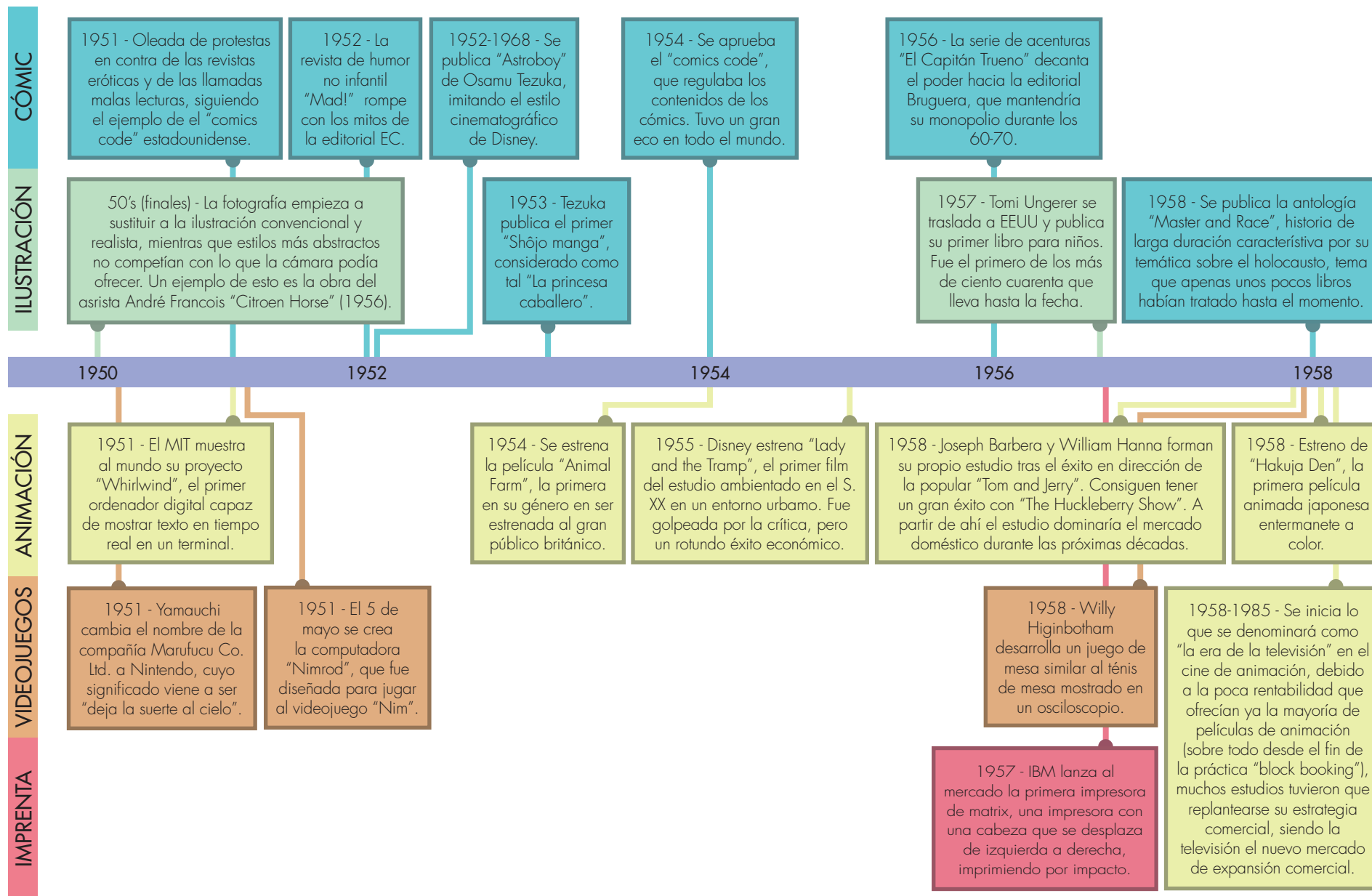
3.1 CRONOLOGÍA COMPARADA



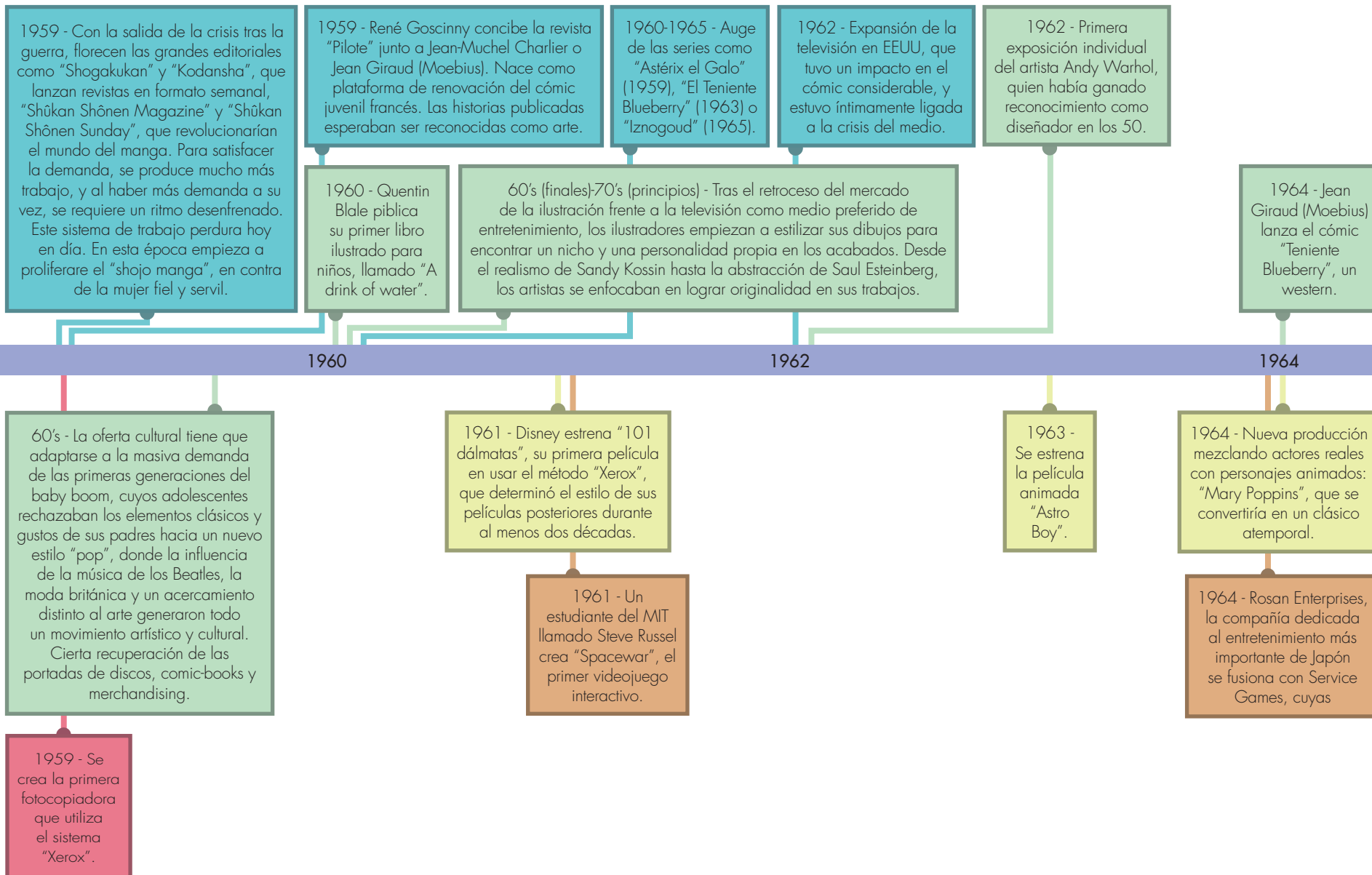
3.1 CRONOLOGÍA COMPARADA



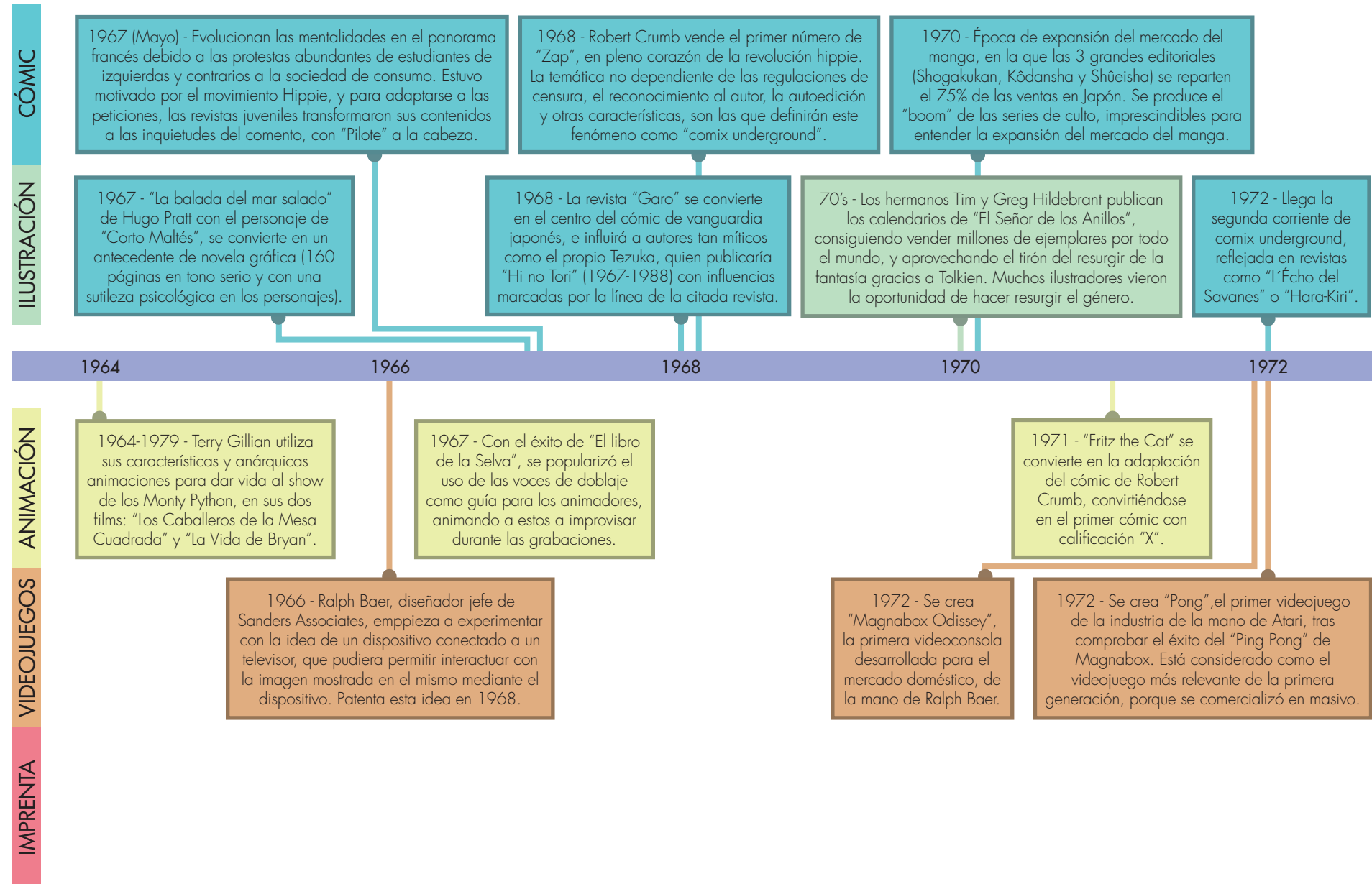
3.1 CRONOLOGÍA COMPARADA



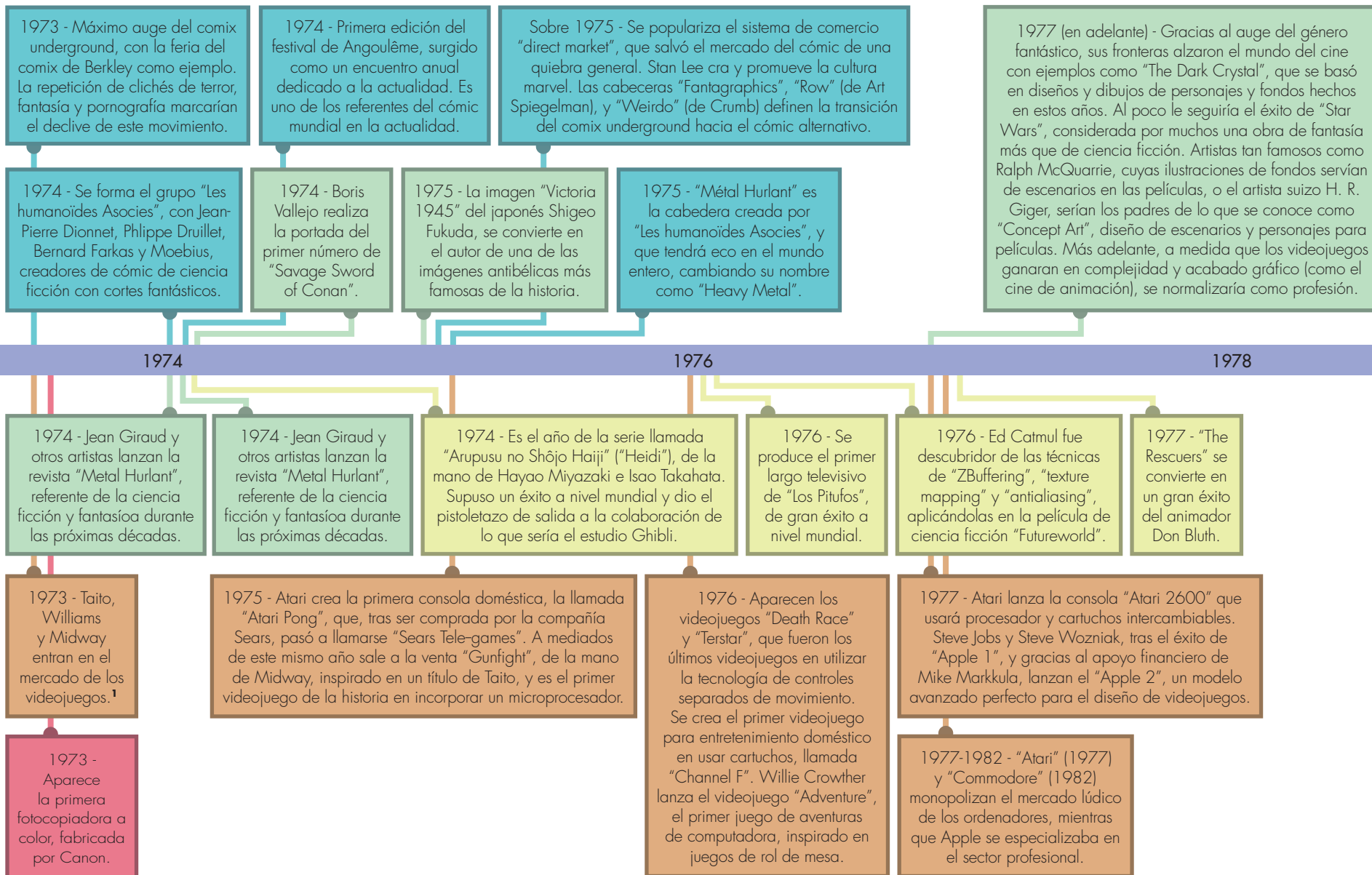
3.1 CRONOLOGÍA COMPARADA



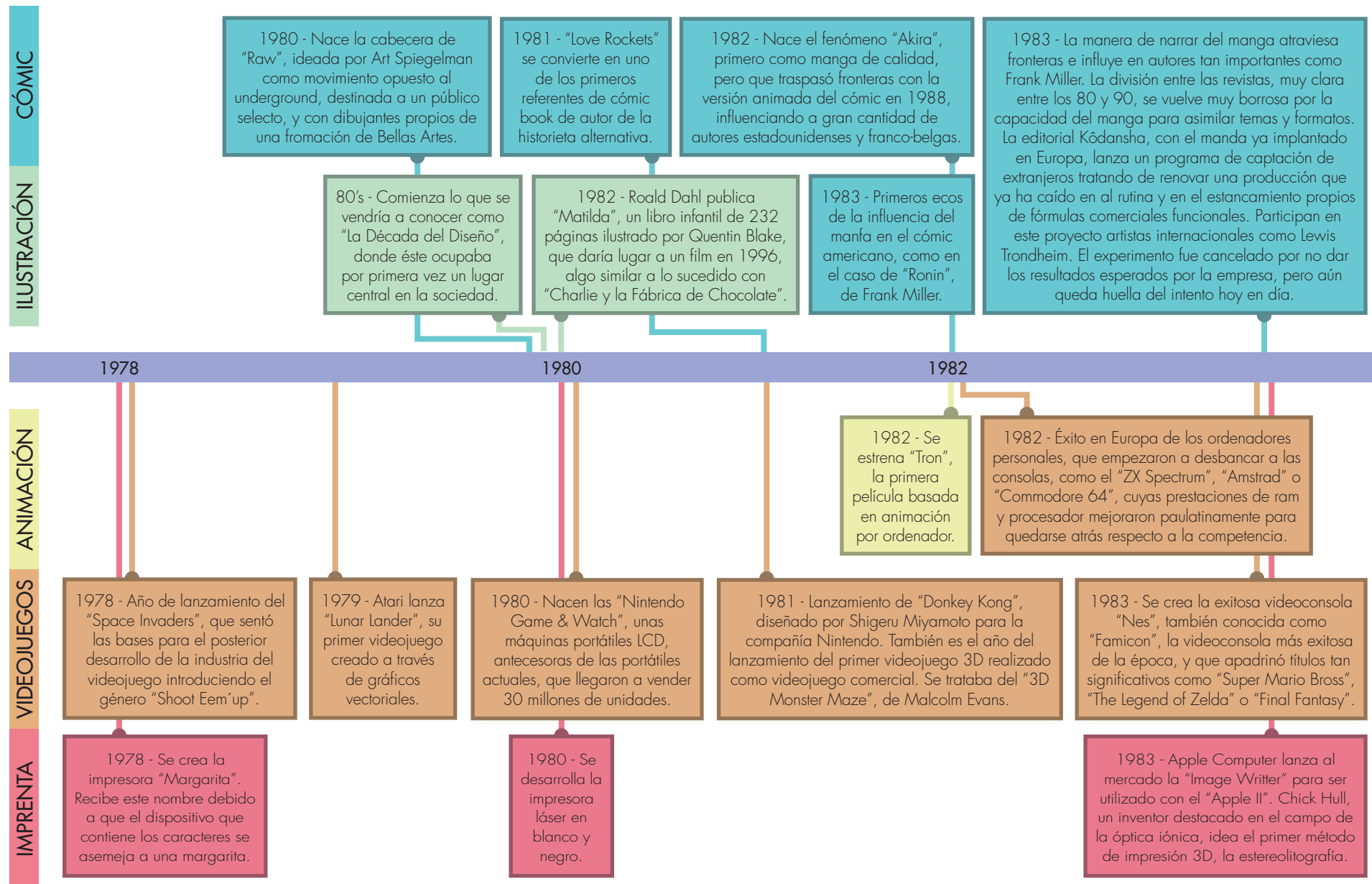
3.1 CRONOLOGÍA COMPARADA



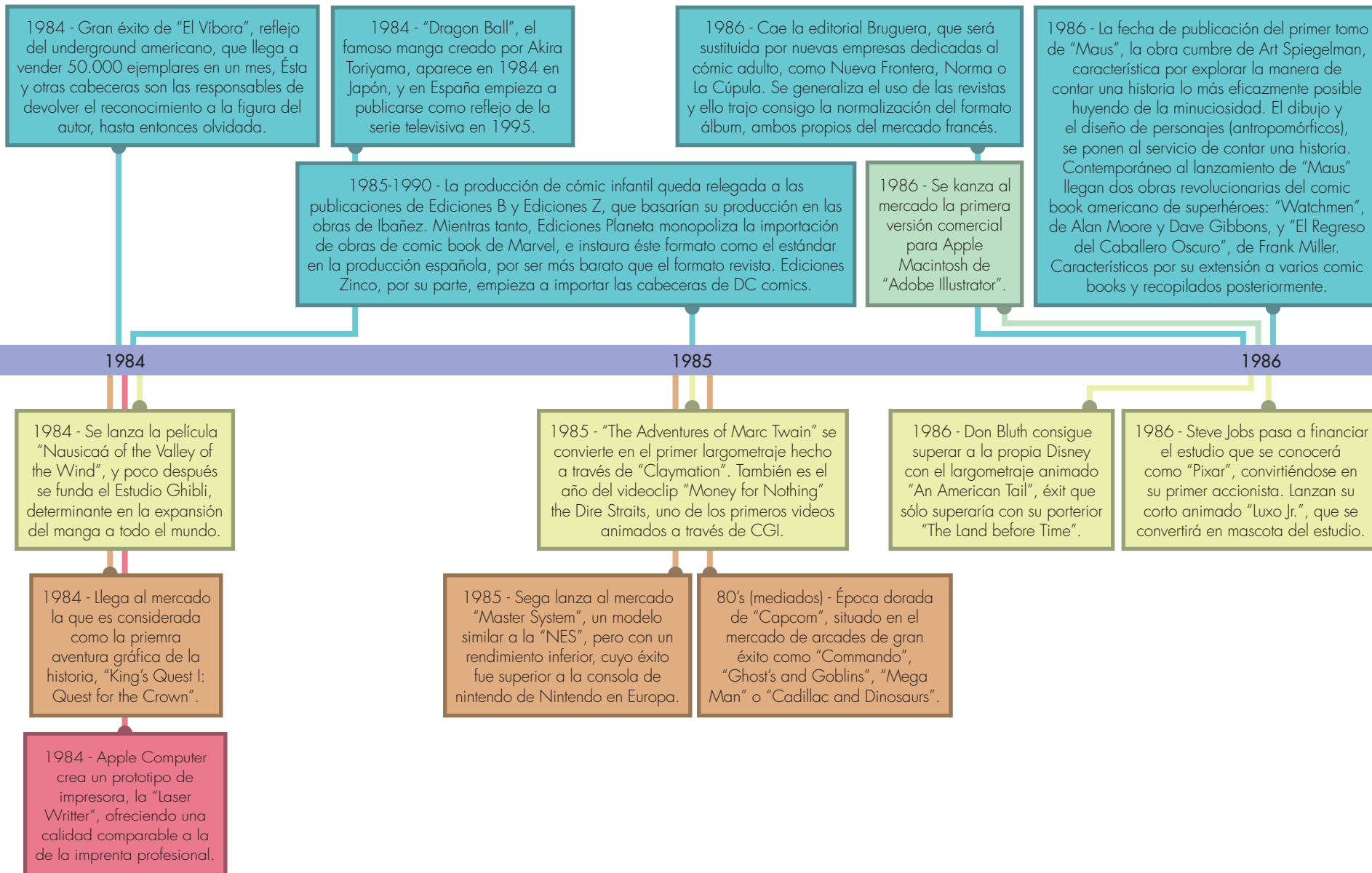
3.1 CRONOLOGÍA COMPARADA



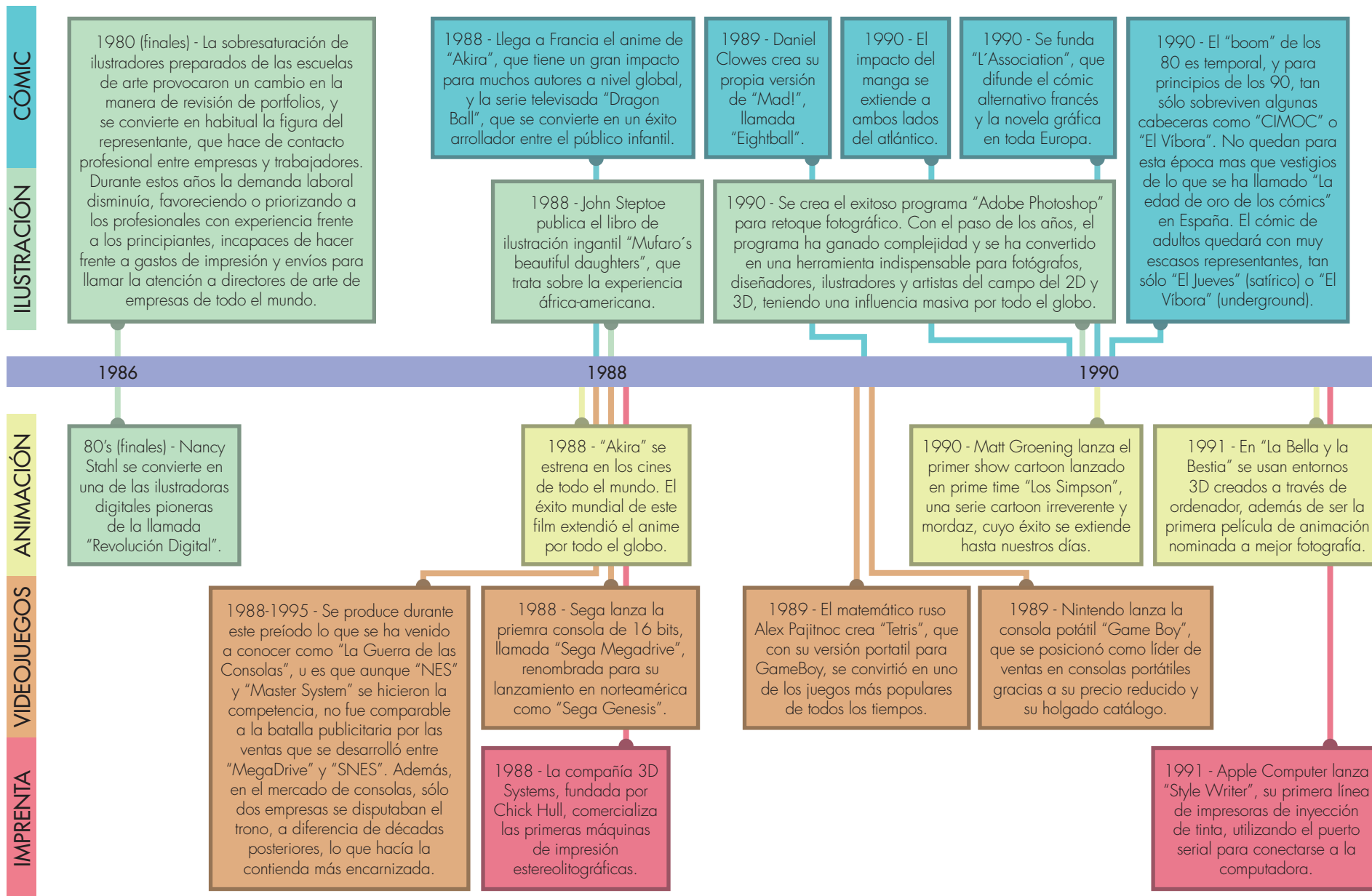
3.1 CRONOLOGÍA COMPARADA



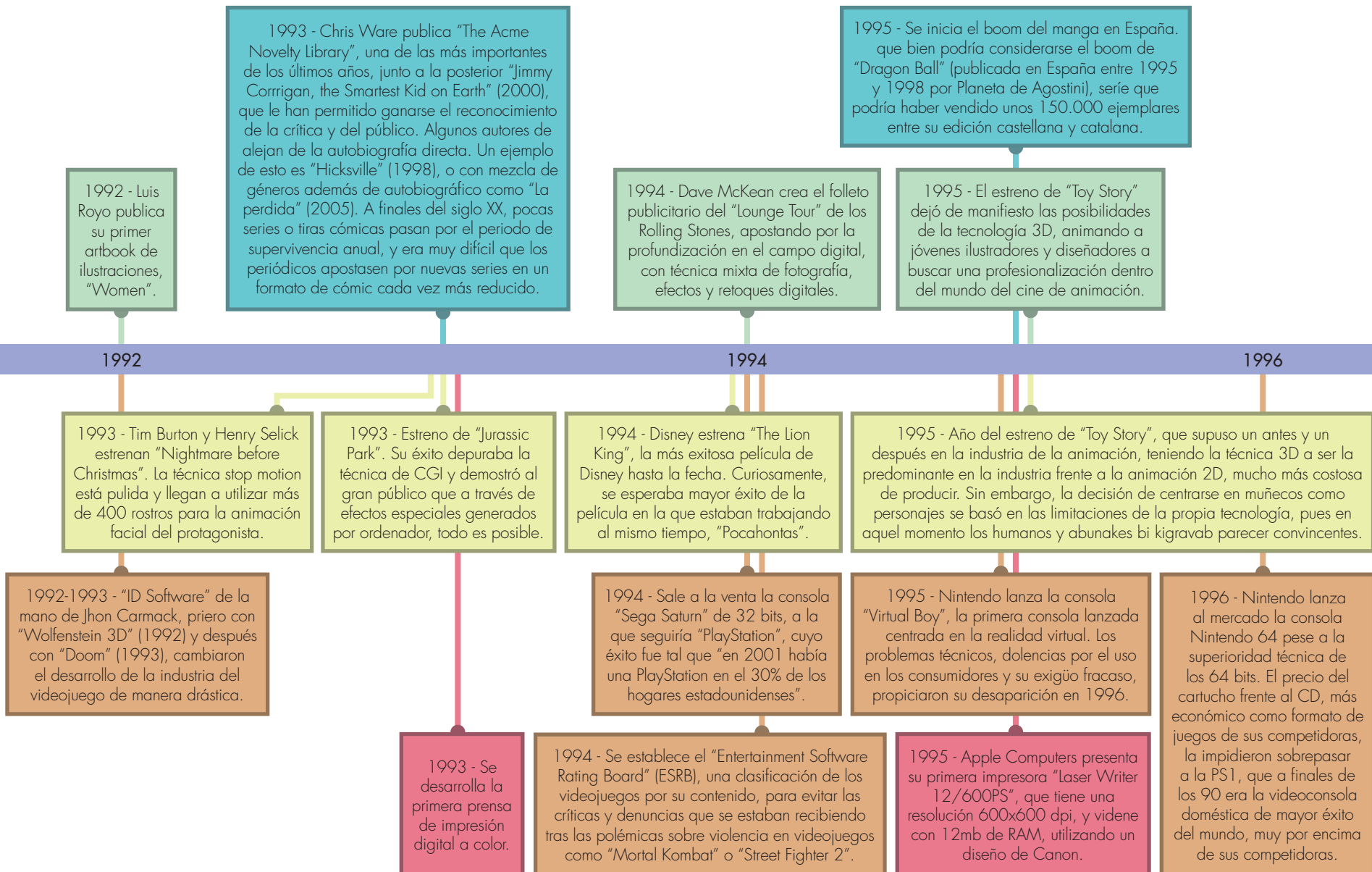
3.1 CRONOLOGÍA COMPARADA



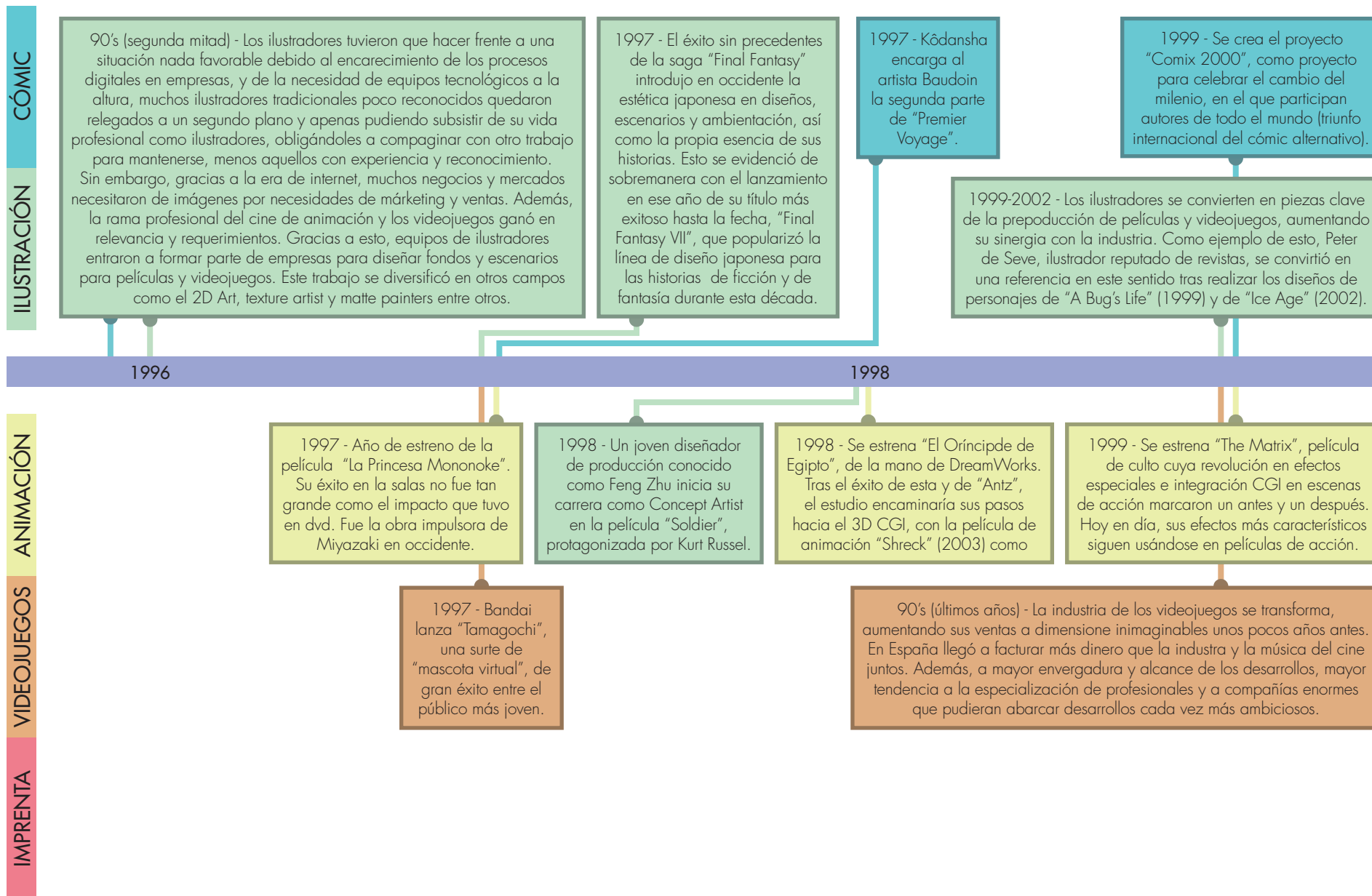
3.1 CRONOLOGÍA COMPARADA



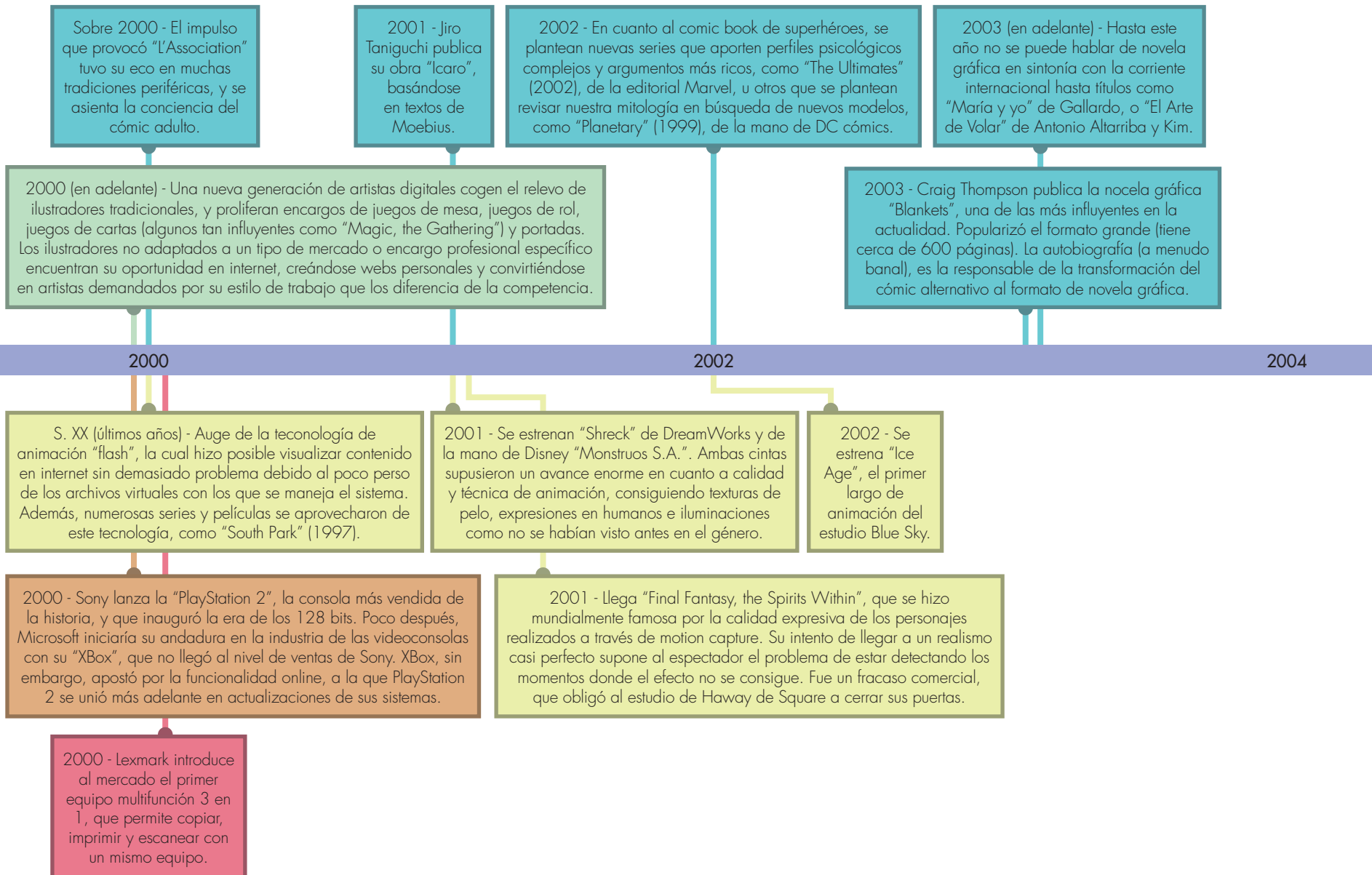
3.1 CRONOLOGÍA COMPARADA



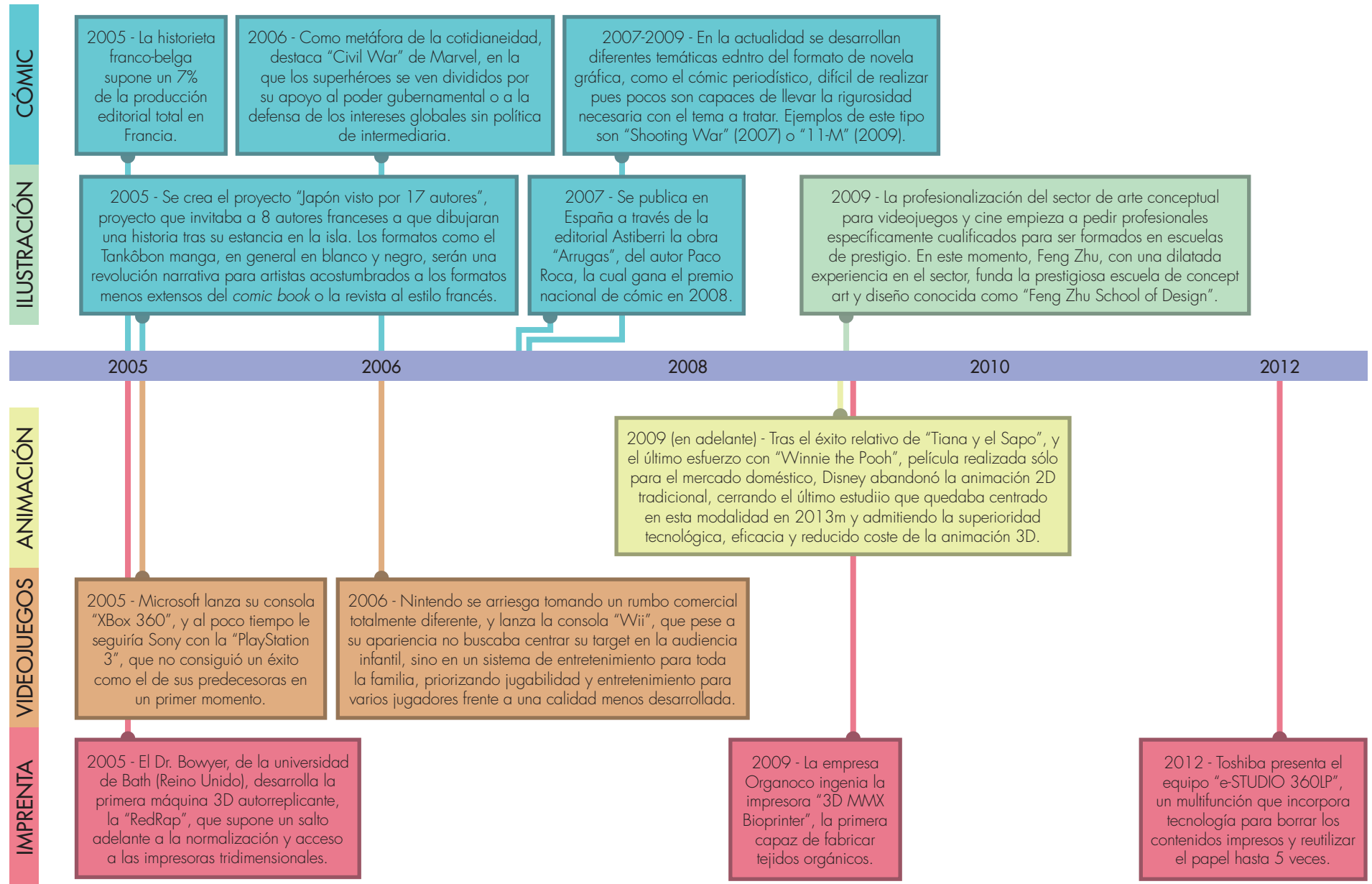
3.1 CRONOLOGÍA COMPARADA



3.1 CRONOLOGÍA COMPARADA



3.1 CRONOLOGÍA COMPARADA



3.2 SITUACIÓN ACTUAL DEL CÓMIC

En la actualidad, podemos comprobar como cada uno de estos mercados no conforman a priori islas independientes con respecto a los otros. Es más, en el caso americano, muchos autores de diversas nacionalidades trabajan como dibujantes, entintadores y coloristas. Se puede apreciar como empiezan a abrirse fronteras en este sentido. Aún en el caso del manga, algunas de las editoriales más significativas del país del sol naciente (Kôdansha a la cabeza) proponen ejercicios de colaboración con autores extranjeros.

Aun así, la mentalidad aún ha de evolucionar en gran medida como para aceptar propuestas que provengan de fuera de sus fronteras. Desde su punto de vista, no es práctico contratar o apostar por obras que ya en su país ya son comunes

Es por ello que desde esta perspectiva, es más práctico proponer cómics con un estilo significativamente diferente de lo que allí están acostumbrados, teniendo como *target* no una de las mayores revistas de publicación, sino empezar con colaboraciones o publicando en revistas alternativas al *mainstream* principal, como menciona Ken Niimura en su entrevista (Niimura, K, 2010)

Hemos podido constatar que el auge de Internet ha tenido una influencia determinante para que diferentes profesionales del sector den unos con otros, puedan formar equipos, asociaciones... y pongan en común ideas prácticas para proyectos.

El auge en la última década de festivales por todo el mundo (no sólo en Estados Unidos y en Japón), propicia un punto en común para presentar obras a posibles editores, así como la puesta en común de diferentes proyectos.

Los premios y ayudas a los que se puede acceder motivan a una nueva hornada de dibujantes y creadores en general, que pueden tener en este fenómeno cultural una representación mucho mayor que durante el último siglo.

Respecto al mercado franco-belga, podemos constatar su ejemplo como un reflejo de lo que hemos citado: para alcanzar el modelo internacional, es inevitable pasar por el sistema local de criba de contenido. En este sentido, es raro que una obra local llegue a otro público periférico sin haber pasado por la edición franco-belga o estadounidense, como sucede en el caso de "Arrugas" de Paco Roca.

El abaratamiento de los viajes e internet promueven el intercambio de obras, información y conocimientos e impulsan festivales y eventos que permiten su difusión a nivel internacional.

Hoy en día, como se puede apreciar en un gran porcentaje de las últimas publicaciones, los autores parecen concentrados en explorar nuevas temáticas que puedan resultar refrescantes o innovadoras, dejando a un lado los recursos estilísticos, gráficos y formales.

Las industrias locales han perdido el mercado de masas que alimentó antaño el cómic comercial, y la única manera de rentabilizar las ediciones es

accediendo a un público global. No es un fenómeno aislado en el cómic. Asistimos al mismo proceso en el mercado del cine y los videojuegos, donde productores y editores piensan en la rentabilidad de una producción basándose en el éxito de entregas anteriores en vez de apostar por nuevos títulos.

El cómic ha sido durante 180 años un arte vulgar para las masas, exclusivamente al servicio de intereses comerciales, infantiles y juveniles o de consumo.

Con el asentamiento del formato "novela gráfica" y debido al reconocimiento que está empezando a conseguir el cómic, organismos oficiales empiezan a apostar patrocinando jornadas, subvenciones y ayudas para proyectos en ámbitos del cómic hasta ahora inéditos., como el programa "La Alhóndiga / La Maison des Auteurs", o como los premios concedidos por el festival de Angoulême son una oportunidad anual más que interesante para nuevos profesionales y amateurs del mundo del cómic. Son entregados en 14 categorías diferentes, entre las que destacan: Gran premio, premio al mejor álbum, mejor guion y mejor dibujo. En este salón convergen artistas de todas las nacionalidades, ya sea intentando conseguir un trabajo, publicitando cómics o como aficionados.

El impulso del formato novela gráfica, ha permitido que no solo editores, sino autoridades y literatos muestren un interés por el llamado "cómic serio", lo que permite a su vez una proyección a nivel global del mundo del cómic en general.

3.2 SITUACIÓN ACTUAL DEL CÓMIC

“La novela gráfica se ha convertido en una realidad, y en la actualidad, con el impulso de las editoriales independientes con L’Association a la cabeza, darán a los autores la posibilidad de crear con libertad” (Gálvez, 2008, p. 107).

Ahora que se han dado los primeros pasos para su reconocimiento, la actitud purista y exigente de los promotores del “cómic serio” se puede relajar, como bien dice Eddie Campbell en el libro de García (2010). Si hasta hace apenas unas décadas, estos autores buscaban desligarse del formato estereotipado como infantil o juvenil del cómic por ser encasillado socialmente, hoy en día se aprecia como la aceptación social generalizada empieza a permitir a autores volcarse en trabajos que antes rechazaban por formar parte del estereotipo infantil (como los superhéroes) y esto permite que las fronteras entre novela gráfica como cómic serio, y superhéroes como puramente comercial, empiece a ser una información difusa.

La novela gráfica es una forma artística sofisticada, distinta de la literatura y el arte. Tiene sus propias reglas, virtudes y limitaciones apenas comprendidas.

Este fenómeno es aún joven y aún no se ha solidificado; pero ya cuenta con el reconocimiento por parte de las otras artes. Los maestros de la novela gráfica son jóvenes (Crumb, Spielgman o Taniguchi) y los autores más punteros están en los albores de su carrera

(Clowes, Ware, Seth o Blutch).

La novela gráfica contemporánea representa (...) esa conciencia de libertad del autor, un movimiento que funda una tradición hermana de las demás, pero distintas (García, 2010, p. 274).

En el amplio campo del cómic americano nos encontramos dos realidades diferenciadas; por un lado, la situación de las tiras de prensa. Antoni Guiral a este respecto, analiza el recorrido de las tiras cómicas a nivel mundial:

Pocas series han pasado “la prueba de supervivencia anual” en el terreno de las tiras de prensa, un panorama donde “a finales del siglo XX era cada vez más difícil que los periódicos norteamericanos apostasen por una tira de prensa de nueva factura, la producción daba síntomas de un cierto estancamiento y, seguía habiendo un espacio (cada vez más reducido en formato) para los cómic strip, la prensa diaria prefería seguir publicando los títulos populares ya reconocidos por sus lectores” (Guiral, 2007, p. 119).

Lo que en su día dio a luz al cómic internacional sufre las consecuencias de una profunda crisis del medio. Una gran parte de nuevos autores que pretenden seguir trabajando para este formato empiezan a optar por publicaciones on-line o a través de webcómic donde el mercado está aún sin explorar, mientras que las tiras cómicas que perduran son aquellas que, o bien suponen un bombazo, o han funcionado toda la vida

(el llamado “efecto nostalgia”). *“La sequía de los últimos años, (...) confirma la crisis actual de las tiras realistas de género* (Guiral, 2007, p. 183).

Por otro lado, en lo concerniente al cómic de superhéroes, novela negra y aventuras, se vive una realidad de búsqueda significativa. Como defiende en su artículo el crítico de cómic Nicolás Cortés (2008):

Cómic y cine están revisando nuestra mitología en la búsqueda de nuevos modelos que puedan a traer un público nuevo con personajes que reflejen aspectos de una sociedad que ha evolucionado.

- Por un lado, se adaptan historias ya conocidas –como Spiderman– y se les recrea el trasfondo para adaptarlo a una realidad con la que la gente joven se sienta identificada.

- Se está empezando a fomentar el uso político y propagandístico del cómic (por ejemplo, Frank Milles y su Batman vs. Bin Laden), aunque no es algo nuevo, ya que ya se hizo con el Capitán América en la Segunda Guerra Mundial.

- También se producen metáforas de la cotidianeidad en Civil War, donde los superhéroes que se oponen al gobierno y los que lo apoyan se ven sumergidos en conflictos políticos y morales.

“¿En qué paradigma estamos?”, el autor de la ponencia define la experiencia de búsqueda de modelos basándose en la historia de los cómics de

superhéroes y relacionados con los mitos a lo largo de la historia, y los modelos de sociedad.

Los cómics de superhéroes se están planteando nuevos retos argumentales y procesos de “lavado de cara” que permitan a los guionistas y creadores dar un aspecto más actual no sólo en lo estético, sino en lo psicológico y en lo referido al trasfondo social de los personajes.

En lo concerniente al mercado Japonés, vemos como su impulso alcanza a todo el globo, pero también es notorio el proteccionismo y potenciación de lo autóctono que se percibe en este país.

Moebius (2009) en una entrevista en el País.com dice que *“el problema es que el manga llega a Europa, pero el cómic europeo no llega a Japón. Eso es lo injusto.”*

Como bien dice Koyama-Richard (2008), tenemos así una realidad de edición muy amplia, donde existen muy diferentes temáticas.

- Gastronomía o enología – Yakitate! Ja-Pon
- Cómics de vocación pedagógica
- Mundo médico – Iryu-Team Medical Dragon
- Corte fantástico o ciencia ficción
- El deporte gran protagonismo: beisbol, tenis, fútbol, judo...

Para poder llegar a los plazos de entrega, es impensable que un solo autor se ocupe del peso de una obra en su totalidad. De cara a un editor, un trabajo en equipo formado por el mangaka y sus ayudantes, da las garantías de llegar a fin de mes y ajustarse a los plazos

de publicación. El mangaka debe respetar el guion, pero tiene total libertad para el dibujo y la composición, experimenta con la disposición de las viñetas reforzando a su juicio la intensidad de la acción o sensación de velocidad. Existen por otro lado, mangas más sofisticados que ponen énfasis en la experimentación y elegancia en el grafismo. Los mangas más comunes, caricaturizan a los personajes poniéndoles en su mayoría ojos grandes que son más expresivos y transforman el peinado y el color de pelo como rasgos identificadores.

El editor en el mercado japonés se acerca regularmente a ver cómo evoluciona el trabajo, fijar la continuidad y llevarse un episodio para imprimir. Una serie o tiene un éxito parcial o se interrumpirá sin continuidad. Por ello, el editor ha de encargarse de proponer cambios que puedan mantener enganchado al público. El editor también estará ahí para apoyarles y aconsejarles.

Ana María Meca, editora y coordinadora de cómics, realiza un estudio de la situación actual del manga en su ponencia “Los mangas, una simbología gráfica muy particular”, y utilizamos fuentes de dicho artículo para datos y muestras oportunas:

Un manga se publica en primer lugar, en una revista, y si vende, en un tomo “*bunko*” (10,5x15cm de 200 páginas en blanco y negro o bien en formato bolsillo). Cada tomo consta de más o menos 12 capítulos. Después de varias ediciones, si vende, se imprimirá en edición de lujo, tapa dura y a color (15x21cm). La obra estará destinada a un público coleccionista.

Si no han llegado a este punto se reciclarán en masa, o se venden al peso en una esquina, por apenas unos yenes. Hay que tener en cuenta que el manga está presente en todo lugar: trenes, quioscos, supermercados, peluquerías...

La competencia es despiadada, una serie se puede interrumpir a la mitad si no logra el éxito esperado. Se suele decir que un mangaka duerme poco y trabaja mucho.

Por otra parte, hay que destacar que hay un número ínfimo de mangakas que se cuentan entre las grandes fortunas de Japón, el resto sobrevive a duras penas. Primero se trabajará de ayudante y con mucha suerte puedes llegar a tener tu propia serie, aunque la mayoría viven a la sombra del maestro.

Para muchos el manga está ligado a la violencia, valores combativos, erotismo y horror, pero esta tendencia representa solo una muy pequeña parte de lo que nos llega. De hecho, este tipo de conductas no son un reflejo de Japón, pues es uno de los países más seguros del mundo, donde el cómic no es más que una válvula de escape.

Entre las objeciones habituales al manga se suele achacar la falta de calidad general y la presentación de los valores, pero todo esto deviene de un esquema conocido como “*doryoku, yuujou, shouri*” (esfuerzo, amistad, triunfo), que es el esquema de la publicación Shōnen Jump, especializada en mangas para estudiantes. Pero hay que recordar que ésta no es más que una de las 40 cabeceras que hay.

3.3 SITUACIÓN ACTUAL DE LA ILUSTRACIÓN

La ventaja principal narrativa del manga son sus 1900 páginas distribuidas en diez tomos frente a la esclavitud narrativa europea de tan solo 48 páginas. En cada serie, por contra, se exige éxito, espectacularidad, ser original... Además de que cada entrega debe tener 30 páginas. Para que se alargue requiere ofrecer arcos argumentales y finales parciales. Como gran contra, la presión del tiempo afecta en gran medida a las elecciones artísticas.

“La ingerencia editorial en el manga parece impensable en otros mercados, pero tiene cierta lógica en una publicación de masas que ofrece lo que los estudios de mercado dicen que gusta al público” (Meca, 2008, p. 158).

Como último punto negativo, y debido al choque cultural por ciertos temas y estilos, Japón no exporta parte de su producción a otros mercados, ya que se produciría un desconocimiento cultural que no atraería a lectores de otros países.

En cualquier caso y debido al éxito arrollador entre los jóvenes no parece probable que la extensión del manga se detenga, sino todo lo contrario. *“El manga lleva 20 años con nosotros y ha venido a quedarse”* (Meca, 2008, p. 176).

Para finalizar, no se puede olvidar mencionar la influencia mutua del anime y el manga, lo que provoca que una obra de éxito en manga sea transportada al anime para multiplicar su margen de público (como sucede en la mayoría de mangas de éxito), o el caso contrario,

como la serie “Evangelion”, que se diseñó como anime, y se publicó posteriormente como manga, utilizando una publicidad que anunciaba un punto de vista ligeramente alternativo en el cómic al visto en la serie de televisión.

Siguiendo este hilo, y aprovechando el “fenómeno nostalgia” Hayao Miyazaki, dibujante, ilustrador y creador de cómics, aportó con su dibujo de temática infantil que se llegaría a conocer como “el Disney Japonés” un estilo nuevo y refrescante que desembocaría en el famoso Estudio Ghibli, donde se realizan películas como “La princesa Mononoke” o “Nausicaä del Valle del Viento”. Aún siendo considerado parte del fenómeno manga, sus obras han agrupado a un público diverso que puede no tener una unión directa con el mundo mangaka, gracias a los mundos fantásticos, imaginativos y nostálgicos de sus obras que han llegado a aficionados de todo el mundo.

Respecto al cómic en España, nos disponemos a desarrollarlo más en profundidad analizando la realidad editorial y las posteriores entrevistas a autores. Con todo ello podremos hacernos a una idea más aproximada del estado de la cuestión del cómic en España, no solo a nivel de producción local, si no a el consumo internacional en el mercado nacional.

3.3 SITUACIÓN ACTUAL DE LA ILUSTRACIÓN

Con la caída del número de ventas de ejemplares tanto en prensa como en revistas de entretenimiento, (hecho que mencionaremos en el apartado sobre la industria), que también afecta de manera notoria a las publicaciones infantiles, la capacidad de los ilustradores españoles de encontrar un mercado directo al que poder enfocarse se reduce considerablemente. Además, como hemos comentado anteriormente, la inclusión de las nuevas tecnologías en la industria tanto a nivel mundial como nivel nacional, impulsa la traducción de un modelo de mercado que ha cambiado mucho y muy drásticamente en poco tiempo.

Como también hemos comentado en la parte que se refiere a la industria del cómic, las nuevas posibilidades que ofrecen las tecnologías web y los dispositivos móviles son variadas, pero es un mundo apenas explorado del cual es muy difícil saber a ciencia cierta el futuro que puede deparar a los artistas o ilustradores.

En esta situación, con la aparición de las nuevas tecnologías también se distinguen claramente dos campos de intervención o nuevas profesiones relacionadas con estas, que ofrecen a los ilustradores o artistas una nueva salida a la que poder enfocar su futuro profesional. Como hemos podido ver a lo largo del desarrollo de la línea temporal, estas son las industrias del cine de animación y los videojuegos. Más adelante analizaremos los

datos sobre ventas y la situación profesional para los ilustradores que están trabajando en estos dos sectores en España en la actualidad.

Una cosa está clara: analizando el desarrollo y los cambios que han sufrido las profesiones según su momento en la línea temporal, podemos ver rápidamente como los sistemas de reproducción han influido enormemente en estos. Es lógico pensar, pues, que no podemos entender estas profesiones independientemente de la tecnología de reproducción que se esté utilizando en cada momento.

Así, desde el primer mosaico sumerio, "El tapiz de Bayeux" o los "Emakimono", hasta llegar a las tecnologías de impresión 3D, se hace evidente como el desarrollo de las mismas ha afectado no sólo al sistema de reproducción, sino al propio concepto del formato y las posibilidades del mismo.

También es evidente que la creación de diferentes sistemas de reproducción tecnológicos ha provocado una mayor necesidad de especialización en el ilustrador. Así, donde antes existía la figura del ilustrador todoterreno, que podía diseñar ilustraciones sobre instrumentos tecnológicos cotidianos como una lavadora, realizar portadas de fantasía para revistas especializadas o diseñar figuras o elementos característicos que identificaran grandes compañías, hoy en día los límites de su ámbito de intervención se han estrechado. Un ejemplo de esto es la profesión del diseñador gráfico, quien realiza estudios

de marcas y gestión de identidades corporativas entre otras cosas. Otro caso corresponde al diseño de producto, llevado a cabo por especialistas en diseño industrial, que se especializan posteriormente en la creación de conceptos y diseños de productos comerciales, como vehículos, piezas, objetos, etcétera.

De hecho, si analizamos en profundidad cuáles podrían ser algunos de los campos donde la ilustración ha perdido su campo de intervención podemos mencionar no sólo los anteriores, sino también el diseño de moda, creado como una especialización dentro del propio diseño, pero que ve necesaria una derivación en el campo intervención del propio diseño gráfico.

Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente, el campo de intervención del ilustrador tradicional se ve claramente limitado, y aquellos que aún suponen una cuota de mercado, han sufrido una reducción drástica en cuanto a demanda laboral principalmente debido a la falta de ventas del mercado de impresión tradicional.

Por tanto, para un ilustrador tradicional aún quedan los campos de la ilustración de cartelería, donde surgen conflictos de competencia con los diseñadores gráficos, o los campos correspondientes a ilustración de juegos de mesa, revistas y publicaciones infantiles.

No es menos cierto que, en el caso nacional, la industria editorial ha sufrido un importante descenso y eso ha repercutido en la cantidad de

encargos necesarios para completar la demanda (de nuevo, referirse al capítulo sobre industria, donde contrastaremos estas reflexiones con datos). Este hecho es extensible a diferentes países a lo largo del mundo, pero una de las ventajas que supone para el ilustrador el uso de las nuevas tecnologías es que puede realizar encargos no sólo dentro de la demanda nacional, sino que puede trabajar para cualquier cliente situado en cualquier lugar del mundo.

La facilidad para ponerse en contacto con empresas demandantes de ilustradores o artistas (en caso de, como mínimo, manejar un idioma común como puede ser el inglés) permite no necesitar de representantes para acogerse a diferentes encargos. Sin embargo, eso también tiene sus consecuencias negativas.

Tal y como hemos mencionado que la demanda laboral para el ilustrador se iba encogiendo, la competencia a nivel profesional aumenta: ya no solo tienes que competir contra profesionales de tu mismo país, sino que compites contra ilustradores de todo el mundo.

El hecho en sí es que las demandas sobre la ilustración tradicional se han reducido, y dado que no existen claras normas ni precios establecidos para orientar a los profesionales que empiezan en este sector, es un síntoma claro de una industria que puede estar gravemente dañada.

3.4 CINE DE ANIMACIÓN Y VIDEOJUEGOS ¿INDUSTRIAS EMERGENTES O SUSTITUTAS DE LA ILUSTRACIÓN?

3.4 CINE DE ANIMACIÓN Y VIDEOJUEGOS, ¿INDUSTRIAS EMERGENTES O SUSTITUTAS DE LA ILUSTRACIÓN?

Analizando la línea cronológica comprobamos que la figura del ilustrador se encuentra en una situación comprometida, que debido a las dificultades que atraviesa la industria editorial y la evolución de los medios de reproducción, ha forzado a muchos ilustradores a migrar a los nuevos sectores industriales transversales. De hecho, donde los dibujantes tradicionales abarcaban todo tipo de encargos, hoy en día la especialización en el sector ha obligado a crear cargos específicos que delimiten claramente tanto las funciones como los conocimientos necesarios para poder desempeñarlas.

Por ello, tenemos que destacar que los mercados del cine de animación y los videojuegos pueden suponer una válvula de escape para los futuros profesionales de la industria, ofreciendo puestos de trabajo bien remunerados, pero no necesariamente estables. Este mismo hecho, sin embargo, ha obligado a adaptar el campo de intervención del ilustrador.

La propia cronología da muestras de que el propio término está dejando de ser útil para delimitar las funciones dentro de un tejido industrial especializado.

Podemos constatar este problema cuando observamos que las profesiones son creadas en función a una necesidad específica, como sucedió en los años

30 en el estudio Disney, donde existen referencias a esa especialidad, o como en el caso de las películas de "Star Wars" o "Alien", donde fueron necesarios dibujantes que fueran capaces de realizar conceptos y diseños de preproducción para que el resto del equipo pudiera realizar los decorados. Hoy en día es natural hablar de la profesión de "concept artist", pero lo cierto es que es una especialidad muy reciente. Tanto es así, que Nacho Yagüe, en la entrevista realizada a través de la escuela Trazos el 6 de Julio 2015, titulada "Ilustrando para Assassin's Creed", mencionaba que empezó su trabajo en esa especialidad mientras cursaba una carrera en Bellas Artes. Seguidamente, argumentaba que pese a que tenía un buen nivel de dibujo, estaba muy lejos de los conceptos y especialización requeridos hoy en día para el cargo de concept artist que desempeñó en aquel momento (Trazos.net, 2016).

Esto es una muestra de cómo una industria incipiente como la de los videojuegos en España aún no había asimilado la necesidad de las delimitaciones de los cargos específicos. Esto ha sucedido con muchas de las especialidades dentro de los sectores del videojuego en el cine de animación. Debido a la indefinición y la falta de garantías en cuanto a nivel de especialidad en cuanto a dibujo, conocimientos de anatomía, perspectiva o conocimientos de un programa o software específico, la palabra "ilustrador" dejaba de ser práctica como definitoria de la capacidad del aspirante de resolver técnicamente cierta clase de

proyectos.

Para evitar estos problemas, se han creado profesiones independientes que delimitan específicamente el campo de intervención de cada profesional, como el "concept art", "visual development", "2D artist", "3D artist", "animador" y "VFX artist", entre otros.

Podemos consultar las webs especializadas donde se registran las ofertas de trabajo del sector (como Stratos) para comprobar que, incluso en España, que no tiene tanto volumen de grandes empresas especializadas comparadas con otros países como Canadá, Japón o EEUU, la profesión de ilustrador no figura en la gran mayoría de estas ofertas, pero sí las derivaciones especializadas que hemos mencionado anteriormente, lo que demuestra que, en las industrias profesionales, se demanda una mayor especialización de competencias. (Stratos-ad.com, 2016).

Por último, la creación de las redes sociales y las plataformas de difusión globales han permitido a una nueva generación de artistas digitales poder darse a conocer al gran público y definir un estilo visual o una identidad gráfica característica, lo que les permite encontrar su nicho de mercado y poder comercializar sus trabajos.

No se trata de ilustradores todoterreno como hemos mencionado, sino de profesionales con estilos característicos. En este último caso, que, a falta de un término específico que defina esta especialidad hemos denominado "ilustradores artesanos", no se trata de

3.4 CINE DE ANIMACIÓN Y VIDEOJUEGOS ¿INDUSTRIAS EMERGENTES O SUSTITUTAS DE LA ILUSTRACIÓN?

generalistas ni de dibujantes capaces de enfrentarse cualquier estilo de reto y exigencia gráfica, sino de especialistas con un estilo gráfico que son contratados como apoyo de una entidad corporativa o bien para comprar su obra como se haría con un artista que expone en galerías o museos.

En la web "Ilustrando dudas" realizaron diversas entrevistas enfocadas en la elección de estilo, donde destacamos la siguiente pregunta que le hicieron al ilustrador Pablo Auladell:

¿Crees que es mejor tener un estilo muy definido o al contrario, más versátil?

Depende de tus intereses. En mi caso, me interesan diversas temáticas y, por tanto, he tenido que construir diferentes respuestas gráficas para cada una de ellas. De todas formas, un estilo muy definido puede llegar a convertirse en una jaula de oro. Puede llegar a cegarte, a impedirte evolucionar pensando que siempre tienes la fórmula adecuada. Pero es verdad que hay que tener una voz definida y afinada. Luego, a partir de ahí, de esa base, puedes ir realizando pequeñas distorsiones y ajustes para contar o expresar diferentes cosas (Ilustrandodudas.com, 2016).

Estos profesionales realizan sus trabajos normalmente dentro del registro gráfico propio o personal que nos permitan identificarse frente a la competencia. Es por ello que cuando una empresa recurre a sus servicios,

el objetivo no es que adapten su lenguaje gráfico a las necesidades de la empresa, sino de que el grafismo identificativo del artista potencie aquello que la empresa contratante, editorial o particular quiera promocionar.

Por ejemplificar un caso característico, tenemos al prestigioso ilustrador Luis Royo, quien, a pesar de tener dilatada experiencia como ilustrador por encargo, hoy en día trabaja bajo sus propias reglas estéticas, y los encargos que realiza siempre son pertenecientes a su estilo gráfico. Debido a su grafismo, estilo y temática característica, si es una compañía la que encarga un trabajo a un ilustrador artesano, ésta no obliga a adaptar el estilo al ilustrador, si no que es la propia marca la que se adapta para que aparezcan los elementos reconocibles del ilustrador en cuestión.

Un ejemplo de esto lo podemos constatar en la entrevista que le realizaron en la web "Nutremagazine", donde preguntaron a Luis Royo sobre su línea de estilo:

- ¿Has podido siempre trabajar en libertad?

¿Has escogido siempre lo que querías realizar en cada momento?

Si, eso si, me he preocupado de decidir yo los caminos y los trabajos que quería hacer. Aunque haya hecho también trabajos de encargos para portadas de novelas u otros, también han sido en la línea de lo que yo quería hacer. Excepto en los comienzos que acepte algunos encargos que no me gustaban nada (Nutremagazine.com, 2015).

Teniendo en cuenta todo lo anterior, el/la ilustrador/a puede optar por entrar en la industria editorial y trabajar por encargo, donde existen dificultades para encontrar clientes, márgenes económicos rentables, o donde otros ilustradores con más experiencia suelen conseguir los encargos rentables.

También está el segmento de publicaciones infantil, que al igual que el editorial, no se encuentra en su mejor momento debido al auge de las nuevas tecnologías.

Muy próximo a este se encuentra el sector de juegos de mesa, rol y similares, donde puede encontrar un nicho algo mayor, pero entrando en competencia con ilustradores de todo el mundo.

Y es que en el mundo global donde se mueven los profesionales, la competencia es muy grande, pues el trabajo del ilustrador o del *concept artist* es más habitual que el *3D artist*, animador o *rigger*. Esto se debe a que son programas y especialidades de conocimiento más técnico, más complicadas de realizar de manera autodidacta.

Por ello, en cualquiera de estos segmentos la competencia es fuerte, y debido a la falta de un sistema de tarifas o unos precios mínimos, los precios caen muy por debajo de lo aceptable, y es preferible buscar encargos en industrias más fuertes en otros países, donde los rangos de precio sean mejores.

Teniendo en cuenta esto, los futuros profesionales pueden disponer de los dos nichos más especializados y novedosos del sector, el del cine de animación y

3.4 CINE DE ANIMACIÓN Y VIDEOJUEGOS ¿INDUSTRIAS EMERGENTES O SUSTITUTAS DE LA ILUSTRACIÓN?

los videojuegos.

Dentro del campo de la animación hay una realidad constatable en cuanto a especialidades dentro de esta propia industria. Hemos podido ver que los sistemas de producción han permitido ir implementando nuevas técnicas e incluso nuevos sistemas de animación cada vez más complejos. Esto mismo, por otro lado, ha potenciado que, aquellos sistemas que estuvieran basados en sistemas de trabajo dependientes de tecnologías muy poco productivas se han ido descartando a medida que pasaban los años.

Una prueba de esto lo observamos con el cierre del último estudio especializado de la compañía Disney, en el año 2013. Y es que la animación tradicional supone tener contratado un equipo de dibujantes y unos costes de producción muy superiores a los que supone un estudio de animación 3D. Esto, sumado a que el público objetivo de las películas realizadas a través de animación tradicional era sensiblemente menor (el público infantil de la década del 2000 está acostumbrado a las películas realizadas íntegramente en 3D), demuestra la poca rentabilidad de la realización de proyectos bajo la técnica de animación tradicional.

Otro caso en el que podemos ver como una de estas técnicas más artesanas está perdiendo peso y rentabilidad frente a las grandes superproducciones 3D es el caso de la animación "Stop Motion".

Una de las empresas más reconocidas que utilizan esta técnica para desarrollar cine animación, Laika

Studios, está teniendo serios problemas para mantener un nivel de ingresos que supere el propio presupuesto de los films que realiza. Un ejemplo de esta situación la encontramos con su última película, "Kubo y las dos cuerdas mágicas".

"Recaudación mundial: 69.9 millones de dólares. Presupuesto: 60 millones de dólares.

Laika no tiene suerte con sus películas. A pesar de recibir la bendición de la crítica, sus producciones no terminan de enganchar al gran público. De hecho, su cinta más taquillera a nivel mundial fue "Los mundos de Coraline", que amasó la discreta cifra de 125.5 millones de dólares" (Taquilladecine.com, 2016).

En el campo de los videojuegos, como ya hemos comentado, la realidad profesional es, a priori, más prometedora en cuanto a posibilidades que la correspondiente a la ilustración tradicional. De hecho, en cuanto a cuota de mercado, supera ampliamente al sector de la animación en España, como veremos en el análisis de la industria.

Aun así, es una industria tan reciente y con tan poco recorrido, que parece que se tienden más a necesitar generalistas o personal capaz de cubrir campos similares de trabajo. Esto lo contrastaremos con los datos sobre la industria en posterior apartado.

La proliferación de festivales como "Fun and Serious" en el País Vasco, "Madrid Games Week" o "Gamelab" en Barcelona, sumado a mayor visibilidad,

apoyo y subvenciones por parte de las instituciones, potencia la accesibilidad y mayor conocimiento de esta industria, lo que a la larga se puede traducir en mejoras en la accesibilidad de subvenciones para las empresas, lo que repercutiría directamente en los salarios de los profesionales.

A nivel salarial, sí que parece que la brecha aún es grande comparándonos con otros países, cosa que analizaremos con mayor profundidad en el próximo capítulo, peor es una situación lógica para una industria tan incipiente y más aún, tratándose de nuevas tecnologías.

Además, los conceptos de "gamificación" y "e-sports", que analizamos en la terminología, sumados a las nuevas aplicaciones de los videojuegos, como la realidad virtual, docencia o incluso aplicados a la medicina, están atrayendo atención de todos los sectores a esta industria, lo que puede también influir de gran manera a corto plazo, ampliando las áreas de especialización de los futuros profesionales.

En el siguiente capítulo analizaremos si las cifras, datos y estadísticas refuerzan estas lecturas que nos dejan un análisis de la realidad más panorámico, realizado a través de las comparaciones de hitos significativos de la línea cronológica.

INDUSTRIA

4

En el presente apartado vamos a analizar el tejido industrial español como uno de los componentes fundamentales que influyen a la hora de buscar trabajo dentro de alguno de los cuatro segmentos profesionales.

No se trata de realizar un trabajo minucioso de mercado, donde los muestreos deberían ser mucho más complejos para obtener resultados estadísticos. Lo que presentamos a continuación es una panorámica de la industria artística española, entendiendo como tal a aquella en la que un aspirante a profesional del ámbito del cómic, la ilustración, el cine de animación o los videojuegos desea trabajar.

Para ello, hemos sementado los apartados entre las industrias más significativas que ya hemos mencionado, tanto el cómic, la ilustración como el cine de animación

y los videojuegos.

Dentro de los datos extraídos, hemos valorado fundamentalmente aquellos trabajos y publicaciones sobre estos mercados que han sido creados por instituciones y organismos reconocidos, así como los ofrecidos por asociaciones y libros blancos oficiales.

Como ya hemos explicado, realizar un análisis de mercado como tal hubiese supuesto un proyecto de tesis en sí mismo, y más adecuado a personal especializado en muestreo y cuestionarios estadísticos, lo que hubiese dejado fuera el punto de vista panorámico de la situación actual, que es, a fin de cuentas, uno de los objetivos más importantes de la presente investigación.

Los datos referentes de ventas y mercado están extraídos de las pocas fuentes disponibles que existen

publicados, como mencionábamos, los Libros Blancos, Comisión del Observatorio, y otras publicaciones similares. Desgraciadamente, tan sólo en las industrias emergentes del cine de animación y los videojuegos se siguen actualizando, contando con un solo ejemplar en el caso de la ilustración que data del 2004, y en el caso del cómic, no existiendo un modelo similar debido al proteccionismo y recelo con el que guardan las editoriales las cifras de ventas, como comentaba Álvaro Pons en su artículo en la revista Albor. En el caso de la ilustración, al ser un campo tan abierto y ambiguo, no se pueden extraer datos directos sobre ventas, pero comentamos aquellos que son relevantes y que permiten entender la situación de los ilustradores en nuestro país.

4.1 EDITORIALES EN ESPAÑA

4.1 EDITORIALES EN ESPAÑA

Antes de analizar los datos sobre publicaciones de cómic en España, pasamos a analizar los resultados y datos significativos de la publicación editorial a nivel general en España, para contrastar si los hechos que afectan al segmento editorial tienen su reflejo en las industrias del cómic y la ilustración.

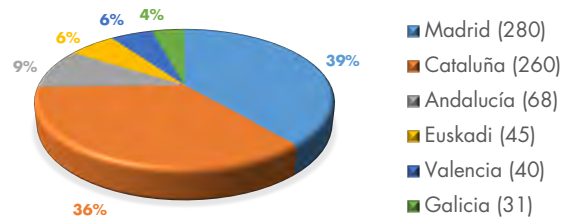


Gráfico 1. Editoriales en España (2005).

Como se ha comentado, estos datos se extraen del "Informe sobre el comercio interior del libro en España".

Al analizar las editoriales en España (gráfico 1), el primer dato que llama la atención es que existen dos epicentros de actividad editorial en este país: Barcelona y Madrid (seguidos de cerca por Euskadi y Andalucía).

Todas ellas dan empleo directo a 14.619 empleados, y en los siguientes gráficos podemos comparar que tipo de editoriales existen y su número, así como las deducciones directas de los empleados y sus funciones dentro de las mismas:

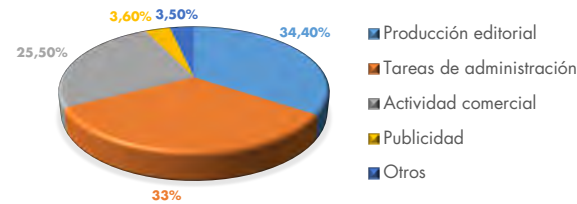


Gráfico 2. Dedicaciones dentro de las editoriales (2005).

Como dato reseñable, podemos observar que el 88% de las editoriales usa colaboradores externos, pero que según el tamaño de la editorial utilizará en mayor o menor medida (grandes editoriales cuentan con 225 colaboradores, las medianas 48 y las pequeñas tan sólo 11).

Estos datos demuestran que existe una tendencia general a externalizar el trabajo.

A modo de ejemplo, en 2005, año de publicación de estos datos, se editaron 69.600 títulos, de los cuales 35.000 nuevos y 34.500 correspondían a reimpressiones y reediciones.

La tirada media para el mismo año correspondía a 4.600 ejemplares. Comparándola con la correspondiente a EEUU, con 50.000, y con la francesa de 10.000, podemos hacernos una idea de la diferencia de magnitudes de los mercados editoriales según el país.

En cuanto a amplitud de mercado, nuestra realidad puede compararse fácilmente con la italiana, que contaba el mismo año con 5.000 ejemplares de tirada media.

Incluye los datos una referencia a los idiomas de publicación:

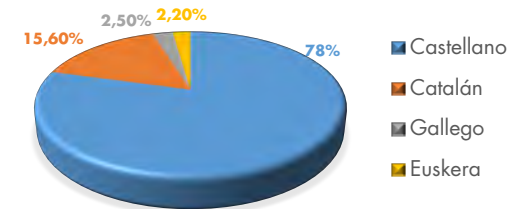


Gráfico 3. Idiomas de las publicaciones (2005).

Podemos ver en el gráfico 3 que el caso de libros publicados en catalán, el porcentaje es considerable teniendo en cuenta las posibles limitaciones idiomáticas, y sobre todo, comparándolas con las publicaciones en otros idiomas de otras comunidades autónomas como el País Vasco o Galicia.

4.1.1 COMERCIALIZACIÓN

En los últimos años, se aprecia un cambio en las estrategias de publicación de las editoriales, en cuanto a que las editoriales grandes y pequeñas se caracterizan por publicar menos títulos, pero con una tirada media mayor, y las medianas lanzarán más títulos con una tirada media menor.

En 2005, como se puede ver en los informes analizados, la facturación por venta en el mercado interior correspondía a 2.933 millones de euros, teniendo en cuenta que se vendieron 230 millones de ejemplares y el precio medio por ejemplar correspondía a 12,7€,

y durante los últimos 10 años, 30 empresas editoriales grandes facturaban el 63% del total, y la tendencia general es que aumente con el paso del tiempo.

Respecto a los lugares de comercialización, observamos que la evolución de la historia del cómic en lo que se refiere a publicación y puntos de venta, ha ido evolucionando paulatinamente.

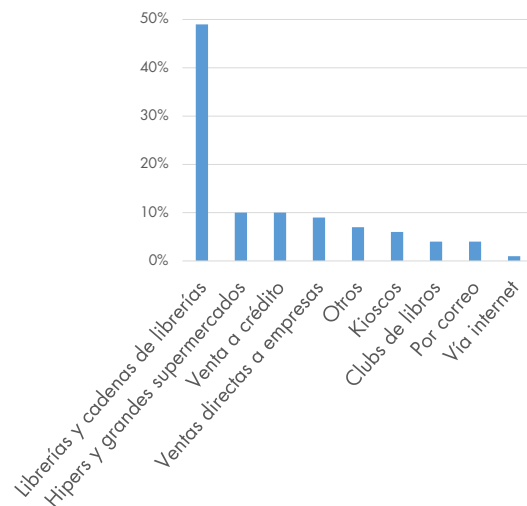


Gráfico 4. Puntos de venta de libros (2005).

En la actualidad vemos una tendencia generalizada de venta en las librerías y grandes cadenas de librerías, cosa que también tendrá su reflejo en el mundo del cómic, donde una gran mayoría de las ventas corresponde a las librerías especializadas, hecho derivado del sistema de venta *direct market*.

Las ventas totales según la comunidad autónoma obedecen a un patrón parecido al mostrado en las

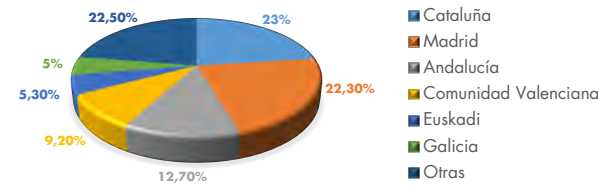


Gráfico 5. Total de ventas editoriales (2005).

principales zonas de edición (gráfico 5).

Así, Cataluña y Madrid van a la cabeza, como también lo son en volumen de publicación editorial, pero en cuanto a ventas, sí que podemos ver la evidente diferencia entre Andalucía respecto a otras comunidades, quedando en un tercer puesto. En la Comunidad Valenciana, la tasa de ventas es superior a Euskadi y Galicia, las cuales presentan durante este año un volumen de ventas similar, pese a que en cuantía de publicación editorial se mantengan en números parecidos.

Todo esto nos prueba que las dos potencias autonómicas a nivel editorial y volumen de ventas son Cataluña y Madrid.

Se menciona, además, cuáles son las edades de los lectores y compradores potenciales, que suele estar comprendida entre los 25 y los 44 años, siendo en este campo el porcentaje de mujeres siete puntos más alto que el de los hombres.

Aunque puede parecer un dato menos significativo, el hecho de que un 28% de los libros que se venden sean destinados a regalos prueba cómo se orientan las ventas editoriales, y esto afectará al consiguiente *marketing* editorial.

4.1.2

CONSIDERACIONES SOBRE EL MERCADO EDITORIAL

Vistos y comparados los datos, podemos observar que el mercado editorial, pese a ser extenso a nivel nacional, se agrupa en epicentros concretos de edición y ventas, correspondientes a las citadas comunidades autónomas.

Cabe destacar cómo ha continuado evolucionando el sistema de mercado para las publicaciones. Se puede comprobar cómo las grandes superficies y librerías especializadas son los puntos de venta de libros habituales.

La aparición durante los últimos años de las ventas vía internet ha pasado de ser un hecho circunstancial a tomar una relevancia considerable. Debemos recordar que los datos analizados corresponden al 2005, y en la actualidad los sistemas de ventas a través de internet son más habituales debido a la expansión de la misma y a la pérdida del miedo a este sistema desconocido por parte de los compradores.

Es más, las tiendas virtuales de libros, como la estadounidense Amazon, ha revolucionado las ventas editoriales y expandido el sistema directo de compra-venta en internet.

La evolución de la tecnología, además, merece un estudio aparte en este campo, pues con los nuevos teléfonos móviles con pantallas de alta resolución, o los recientes *tablets* portátiles, de grandes pantallas y batería de larga duración, capaces de reproducir

4.2 EDICIÓN DE CÓMIC EN ESPAÑA

textos, imágenes y libros, están revolucionando la manera de producir los contenidos por parte no sólo de los editores, sino de los mismos autores.

Esto mismo también tendrá un gran impacto en los cómics, donde se observa que los formatos digitales han contribuido a la creación de nuevos sistemas de producción y maneras de trabajar independientes de los editores.

4.2 EDICIÓN DE CÓMIC EN ESPAÑA

Una vez entendido el estado del mercado editorial en España, vamos a pasar a analizar el estado de la cuestión en el propio cómic, repasando los escasos datos de publicaciones existentes (profundizaremos en este aspecto a lo largo del capítulo).

Como veremos más adelante, la escasez de fuentes de referencia en este campo, hace difícil la extracción de conclusiones completamente fehacientes de la realidad editorial. Es por eso, que en este apartado analizaremos los pocos datos publicados por asociaciones de editores y creadores de cómic, a fin de comprender mejor el estado de este sector en España. Para ello, citaremos artículos tanto de Álvaro Pons, famoso crítico y divulgador historietista por sus análisis de la situación editorial en España y autor del blog "La cárcel de papel", así como de editores como Fernando Tarancón, de Astiberri, o Toni Guiral. Todo ello con el objeto de podernos hacer a una idea más clara de cuál es la situación real del mundo editorial en lo que se refiere al cómic.

De hecho, el mismo Álvaro Pons explica en su artículo para la revista Arbor esta afirmación "no se puede establecer ningún estudio en profundidad del cómic en España sin atender a su vertiente industrial" (Pons, 2011). Es por ello que el análisis de la maquinaria de producción del que se ha venido a llamar como noveno arte, es tan necesaria para poder actuar sobre él.

Sin embargo, para poder llevar a cabo un estudio fidedigno de la realidad del cómic actual, serían necesarios tanto los datos reflejados en informes como la colaboración de editores para explicar el contexto de los mismos.

Por desgracia, esto es muy complicado a día de hoy debido al secretismo con que editores y editoriales guardan estos resultados.

La influencia de los cómics hoy en día es innegable, y a nivel mundial. Lo que es muestra de la existencia de un sector económico de considerable envergadura.

Como ya se ha dicho, no existen datos que puedan informar de tiradas, ventas o porcentajes dentro del sector editorial. Los que se utilizan en este apartado provienen, por un lado, de una de las únicas fuentes oficiales que tenemos a nuestra disposición, los estudios de Comercio Interior del Libro que realiza la Federación de Gremios de Editores de España desde el año 1999. Por otro lado, se citan datos ofrecidos por otros organismos oficiales (como FICÓMIC), y, pese a la escasez que supone, los aportados por la única editorial que ha tenido la voluntad de prestar información del volumen de ventas de sus tiendas, Astiberri, aportando en este caso no los de la propia editorial, la cual se centra en novela gráfica, sino los datos de ventas de la cadena de librería especializada Joker cómics.

También citaremos algunos de los datos publicados por el autor Antonio Martín en la obra "Breve panorama de la industria editorial del cómic en España" (2003).

4.2.1 LA REALIDAD EDITORIAL EN EL SIGLO XXI

Aunque hemos visto la imposibilidad de recurrir a publicaciones sobre ventas, esta última década nos trae la posibilidad de analizar la situación en profundidad gracias a los datos publicados por la Federación de Gremios de Editores de España (FGEE) a lo largo de anuarios sobre el Comercio Interior del Libro en España, así como los publicados por FICOMIC a través del blog "La cárcel de papel" a partir del 2003, así como los publicados por la Asociación de Autores de Cómic de España en 2006 (Pons, A., 2011).

Si observamos la tabla 1 con detenimiento, podremos entender por qué tenemos que analizar los datos publicados con cautela: los aportados por los dos organismos son considerablemente diferentes, llegando en algunos casos a una tasa de derivación no inferior al 100%.

Esto se debe a que el informe recoge datos de las editoriales más significativas, y no de las pequeñas emergentes.

La diferencia, como se puede apreciar, debe ser tomada en cuenta para aceptar con rigurosidad los datos aportados por la FGEE.

Así y todo, lo que está claro es que existe un aumento espectacular sin precedentes del tebeo español, llegando a aumentar un 200% en tan sólo una década.

Las razones de este espectacular aumento pueden deberse a varios motivos:

- La estandarización del formato "novela gráfica", que atrae a un nuevo público más adulto.
- El cambio en la percepción social que se demuestra en un aumento de premios, salones de cómic, encuentros entre autores que pueden ponerse en contacto mucho más fácilmente.
- El boom del manga, que trae consigo una nueva hornada de lectores, y sobre todo, recupera al público femenino.
- El cómic de humor evade la consideración humorística que se le atribuía hasta hace poco.
- Las adaptaciones y "remakes" cinematográficos de superhéroes de cómics populariza el formato del cual la historia era originaria.

Éstos son sólo algunos de los posibles motivos, que ya hemos analizado en la evolución de la historia del cómic y el estado de la cuestión, pero lo que ahora nos queda es una realidad resultante de estos y otros acontecimientos significativos:

El conjunto ha dado lugar a un panorama

estable dentro del sector industrial del libro, que distingue básicamente entre cuatro fenómenos editoriales durante esta década:

Editoriales que basan su producción en franquiciados de género superheróico americano. Suelen ser grandes grupos editoriales multinacionales (Planeta DeAgostini, Panini Comics).

Editoriales basadas en la publicación de franquiciado manga (Ivrea, Glénat, Mangaline...). En algunos casos se puede encontrar una mayor diversidad de catálogo, como en la editorial Glénat, que compagina una amplia oferta de manga frente ediciones de autores españoles o europeos.

Editoriales de pequeño tamaño, que basan su producción en la importación de títulos americanos y la producción propia de autores nacionales, generalmente en formato novela gráfica (Sins Entido, Astiberri, Edicions de Ponent...).

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Títulos editados según FGCE	457	581	334	574	1.070	1.139	1.220	1.582	1.582	SD
Títulos editados según elaboraciones propias y AACE	SD	1.348	1.329	1.553	1.979	2.236	2.439	2.453	2.850	2.170

Tabla 1. Diferencias en el número de títulos editados según los informes de la FGEE y los datos de elaboración propia a partir de los listados de novedades de FICOMIC. (SD= Sin Datos).

4.2 EDICIÓN DE CÓMIC EN ESPAÑA

El fenómeno Ibáñez explotado por Ediciones B, único caso en el mundo de autor que tiene más de 170 títulos en catálogo reeditados con alta frecuencia (Pons, A., 2011).

Aunque el complejo entramado comercial del cómic parece establecido y su evolución imparable constatada, a partir del 2009 se aprecia un descenso considerable de las ventas, donde tan sólo los comic books de superhéroes aguantan los bandazos de una profunda crisis a nivel internacional.

Los cambios económicos y los recortes a nivel de consumidores no tardan en hacerse notar. La industria del entretenimiento a la que pertenece el cómic es, por lo tanto, una de las grandes perjudicadas. *“El desplome es de gran importancia: tras años de aumentos continuados de más del 20% en el número de novedades anuales, el año 2009 presenta un retroceso de casi un 30%” (Pons, A., 2011).*

A nivel de facturación sin embargo, podemos observar en la tabla 2 algo inesperado.

La facturación no presenta una caída brutal durante el 2009, sino una disminución paulatina de la facturación a lo largo de la década, algo contrario a la percepción general de presencia del cómic en los circuitos comerciales.

Estas diferencias pueden tener como explicación las diferencias mostradas en la Tabla 1: los datos de los informes de FGEE recogerían las novedades de las editoriales más importantes

del sector, dejando de lado el impacto que están teniendo las pequeñas editoriales en la industria del cómic español. Se puede hacer un ejercicio estimativo para establecer el posible impacto de estas diferencias. Según diferentes entrevistas a editores, la tirada media de una novela gráfica en España podría estar alrededor de los 1500-2000 ejemplares. Asumiendo una venta completa de la tirada y un precio promedio de 9€ (según los datos de FGEE), la diferencia de 1268 títulos en 2008 podría suponer entre 17,12 y 22,84 millones de € de diferencia de facturación. Entre un 20.2 y un 26.9% de diferencia al alza respecto a las cifras oficiales de la Federación de Gremios de Editores. Si bien esta estimación es puramente especulativa, deja en evidencia que las cifras de facturación reales deben ser bastante más altas que las presentadas por la FGEE, pero no en una relación lineal respecto a la desviación de más del 200% en el número de títulos (Pons, A. 2011).

Como vemos, los datos sólo pueden proporcionarnos resultados meramente especulativos. Lo que si es cierto

es que, en gran medida, muchas pequeñas editoriales están produciendo novedades numerosas en el mercado español, y no se ven reflejadas en los datos proporcionados por la FGEE.

También hay que mencionar el impacto del manga en los últimos años, cuyas ventas y tiradas pueden ser 10 veces mayores que una novela gráfica de tirada media.

Fijándonos en los datos extraídos de “Viñetas”, el blog del editor de Glénat Joan Navarro, vemos que el manga más vendido de este año es “Naruto”, con más de 14.786 ejemplares vendidos.

Teniendo en cuenta que editoriales como Astiberri lanzan de 2.000 a 3.000 ejemplares de tirada media, o la editorial Sins Entido unos 1.000, la diferencia es abismal entre unos títulos y otros.

Sin embargo, analizando los datos publicados por el mismo editor, vemos como el manga ha sufrido un descenso considerable de las ventas durante el 2009, año que coincide con la entrada en crisis.

Teniendo en cuenta los datos analizados anteriormente, podemos hacernos una idea de las grandes diferencias que existen en lo que se refiere a tiradas comparando sectores del cómic como manga

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Cifras de facturación (millones de €)	124,15	111,47	94,06	88,27	96,65	98,78	83,03	77,05	84,87	79,30

Tabla 2. Facturación del sector del cómic en España según los informes de la FGEE.

y novela gráfica. Si bien hay que destacar que esta comparativa es, al mismo tiempo, algo tramposa, ya que el manga que se cita, "Naruto", pertenece a la vertiente más comercial del cómic japonés, el Shōnen, enfocado mayoritariamente al público juvenil, mientras que las tiradas de novela gráfica (siempre más discretas), se dirigen a un público objetivo más adulto y de menor envergadura. La comparativa podría ser más justa si se comparase con obras del mainstream español como "Mortadelo y Filemón" o "Esther". Aún así, es innegable que la aparición del manga ha tenido una influencia destacable en la industria española. Sobre todo, hay que tener en cuenta que ha permitido introducir el cómic entre el público femenino, cosa que salvo en contadas excepciones como la obra de Purita Campos "Esther", cosa que la propia industria se negaba a hacer, relegando a un apartado marginal como consumidora de cómic a la mujer. En cualquier caso, está por ver si este elemento de atracción del público femenino puede, a largo plazo, crear un hábito de consumo más allá del Shōjo, o si, por el contrario, es un público de continuidad efímera, sobre todo en lo que se refiere a continuidad y exploración de otras temáticas más adultas.

En cualquier caso, el impacto del manga traspasa nuestras fronteras, pero lo cierto es que ni el cómic japonés ha evitado los efectos de la crisis económica.

Para ilustrar esto, vamos a analizar algunos datos ofrecidos por el director de Glénat España, Joan Navarro.

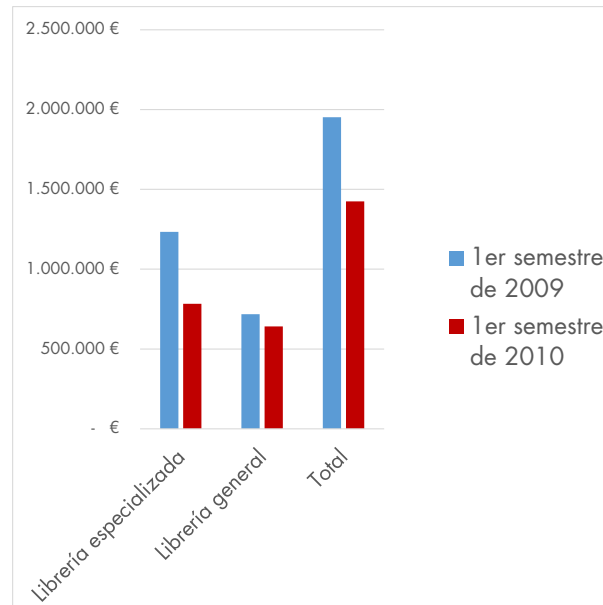


Gráfico 6. Ventas comparadas de librerías especializadas y generales. Datos extraídos del blog "Viñetas" de Joan Navarro.

Al cierre del primer semestre del año las ventas de Glénat han seguido cayendo hasta un 25% con respecto al mismo periodo del año pasado.

Este dato siempre es relativo. Aunque real. Depende del número de novedades o del precio medio de las mismas. O de las reposiciones.

En el caso de Glénat, aunque hemos publicado menos novedades, sobre un 20%, y sin entrar en el mundo de las matemáticas, hay una realidad y es que seguimos bajando. Especialmente en el manga. Como parece que ocurre en general.

En todo caso yo sólo conozco a ciencia cierta nuestras cifras. Y las damos a conocer

como un dato sobre el que reflexionar y trabajar.

Así como se puede observar en el gráfico que el descenso es mucho mayor en las librerías especializadas que en las generales (Fnac y Corte Inglés, incluidos).

Mientras el descenso supera en 30% en las especializadas, en las generales roza el 15%.

Un dato a analizar.

Sobre todo pensando que el crecimiento en las generales se ha hecho a partir de productos como la novela gráfica y una estética mucho más propicia a Sinsentido o Random que a Glénat.

Teniendo en cuenta todos los factores, tal vez el descenso del mercado se aproxime más a un 10%. Muy cercano al 9% del mercado francés.

Y en nuestro caso, tengan siempre en cuenta el "factor" Naruto (Navarro, J., 2010).

La tendencia generalizada de crecimiento del manga, sobre todo desde el 2001, se ve severamente interrumpida en 2009, con una disminución de ventas de casi un 30% durante ese año.

En el gráfico 7 podemos ver como el cómic americano y de superhéroes encabeza la lista de novedades publicadas durante esta década, quedando a corta distancia de este mercado el manga japonés, tímidamente a principios de la década, y llegando a acercarse durante 2007 y 2008.

Con la llegada de 2009, sin embargo, vemos que el manga experimenta un retroceso de hasta un 25%,

4.2 EDICIÓN DE CÓMIC EN ESPAÑA

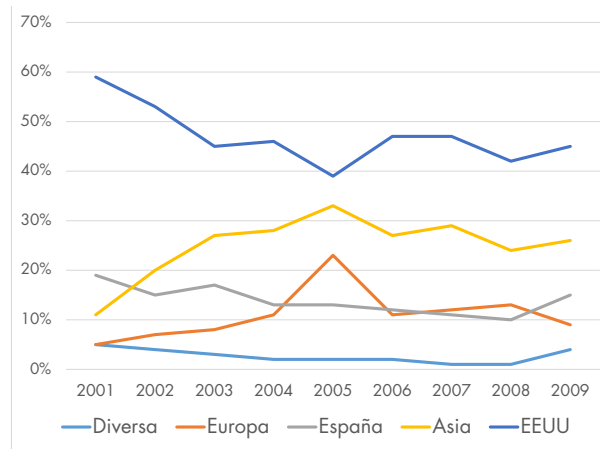


Gráfico 7. Novedades publicadas entre 2001 y 2009.

que coincidiría con lo publicado por Joan Navarro citado anteriormente.

Esta disminución, sin embargo, coincide con un espectacular aumento de publicaciones autóctonas en 2009, debido en gran parte, a reediciones de clásicos como "Esther" (de Purita Campos), o las líneas editoriales lanzadas específicamente para autores españoles, como la línea "Gaijin" lanzada por Glénat, o por otras lanzadas por editoriales como Norma y Planeta.

Aunque parezca que la situación es poco favorable para el cómic español, no debemos olvidar que estamos hablando de novedades, y en este caso, los éxitos editoriales de la mencionada "Esther", o las múltiples reediciones de "Mortadelo y Filemón" convierten al tebeo español en el mercado de mayor éxito de ventas a nivel nacional.

Por otro lado, observando los volúmenes de ventas

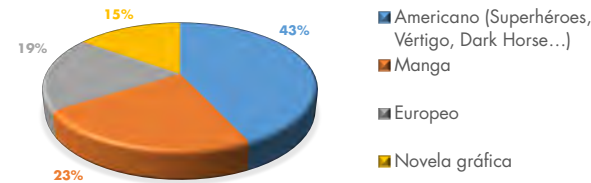


Gráfico 8. Datos de ventas proporcionados por la editorial Joker cómics (2011).

de la editorial Joker comics durante 2010-2011 (gráfico 8), podemos constatar que la tendencia se mantiene: el manga pierde posiciones respecto al cómic americano, mientras que el europeo y el correspondiente a novela gráfica se mantienen en cifras similares.

Por último, y respecto a los formatos habituales de cómic, podemos apreciar una evolución más que considerable, donde el formato libro (el cual incluye el formato novela gráfica, el tomo manga y el recopilatorio de series de *comic books*) ha aumentado su nivel de difusión, que llega a ocupar el 68% de los títulos vendidos en 2009, haciendo retroceder al formato *comic book*, predominante en los 90, y a la revista, hecho reflejo de lo sucedido en Francia analizado anteriormente.

De este 68% de cómics en formato libro, un 41% corresponde al formato japonés, con gran éxito gracias al tomo manga *tankoubon*.

4.2.2 ESTADO DE LA CUESTIÓN

Nos encontramos con un mercado copado de 5 modelos de ventas diferenciados:

- El novedoso formato de novela gráfica, que ha tenido un éxito inusitado durante la última década, y ha sido el encargado de devolver el prestigio a los cómics en general.

- El cómic americano, por antigüedad y asimilación de un público fiel a lo largo de los años, está firmemente afianzado al tejido industrial.

- El manga ha irrumpido fuerte no sólo a nivel de ventas y difusión, sino en cuanto a cambios estéticos y prácticos para otros autores. Su aceptación, así y todo, ha sido amplia pero propicia a fuertes variaciones en pocos años, propias de un público puntual.

- El europeo, propio de coleccionistas y entusiastas de lo clásico, ha mantenido un éxito moderado en los últimos años, pero sin sufrir grandes altibajos de aceptación y ventas

- El español, que como hemos visto, se reduce en gran medida a las reediciones de los productos de la imaginación de Ibáñez, único autor con 170 obras vivas en catálogo, que suponen el 20% de la facturación total, y de la franquicia "Esther" como máximos exponentes (la obra de Purita Campos puede llevar unos 200.000 ejemplares vendidos).

En esta realidad social, no podemos perder de vista que nos encontramos ante un mercado de calado

pequeño, comparándolo con los mercados japonés, americano y francés, donde la competencia es brutal y las editoriales que deciden las publicaciones apropiadas están condicionadas por aficionados al tebeo reconvertidos a editores.

Un escaso nivel de profesionalidad, ligado a un nivel de ventas moderado pueden ser los factores que definan la actitud de proteccionismo de datos por parte de editoriales y editores, temerosos de afirmar un estado cuestionable de las ventas, o por contrataciones y acuerdos dudosos o poco justificados.

Para entender la diferencia de volumen de ventas y la mentalidad de mercado, no hay que mencionar más que la obra "Titeuf", de Zep, que vende en un año más de 2 millones de ejemplares, que constituye de por sí solo, más que todo el volumen de ventas de cómic en España en un solo año.

"El Arte de Volar", por citar un ejemplo nacional, lleva más de 8.000 ejemplares vendidos. Como se puede observar la diferencia es abrumadora.

Esto, aún así, está lejos de la enormidad del mercado japonés. Remitiéndonos de nuevo a las cifras de ventas publicadas en el blog de Joan Navarro, podemos ver las cifras de ventas de los títulos vendidos desde 1998 a 2008 según la editorial de publicación original de la que se han importado los títulos.

Entre las 4 grandes compañías que exportan títulos publicados por Glénat, suman casi 5 millones de obras vendidas durante esta década (gráfico 9).

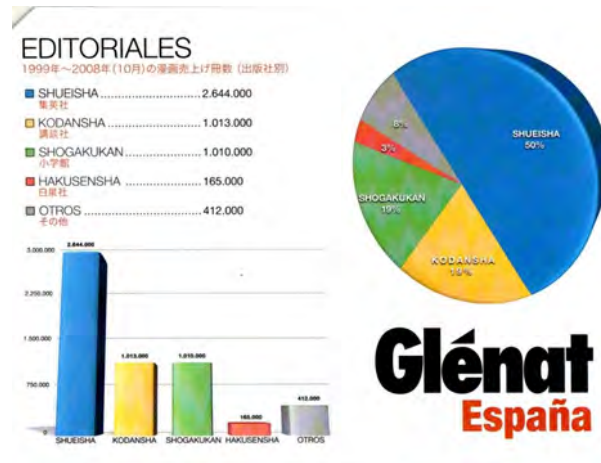


Gráfico 9. Ventas de editoriales japonesas entre 1999 y 2008.

La temática que más triunfa en nuestro país es la *Shonen*, con obras como "Naruto", "Bleach" y "One Piece", que se ocupa de un 71% del mercado japonés (gráfico 10).

Nadie se ha de extrañar de que las obras provenientes de Japón que más saturan el mercado tengan como características propias los rasgos de amistad, esfuerzo, sacrificio.

Ya se ha explicado que este tipo de cómics son sólo una pequeña parte de las temáticas japonesas que existen. Lo que sucede es que el cómic que más éxito tiene entre los jóvenes de allí es el que exportan en cantidades industriales.

También es lógico que las enormes diferencias culturales hacen difícil explicar a un extranjero ciertos clichés o formas de actuar y de hablar en cómics que

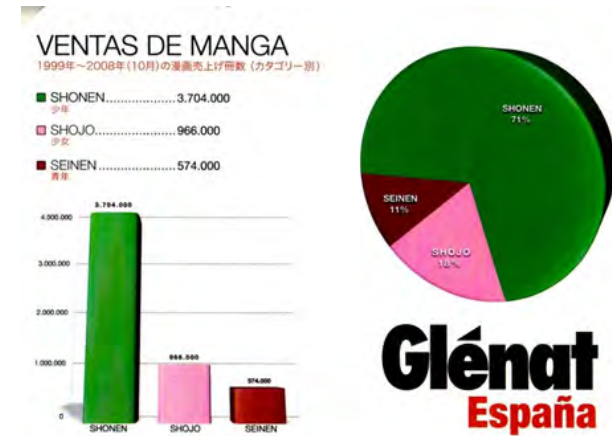


Gráfico 10. Ventas de Shonen, Shoujo y Seinen en Japón entre 1999 y 2008.

reflejan un aspecto cultural propio y poco conocido del cómic japonés.

No se trata en este caso de dar a conocer la cultura, si no de expandir un negocio editorial. Esto entraña sus riesgos, no sólo literarios en cuanto a caer en lo formulaico, al fin y al cabo, un público que abandona un estilo de cómic por no satisfacer sus necesidades es difícilmente recuperable.

Es por ello que el negocio que pueda tener una obra manga de éxito que forme parte de este esquema predeterminado pueda tener un éxito efímero.

En este esquema de compra, además, un lector de manga es fiel a una serie.

Un lector de cómic americano, por el contrario, es característico por ser muy fiel y comprarse todas las colecciones para seguir la interminable línea argumental.

4.2 EDICIÓN DE CÓMIC EN ESPAÑA

Siempre queda el factor de apostar por parte de las editoriales a reforzar cómics autóctonos. Esta decisión no suele ser considerada. La política de actuación general es lanzar muchas series, pues con que una de ellas funcionara, ya sería rentable.

Las tiradas, eso sí, no son extensas, de 2.000 a 3.000 ejemplares por serie, incluso con obras de éxito como "Arrugas", de Paco Roca. Es un ejemplo de proteccionismo editorial, pues esta obra se publicó primero en Francia, y sólo se aceptó publicar aquí visto el éxito obtenido en el país vecino.

Hay que tener en cuenta que un superventas siempre lo es a posteriori, y las editoriales no tienen manera de prever cuál puede ser superventas y cuál no. Es por ello que se publica con el sistema de ensayo/error.

La publicidad es un factor determinante de cara a su éxito o aceptación. Editoriales como Planeta, que destinan recursos en la publicitación de sus obras, encuentran la recompensa en un mayor éxito de ventas.

En resumen, estamos inmersos en un mercado sumergido en el proteccionismo, la inseguridad y la falta de perspectiva de publicación, lo que hace difícil arriesgarse a los editores a la publicación de proyectos ambiciosos o de larga extensión.

La remuneración es escasa, y conseguir publicar una obra depende en gran medida de tus contactos/familiaridades con el editor en cuestión.

Siendo así, se entiende claramente las carencias de este mercado nacional, que hace muy difícil la

posibilidad de publicación constante y vagamente remunerada, pues las novelas gráficas son proyectos a largo plazo que no reportan beneficio inmediato.

La autoedición es sólo posible si se cuentan con los fondos y apoyos necesarios, y nada garantiza que los beneficios puedan merecer la pena por el trabajo realizado.

La publicitación de las obras puede cumplir aquí un papel fundamental, pero su influencia requeriría de un estudio más extenso, y no hay espacio en este trabajo para hacerlo.

Queda, entonces, la posibilidad de trabajar como profesional para los mercados extranjeros, en los que sí se puede ganar un sueldo estable, y reflejo de esto hay numerosos artistas que publican para mercados como el franco-belga o el americano.

Otro asunto es trabajar para Japón, pues las posibilidades son muy limitadas pese a ser un mercado de gran extensión.

Como alternativa, algunas editoriales están lanzando proyectos que asimilan las características de estos mercados, pero destinados a un público nacional, como la línea "Gaijin" de la editorial Glénat, donde se da la posibilidad de trabajar dibujando manga que se publica a nivel nacional e internacional.

En lo que se refiere al mercado nacional, ni siquiera cabeceras tan reconocidas como El Jueves se encuentran en una posición segura respecto a la caída de ventas que, a pesar de haber acabado la

crisis, aun no se ha recuperado de los bajos índices de ventas. Como se ilustra en la web "Guía del Cómic":

El Jueves es uno de los poquísimos cómics de España de los que se conocen cifras "oficiales", gracias a que está auditado por la OJD y sus datos públicos (en la página web de la OJD aparecen los datos para el último período auditado (+)) y también para el último mes. A continuación, una tabla con las cifras facilitadas durante los últimos años para diferentes períodos (Serrano, J., 2016):

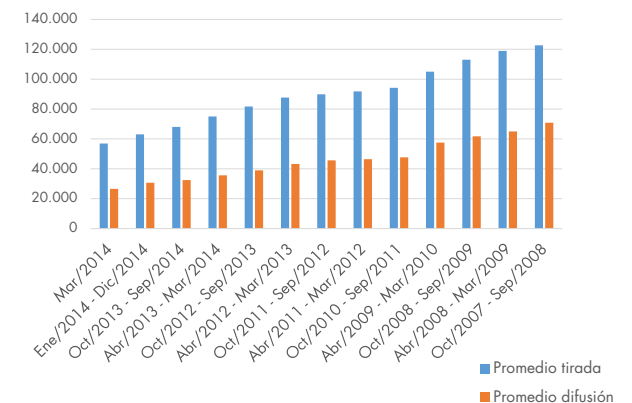


Gráfico 11. Datos de ventas de la editorial El Jueves (Serrano, J., 2016).

Para situarnos, incluimos también a efectos de comparación El Jueves junto a algunos datos de varias revistas (aunque mensuales, con lo que tienen cuatro veces más tiempo para vender la tirada de cada número) para el último período disponible en OJD (Serrano, J., 2016):

4.2 EDICIÓN DE CÓMIC EN ESPAÑA

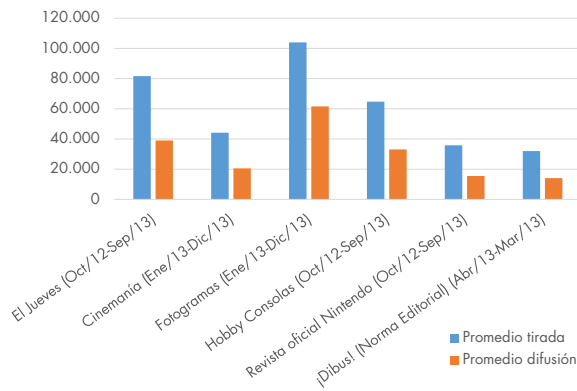


Gráfico 12. Comparativa de ventas de revistas (“PC Actual”, que antes aparecía en la tabla, cerró en julio de 2013).

Tras observar los datos que ofrecen desde Guía del Cómic, se comprueba que hasta una cabecera tan conocida y de largo recorrido como “El Jueves”, está disminuyendo el número de unidades vendidas de manera drástica, habiendo descendido a menos de la mitad de unidades, vendiendo 70.829 unidades entre octubre de 2007 y septiembre de 2008, y cayendo hasta las 26.538 en marzo de 2015. De hecho, la cabecera “Orgullo y satisfacción”, creada por extrabajadores de “El Jueves”, se ha visto obligada a cerrar debido a poco éxito de ventas.

No es extrapolable este caso a todas las cabeceras dentro del panorama español, donde, por ejemplo, hay signos de tímidas mejorías respecto a los años más duros de la crisis en distribuidoras tan relevantes como SD:

A pesar de estas cifras el número total de novedades distribuidos por SD Distribuciones se mantiene estable en los últimos tiempos, siendo

de 1619 en 2012 y de 1597 en 2011. En cuanto a la venta total, novedades más fondo editorial, esta ha aumentado. Las ventas en 2012 crecieron un 10% con respecto al año anterior, 2011 (Ruisu, 2013).

Lo que parece claro es que el panorama de la industria del cómic en España es muy difícil de poder analizar, pues, como comentábamos en el análisis, aún en 2016 no existe un Libro Blanco oficial que recoja datos de editoriales, ventas, segmentos ni publicaciones, lo que dificulta enormemente la medición del estado actual de este sector.

Además, el secretismo con el que se mantienen los datos de ventas de las editoriales complica la situación aún más si cabe.

A este respecto, Manu Garrido escribió un artículo muy completo en febrero de 2016 hablando de la situación.

Es complicado trazar el mercado del cómic —y su industria— en España. La falta de apoyos por parte de las instituciones a nivel nacional, unida a la complicada sostenibilidad de los autores patrios, que suelen abandonar el país en busca de mejores oportunidades en Francia y Estados Unidos, y la incertidumbre a la que se ven sometidos los editores título a título hacen que el cómic en nuestro país sea un medio de vida con pocas garantías. Por no haber, no hay ni cifras oficiales de ventas de la mayoría de ediciones que se publican (Garrido, M., 2016).

Este razonamiento coincide con el análisis que hemos llevado hasta ahora. Lo más curioso es que muchos de los datos que mencionábamos con anterioridad en este apartado correspondían a un análisis de la realidad de la industria del cómic en España en el contexto de un trabajo de investigación para la UPV titulado “Estudio de Las Estrategias del Mercado en Cómic en España”. Parece que la situación no ha cambiado demasiado desde la fecha de realización del trabajo de investigación anterior, 2010, y el secretismo, la falta de datos, la caída de cabeceras y la dificultad de rentabilizar el trabajo siguen siendo comunes denominadores en 2016. Manu Garrido comenta en el artículo a este respecto:

En 2016 cabe preguntarse cuál es la situación. El cómic, como el resto de productos culturales de consumo, ha sufrido en primera persona los estragos de la crisis: desde 2008 muchas colecciones han sido canceladas, por no hablar del drama de librerías y editores que acabaron cerrando sus negocios. Sin embargo, parece que el panorama comienza a despejarse y se atisban los primeros indicios positivos para un mercado que tiene margen para el crecimiento.

Álvaro Pons, divulgador y crítico de la historieta, cree que el momento actual, aunque estable, no deja de ser débil. “Es posible que veamos ya una cierta línea de estabilidad e

4.2 EDICIÓN DE CÓMIC EN ESPAÑA

incluso de crecimiento en el número de títulos publicados, con aparición de nuevos actores editoriales en el panorama incluso, pero no está claro que esto se traduzca en un resultado económico que asiente y cimente una industria del cómic en España”, explica. Lo que sí parece, añade, es que “estamos asistiendo a la definitiva equiparación (o inserción) de la industria del cómic a la del libro, con todas las ventajas e inconvenientes que pueda tener (Garrido, M., 2016).

Esta valoración que, a priori, puede parecer positiva, muestra matices que hacen dudar de la buena salud de la industria. Se ha llegado a un punto de estabilidad, cosa que es de agradecer para autores y cabeceras. Por desgracia, en el caso de los autores, la situación actual, de convertirse en estable, supone una precariedad total de sus condiciones de trabajo, lo que en sí no es precisamente una buena noticia.

Nos encontramos, además, con que el número de publicaciones aumenta, pero eso no quiere decir que aumente el número de ventas, cosa que aunque se omite en la valoración de Álvaro Pons en el mismo artículo, se sobreentiende con el comentario posterior donde menciona que: “(...) Pero no está claro que esto se traduzca en un resultado económico que asiente y cimente una industria del cómic en España” (Garrido, M., 2016).

Por otro lado, parece que la estabilización y mejora de la industria a nivel editorial también es confirmada

en el mismo artículo por el editor del Grupo Planeta David Hernando, quien afirma lo siguiente:

El cómic en España se ha beneficiado de la caída de otros géneros literarios, ocupando parte del mercado que antes de la crisis le era imposible acceder”, dice David. Y asegura, con respecto al crecimiento del mercado, que “desde 2011 hasta hoy ha ido aumentando cada año a pasos agigantados, si bien en 2015 se ha visto cierta tendencia a estabilizarse”. “El mercado sigue creciendo, pero sobre todo en número de títulos publicados”, aclara (Garrido, M., 2016).

Como comentábamos, el hecho de la ampliación de cabeceras no tiene por qué conllevar un aumento de ventas. Muy bien podría traducirse en mayor competencia, lo que se traduce normalmente en empeoramiento de las condiciones laborales de los autores, si las ventas no aumentan de manera paralela.

De nuevo, es imposible de contrastar esta información, por no contar con datos relevantes y completos del panorama editorial de cómic en España.

Para mejorar esta situación, tanto Álvaro Pons como Antoni Guiral coinciden en el artículo de Manu Garrido que es necesaria una mayor implicación de instituciones, ayudas y políticas de promoción, situación que Guiral admite que ha mejorado sensiblemente, sobre todo en cuanto implicación de las instituciones se refiere (Garrido, M., 2016).

También es destacable la precariedad en cuanto

a retribución por número de páginas, hecho que mencionará el autor en el apartado sobre el desarrollo profesional, refiriéndose al dinero percibido por la realización del cómic “Érase una vez un cuento”. Esta situación se extrapola a muchos de los dibujantes de cómic que no forman parte del mercado americano.

Para estimar una comparativa de beneficio, si comparamos estos datos con los obtenidos del blog personal del autor Sergio Bleda titulado “Trazo, Línea, Mancha”, podremos obtener una estimación directa:

Todos los autores cobramos un porcentaje en concepto derechos de autor. Y este porcentaje (que suele rondar entre un 8 y un 10%, siendo este último el más habitual) se deriva del precio de cubierta y del número de ejemplares que se van a imprimir” (Bleda, S., 2013).

En el mismo artículo, de hecho, el autor continúa con este análisis de la situación de la industria de cómic en España, y su imposibilidad de mantenerse sólo trabajando en ella. Tras la reflexión sobre los beneficios precio/hora por realizar una página, Sergi Bleda calcula que

Por poner un ejemplo claro. Para calcular el “precio por página” que recibirá el autor de un cómic de 46 páginas (que es la cantidad de páginas que suele tener un álbum europeo) que será vendido a 1.5 euros + IVA y que tendrá una tirada de 2000 ejemplares (que suele ser la tirada media de un cómic en España) hay que

multiplicar el número de ejemplares por su precio, lo que nos da un total de 30.000 euros (2.000 ejemplares x 15 euros de cada ejemplar = 30.000). De esos 30.000 euros hay que sacar el 10%, que es lo que le corresponde al autor. El 10% de 30.000 euros son 3.000 euros.

Ese dinero sería el que sacaría el autor si se vendiera toda la tirada (algo que, como comentaba, no suele ser habitual) sin embargo, el adelanto que el autor recibe se calcula sobre las ventas de la mitad de la tirada y no del total. Por tanto, lo que el autor recibiría en España por un álbum de 48 páginas que se vendiera por 15€ (+IVA) son 1.500 euros. Lo que nos da un "precio por página" de 31 euros con 25 céntimos. A lo que hay que restarle el 21% de retención de IRPF que se queda hacienda. Lo que quiere decir es que del precio de cada página hacienda se lleva 6'5 euros dejando 27'75 euros para el autor.

El autor, además, tiene la obligación de figurar como autónomo ante la hacienda pública y pagar a la seguridad social unos 250 euros mensuales para asegurarse su asistencia sanitaria (esa que dicen que es gratuita). Entonces, ahora todo depende de la cantidad que un autor es capaz de producir regularmente.

Si uno pudiera producir 48 páginas al mes y ser capaz de encontrar a un editor español (o

a varios editores) dispuesto a poner a la venta esas páginas, podría obtener unos beneficios de 1.332 euros mensuales (27'5 x 48).

Por desgracia eso está muy alejado del alcance de cualquier autor mortal. (...)

Para que se hagan una idea, para el nivel que me exigen en el mercado europeo (muchas viñetas por página, con fondos considerablemente trabajados y bien documentados) yo tardo en dibujar un álbum de 48 páginas a color entre 7 y 9 meses. Estando en plena forma, a buen ritmo y sin dedicar demasiado tiempo a pasearme por convenciones. Esto hace que para mi sea completamente imposible permitirme trabajar únicamente para el mercado español (Bleda, S., 2013).

Como el mismo autor comenta, la realización de 48 páginas al mes es muy poco realista, sobre todo si entendemos que el comic book americano oscila entre las 24 y 32 páginas y precisa de al menos cuatro profesionales para su realización en el plazo de un mes.

Para finalizar, queremos destacar que el futuro de la industria está en un punto de equilibrio complicado, y parece que las plataformas digitales aún no han hecho mella en lo que se refiere a mejora en ventas. Álvaro Pons mencionaba en su análisis para la revista Albor su visión hacia las nuevas tecnologías en lo referido al cómic:

¿El futuro es digital?

"La volubilidad de comportamiento y la actual

situación de crisis de la industria del cómic en España hace muy complejo realizar cualquier predicción a corto o medio plazo. Parece lógico pensar que existirá un nuevo vuelco hacia la publicación en medios digitales, favorecida por la aparición de dispositivos de visualización que pueden dar una buena representación de la página en color, pero es todavía una incógnita saber cómo resistirá la industria española este complejo cambio que puede dar lugar a una profunda transformación del tejido industrial que implicará a distribuidores, librerías y editores (Pons, A., 2011).

A este respecto, tras seis años desde la publicación del mismo, la situación no ha cambiado, al menos de manera significativa, pues si bien no contamos con datos contrastables tal y como sucedía en 2010, tampoco se han producido noticias a este respecto. De hecho, cuando se produce un hito editorial significativo, es más común encontrar noticias o titulares a este respecto.

Desde luego en cuanto a instituciones se refiere, es muy poco probable que el apoyo vaya a solucionar un problema de falta de tejido industrial que pueda permitir que la industria de cómic español compita con industrias como la francesa, la americana o la japonesa, de gran tradición historietística. Este tipo de crecimientos necesitan un trabajo de divulgación a largo plazo que se intuye lejano en la realidad actual del cómic.

4.3 EDICIÓN DE ILUSTRACIÓN

4.3 EDICIÓN DE ILUSTRACIÓN

4.3.1 ILUSTRACIÓN Y SU CONCEPTO

En este apartado, vamos a revisar la ilustración como medio profesional.

Una de las primeras cosas que descubrimos al analizar esta profesión como un medio artístico, es la comparación peyorativa que ha sufrido durante la historia del arte. Muchos artistas se dedicaban a la ilustración a través de grabado, y no por ello desprestigiando al autor. Sin embargo, aún hoy en día, sigue presente esta idea de ilustración como “arte menor”. Pareciera como si la consideración “comercial” o dirigida a un público abierto y con gran difusión restara categoría a la obra. Aunque en la línea temporal hemos visto ejemplos de diferentes artistas que han realizado numerosa obra ilustrada, como Da Vinci, Delacroix o Goya, entre otros, la reproducción al gran público con motivos alejados de las temáticas más habituales entre nobleza, clero y realeza, parecía dotar a la ilustración de una categoría inferior al “gran arte”.

Siguiendo con esta idea, el Doctor Ramón Almeda (2004) publicó un artículo titulado “La ilustración. Despertar de la apreciación artística”, en el que subrayaba estas ideas que estábamos analizando:

La ilustración es considerada como una estrategia artística de valor inferior a otras realizaciones de carácter elitista estético-

creativo. (...) En la facultad de Bellas Artes de Madrid es enseñada dentro del departamento de Dibujo, siempre considerado -hasta fechas recientes- como mero auxiliar en la producción visual. (...) En el presente, aunque la obra de ilustración es admirada, también es descalificada y desacreditada basándose en su función más que en su valoración. (...) La ilustración no es considerada como arte, sino tan sólo una manifestación de habilidad artesanal representativa (Almeda, R., 2004).

En este mismo artículo, postula una idea que estamos observando desde casi el inicio de la propia investigación, que es la problemática existente en lo que se refiere definir la profesión de ilustrador y sus competencias, así como su propia definición.

Una de las evidencias de que el mundo del arte está cambiando radica en que las fronteras que dividían el diseño, la ilustración, y la pintura se desdibujan rápidamente.

Lo que los hace diferentes es la intención por la cual son creados. En palabras de Ayn Rand el arte “es una re-creación selectiva de la realidad de acuerdo a los valores y juicios del artista”. Mientras que la ilustración es creada con el fin de promover algo más: carteles, portadas para libros, discos o teatro que pueden o no ir de acuerdo con las ideas y valores del artista (Almeda, R., 2004).

4.3.2 ¿CUÁLES SON LOS LÍMITES DE LA ILUSTRACIÓN?

Y es aquí donde encontramos el principal problema. Parece claro que la idea de ilustración que acompaña a un texto ha servido para describir la profesión en sus albores y hasta en gran parte del siglo XX. De hecho, en el informe titulado “Observatorio de la ilustración gráfica, los retos de la era digital” se explica cuáles han sido las dos grandes épocas de la ilustración:

Se debe distinguir, en la larga historia de la ilustración de los libros, dos grandes fases. La primera se remonta a la Antigüedad (especialmente a Alejandría): los manuscritos son adornados con imágenes “manuscritos con pinturas”) frecuentemente coloreadas (miniaturas, iluminaciones); por definición, estas ilustraciones son obras únicas, aunque se suelen hacer varias copias de ellas. En la segunda fase, a partir de la invención de la imprenta en la primera mitad del siglo XIV, se recurre a técnicas que permiten multiplicar una misma ilustración; estas técnicas se diversifican muy rápidamente: grabado en madera, grabado en dulce en metal, litografía, serigrafía, fotografía... (Almeda, R., 2004).

Como también hemos visto en la terminología, es complicado delimitar el término y su definición. De hecho, como comentábamos en los objetivos del trabajo de investigación, podemos observar que el propio término presenta dificultades para una aplicación profesional,

puesto que hay problemas de indefinición, o falta de concreción de lo que designa para unos y otros.

Así, industrias profesionales especializadas han preferido utilizar otras palabras para definir los puestos de trabajo que desarrollan los profesionales que se dedican al campo 2D. Los términos anglosajones como “*Concept artist*”, “*Cover artist*” o “*Story Board artist*”, son términos derivados de la profesión de ilustrador. Hoy en día, sin embargo, con el desarrollo de nuevas tecnologías y la especialización cada vez más técnica, se tiende a buscar profesionales cualificados en campos más concretos.

Postulamos entonces, que para poder acotar el abanico de aspirantes, en las propias ofertas de trabajo se especifican los requisitos que se debe cumplir como especialistas.

A través de la propia experiencia laboral del autor, en las entrevistas realizadas tanto para Iron Belt Studios, Hunters of Magic o Gameloft Valencia, siempre se pedía especificar si tenía una especialización concreta más allá de la propia carrera de Bellas Artes, dejando entrever que no buscaban un perfil de generalista.

Teniendo todo esto en cuenta, ¿cómo podemos delimitar la profesión de ilustrador?

Entendemos que tanto para estudiantes como interesados, existe una complicación visible: es difícil situar los límites y las competencias que puede desarrollar un ilustrador cuando el propio término no delimita claramente cuáles son estas.

Lejos queda la simplicidad de la definición clásica:

“Estampa, grabado o dibujo que adorna o documenta un libro” (RAE, 2017).

¿No son ilustraciones aquellas piezas recogidas dentro de un recopilatorio de un artista ilustrador? ¿No son ilustraciones aquellos fondos hechos ya sea a través de ordenador o con procedimientos tradicionales, que se usan en las películas? ¿Y las imágenes promocionales de fantasía y ciencia ficción que anuncian una película? ¿Y qué sucede con aquellas que son obra reconocible de ilustradores, y que se comercializan por encargo?

A este respecto, el análisis nos lleva a pensar que a medida que la necesidad profesional, la industria o los avances tecnológicos lo han requerido, la profesión ha evolucionado, derivando su base original en diferentes campos de acción, ya sean artísticos o profesionales.

Buen ejemplo de ello lo encontramos en la línea cronológica de la ilustración, donde analizábamos que a medida que se empiezan a necesitar ilustradores y dibujantes para diseñar fondos y realizar conceptos para producción en películas, se crea una nueva rama profesional, en este caso conocida como “*concept art*”.

De hecho, en la misma línea cronológica observábamos que hacia 1935 Walt Disney empieza a contratar a ilustradores y dibujantes, muchos de tradición clásica, para desarrollar estos proyectos.

También podemos encontrar de ayuda el “Nuevo Libro Blanco de la Ilustración Gráfica”, publicado por FADIP, que también respalda la premisa de la que

partíamos en la introducción, en la que mencionábamos que el cómic y la ilustración son campos profesionales cuyas fronteras se desdibujan, y de los que han derivado nuevas profesiones técnicas especializadas:

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 (WAA, Nuevo Libro Blanco de la Ilustración Gráfica, 2011, p. 13).

No son estas todas las derivaciones profesionales que puede tener la ilustración, si bien es cierto que en esta investigación haremos hincapié en aquellas centrados en la maquinaria industrial, con mayor grado de posibilidad laboral y cuya expansión es notoria, como el caso del cine de animación y los videojuegos.

Así, no centramos el foco en los campos bien conocidos del diseño gráfico, de interiores, de moda o de producto (este último muy complementario al propio *concept art*).

De hecho, en el gráfico que observaremos más adelante del cine de animación, comprobamos que se ha creado un proceso sinérgico entre los sectores del videojuego y el cine de animación, como productos derivados o *merchandising* de la obra original. Además, desde “*Alien*”, “*Star Wars*” y “*Dentro del laberinto*”,

4.3 EDICIÓN DE ILUSTRACIÓN

por mencionar algunos ejemplos, se evidenciaba que el papel del ilustrador era indispensable dentro del cine de animación, para diseños, como lo sería en el futuro no sólo como ilustrador de portadas, sino como diseño de concepto en los videojuegos cuando alcanzaran mayor dimensión gráfica.

Hoy en día, como ya hemos comentado, debido al desarrollo de software, técnicas y cadenas de producciones complejas, un profesional cualificado suele tender a la especialización. Y no es necesario analizar las grandes empresas de cine de animación y videojuegos para entenderlo. En el desarrollo de un cómic para el mercado americano, por ejemplo, pueden trabajar un dibujante, entintador, colorista y rotulista (en cuanto a la parte gráfica). Como relata Bit en la entrevista realizada, es un equipo de producción de sólo cuatro integrantes, y aun así, se compartimenta en campos profesionales específicos.

4.3.3

LA SITUACIÓN EN EL SECTOR EDUCATIVO

Como hemos mencionado con anterioridad, la especialización que supone la formación en ilustración no se ve representada con los planes de estudio actuales. En muchos casos, los grados en Bellas Artes suponen una formación transdisciplinar muy poco específica que dificulta la preparación de los futuros aspirantes a ilustradores o dibujantes de cómic, ambos campos con un nivel de especialidad requerido muy

alto. Este hecho se menciona en el “Nuevo Libro Blanco de la Ilustración Gráfica” (2011).

(...) 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.

La fórmula española afecta al tiempo que requieren los estudios: en otros lugares implican cuatro años (entre cursos comunes y específicos), y aquí solo dos (VAA, Nuevo Libro Blanco de la Ilustración Gráfica, 2011, p. 14).

Lo cierto es que los grados superiores, de año y medio de duración generalmente (sin incluir el período de prácticas) no son suficiente para garantizar un nivel de salida a un alumnado que entra a competir directamente a un sector muy profesionalizado y que, como veremos, se encuentra en grandes dificultades para mantenerse como profesional económicamente hablando debido al retroceso del sector editorial en la primera década del 2000. En el mismo artículo se continúa con este análisis:

Dado que las informaciones existentes acerca del proceso de revisión y reforma de las enseñanzas artísticas, en lo que atañía a la formación en ilustración, cómic y animación,

aparecían muy desvinculadas de las realidades profesionales y de las industrias culturales (...) parece claro, de cara a una reforma del currículum de estos estudios, es la necesidad de incorporar en la formación el aprendizaje de las tecnologías, no solamente dirigidas a la ilustración en los soportes tradicionales, sino con al menos introducciones a las técnicas de animación y otras aplicaciones de uso cada vez más extendido, como la realidad aumentada. (...) No habría ni que decir que los estudios tienen, por fuerza, que dedicar en sus horas lectivas espacio para una introducción a la vida profesional real —para lo que se hace precisa una presencia notable en el profesorado de ilustradores con experiencia efectiva en las distintas industrias culturales (VAA, Observatorio de la Ilustración Gráfica, 2010, p. 43).

En este punto es donde la situación no parece haber cambiado. Pero lo cierto es que la realidad de los planes de estudio no es capaz de adaptarse a la misma velocidad a la que lo hace el mundo profesional. Es más, si tenemos en cuenta que los campos de la animación y los videojuegos se presentan como alternativas, pero son industrias aún más técnicas y especializadas, esta situación tan sólo se agrava.

Pero no es un problema libre de polémica, pues en el campo de la docencia universitaria así como la conducente a FP existe una evidente falta de

profesionalización docente. Esto se debe a que, por ley, las asignaturas deben ser impartidas por formadores con título de grado y máster en formación en secundaria en el caso de FP, y de máster de investigación y doctorado en el caso universitario. Es más, para optar a las bolsas de trabajo, se puntúa priorizando (en el caso de las formaciones artísticas), investigación, ponencias y exposiciones que el trabajo desempeñado en la industria profesional.

Así, hay una mayor presencia de profesores académicos e investigadores que de docentes profesionalizados, por divergir de manera curricular de forma evidente. Esto afecta directamente si se imparten carreras que tiendan a la salida profesional, como un grado en diseño, ilustración o videojuegos.

Esto, como veremos, obliga a los interesados a recurrir a formación privada y especializada, no dependiente de planes de estudios limitados o de docentes no profesionalizados, que es mucho más cara que la pública.

4.3.4 PERFIL DE ILUSTRADORES EN ESPAÑA

Los pocos datos que tenemos sobre el perfil del ilustrador en España, perfil educativo y campos profesionales a los que pueden dedicarse los hemos extraído del "Libro Blanco de la Ilustración Gráfica en España (2004)", en concreto, del apartado que dedican a la situación del gremio profesional en España.

De entre todos ellos, destacamos los siguientes, que valoramos a continuación.

Antes de comenzar queremos señalar que, a la hora de escribir estas líneas, han transcurrido doce años desde estos análisis, así que toda conclusión relativa no será carente de un sesgo evidente que se debe a la desactualización de los mismos.

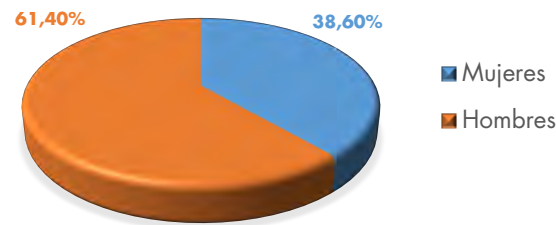


Gráfico 13. Distribución por sexos de la tasa de trabajadores.

De este gráfico 13 vemos que a principios del siglo XXI, la característica fundamental respecto a diferenciación por sexos era la tasa de trabajadores masculinos frente a femeninos, casi duplicando en número los hombres frente a las mujeres que se dedicaban a este sector.

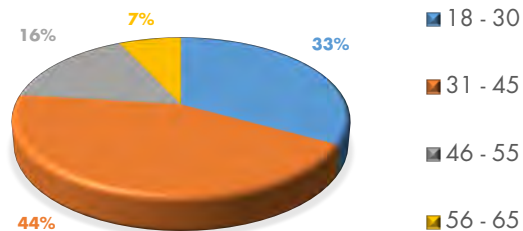


Gráfico 14. Edades de trabajadores en activo.

En el gráfico 14, apreciamos que predomina el perfil joven/adulto, de entre 18 y 45 años, y tan sólo un 7% de los trabajadores activos en este campo comprenden edades de entre 56 y 65.

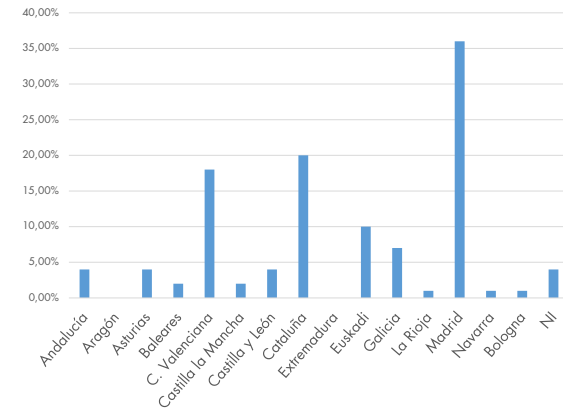


Gráfico 15. Distribución geográfica.

En este caso, la distribución que corresponde a la geografía española profesional, deja claro algo que analizábamos con anterioridad. Las comunidades donde existe una mayor concentración del sector profesional tanto de cómic, ilustración, videojuegos y cine de animación son Madrid, Cataluña y Comunidad Valenciana. En este caso, la diferencia entre las dos últimas es apenas apreciable. Como comentan en el análisis dentro del mismo Libro Blanco:

Al dibujar el mapa de España y distribuir la procedencia de las personas que integran el colectivo profesional, se observa cómo funciona el triple eje entre Cataluña, Comunidad Valenciana y Madrid. La zona del Mediterráneo concentra el

4.3 EDICIÓN DE ILUSTRACIÓN

mayor porcentaje de profesionales, siendo el mayor foco de residencia Barcelona seguido de Valencia. No es casualidad que estas ciudades coincidan con las sedes territoriales de las respectivas Asociaciones Profesionales de Ilustradores (VAA, Libro Blanco de la Ilustración Gráfica en España, 2004, p. 88).

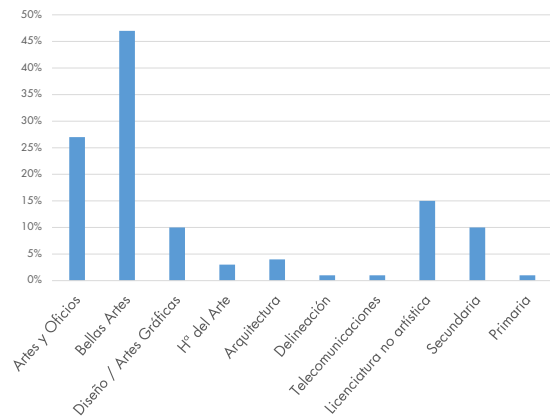


Gráfico 16. Distribución del grupo por estudios.

El gráfico 16 nos muestra una comparativa por grupo de estudios de lo más interesante. Podemos apreciar cómo, de entre aquellos estudiantes que se dedican al mundo de la ilustración, la gran mayoría proviene de licenciatura o Grado en Bellas Artes, o escuelas de Artes y Oficios. Sorprendentemente, el tercer lugar no lo ocupan otras formaciones relacionadas con lo artístico, sino otros grados o licenciaturas que no son de este perfil.

Esto puede entenderse como personas interesadas en este perfil profesional, que vuelven al campo después de haber estudiado otra licenciatura.

De hecho, este dato es relevante para el análisis posterior que haremos del sector educativo en referencia a la propia ilustración.

La gran mayoría de profesionales valoran entre el 80% y 100% el desarrollo de su capacidad autodidacta como instrumento de reciclaje y formación continua que les permite sobrevivir y crecer profesionalmente (VAA, Libro Blanco de la Ilustración Gráfica en España, 2004, p. 90).

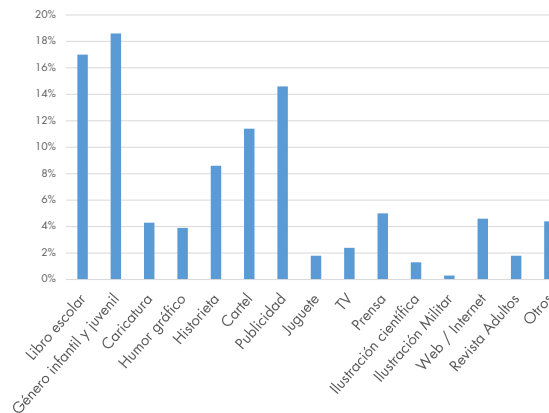


Gráfico 17. Identificación de campos profesionales de la ilustración.

En este último gráfico, podemos ver los balances de actividades en las que se enfocan los ilustradores encuestados. Como es evidente, podemos ver un predominio del sector editorial clásico (libro y libro infantil), dejando en segundo lugar prensa y publicidad, y un tercero el campo del cartelismo.

En cuanto a humor gráfico y caricatura, que dependen del mundo de la prensa y revistas, queda en cuarto lugar, pero a distancia de los otros tres sectores, evidenciando algo que habíamos destacado con anterioridad, la precariedad del sector de la prensa respecto a ilustradores y dibujantes.

4.3.5 DATOS DE ILUSTRACIÓN EN ESPAÑA

En esta situación, es lógico imaginar que aquellos futuros ilustradores/as, prevén un futuro como dibujantes. Pero cuando se trata de encontrar su sitio o nicho dentro de la industria, encuentran serios problemas para poder situarse.

Para poder ayudar a ubicarnos mejor, vamos a recurrir a un informe de la Comisión del Observatorio (2009), una obra que, en nuestra opinión, es de gran valor para aquellos que intentan situarse en este ámbito profesional.

Lo primero que llama poderosamente la atención del lector es la constatación de algo que ya habíamos observado en el desarrollo de la línea cronológica, que son los recortes y cierres de editoriales a lo largo del siglo XX. En el informe, sin embargo, se destaca lo siguiente:

El cierre de cabeceras y ediciones de prensa gratuita, disminución continuada en la venta de ejemplares en los demás casos, y la política de abaratamiento de costes empresariales, con

despidos y bajas incentivadas en todos ellos. (...) La Vanguardia comunicó en 2009 la rebaja de un 30% a los colaboradores del diario, incluidos los ilustradores (VAA, Comisión del observatorio, 2009, p. 17).

Pero no parece ser un hecho aislado. Sabemos que la crisis ha tenido efectos devastadores para el empleo en casi todos los sectores, y no sólo en nuestro país. Sin embargo, hay un hecho significativo y poco esperanzador a este respecto: *“Los estudios internacionales, de acuerdo con lo que está sucediendo en los EEUU, auguran una recuperación del mercado publicitario, pero aclaran que esa recuperación no se dará ya en la prensa escrita”* (VAA, Comisión del observatorio, 2009, p. 17).

Evidentemente, este tipo de situaciones siempre han acarreado consecuencias indirectas para los ilustradores, como se reflejaba en la línea temporal, donde se recogía que las empresas contrataban a los profesionales más reputados, dejando muy pocas oportunidades a los dibujantes en ciernes a un relevo generacional sencillo. Es más, la situación es tan grave que se añade una nueva estrategia para ahorrar costos: *“La postura de las empresas editoriales sigue siendo intentar por todos los medios la reutilización de los trabajos de sus colaboradores en todo tipo de soportes sin que esto implique compensación económica alguna a mayores”* (VAA, Comisión del observatorio, 2009, p. 18).

A todo esto hay que sumarle la puesta en evidencia de la eficacia comercial del formato impreso, donde nuevas alternativas y mercados en la web restan espacio de mercado al clásico formato del libro: *“Las editoriales comienzan a formar parte de esa tendencia también, al ponerse en duda la unidad objetual del libro (...); con la llegada de lo digital”* (VAA, Comisión del observatorio, 2009, p. 19).

Pero en lo que se refiere a datos, nos vamos a apoyar de una de las pocas fuentes que existen en lo que se refiere a cifras de ventas, edición o industria de la ilustración.

Teniendo en cuenta que las barreras de este sector son muy difíciles de definir, es aún más improbable poder obtener datos de ventas editoriales que reflejen un aspecto útil para el ilustrador. La mayoría de las obras ilustradas pierden el protagonismo del ilustrador, relegado a un segundo plano, salvo en autores de renombre como Luis Royo o Alfonso Azpiri, cuya firma se convierte en una pieza fundamental para la promoción y venta. También las recopilaciones de obras de ilustradores artesanos, como Beatriz Gonzalez “Vhea”, o Nekro.

En el cómic, por el contrario, guionista y dibujante suelen tener un protagonismo parejo, a no ser que uno de los dos sea el profesional reconocido.

Si a todo esto le sumamos el secretismo y el sesgo de los pocos datos editoriales que hay que ya analizábamos en el apartado sobre edición de cómic,

podemos comprender que obtener cifras de venta de ilustración resulta muy difícil.

A pesar de lo dicho anteriormente, sí que hay datos que se pueden extraer de estudios realizados por asociaciones independientes o a través de libros blancos. En este caso, este tipo de datos vamos a ver que se centran en la situación del ilustrador de cara al mercado, su problemática de derechos de autor y otros aspectos muy importantes, pero dejando un vacío en lo que se refiere a las cifras que se mueven en la industria.

Una de las primeras cosas que llaman la atención cuando se analiza la situación del ilustrador en España a nivel profesional, como mencionan en el “Libro Blanco de la ilustración gráfica en España”, es la siguiente: *“De acuerdo con el estudio Situación económica del sector de la Ilustración Gráfica en España (2004), “apenas un 40 % de quienes se consideran como ilustradores ejercen profesionalmente y viven de ello”* (VAA, Nuevo libro blanco de la Ilustración Gráfica en España, 2011, p. 13).

Este primer dato, que se menciona repetidas veces a lo largo del texto es en sí mismo demoledor. Tenemos que entender que casi la mitad de aquellos que quieren dedicarse al mundo de la ilustración editorial en este país no llegan a fin de mes, al menos con los ingresos obtenidos de la ilustración.

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

4.3 EDICIÓN DE ILUSTRACIÓN

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 (VVAA, Nuevo libro blanco de la Ilustración Gráfica en España, 2011, p. 14).

De nuevo, estamos viendo como la situación es realmente precaria. Este dato refleja que aproximadamente la mitad de ilustradores en España recibe mil euros al mes o menos a través de su profesión, y de estos, hay casi una tercera parte que ni siquiera cubren los gastos de seguridad social, esto es, 267,03 euros.

Desde luego, esta estimación no mejora en absoluto la panorámica que podemos realizar sobre la profesión en estos momentos. Aunque no podemos olvidar que se tratan de datos de informes recogidos entre 2004 y 2005 y podrían estar desactualizados, vista la evolución de los sectores parejos como el del cine de animación, que ha sido fuertemente golpeado por la crisis, no parece que la evolución en este sentido tienda a una mejoría para este grupo de profesionales.

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 (VVAA, Nuevo libro blanco de la Ilustración Gráfica en España, 2011, p. 14).

Con un campo cada vez más diversificado y tendente a la especialización, donde el trabajo de ilustrador de prensa y editorial se encuentra en una grave crisis, nos encontramos en un escenario sin duda difícil para el iniciado.

Relegado el campo del diseño a las especialidades de producto, moda, industrial y gráfico (entre otras) parecía que el papel del ilustrador tradicional estaba destinado a un plano secundario de la producción.

Sin embargo, la irrupción del medio digital en la industria del entretenimiento ha traído nuevas

oportunidades a esta profesión, creando nuevas especializaciones y campos de intervención para aquellos formados o iniciados en la ilustración clásica.

Durante los últimos años, sin embargo, parecía que el sector más industrial de los videojuegos y el cine de animación florecían en España al ritmo que la caída en ventas se evidencia en cómic y en las malas condiciones para el ilustrador editorial.

Así y todo, no se puede afirmar que los campos del cine de animación y los videojuegos hayan evitado la crisis a pesar de su creciente éxito. En el cine de animación, por ejemplo, pocos han sido los estudios que han podido desarrollar productos de éxito, debido a la cantidad de recursos necesarios para realizar un film de animación. Como se menciona a continuación en la sección de cine de animación, en la entrevista que en la web Blogdecine realizaron a Marcos Martínez, tenemos el ejemplo de "Planet 51", cuyo presupuesto tan sólo en marketing ha sido de 160 millones de dólares. Más adelante analizaremos con detalle las cifras de estas dos industrias, que debido a su gran calado y expansión, tendrán un análisis propio (Martínez, M., 2009).

Lo que queda claro es que la transformación que está teniendo la propia industria está afectando a la propia ilustración, obligando a los profesionales a adaptarse a las nuevas técnicas y mercados. En este sentido, en el informe hacen especial hincapié:

En respuesta a la iniciativa puesta en marcha en 2005 por FADIP para el Estudio sobre la

participación económica de la Ilustración Gráfica en España (...) se puede conocer a grandes rasgos la realidad de Países Bajos, Alemania, Reino Unido y Francia. El estudio parece demostrar que la profesión en Europa está muy lejos de haber conseguido una situación económica digna. Baste como dato que en Francia el 75% de los encuestados asegura ganar menos de 12.000 euros al año (VVAA, Comisión del observatorio, 2009, p. 34).

Con este dato vemos que la situación no es única de este país, si no que en otros cuya reputación en lo que se refiere a la tradición gráfica es innegable como el caso de Francia, sufren una situación precaria en cuanto a remuneración, si no peor que la nuestra.

En lo que se refiere al mercado internacional, la Comisión del observatorio hace especial hincapié, resaltando los nuevos campos de la edición digital como posible alternativa a la industria editorial tradicional, desgastada por la crisis y por un cambio profundo en el sector cuyas consecuencias aún no pueden cuantificarse ni predecir el alcance que tendrán.

Se hace, pues, imprescindible afrontar en los análisis que se realicen a partir de ahora — asumiendo también la importancia que siguen teniendo, y se supone que tendrán durante años, los medios en su concepción «analógica»— la revolución digital. Eso significa, para todos, partir de cero, o de convenciones nacidas de

los medios tradicionales y no necesariamente adecuadas para las nuevas realidades, o bien de otros usos que han comenzado a darse a falta de otro consenso en los últimos años. Sea como fuere, las nuevas reglas están por fijar: ninguna de las convenciones habituales en Internet puede estar libre de discusión, y menos aun cuando no se ha llegado a un momento de estabilización en los cambios continuados que se están dando (VVAA, Comisión del observatorio, 2009, p. 19).

Como podemos extraer del análisis que recoge la Comisión del Observatorio (2009), no se puede cuantificar ni pronosticar el alcance de la revolución digital, más aún en lo que se refiere al uso de lo analógico frente a lo digital. Esto puede suponer un replanteamiento de la industria no sólo en cuanto a metodología profesional, sino al propio medio, que está fuertemente influenciado por el avance de una industria mucho más globalizada gracias a internet.

Otro de los marcos que, definitivamente, queda roto en la era de lo digital es el de los territorios. Si ya era habitual que los ilustradores trabajasen, bien directamente o mediante agencias, con clientes de otros países, las nuevas condiciones de acceso a las empresas contratadoras (relación mediante e-mail y otros medios electrónicos) han incrementado el número de casos en los que los ilustradores

españoles ganan parte o incluso la totalidad de sus ingresos de empresas extranjeras (VVAA, Comisión del observatorio, 2009, p. 34).

Este punto ratifica un hecho que comprobaremos más adelante en las entrevistas a los autores, quienes apenas recomiendan la presentación de portfolios en mano a editores, pues es mucho más productivo de cara a las empresas y editoriales gestionar a los candidatos vía correo electrónico, plataformas de portfolios online, etc.

Todas las tendencias hacia la convergencia digital descritas en este Informe han dejado claro que los problemas de los ilustradores son, en buena medida, los mismos que los de otros muchos creadores en todo el mundo.

Se hace necesaria, pues, la conexión con otros países (VVAA, Comisión del observatorio, 2009, p. 35).

Parece que este tipo de situación se repite a lo largo del globo, como extrae como conclusión la Comisión del Observatorio. Pudiera ser que en los tiempos de contrataciones a nivel estatal hubiera grandes diferencias en remuneración entre unos países y otros, pero como hemos comentado anteriormente, al convertirse en una industria global, los precios tienden a un punto común entre las diferentes regiones.

Más adelante veremos si esto se da en las listas de precios que se conocen según el país en el que se trabaja.

4.3 EDICIÓN DE ILUSTRACIÓN

Cabe destacar el profundo análisis que realiza dicha comisión en lo que respecta a la situación fiscal para los ilustradores, costos, contratos y similares. A este respecto hay que decir que la situación irregular en la que se encuentran muchos trabajadores de la industria gráfica dentro de la economía sumergida deriva de la problemática de afrontar las elevadas cuotas de autónomos, que en muchos casos, percibiendo menos de 1.000 euros mensuales, hace muy difícil mantener el flujo de trabajo de manera regularizada de cara a hacienda, sobre todo para los que llevan un año en el sector. Las ayudas a los que se inician y la cuota reducida ayuda en los primeros pasos, pero con los ingresos tan reducidos, cuando ya se lleva más de un año en la industria, la cuota se multiplica, mientras que los ingresos siguen siendo en gran medida reducidos como ya hemos visto.

Una posible salida a esto podría ser emular un modelo como el francés, donde la cuota depende del nivel de facturación.

En cualquier caso, el informe matiza que esta situación se extiende a la mayoría de los trabajadores del campo gráfico:

Integrar en el mismo análisis artistas de todo tipo permite comprobar que hay situaciones que se repiten en cada una de ellas, como pueden ser los problemas relacionados con la Seguridad Social y las cuestiones fiscales (se detecta discontinuidad y desprotección, en cuanto a

lo primero, e irregularidad de los rendimientos en cuanto a lo segundo) o los relacionados con la contratación y la defensa de los derechos de propiedad intelectual y similares (VAA, Comisión del observatorio, 2009, p. 35).

4.3.6 LA PROBLEMÁTICA EN LAS TARIFAS DE ILUSTRACIÓN

Una de las cosas que más solicitan los iniciados en este campo profesional es una tabla de tarifas orientativas de precios a cobrar por diferentes encargos. Es comprensible que para un neófito en la materia esto pueda suponer un grave problema de cara a empezar su andadura profesional. Y es que la gran cantidad de formatos, técnicas a utilizar, acabados, medios digitales o tradicionales, ganancias en función de ejemplares publicados, porcentaje según derechos de autor... estas y otras suponen unas variables muy difíciles de manejar para un nuevo ilustrador.

En este sentido, encontramos que los Libros Blancos son un apoyo fundamental.

Sin embargo, hay un dato curioso que nos hemos encontrado a la hora de hacer este análisis; las tablas que supuestamente aparecen en la publicación sobre precios y porcentajes en función de obras, están eliminadas.

Es inevitable preguntarse por esto, que sumado a la dificultad que supone encontrar información al respecto que tenga cierto carácter de oficialidad, aumentan la desconfianza y la incertidumbre sobre el secretismo en

la industria de la ilustración.

Sin embargo, existe una explicación a esta falta de datos concretos:

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 (VAA, Nuevo libro blanco de la Ilustración Gráfica en España, 2011, p. 47).

Esto supone una dicotomía muy interesante. Por un lado, parece que publicar listas de precios está prohibido por ley porque atenta contra la libre competencia, pero por otro lado, es más que evidente la necesidad que tienen los nuevos profesionales de tener un punto de referencia en el que apoyarse de cara a sus primeras negociaciones.

Por otro lado, este estudio, así como otros de índole similar, recalcan la complejidad que supone resumir en una tabla de precios fijos un mercado muy variado y en ocasiones ambiguo. En función del

cliente, temporalidad, y otros factores que antes hemos mencionado, el precio de un mismo servicio puede variar enormemente si observamos las tablas.

Así, nos encontramos con la problemática de cifrar un tipo de trabajo, sobre la que los propios profesionales no tienen un consenso claro sobre sus efectos negativos o positivos para la industria.

El debate sobre esta cuestión se extiende a muchos profesionales y asociaciones de ilustradores, y muy pocas asociaciones publican este tipo de "listas", o en todo caso, se ofrecen de manera privada a los miembros de las mismas.

En este trabajo publicamos las listas que se hicieron en su día, recuperadas a pesar de su eliminación en ambos libros blancos, en los que ya no se pueden encontrar.

La propia FADIP, Federación de Asociaciones de Ilustradores Profesionales, expresaba así su resolución de eliminar las tarifas oficiales de su propia publicación:

Para esta edición en formato digital del Libro blanco de la Ilustración Gráfica en España, publicado originalmente en 2004, se ha optado por no reproducir las tablas de tarifas incluidas en las páginas 82 y 83.

El tiempo pasado desde su aparición inicial aconseja esperar a la publicación de nuevos estudios de precios, en preparación en estos momentos (VAA, Libro Blanco de la Ilustración Gráfica, 2004, p. 4).

IVA cuando así corresponda, según la Ley vigente.

De nuestro comportamiento ante el cliente como profesionales depende que consigamos la consideración y respeto debido.

Cómo utilizar las tablas de tarifas.

Los importes están expresados en euros.

En cada casilla encontramos 2 cifras:

• La cifra situada a la izquierda y de tamaño más pequeño corresponde a la **tarifa mínima** para cada caso, es decir que consideramos que es importante no bajar de dicha cifra, ya que esto supondría obtener una remuneración que estaría por debajo del valor del trabajo a realizar.

• La cifra situada a la derecha y de tamaño más grande es la **tarifa media** que hemos obtenido para cada concepto; esto **no** significa que sea la **tarifa idónea a aplicar** en todos los casos, sino que constituye una base para que partiendo de ella y teniendo en

cuenta los **factores** antes mencionados, establezcamos la tarifa apropiada aumentando o reduciendo esta cantidad.

Las tarifas mostradas a continuación, corresponden exclusivamente a ilustración; si se requieren diseño gráfico, maquetación, fotografía, etc., deberán valorarse económicamente aparte.

Para tarifas de **diseño gráfico** recomendamos consultar el libro *El valor del Diseño Gráfico e Industrial* publicado por la ADCV (Asociación de Diseñadores de la Comunidad Valenciana).

Así como en los trabajos que van a ser editados en **papel** tenemos en cuenta la tirada (número de ejemplares) de la edición a la hora de decidir una tarifa, en **Internet** hablaríamos principalmente del tiempo de utilización de la obra, ya que la difusión es incalculable.

De esta forma debemos valorar si cedemos los derechos por un mayor o menor plazo de tiempo.

ILUSTRACION	1/4 pág. B/N	1/2 pág. B/N	Pág. B/N	1/4 pág. COLOR	1/2 pág. COLOR	Pág. COLOR	Portada B/N	Portada COLOR	Tira cómica	Caricatura	% de- rechos
Libro de texto	24 40	36 60	50 90	36 50	50 80	75 150	120 180	180 300			
Libro de bolsillo		36 60	50 100		50 100	75 120	120 180	180 300			2%-6%
Album infantil	30 60	42 80	60 110	50 70	60 120	120 200	180 250	200 350			4%-8%
Historieta			60 160			120 300	180 300	200 400			10%
Revista mensual		80 150	100 180	120 200	100 360	200 450	300 600	400 900	120 200	150 250	
Revista semanal		60 100	80 130	100 150	80 300	180 400	250 500	300 800	100 180	120 230	
Prensa diaria	80 120	100 140	140 200	90 130	120 200	180 300			80 150	100 200	
Publicidad en prensa	150 250	180 280	250 320	180 300	200 320	300 500					
Ilustración científica	42 75	60 100	90 150	50 85	75 130	100 250					

Figura 7. Tabla de tarifas de ilustración en España (VAA, Tabla de tarifas de ilustración en España FADIP2013, 2003).

4.3 EDICIÓN DE ILUSTRACIÓN

ILUSTRACIÓN PUBLICITARIA	COLOR	B/N	BITONO
Postales	150 300	100 210	120 250
Tripticos/dípticos	250 400	150 240	180 300
Carteles	450 3000	300 2000	350 2500
Bolsas, camisetas, envase	200 300	120 200	150 250
Valla	600 3000	400 2000	500 2500
Display	300 1000	150 600	200 800
Adhesivos	90 150	50 100	70 120
Story-board (€/viñeta)	25 60	18 30	
Creación mascota	800 4000	600 2000	550 3000
Perspectiva arquitectónica	300 1500	180 800	

ANIMACIÓN	Animación MUY LIMITADA	Animación LIMITADA (TV)	Full-animation (LARGOMETRAJE)
Story-board (€/viñeta)	6	6	8 12
Lay-out	6 14	12 18	18 100
Animación (€/fotograma)	1,5	1,8	6 8
Asistencia (€/fotograma)	0,6	0,75	3,6 4,5
Intercalación (€/fotograma)	0,3	0,45	1,8 2,2
Creación de fondos	60 120	90 180	200 400
Modelo de color de fondos	70	75	100 240
Lápiz fondos	30	24	50 100
Color fondos	30	30	60 120
Creación personaje	240 300	400 600	1000 3000
Modelo de color personaje	40 60	60 90	120 200

WEB	PUBLICADO EN LA RED (MENOS DE 1 AÑO)	
Banner	200	500
Animación (€/segundo)	60	150
Iconos	250	1200
Anuncios	250	650
Juegos (incluye programación)	1000	6000

PRODUCCIÓN INTERNET		
Flash (€/hora)	30	60
HTML (€/hora)	20	45

Figura 8. Tabla de tarifas de ilustración en España (VVA, Tabla de tarifas de ilustración en España FADIP2013, 2003).

Como decíamos, la falta de información al respecto, la desactualización de estas tarifas (se publicaron originalmente en 2004) y la falta de elementos comparativas nos da una clara idea del sesgo poco objetivo que podemos tomar de tener estos datos como modelo de referencia.

Existen algunos ejemplos aislados de tarifas publicadas, pero en muchos casos, pertenecen a un ámbito muy específico o localización geográfica. En otras ocasiones, veremos como nos es imposible verificar la fuente original de los datos, su contexto o año de publicación, lo que resta fiabilidad a los datos que en estas se reflejan.

Por mencionar algunos ejemplos más, gracias a la AGPI, (Asociación Galega de Profesionales de Ilustración), podemos consultar una tabla de precios en USA, cuyos precios y guía son exhaustivos. Desgraciadamente, la falta de referencias y contextualización de los datos, así como la inexistencia sobre la fecha original de publicación tanto en el documento como en la fuente, nos dejan como única utilidad de los mismos, establecer una comparación geográfica no carente de sesgo por los motivos que comentábamos anteriormente (Precios USA, 2016).

Otro ejemplo de índole diferente lo encontramos en la siguiente lista, que ha sido publicada por la Asociación de profesionales de la comunicación visual, en Méjico.

Lamentablemente, nos sucede algo muy similar a lo comentado en la situación anterior.

Por último, hemos encontrado otros ejemplos de tarifas de diseño gráfico, ilustración y web correspondientes al mercado francés publicadas en el Blog Processblack, el 9 de junio de 2006.

Como en los casos anteriores, no podemos contextualizar los datos ofrecidos, ni en fecha ni fuente, así que sólo tienen una utilidad parcial (García, M., 2006).

El propio autor del blog avisa de los peligros de las tablas sobre precios en ilustración, por la competencia desleal que se puede establecer. Pero en las propias opiniones a la publicación, observamos que en gran medida es una solución demandada por gran cantidad de artistas con poca experiencia.

Este tipo de listas son peligrosas, por lo menos en España. Por un lado, no todo el mundo puede dar esos servicios a esos precios. Hay algo que se llama calidad que no todo el mundo puede dar y una lista podría hacer mucho daño. Por otro lado, yo soy de los que piensa que seguramente, si existiera una lista en España (de lo que realmente se cobra, no de lo que habría que cobrar), además de para avergonzarnos por nuestras tarifas, también serviría para que venga alguien y baje más aún los precios (García, M., 2006).

Aquí parece estar la raíz del problema. Con una estandarización de precios, los trabajadores con más experiencia se verían obligados a mantener el mismo

Trasnacional	Nacional	450% 600%	Hasta 600% Hasta 1500%	
NO SE CONTEMPLA (*): Impresión, Maquila, Papel, Ilustración (ver tabla de precios), Fotografía (ver tabla de precios), Contenido, Edición del contenido, especificaciones técnicas especiales, renta de equipo extraordinario, además de lo especificado en la columna correspondiente.				
TABLA DE PRECIOS (Para ajustarse al porcentaje según el tipo de Cliente y Difusión)				
SOLUCIÓN	TRABAJO	TAMAÑO	COSTO	NO SE CONTEMPLA
<ul style="list-style-type: none"> • DIAGRAMACIÓN SENCILLA S • DIAGRAMACIÓN MEDIA M • DIAGRAMACIÓN COMPLEJA C 	<ul style="list-style-type: none"> • TARJETA • VOLANTE (1 cara) • INVITACIÓN 	1/2 de CARTA o menos	S \$ 600 M \$ 1,000 C \$ 2,000	- (*)
	<ul style="list-style-type: none"> • DÍPTICO • TRÍPTICO 	CARTA u OFICIO	S \$ 800 M \$ 1,000 C \$ 2,500	- (*)
	<ul style="list-style-type: none"> • FOLLETO (chico) 	1/2 OFICIO máximo 6 pag.	S \$ 1000 M \$ 3,000 C \$ 5,500	- (*)
	<ul style="list-style-type: none"> • FOLLETO (T. carta) 	POR PÁGINA	S \$ 500 M \$ 1,000 C \$ 2,500	- (*)
	<ul style="list-style-type: none"> • MENÚ 	CARTA	S \$ 2,000 M \$ 5,000 C \$ 10,000	- (*) - Plastificado - Laminado
	<ul style="list-style-type: none"> • PORTADA DE LIBRO 	INDEFINIDO	S \$ 2,000 M \$ 5,000 C \$ 7,000	- (*)
	<ul style="list-style-type: none"> • LIBRO (armado de) 	100 páginas	S \$ 5,000 M \$ 8,000 C \$ 15,000	- (*)
	<ul style="list-style-type: none"> • CARTEL 	70 x 90	S \$ 5,000 M \$ 8,000 C \$ 17,000	- (*)
	<ul style="list-style-type: none"> • CARTEL INFORMATIVO 	70 x 90	S \$ 3,000 M \$ 6,000 C \$ 15,000	- (*)

Figura 9. Tablas de precios de Ilustración en Méjico (Ilustración: precios, cotización, costos, cuanto cobrar, 2017).

4.3 EDICIÓN DE ILUSTRACIÓN

• CALENDARIO	INDEFINIDO	S \$ 2,000 M \$ 8,000 C \$ 15,000	- (*)
• CATÁLOGO	CARTA	S \$ 5,000 M \$ 17,000 C \$ 28,000	- (*)
• MARCA COMERCIAL (Logotipo del producto)	INDEFINIDO	S \$ 10,000 M \$ 25,000 C \$ 40,000	- (*)
• ETIQUETA	INDEFINIDO	S \$ 6,500 M \$ 10,000 C \$ 25,000	- (*)
• EMPAQUE • STANDEE	POR CARA O VISTA	S \$ 3,000 M \$ 8,000 C \$ 15,000	- (*) - Diseño Industrial - Ingeniero en papel
• CD • DVD	CAJA Y DISCO	S \$ 4,000 M \$ 8,000 C \$ 15,000	- (*) - Folleto (ver costo del Folleto chico)
• LOGOTIPO	INDEFINIDO	S \$ 6,000 M \$ 12,000 C \$ 30,000	- (*)
• IDENTIDAD CORPORATIVA	PAPELERÍA Y OTROS	S \$ 15,000 M \$ 30,000 C \$ 60,000	- (*) - S No incluye logotipo - M y C sí contempla logotipo
• CD INTERACTIVO	POR PANTALLA	S \$ 500 M \$ 1,000 C \$ 2,500	- (*) - Programación - Producción
• SITIO WEB	MÁXIMO 6 PANTALLAS	S \$ 8,000 M \$ 12,000 C \$ 25,000	- (*) - Alojamiento Web - Programación
• WEB COMERCIAL O TIENDA VIRTUAL	INDEFINIDO	S \$ 15,000 M \$ 20,000 C \$ 30,000	- (*) - Alojamiento Web - Programación
Por cantidad o tamaño. 10% de descuento desde 8			

Figura 10. Tablas de precios de Ilustración en Méjico (Ilustración: precios, cotización, costos, cuanto cobrar, 2017).

nivel de precios, pues la competencia con menos experiencia cobraría el mismo dinero o incluso menos, lo que elimina el margen de negociación en muchos casos, y en los más extremos, los más nóveles en el sector prefieren bajar estos mismos precios con tal de asegurarse un trabajo, lo que provoca un efecto en cadena de bajada de precios.

Es una mentalidad de ahorro para el empresario o contratante donde, pudiendo contratar el mismo servicio por menos precio que el establecido, elegirían siempre la opción más económica.

Como alternativa, se viene a proponer un sistema de cobro por hora, donde cada profesional establece la cuota por hora que tiene que pedir en función de sus propios gastos, material, sueldo anual que quiera percibir, etc.

Precisamente, sobre este tema se aborda en el blog "Lancetalent", donde se pretende razonar esta problemática, realizando un análisis muy interesante a manos de profesionales con gran experiencia en el sector. Lo que mencionamos a continuación supone sólo un fragmento que nos sirve de muestra para razonar las complicaciones que presentan las tablas de precios generalistas.

Teniendo en cuenta que se desecha la idea de tablas de precios oficiales debido a los problemas que antes comentábamos, nos encontramos con dos alternativas para establecer el precio de nuestro trabajo, cobrar un precio por hora que fijemos, o establecer nuestra propia tabla de precios según las características habituales de las tablas de precio.

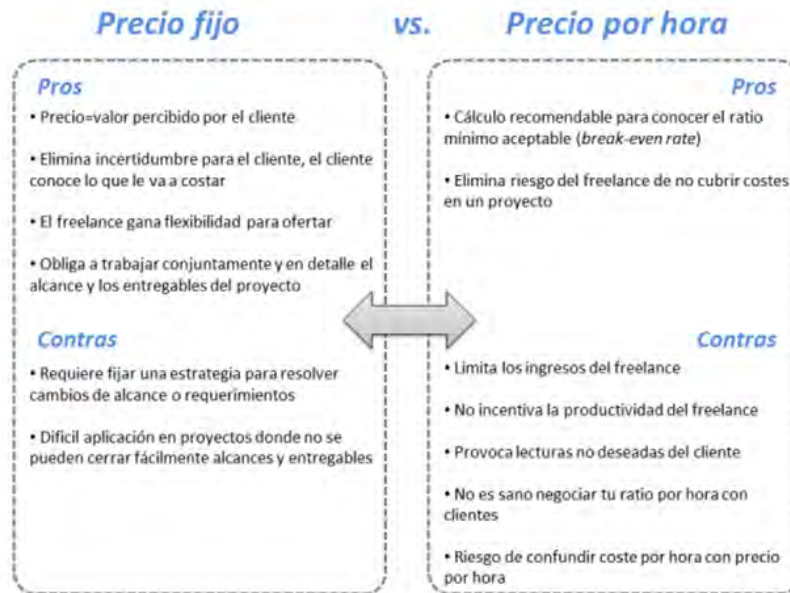


Figura 11. Comparativa de precios fijos vs. por hora (Ilustración: precios, cotización, costos, cuanto cobrar, 2013).

- Con el precio por hora estamos construyendo el precio desde nuestro lado, nuestros costes, aspiraciones... Tal y como advertíamos en nuestro post sobre cuánto cobrar, cualquier precio debe incluir, además de los temas internos, aspectos del cliente, proyecto y mercado. Es decir, con este método no fijamos un precio según el valor que recibe o percibe el cliente. Un ejemplo aclaratorio de este riesgo es el siguiente: si un diseñador le dice a su cliente que le diseñará un logo por 500 euros en base a un precio por hora de 50 euros y 10 horas de trabajo, el cliente puede pensar que 50 euros por hora es algo excesivo y podría

echarse atrás. Pero, en realidad, en base al portfolio del diseñador y al valor que va a aportar ese trabajo, el cliente puede sentirse cómodo y considerar adecuado, razonable y justo el precio de 500 euros por un logotipo.

- Estamos fijando un límite a nuestros ingresos: cualquier trabajador independiente tiene un límite de horas al día para trabajar, y si se aferra a un ratio por hora está limitando sus ingresos potenciales. Ejemplo: si fijas tu ratio por hora en 40 euros y estimas que puedes facturar unas 1.400 horas al año, estás limitando tus ingresos anuales brutos a 56.000 euros. ¿Hay necesidad

de fijarse este límite?

(...) Los freelance con una dilatada experiencia afirman que el precio fijo es la mejor opción. Los argumentos principales son:

- Es la forma de trabajo más orientada y alineada con los clientes. Trabajar con precios fijos por proyecto centra el discurso con los clientes en el valor aportado, alcances, requerimientos y entregables, que son los aspectos sobre los que se debe hablar, trabajar y negociar.

- Está alineada con las aspiraciones de libertad de todo profesional freelance. Se trata de vender tus creaciones, tus soluciones... no de vender tu tiempo o tu vida (Freelance: ¿cómo cobrar? Precio fijo vs. precio por hora, 2013).

En cambio, autoras como Saeta Hernando sí que dan pistas sobre su línea de precios básica, en el artículo "Presupuestar libro de texto", publicado en la web de Ilustrando Dudas, donde establece un mínimo de 25 euros para ilustraciones sin detalle y tamaño pequeño (1/16 de página). A partir de aquí, va aplicando las variables que encarecen el coste final. (Presupuestar un libro de texto, 2013).

Podemos entender entonces en qué situación aproximada está la industria de la ilustración dentro del mercado español, que valoraremos al final del capítulo, junto al resto de sectores, pero es evidente que no es una situación favorable para aquellos que quieran introducirse dentro de esta industria.

4.4 INDUSTRIA DE LA ANIMACIÓN EN ESPAÑA

4.4 INDUSTRIA DE LA ANIMACIÓN EN ESPAÑA

4.4.1 PRIMERA APROXIMACIÓN

Tras un análisis para poder obtener una panorámica de la industria española del cómic y la ilustración, hacemos un análisis particular de dos mercados emergentes y tan importantes como lo son el cine de animación y los videojuegos. Todo ello con el objeto de complementar el análisis principal de las industrias desde las que nacieron estos dos sectores tan recientes.

Ya hemos visto en la línea cronológica cómo surgen a lo largo del siglo XX estas nuevas industrias, y con ellas, cargos y puestos de trabajo que otorgan nuevas áreas de desarrollo y oportunidad profesional a ilustradores y dibujantes de cómic.

Dentro de este contexto, el cine de animación ha supuesto todo un “boom” industrial y profesional, que sumado al avance de la propia tecnología 3D, nos ha permitido disfrutar de películas de animación como “Up” o “Walle”, que compiten en profundidad y calidad con las obras del cine contemporáneas.

No es menos cierto que el desarrollo de la propia tecnología ha sido absolutamente indispensable para que la industria cogiera rodaje.

Así y todo, tras el estreno de la histórica película de Pixar “Toy Story”, se abrió un nuevo campo de posibilidades, donde muchos estudiantes sueñan

en trabajar algún día. Donde el indiscutible imperio de Walt Disney se convertía en la meta de muchos dibujantes de primera mitad del siglo XX, hoy en día, (en parte por la desaparición de la mayor parte del mercado de animación tradicional), empresas como Dreamworks, Pixar y Blue Sky, se convierten en una especie de “meca” de los apasionados de este mundo.

El punto de inflexión fue Toy Story, que rompió con el prejuicio de que la animación era solo para niños, un modelo impuesto por Disney que funcionó durante muchos años. Llegó Pixar y conquistó a los adultos, que se lo pasaban igual o mejor que los chavales con sus producciones, lo que impulsó a los estudios a seguir esa línea. Y está el 3D, que ha democratizado el sector y ha permitido poder competir de tú a tú con los americanos. Además, cada vez que hay un estreno de animación, es el número uno de la taquilla (Gato, E.. 2015).

Además, los impresionantes datos de taquilla que producen muchos de los filmes animados, están motivando a productoras de todo el mundo a aprovechar este tirón comercial, y la industria española no ha sido menos en esta cuestión.

Pero, para hacernos una idea de la envergadura de esta industria en España, la mejor manera es recurrir al único libro blanco que la estudia en profundidad “Libro blanco del sector de la animación en España 2012”.

Bien es cierto que parte de estos datos pueden estar desfasados a la hora de escribir estas líneas,

pero su análisis nos va a poder ser de utilidad en dos sentidos; por un lado, para obtener cifras y datos que afectan a los profesionales de este sector, que pueden ser de utilidad más duradera por su propia naturaleza, y por otro, que aquellos referentes a estimaciones y proyección de la industria podrán ser comparados con los datos de los que disponemos actualmente para establecer una comparación cualitativa y cuantitativa.

Como reflejamos en la industria tanto de cómic como ilustración, podemos ver que se repite el patrón donde las principales ciudades españolas son las que acogen la mayor parte de las empresas de animación. En este caso, Madrid y Barcelona tienen cuotas similares, del 24% y del 27% respectivamente. Llama la atención que la Comunidad Valenciana pasa a un cuarto puesto en favor de Andalucía, cosa que no ocurre en otras industrias.

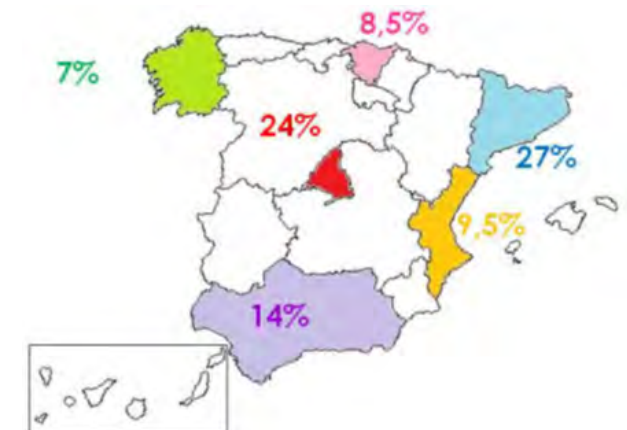


Figura 12. Distribución de empresas de Animación según localización (MAA, Libro blanco del sector de la animación en España, 2012, p. 14).

Uno de los primeros datos que más poderosamente llaman la atención es el referente a ingresos, donde en el 2011 se registraron unos 306 millones de euros. Para el 2017, en el mismo libro estimaban que la recaudación podría ascender hasta los 879 millones de euros.

En una valoración más precisa, el estudio refleja los siguientes datos:

En España, se tiene previsto poner en marcha en los próximos 6 años más de 950 proyectos vinculados al desarrollo de contenidos que incluyan la aplicación o el uso intensivo de técnicas de animación.

El empleo directo del sector de la animación fue de 5.150 personas en 2011, y se ha estimado que se podrían generar 7.450 nuevos empleos hasta el año 2017.

El sector de la animación se caracteriza por emplear recursos humanos cualificados y su productividad por ocupado es aproximadamente de 42.000 €.

El sector de la animación en España podría generar un impacto total en la economía española de 1.581 millones de euros en el año 2017 y ocupar a 21.039 trabajadores directa e indirectamente, es decir, un 145% de incremento en relación a los recursos humanos disponibles en 2011 (VVAA, Libro blanco del sector de la animación en España, 2012, p. 7).

También es importante destacar un aspecto que

será de gran relevancia en el análisis que haremos a continuación, que se refiere a la importancia de la exportación a otros países en busca de rentabilidad para los proyectos. En este caso, un 62% de las empresas de animación españolas exportan a otros territorios. Dentro de este grupo, el retorno de ingresos asciende hasta el 38% de los mismos a partir de la venta de contenidos y servicios como media, llegando a alcanzar en algunos casos hasta un 70% de los ingresos de las mismas.

Continuando con esta lógica, para la viabilidad de los proyectos, en la industria española, un 70% de las producciones de animación se finalizan con la colaboración de socios internacionales, y parece que entre un 50 y un 70% de las empresas españolas tienen que subcontratar servicios a otras compañías nacionales y extranjeras.

Este dato es interesante para reflejar la necesidad de estabilizar a largo plazo las empresas del sector, que debido a la especialización de contenidos y profesionales, se ven obligados a desarrollar la más de la mitad de la producción a través de terceros, por no poder absorber toda la producción por falta de recursos en muchos casos.

También en este libro blanco se reflexiona sobre la versatilidad del perfil profesional que trabaja en este campo, capaz de desarrollar diferentes trabajos transdisciplinarios debido a la necesidad y demanda de profesionales de este tipo:

Los contenidos y el software desarrollado por el sector de la animación tiene múltiples usos en

disciplinas varias, que incluyen la traducción del lenguaje de signos a lenguaje escrito gracias a la captura de movimiento, la educación, la visualización científica a partir de la simulación, el diseño de productos o la impresión 3D (VVAA, Libro blanco del sector de la animación en España, 2012, p. 61).

Dentro de este campo, se definen unos cuantos de los perfiles profesionales que pueden desempeñar los trabajadores del sector, y puestos a los que pueden optar:

- Técnico Setup (Técnico Render, Técnico Rigger).
 - Animador (Animador 3D).
 - VFX (Técnico de Estereoscopía, Técnico de Efectos Visuales).
 - Desarrollador de personajes (Modelador 3D).
 - Técnico Layout.
 - Diseñador (Diseñador 3D, Diseñador gráfico/web).
 - Lighting and Compositing Artist (Técnico Iluminador).
 - Productor de animación.
 - Guionista.
 - Especialista en XD (Experience Design).
 - Especialista en UX (User Experience).
 - Productor de animación.
 - Guionista.
 - Especialista en XD (Experience Design).
 - Especialista en UX (User Experience)
- (VVAA, Libro blanco del sector de la animación

4.4 INDUSTRIA DE LA ANIMACIÓN EN ESPAÑA

en España, 2012, p. 23)..

En lo que se refiere a los perfiles profesionales, ya hemos analizado en el glosario aquellos relacionados más directamente con el mundo artístico, pero a modo de resumen, refuta la idea de la proyección profesional y la deriva hacia la especialización dentro de este perfil artístico.

La industria profesional reclama trabajadores cualificados que puedan encarar estos trabajos, y el momento histórico es ideal debido a la puesta en marcha de dos industrias tan potentes como el cine de animación y los videojuegos.

Siguiendo este hilo, hay un aspecto que nos parece determinante en el análisis que nos ofrece este estudio es aquel que hace referencia a las carencias formativas que se derivan de los estudios oficiales, rasgo que hemos señalado en el sector de la ilustración: "(..) *Las productoras tienen problemas para encontrar trabajadores –sobre todo aquellos que estén altamente cualificados y especializados–, lo que en ocasiones les obliga a recurrir a mercados exteriores, pues se encuentran con un importante gap formativo a nivel local. (...)*" (VAA, Libro blanco del sector de la animación en España, 2012, p. 59).

No se dispone en la actualidad de una formación pública reglada ad hoc para el sector de la animación. La animación no está reconocida en su plenitud como sector, ya que únicamente existe una cualificación profesional que hace referencia a este ámbito (Animación 2D y 3D).

Es evidente que la industria tiene dificultades para

cubrir estos perfiles con personas de perfil académico clásico o tradicional, y en muchos casos, los estudiantes se ven forzados a pagar escuelas privadas para dar salida a una profesión que ha evolucionado más deprisa que la formación.

Es fundamental, por ello, que las escuelas, universidades y el departamento de educación tomen cartas en este asunto, pues para aquellos carentes de recursos se les cierra la puerta de la especialización, no quedándoles otro remedio más que formarse de manera autodidacta. Desgraciadamente, estos perfiles son tan técnicos que la tarea se vuelve muy complicada en la mayoría de los casos.

Por último, se recalca un hecho que ya veremos que influye en gran medida en el desarrollo de proyectos y que, desafortunadamente, no ha encontrado solución en los años posteriores a la publicación de este informe, pese a que profesionales, compañías y estudiosos reclamaban mejoras en este sentido:

En España sería interesante la implantación o profundización de medidas que contribuyan al sector de la animación y que estén relacionadas con: incentivos fiscales, apoyo a proyectos o empresas incipientes, exportación, atracción de capital financiero, financiación de I+D+i, implantación de nuevas tecnologías, y fomento de la formación continua y la colaboración internacional de carácter universitario (VAA, Libro blanco del sector de la animación en España, 2012, p. 10).

4.4.2

EL ÉXITO DEL CINE DE ANIMACIÓN

En lo que se refiere a la industria española, existen dos referentes hoy en día que intentan competir con las grandes producciones norteamericanas, como lo son Lightbox e Illion, compañías productoras de "Tadeo Jones" y "Planet 51", respectivamente.

En un artículo publicado en la web "Actualidad del cine español", entrevistan a Enrique Gato, el padre de "Tadeo Jones" y "Atrapa la bandera". De esta entrevista vamos a resaltar algunos puntos interesantes:

Las aventuras de Tadeo Jones es la película de animación española más taquillera de la historia (en España superó los 18 millones de euros y fue vista por cerca de tres millones de espectadores) (Gato, E., 2015).

A priori, es un titular impactante, con el que podemos hacernos a la idea de que a pesar de poder ser una inversión arriesgada, reporta grandes beneficios en caso de éxito. Sin embargo, si analizamos más a fondo los datos, comprobamos que el éxito de un film de estas características no te garantiza una segunda vuelta de las mismas características. Y es que si bien es cierto que la gran recaudación obtenida del primer film genera confianza en posibles productores e inversores, ni con gran publicidad ni impulso económico se puede obtener garantías de que funcione (económicamente hablando) en la taquilla española.

Y es que la ópera prima de Enrique Gato, "Tadeo

4.4 INDUSTRIA DE LA ANIMACIÓN EN ESPAÑA

Jones”, contó con un presupuesto de 8 millones de euros y obtuvo una recaudación cercana a los 60 millones de euros.

Para establecer una comparación objetiva, hay que señalar que el presupuesto de “Atrapa la bandera” ha sido de 12,5 millones de euros, y la recaudación, supera los 11 millones, sin conseguir una recaudación proporcional a la inversión.

Cabe destacar que a pesar de todo se mantuvo como número 1 en taquilla española, lo que es un éxito en sí mismo, si bien no lo esperado tras el éxito de “Tadeo Jones”.

Las cinco grandes producciones que se están preparando cuentan con un presupuesto ridículo en comparación con el dinero que se invierte en Estados Unidos, esto hace que los estudios americanos entren en la financiación de nuestros proyectos, lo que está bien, pero lo ideal sería que el capital fuera cien por cien español (Gato, E., 2015).

Respecto al número de trabajadores con que contaba en el estudio, el mismo Enrique Gato menciona en la entrevista que contaba con un equipo de 200 personas en Madrid, pero que, sumando a externos y equipo de sonido, llegaron a sumar 600 personas (Gato, E., 2015).

Si tenemos que comparar este éxito, podemos analizar el otro gran “boom” de la industria de la animación española, “Planet 51”, del estudio Illion.

La película del estudio madrileño, supuso un antes

y un después en la industria española del cine de animación, pues elevó las cotas de calidad artística y la inversión como proyecto hasta un punto nunca visto.

Para hablar de los datos significativos que podemos señalar respecto a “Planet 51”, nos remitimos a una entrevista realizada en “blogdecine” a Marcos Martínez, codirector del film.

(...) La película ha sido un éxito en España y ha recaudado más de 35 millones de dólares en Estados Unidos. Cifras impresionantes, y también necesarias en este caso, ya que el suyo es hasta el momento el presupuesto más alto de la historia de nuestro país: 55 millones de euros (Martínez, M., 2009).

Estamos hablando de un presupuesto que supera a películas de gran inversión del cine español y dirigidas al público nacional e internacional, como “Lo imposible” (30 millones), “Alatriste” (22 millones), o “Ágora” (50 millones).

Por comparación, tenemos que ver que “El bosque animado”, el primer largo de animación español, del 2001, tuvo un presupuesto de 750 millones de pesetas (algo más de 4,5 millones de euros), “Justin y la espada del valor” (22 millones), y una obra de animación dirigida a un público menos infantil, pero con el prestigio de la novela gráfica con el mismo nombre, “Arrugas” (2 millones de euros), de Paco Roca.

La animación española no funciona en taquilla.

Cantidades en euros:

Hiroku: Defensores de Gaia (2014)

18.206.517,38

Las aventuras de Tadeo Jones (2012)

2.907.636,49

Fútbolín (2013)

2.387.614,9

Justin y la espada del valor (2013)

1.400.000

*Mortadelo y Filemón (2014)**

132.567

*Dixie y la rebelión zombi (2014)***

52.769,15

El extraordinario viaje de Lucius Dumb (2013)

31.101,45

El pequeño mago (2013)

30.138,65

Gigantes, la leyenda de Tombatossals (2013)

20.880

La tropa de trapo en la selva del arcoiris (2014)

602

**Los datos de Mortadelo y Filemón corresponden al fin de semana de estreno.*

***Dixie y la rebelión zombi continúa en cartelera (Zurro, J., 2014).*

Podemos analizar un dato muy importante cuando revisamos las cifras de recaudación y coste en producción, y las comparamos entre las películas producidas desde el 2001. Una cosa que llama poderosamente la atención,

4.4 INDUSTRIA DE LA ANIMACIÓN EN ESPAÑA

es que los films más rentables (y a gran distancia del resto), son "Tadeo Jones" y "Planet 51". El resto de films o bien apenas han podido superar lo que costó su producción, o bien han quedado bastante atrás en recaudación, convirtiéndolas en poco rentables, como sucede con "Arrugas", pues con una producción de 2 millones, no consiguió recaudar más que unos escasos 150.000 euros.

Los sustitutos espirituales de los grandes films de éxito de Lightbox e Illion, tanto "Atrapa la bandera", como "Mortadelo y Filemón contra Jimmy el Cachondo", no han conseguido llegar a estos niveles de éxito. En el caso de esta segunda, la recaudación en España no superó los 5 millones.

Uno de los aspectos más importantes a tener en cuenta en lo que se refiere al cine de animación, es el hecho de los prolongados y costosos tiempos de producción, que superan en muchos casos los de los largos de cine tradicional. En una entrevista realizada a Marcos Martínez, codirector de "Planet 51", se refleja este hecho:

En general es un proceso muy intenso y trabajoso. Se comienza con la escritura del guión y la preproducción. Es un proceso muy bonito, pero puede ser muy lento. Puede comerse más de la mitad del tiempo de desarrollo. Eso sí, la satisfacción cuando terminas merece la pena. En cuanto a la producción pura y dura, se puede realizar en 20 meses. Se necesita

mucha pasión para poder tener un resultado tan exigente como el de Planet 51. (...) lo más difícil fue llegar a tener un método de trabajo para que todos los departamentos funcionaran bien. Y para cuando lo llegas a tener, ya has acabado la producción (Martínez, M., 2009).

Así, nos encontramos con un sector especializado que es capaz de generar grandes cantidades de recursos en retorno a la inversión, pero que necesita atraer grandes capitales para la propia realización.

En este sentido, las grandes producciones del cine de animación cuentan con inversión tanto nacional como extranjera, y de diferentes fuentes y capital de inversión para poder llevarse a cabo.

En la web "Emprendedores", se realiza un artículo sobre los casos de éxito de la animación española, donde entrevistan a diferentes personalidades de relevancia en el sector, y del que, a continuación, extraeremos algunas reseñas importantes.

La difusión de los contenidos más allá de nuestras fronteras no es tanto una elección, como una cuestión de supervivencia. "La internacionalización de las producciones de animación es clave, ya que los productos audiovisuales concebidos únicamente para un mercado local tienen una vida limitada", afirma Enrique Uviedo, presidente de la Federación Española de Productores de Animación Dibooos. (Ramos, D., 2009).

Como comentábamos con anterioridad, observamos lo determinante que es contar con la intervención de capital extranjero a la hora de enfocar estas producciones. Además, cabe destacar que estos filmes no son rentables si son enfocados a un público local; de esta manera la producción se encara a un público internacional, que determinará aspectos como el guion, los personajes y el desarrollo de la película.

En muchas ocasiones, se intenta utilizar conceptos asimilados para un público más grande, como el público estadounidense, y se adaptan arquetipos de personajes, gags y situaciones que tienen éxito dentro de este tipo de target de espectadores. Aunque en muchas ocasiones este tipo de enfoque puede no ser acertado, pues el resultado puede acabar pareciendo un cúmulo de elementos repetidos que ya hemos visto en otras películas estadounidenses en el sector, y que son repetidos para intentar reproducir el éxito de las primeras, disminuyendo la calidad de la obra final.

Para tener en cuenta la relevancia de la búsqueda de capital para estas producciones, tenemos que entender que esta se produce en base a hitos, sobre todo cuando la compañía que la produce no cuenta aún con el respaldo de grandes compañías o marcas.

Según Ignacio Pérez Dolset, consejero delegado de Illion (productora detrás de Planet 51), "al principio, nadie confía en ti y tienes que autofinanciarte. A medida que vas consiguiendo hitos, vas accediendo a nuevas fuentes de capital:

coproductores, televisión, ventas internacionales... Después hay que abordar la producción y hacer una película a la altura del presupuesto, y cuyo valor sea superior al costo. Hay retos artísticos y tecnológicos: crear una película con nuestra propia tecnología, en lugar de adquirir la licencia de una existente, es ya un reto (Ramos, D., 2009).

Pero lo que sobre todo llama la atención del nivel de gasto que pueden suponer estas grandes producciones, es lo que conlleva la promoción de la película y el propio márketing de la misma. Como ya hemos visto, "Planet 51" fue un éxito en taquilla, también gracias al éxito que tuvo de recaudación a nivel internacional. A pesar de eso, hay que tener en cuenta que para poder llegar al target de espectadores adecuados, la inversión en publicidad es desorbitada:

Hay que conseguir distribución de primer nivel en todo el mundo, con tantas copias como los grandes estrenos estadounidenses, y con gran respaldo publicitario", reseña Pérez Dolset. Planet 51 tiene un presupuesto de márketing de 160 millones de dólares. "Es una promoción de primera fila, mediante márketing directo y la publicidad generada por la propia distribución, combinados con el márketing de socios", anota Pérez Dolset. La productora Ilion dispone de contratos con firmas como Nesquik, El Corte Inglés, Burger King, Sega, Heinz... así, hasta más de 250 acuerdos (Ramos, D., 2009).

4.4.3

CINE DE ANIMACIÓN EN ESTA ÚLTIMA DÉCADA EN ESPAÑA, ¿CUMPLE LAS ESPECTATIVAS?

Teniendo en cuenta las elevadas cifras de ingresos de los éxitos que comentábamos, es de esperar que el cine de animación tuviera una evolución exponencial en sus nuevas producciones, visto el éxito de las pioneras de los estudios Lightbox e Ilion. De hecho, no hay más que revisar el "Libro Blanco del Sector de la Animación en España 2012", donde podemos ver unos gráficos de lo más optimistas en lo que se refiere a proyección de recaudación desde el 2012 al 2017.

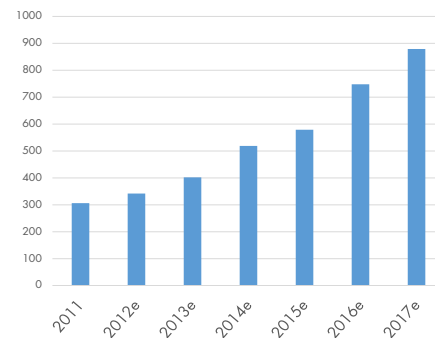


Gráfico 18. Volumen de Negocio 2011 y Estimación de la Facturación del sector de la animación en España 2012-2017 (en millones de €). Fuente: Rooter (2012). (VVAA, Libro Blanco del Sector de la Animación en España, 2012).

Puede parecer una valoración subjetiva y sesgada, pero lo cierto es que si analizamos la recaudación que obtuvieron las películas de cine de animación exclusivamente, respecto al año 2012, y las comparamos con las obtenidas en el 2013, veremos

que los datos reflejan algo que se venía avisando contra los pronósticos más animados y generosos respecto a ventas.

En el artículo "El cine español de animación baja a la tierra (2013)", publicado en la web Audiovisual451, hacen una reflexión sobre esta comparativa más que esclarecedora a este respecto:

(...) Los estrenos reales en 2012 fueron cuatro y entre todos ellos sumaron un total de 18.669.634 euros, aunque 17.888.317 correspondieron únicamente a 'Las aventuras de Tadeo Jones.

En 2013 la cosa fue bien diferente, se puede decir que mucho más apegada a la realidad que vive el sector de animación español, que poco a poco parece bajar a la tierra para abandonar la idolatrada 'edad dorada', lastrada por las dificultades de conseguir financiación. Según datos de Rentrak, el año pasado se estrenaron en España también seis producciones de animación nacionales, una cifra similar a la de 2012, pero la suma de sus recaudaciones no admite comparación. Entre las seis películas animadas estrenadas en 2013 recaudaron aproximadamente 3.700.000 euros, muy lejos de los casi 19 millones del año precedente, o lo que es lo mismo, prácticamente un 80 por ciento menos (AV451, R., 2013).

A la hora de hacer este análisis, en agosto de

4.4 INDUSTRIA DE LA ANIMACIÓN EN ESPAÑA

2016, vemos que las estimaciones de facturación fueron demasiado optimistas. Esto suele suceder con los sectores del mercado de nuevo calado, sobre los que parece que podemos ver un patrón en este sentido. Esto puede ser por la influencia que ejercen promotoras, el departamento de cultura, y otro tipo de inversores o entes que hayan respaldado algún proyecto concreto dentro de estas nuevas industrias. De esta forma, tras salir un boom tan llamativo como el de "Tadeo Jones", es fácil que organismos, instituciones, inversores y productoras intenten proyectar una imagen de éxito, en parte puede que para generar un efecto confianza hacia el público.

Y es que, como sucede con la novela gráfica, estas industrias intentan proyectar una imagen de continuidad y estabilidad a través de sus obras más representativas. Sin embargo, la realidad es que las industrias que analizamos están aún muy lejos de estar asentadas en este país. Es más, en muchos casos, sigue sin ser atractivo para inversores por las pocas garantías que se tienen de obtener retorno directo de la inversión económica realizada previamente.

Además, la propia imagen de estabilidad proyectada ha acabado por convertirse en una ilusión que puede llegar a provocar el efecto contrario para poder atraer inversión. Como definía la periodista Rocío Ayuso para El País, en un artículo sobre la industria del cine de animación, *"unir en la misma frase dibujos animados españoles con la palabra quimera*

suenan a quimera" (Ayuso, R., 2015).

Como hemos mencionado anteriormente, la imagen de la propia industria ha podido ser perjudicada por esta "falsa estabilidad", y por proyecciones de ventas demasiado optimistas, que pueden ahuyentar al potencial inversor.

Pero, con los datos en la mano, se hace complicado entender en un primer análisis qué ha producido esta falta de interés hacia el capital teniendo en cuenta que, como se menciona en el mismo artículo: *"España es el quinto productor de animación del mundo (con 28 títulos entre 2010 y 2014). Y la venta de entradas de estos filmes fuera de España supera incluso a la cinematografía francesa, (...): 11,3 millones contra 8,8 millones"* (Ayuso, R., 2015).

No hace falta investigar en profundidad en este tema para darse cuenta de que los principales problemas que impiden la estabilidad y garantías en el cine de animación español son básicamente dos; por un lado, la poca fidelidad del público español, que salvo en casos como el de "Tadeo Jones", recauda y atrae más al público extranjero que al nacional. Por otro lado, está el problema de la financiación, inversión e implicación a nivel nacional, que como apunta Rocío Ayuso, apenas es de un 15% en cuanto a ayudas fiscales, una cifra muy inferior a otros países. En la entrevista a Enrique Gato que hemos mencionado anteriormente, también reafirma este hecho, explicando que gran parte de la inversión es extranjera, aunque ayudaría que el 100%

fuera nacional (Ayuso, R., 2015).

Tenemos que seguir indagando en datos de ventas, porcentajes y comparaciones con otros mercados para hacernos a la idea de la magnitud del problema.

De un artículo publicado en El Confidencial titulado "Animación española, tenemos un problema", (ya casi el titular nos prepara para lo que vamos a ver a continuación), podemos extraer unos cuantos datos interesantes que definen la problemática de una manera precisa:

(...) Sólo el 6,5% de las entradas vendidas en 2014 para películas de animación correspondían a títulos españoles. De esa cifra casi la totalidad pertenece a Mortadelo y Filemón, mientras que otros filmes como La tropa de trapo en la selva del arcoíris y Hiroku, defensores de Gaia fueron estrenados en muy pocas salas y con ninguna visibilidad en los medios, lo que les llevó a recaudar 20.880 y 602 euros respectivamente.(...)

En comparación con otros mercados, la animación francesa supone un 18% de toda la vista en salas; en Alemania ese porcentaje es de 12,6, y en Reino Unido roza el 17%. La suma de todos los filmes de animación significa, sin embargo un 13,81% de todo el mercado español (Zurro, J., 2015).

Estos datos se extraen a su vez del "Informe presentado por el Observatorio Europeo del

4.4 INDUSTRIA DE LA ANIMACIÓN EN ESPAÑA

Audiovisual”, de los cuales podemos analizar que el visionado de películas de animación de producción autóctona en Francia supone casi el triple que el mismo valor aplicado en España, que está muy por debajo de Reino Unido y Alemania.

En el mismo informe se analizan datos de la industria de la animación comprendidos entre 2010 y 2014. *“Durante ese periodo en Europa se han vendido 179,8 millones de entradas para películas de animación de media, lo que representa un 14,7% de todo el mercado de exhibición”* (Zurro, J., 2015).

También parece que el problema se extiende a la venta de películas a otros países, donde, por comparación, una película española se exporta a una media de ocho países, mientras que en el mercado belga, la distribución alcanza 20 territorios adicionales, lo que aumenta la brecha diferencial entre ambos a modo de ejemplo.

Así y todo, el análisis de dicho informe no sólo deja datos negativos, si no que resalta aspectos positivos de nuestra industria, como el hecho de que entre 2010 y 2014, España está el quinto en lo que se refiere a cantidad de películas de animación, contando con 28 producciones dentro de este período. Podemos comprobar que entre 2010 y 2014, y siendo el quinto que más ha producido en este periodo, con 28 películas.

Un análisis más profundo de dicho informe refleja lo desviadas que eran las estimaciones reflejadas en el “Libro Blanco de la Animación”, pues a lo que ya

hemos comentado hay que añadir el recorte profundo en empleos debido a la crisis generalizada. De 791 empleos en estas empresas de animación en 2011 pasamos a 499 empleos en 2013, mostrando un evidente descenso de un 37% .

En el artículo de “El Confidencial” también recalcan el evidente fallo de estimación que podíamos encontrar en el “Libro Blanco del Cine de Animación” publicado en 2012, que afecta al análisis de resultados de cara al año 2015, lo que no pronostica un buen futuro en este sector a corto plazo:

(...) Las expectativas para 2015 eran muy ambiciosas, donde se estimaba una cifra de negocio de 579 millones según el libro blanco de la animación. Sin embargo los números de 2013 y 2014 han quedado lejos de continuar con las expectativas generadas en 2012. Pero no sólo en recaudación, sino también en número de producciones, donde el sector de la animación no es ajeno a los problemas del resto de la industria para sacar adelante proyectos. La previsión era de 950 proyectos relacionados con la animación en 2017 y lo cierto es que o cambia mucho el sector, o la tendencia será a un crecimiento mucho más leve de lo pronosticado (Zurro, J., 2015).

Nos encontramos con un panorama poco alentador en el que vemos que las previsiones optimistas no coinciden con la realidad. Pero, ¿de

dónde viene esta situación de burbuja en este sector del cine de animación?

Según el artículo publicado en El Confidencial, el “boom” experimentado en el sector de la animación 3D dio su pistoletazo de salida con la aparición de las tecnologías 3D más modernas y al alcance del público profesional de mediano y bajo calado:

El fin del monopolio de Disney terminó, en gran medida, gracias a la democratización de la tecnología, que permitió la animación por ordenador, y a que mucha gente se dio cuenta de que hacer películas de animación o videojuegos era difícil pero posible.

(...) En España esta etapa empezó en 2001 con el estreno de El bosque animado, que no sólo fue la primera película europea que se hizo en animación por ordenador, sino que también fue el primer éxito de público, pues llegó a vender 600.000 entradas en España y 400.000 fuera (Zurro, J., 2015).

Nos encontramos con un sector profesional novedoso, cuya tecnología puede emularse en capacidad y recursos (aunque con limitaciones) en este país.

Este tipo de proyectos y tecnologías innovadoras chocan de frente con una realidad que mucho tiene que ver con una mentalidad de instituciones, cargos políticos e incluso público objetivo, no adaptada a los cambios que traen estas nuevas industrias.

Es difícil de saber qué ha sucedido primero, la falta

4.4 INDUSTRIA DE LA ANIMACIÓN EN ESPAÑA

de confianza del público español hacia la producción autóctona por temor a trabajos de escasa calidad, o un público frustrado y desengañado que está hastiado de los engaños publicitarios por un afán de impulsar la industria propia.

Sea como sea, lo cierto es que este sector está alcanzando cotas de calidad artística que, en algunos casos, no tienen tanto que envidiar a las grandes superproducciones estadounidenses. Aún así, las obras producidas en este país no siempre cuentan con el apoyo del público, ni del soporte por parte del estado para impulsar su estabilidad a largo plazo:

Hoy en día la animación española es un pozo de petróleo sobre el que están sentados los responsables políticos sin dejar que se explote. Es la economía del conocimiento de la que tanto hablan y tan poco saben, una fuente de creación de empleo joven y cualificado que podría multiplicar su potencial si se adoptaran medidas que en lugares como Irlanda ya han demostrado su éxito. Básicamente dos, las desgravaciones fiscales y potenciar el papel de la televisión pública invirtiendo en animación (Zurro, J., 2015).

No es menos cierto que, como sucede en el mundo del cómic con la obra de Paco Roca "Arrugas", sabemos que los éxitos por los que parece que se ha apostado fuerte en la industria española, no siempre deben ser agradecidos al apoyo recibido en este país. Un ejemplo claro de esto lo tenemos en la exitosa serie "Pocoyó",

que pese al reconocimiento alcanzado, tuvo que ser apoyada por una cadena británica debido a que TVE la rechazó en varias ocasiones (Zurro, J., 2015).

Otro de estos fracasos de apoyo real a la producción española lo encontramos en la película "Gru, mi villano favorito", de la mano de Sergio Pablos. Pese a ser una idea original de este aclamado profesional, y pese a contar con el respaldo de la gigantesca Universal, se desarrolló finalmente en París debido a que la administración española no pudo competir contra el cuadro de ayudas fiscales que se ofrecía desde Francia. Se trata pues, de otra gran pérdida para generar industria estable en este país.

Aún así, existen reticencias a explorar situaciones ventajosas para industrias en crecimiento, pues pone en desventaja a aquellas ya establecidas frente a las enmarcadas dentro de innovación tecnológica.

Sin embargo, podemos intuir con datos el beneficio que supone invertir e impulsar esta industria del cine de animación:

El Observatorio Audiovisual Europeo en su último informe concluye que el retorno local por cada euro invertido es de cuatro veces. No hablamos sólo de industria de animación, también de empresas de efectos visuales, videojuegos, aplicaciones, etc. (Zurro, J., 2015).

El caso del cine de animación no es un hecho aislado, en la industria de animación para televisión encontramos problemas similares:

El segundo problema de la animación española es la ínfima cantidad que las televisiones destinan a la producción de obra nueva, a pesar de que se vende en todo el mundo. En ocasiones un proyecto internacional originado en España obtiene el 95% de los recursos necesarios fuera de nuestras fronteras (Zurro, J., 2015).

Parece que la situación no ha acabado de despegar desde la publicación del primer y único "Libro Blanco de la Animación", pues los problemas que han estancado la producción, la falta de inversión nacional y la desventaja competitiva en ayudas fiscales lastran lo que podría ser una de las industrias actuales más productivas y competitivas a nivel nacional.

Está por ver lo que ocurre en los próximos años, pero las soluciones a trabajar son coincidentes en la mayoría de los análisis de las problemáticas del sector.

Eso sí, de cara al perfil profesional, el animador es uno de los perfiles más demandados dentro de la industria artística en la actualidad, y si bien la remuneración media no es tan alta como la señalada en esta publicación, sigue siendo rentable y funcional de cara a un perfil de trabajo estable.

Existe además la posibilidad de trabajar en el extranjero, y en este sector, el movimiento profesional entre países es de lo más habitual.

4.5 INDUSTRIA DEL VIDEOJUEGO EN EL MUNDO

4.5.1 INDUSTRIA DEL VIDEOJUEGO

Desde los albores de la industria del entretenimiento conocida como los videojuegos, se ha venido a comprender este término de múltiples maneras. Es por eso que en el glosario ya hemos determinado una definición como aquella que creemos que es más pertinente para el análisis de la industria en cuestión, y de la propia profesión del videojuego: *“todo aquel software o aplicación interactiva que permita simular experiencias a través de computadora o cualquier otro tipo de dispositivo electrónico”* (Berroya, A., 2017).

Lo cierto es que las otras definiciones que encontrábamos se nos antojaban incompletas para definir este sector. Teniendo en cuenta los campos en los que está derivando el mundo del videojuego, como los “e-Sports” (o competiciones regladas deportivas a través de videojuegos), como aquellos interactivos, de mejora de capacidades motrices, de aprendizaje, de disciplina médica, etc...

Su propia transformación y la diversidad que está alcanzando la industria han roto las fronteras de su función original de entretenimiento, y por tanto, lo definiremos como *“todo aquel software o aplicación interactiva que permita simular experiencias a través de computadora o cualquier otro tipo de dispositivo*

electrónico” (Eguía Gómez, J. L., Contreras-Espinosa, R. S. y Solano-Albajes, L., 2013).

Para analizar la situación de la industria del videojuego de nuestro país, tomaremos de manual de referencia el “Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos”, en sus versiones tanto del 2013 como del 2016, pues las estimaciones y previsiones pueden compararse para obtener una idea más precisa de cómo está evolucionando el sector estos últimos años. Como en los anteriores análisis, no se trata de realizar un estudio de mercado, que requeriría de muestreos más complejos que los que aquí se presentan.

En cualquier caso, utilizaremos estas referencias para poder tener una panorámica y poder situarnos en rasgos más generales en la situación actual de la industria.

Muchos de los datos que se mencionan en ambos Libros Blancos, además, tienen su fundamento en datos estadísticos obtenidos por la empresa Newzoo, de fama mundial en lo que se refiere a análisis estadísticos y datos rigurosos en la industria del videojuego a nivel global.

En el análisis que se recoge en el Libro Blanco del 2016, se destaca el papel de la industria del videojuego en España, así como su relevancia a nivel internacional, pues durante el 2015, se obtuvieron 91.800 millones de dólares a través de ventas, según los datos obtenidos de Newzoo. Además, supera la recaudación obtenida por el mercado del cine y de la música con gran holgura. En el caso de la industria cinematográfica, 38 millones en 2015, y 15

millones en el sector de la música (este dato es del año 2014) (VAA, Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos, 2015, p. 10).

El videojuego es el producto cultural que mayor proyección de crecimiento tiene en el mundo. Se trata de un sector que lleva varios años generando más actividad económica que el resto de sectores culturales y de contenidos digitales y que sigue creciendo de forma exponencial debido a su excelente aceptación. Además, los videojuegos son a día de hoy productos que están al alcance de casi cualquier bolsillo (VAA, Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos, 2016, p. 29).

Respecto a esta afirmación, podemos compararla con los ingresos obtenidos por el cine de animación, que contaron con una espectacular cifra de 309 millones de euros en 2011. Por comparación, en el informe Newzoo que se menciona en el Libro Blanco, se apunta que los españoles se gastaron 1.900 millones de euros en 2012, un 17% más que el año anterior.

Con estos datos podemos observar que no es sólo un hecho aislado a nivel internacional, sino que en este país la diferencia es de más de seis veces en cuanto a beneficios.

Esto supone más de cinco veces los ingresos obtenidos por el cine de animación durante ese mismo 2011 (VAA, Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos, 2016, p. 29).

4.5 INDUSTRIA DEL VIDEOJUEGO EN EL MUNDO

Respecto a la distribución geográfica a nivel internacional, observamos que en el gráfico extraído del mismo Libro Blanco, Asia se convierte en el continente donde mayor cantidad de jugadores existen, triplicando en muchos casos el número de jugadores en Norteamérica. Sin embargo, hay un hecho curioso que no se escapa al revisar el gráfico, y es que esto que hemos mencionado ocurre con el segmento del mercado del PC y de las plataformas móviles, que triplican la norteamericana, y sin embargo, en el segmento de las consolas, se sitúan muy por debajo de Norteamérica.



Gráfico 19. Jugadores en el mundo por plataformas (VAA. Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos, 2016, p. 9).

Europa, en este caso, ocuparía un segundo puesto no muy alejado del mercado asiático (VAA, Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos, 2016, p. 9).

Estos datos contrastan de manera clara con lo que

suponen los ingresos obtenidos en dichos mercados. En este caso, mientras que Asia sigue manteniendo una primera posición con un 47% de los ingresos totales en el mercado de los videojuegos, vemos un dato sobre el que se hace hincapié en el Libro Blanco del 2016, y es que de esos 47% de ingresos, la mitad corresponde a los obtenidos sólo en China. Dicho de otro modo, China como país obtiene más ingresos que todo Estados Unidos junto.

Recuperando un dato anterior, vemos que China obtiene 24,37 millones, Estados Unidos 23,6 millones, y España 1,81 millones. Como podemos observar, la comparación es abismal (VAA, Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos, 2016, p. 11).

Otro de los aspectos importantes por mencionar es el correspondiente a las aplicaciones o apps. Durante el 2015, el ingreso total en el sector de las aplicaciones correspondió a 41.100 millones, de los cuales los videojuegos supusieron 34.800 millones.

En el mismo estudio se menciona que la estimación de ventas para el 2020 sería de 74,6 millones, más del doble de lo actual (VAA, Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos, 2016, p. 14).

Sin embargo, vistas las estimaciones poco aproximadas de anteriores estudios y Libros Blancos del sector, normalmente generosas y optimistas, hay que observar estas estimaciones con reservas, pues no están exentas de cierto sesgo positivo.

Para poder observar las desviaciones en las

comparativas respecto a años anteriores, nada mejor que referenciar el "Libro Blanco del Desarrollo Español de los Videojuegos" (DEV 2016), en este caso al correspondiente al 2013.

En el gráfico sobre estimación de ingresos que se representa, podemos observar que se estimaba para el 2015 cerca de los 81.000 millones de dólares. Ya hemos visto, sin embargo, que en 2015 los ingresos definitivos fueron 91.800 millones, así que en este caso podemos decir que las estimaciones se quedaron cortas (VAA, Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos, 2013, p. 24).

En cuanto a la distribución de ingresos por regiones, tenemos que mencionar un cambio curioso, y es que la distribución de ingresos en el caso de Asia y Estados Unidos estaba más equilibrada, un 36% de la cuota y un 32% respectivamente. En el año 2015, la situación ha evolucionado favorablemente en el mercado asiático, que se queda con un 47% de la cuota, y el Norteamericano se desinfla considerablemente, quedándose con una cuota significativamente menor respecto al año 2013, con tan sólo un 25% de la misma (VAA, Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos, 2013, p. 25).

También es muy interesante señalar la evolución en cuanto a tendencias sobre las plataformas de uso. Para establecer una comparación lógica, vamos a comparar los datos obtenidos entre ambos manuales.

En los datos obtenidos del gráfico 20, vemos que

4.5 INDUSTRIA DEL VIDEOJUEGO EN EL MUNDO

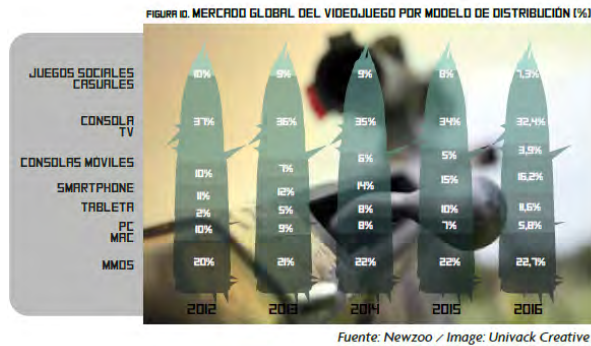


Gráfico 20. Mercado global del videojuego por modelo de distribución. (VVA, Libro Blanco del Desarrollo Español del Videojuegos, 2013, p. 26).

en 2012 el porcentaje de distribución para el sector de las consolas domésticas correspondía a un 37%, frente a sólo un 10% de la cuota en PC. En el mismo gráfico, establecían que el sector del PC para el año 2015 se reduciría hasta un 7%.

Si observamos los datos del gráfico 21, obtenida

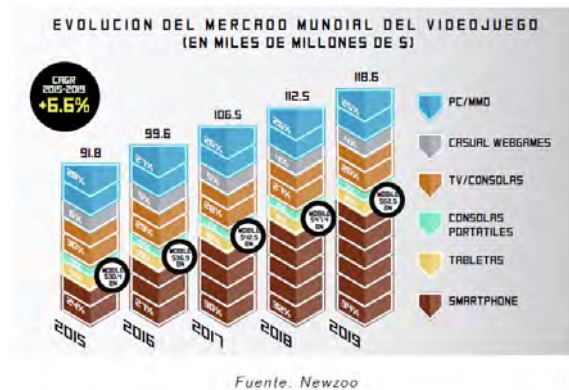


Gráfico 21. Evolución del mercado mundial del videojuego. (VVA, Libro Blanco del Desarrollo Español del Videojuegos, 2016, p. 10).

del Libro Blanco del 2016, vemos que la cuota de PC se dispara hasta un 28%, mientras que la de consolas se sitúa en un 30%. Esto puede deberse al éxito de las ventas a través de plataformas digitales como "Steam", o al auge de los E-Sports, los MOBA o los MMO.

Lo que es innegable, vistos estos datos, es el aumento en cantidad de usuarios y los ingresos que genera una de las industrias más potentes del momento.

De hecho, es muy significativo el dato (para más información, es recomendable acudir a las fuentes citadas anteriormente o empresas que extraen estadísticas sobre el mundo del videojuego, como Newzoo).

Pero no sólo eso, algunos videojuegos están situados entre los tres de los cinco mayores presupuestos de productos de la industria de entretenimiento en toda la historia.

Un ejemplo es "Gran Theft Auto V", de Rockstar, que costó 265 millones de dólares en producirse. Comparándolo con la película rodada más cara de la historia "Piratas del Caribe: En el fin del mundo", (341 millones), nos damos cuenta lo cerca que están las grandes superproducciones de Hollywood de los videojuegos "AAA".

Sin embargo, el título de Rockstar alcanzó los mil millones de recaudación en tan sólo un fin de semana, mientras que la última de la trilogía de "Piratas del Caribe" llegó a los 963,4 millones de recaudación total a lo largo de su proyección en todas las salas del mundo.

Hoy en día los videojuegos están muy cerca del cine en algunas de las superproducciones o títulos denominados triple A, que han superado con creces los mayores blockbusters del cine. Un ejemplo de ello es el lanzamiento de GTA V, que recaudó en tan sólo 24 horas 815 millones de dólares. Para hacerse una idea, Harry Potter recaudó la cifra de 220 millones de dólares en las primeras 24 horas (VVA, Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos, 2015, p. 10).

Es por ello que esta industria relativamente joven se muestra como un mercado incipiente donde invertir, capaz como es de generar millones de usuarios en todo el mundo. Aunque, como viene pasando con todos estos datos, hay que realizar con prudencia el análisis de los datos, pues las cifras de los títulos de éxitos no siempre se comparan con las de los grandes fracasos comerciales, problemas de inversión, y número de empresas que fracasan y tienen que cerrar por la pérdida de financiación.

Esta situación varía enormemente según la localización geográfica como hemos visto, y no sólo por el número de habitantes de cada lugar, sino por la propia población objetiva que pueda ser el target del videojuego a realizar. Por si fuera poco, a esto hay que añadirle que no todas las regiones se comportan igual a la hora de gastar dinero, y en el caso de los juegos *free to play*, la brecha es aún más significativa.

Una cosa que es evidente en estos tres últimos años

4.5 INDUSTRIA DEL VIDEOJUEGO EN EL MUNDO

de desarrollo de la industria del videojuego, es la evidente evolución del mercado hacia la venta digital, gracias a la fuerza de las plataformas de videojuegos online, con Steam a la cabeza, pero a la que ya se suman Uplay, Origin y las correspondientes a las consolas de Sony y Microsoft, han revolucionado el mercado hacia un modelo de ventas donde el usuario se beneficia de ahorrarse de costes de fabricación y distribución, además de contar con ofertas flexibles de las propias plataformas.

A nivel global, hay una última transformación destacable que es interesante reseñar, que corresponde al cambio de los modelos de suscripción frente a los juegos *free to play*, los cuales se diversifican en aquellos financiados por publicidad, y los que integran compras dentro del propio videojuego. La suma de ambos casos nos deja un porcentaje de cuota del 46%, que comparada con el 52% de la correspondiente a los modelos de descarga directa, nos hace ver la diferencia cada vez menor y el recorte de distancias entre ambos modelos de negocio.

El modelo de suscripción mensual tiende a su desaparición, donde tan sólo los juegos más longevos y con mayor comunidad de jugadores como el "World of Warcraft" se mantienen con este sistema, no sin una notoria y paulatina pérdida de jugadores durante estos dos últimos años.

4.5.2

LA INDUSTRIA DEL VIDEOJUEGO EN ESPAÑA

La industria de los videojuegos, como parece pasar con la del cine de animación, parece estar viviendo una época de oro. Se están celebrando festivales de gran relevancia a lo largo del país que sirven como incentivo a las empresas para promocionar sus proyectos, hacer contactos, dar a conocer al público su trabajo, y buscar financiación.

Todo ello sumado a la proyección que le dan medios de comunicación a estos sectores tecnológicos emergentes propicia una situación favorable para un mercado que no deja de crecer.

Es más, desde instituciones y capital privado se subvencionan y apoyan este tipo de proyectos, al menos es lo que parece definirse en el panorama nacional. Más adelante comentaremos la experiencia personal en empresas indies en el sector, y veremos que no todo son facilidades ni proyección real de este tipo de datos.

En cualquier caso, las cifras esperanzadoras que analizábamos a nivel mundial parecen no ser un espejismo, pues en nuestro país también son francamente buenas.

Desde hace unos años, España se sitúa como uno de los mercados más fuertes en el sector del videojuego. Con unos ingresos de 1.485 millones de dólares, el mercado español está posicionado en el noveno lugar mundial y en el

cuarto en Europa después de Alemania, Reino Unido y Francia, según datos de Newzoo.

En cuanto a número de jugadores, España muestra cifras en constante crecimiento, llegando en 2014 a los 19,5 millones de usuarios frente a los 17 millones que había en 2012, según los datos de Newzoo. Esto supone un incremento del 12,9 % en dos años.

El segmento de los juegos sociales es el que atrae a más jugadores, seguido de las videoconsolas y los PCs.

Además, según la encuesta realizada por DEV, se observa que los perfiles más demandados por los principales editores son el juvenil (con un 75 %), el público adulto (72 %) y el preadolescente (25 %).

España se encuentra en el 2º puesto mundial en cuanto a jugadores que utilizan múltiples dispositivos. De hecho, el 31 % de nuestros jugadores juegan en las cuatro principales pantallas: PC, videoconsolas, videoconsolas portátiles y dispositivos móviles (VAA, Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos, 2015, p. 19).

En este caso, a diferencia de lo que sucedía con el sector de la animación, vemos que las expectativas a la alza se han cumplido también en nuestro país, y el crecimiento se convierte en un elemento sintomático.

En cuanto a número de empresas en nuestro país,

4.5 INDUSTRIA DEL VIDEOJUEGO EN EL MUNDO

La inversión de tipo 1, también conocida como “inversión semilla”, cuenta con pequeños esfuerzos de inversión para arrancar un proyecto que aún no existe, a partir de una idea. Se trata de impulsos económicos de pequeño calado, normalmente inferiores a 120.000 euros, donde se apoya un proyecto para que empiece a funcionar y a corto plazo pueda producir ciertos beneficios para el inversor.

En la inversión tipo 2, las cantidades de apoyo son sustancialmente mayores, normalmente hasta los 500.000 euros, donde las empresas tienen que demostrar su solvencia económica y los resultados positivos, y donde esa inyección económica pueda aumentar el target de la misma y su influencia.

La inversión tipo 3 suele concederse a grandes empresas que quieran expandirse a otros mercados para duplicar o poder abarcar grandes áreas de influencia.

El problema con los videojuegos y la financiación viene de las necesidades vitales del sector, que, al igual que el cine de animación, necesita un proceso largo de desarrollo hasta poder sacar un producto al mercado. Además, las cantidades necesarias de financiación coinciden más con el modelo de inversión tipo 2 que con el capital semilla, pues tiene unos costos muy elevados y alargados en el tiempo antes de ser rentable.

Esto, sumado al desconocimiento del público inversor en España del mundo del videojuego, apenas incipiente en España, hacen difícil a las empresas

pasar del primer estadio embrionario al segundo estadio, donde ya pueden ser productivas.

Estas afirmaciones tienen sentido si reflexionamos sobre el dato de facturación que revisábamos anteriormente, donde ese 83% sólo facturan el 8% del total, y el 23% de las empresas totales aún generan beneficios.

Comparándonos con la industria francesa, queda claro que el modelo productivo y la propia mentalidad de financiación aún tiene que evolucionar para adaptarse a las necesidades del mercado.

Además, a pesar de celebrarse muchos festivales de renombre, como Gamelab o Fun & Serious, en la experiencia personal como director de arte de dos empresas y asistente a estos eventos desde el 2012, pareciera que la propia publicidad y la imagen prima sobre la necesidad real de promoción, y podemos constatar que reconocimientos, galardones y movimiento de la prensa no son garantía ni síntoma de una realidad económica ni estable. La inversión que se mueve en estos eventos, a imagen de aquellos internacionales como “E3”, “Tokyo Games Show” o “Gamescom”, ni la contratación de profesionales, ni punto de encuentro con inversores funcionan como apoyo a empresas ni profesionales, y sirven en su mayoría para dar a conocer la empresa y obtener cierto reconocimiento mediático.

Siendo así las cosas, para las empresas de videojuegos que aún no se han establecido con fuerza en

el sector, la realidad de la industria les obliga a diversificar, creando no sólo sus propios títulos, sino trabajando para proyectos de terceros, y en muchos casos, optando por la vía de apoyo secundario que supone la formación. Este hecho concuerda con lo que sucede en el sector de la animación, donde la mayor parte de los centros y universidades convencionales no están adaptados a las necesidades de una industria muy cambiante.

Para poder formar profesionales de calidad, los formadores deben ser a su vez profesionales en activo, y esta línea curricular diverge de la línea de preparación de formadores universitarios oficiales, lo que supone una gran línea de negocio para estas empresas, que suministran de cursos, grados y másteres especializados para aquellos interesados en trabajar en el sector.

Esto, claro está, supone un gran apoyo para las empresas, pero un impedimento enorme para estudiantes interesados en entrar en estos sectores, que muchas veces no cuentan con los recursos necesarios para hacer frente a matrículas mucho más caras que las tasas universitarias que pueden permitirse en la universidad o centros públicos.

La mayor parte de empresas se dedican al desarrollo de videojuegos propios (82 %) o para terceros (56 %). Es relevante destacar que muchas empresas se dedican a múltiples actividades, es decir, comparten el desarrollo de IP propia con el desarrollo para terceros y

la formación (VVAA, Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos, 2015, p. 23).

Respecto al origen del capital de inversión, observamos que lo que comentábamos coincide parcialmente con el análisis que establecen, aunque en este caso el capital nacional corresponde un 93% del total, y el extranjero al 7% restante. Sin embargo, en el análisis del 2016 se muestra un descenso de producciones IP propia, de un 83% a un 76%, lo que puede ser síntoma de que las producciones propias pueden estar empezando a desinflarse. En cualquier caso, habría que esperar a análisis posteriores para constatar la evolución en este sentido.

Lo que queda claro es que uno de los hándicaps a superar sigue siendo la búsqueda de financiación, y en una encuesta realizada en el Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos (2016), se menciona que el 50% de las empresas estarían dispuestas a deslocalizarse o cambiar sus sedes de localización de obtener de alguna comunidad autónoma mejores condiciones fiscales (VVAA, Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos, 2016, p. 17).

En este sentido, continuaría como un apartado pendiente un cambio de postura del gobierno que favoreciera políticas fiscales favorables para impulsar esta industria tanto como la del cine de animación. Por desgracia, los movimientos que se hacen son mayoritariamente de apoyo de imagen, no logístico.

Un ejemplo de modelo de industria a imitar podría

ser el modelo Canadiense, que ha sabido adaptarse a los modelos de industria más actuales, ofreciendo ventajas fiscales para atraer grandes empresas, fomentar proyectos educativos especializados en el sector, que permiten crear profesionales de calidad, y atraer estudiantes y profesionales de otras partes del mundo, lo que ha conllevado a ser conocida como referente formativo.

Además, su adaptación y creación de entorno favorable para el desarrollo de videojuegos, ofreciendo impuestos muy competitivos y créditos reembolsables, ha generado un ecosistema que genera un *feedback* y un reconocimiento envidiables a nivel global (VVAA, Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos, 2015, p. 15).

4.5.3

LA SITUACIÓN DEL PROFESIONAL DEL VIDEOJUEGO EN ESPAÑA

Como cabe esperar, las cifras referentes a ventas, sector e industria son importantes, pero queremos hacer hincapié en el papel de los profesionales de esta industria.

A este respecto, y comparando los datos de los Libros Blancos del Desarrollo Español de Videojuegos de los años 2013, 2015 y 2016, tenemos que el empleo en el sector de los videojuegos aumentaba de 2.630, 3.376 y 4.460 trabajadores respectivamente, donde se aprecia un incremento progresivo y significativo año a año, a pesar de la crisis.

En lo que se refiere a la segmentación del mercado según el sexo, en 2013 el porcentaje de mujeres empleadas correspondía al 16%; por comparación, en 2015 podíamos constatar que tan sólo un 17% de los empleados son mujeres. Esta cifra no mejora demasiado en personas en 2016, donde el empleo femenino en el sector se sitúa en un escaso 18%, algo mejor que el año anterior, pero aún lejos de estar equiparado. Estos datos se obtienen de dichos estudios, y reflejan la escasa evolución que ha habido en el sector en estos últimos años. Es cierto que hay una mejoría, pero sería deseable que el porcentaje fuera equiparándose a una velocidad mayor, sobre todo teniendo en cuenta que el público femenino interesado en videojuegos está creciendo, y en la actualidad, los datos del LBDEV del 2016 reflejan que el 45% de los jugadores activos son mujeres.

También podemos establecer una comparativa interesante si atendemos a los datos de LBDEV del 2013, pronosticaban una escalada en el empleo, donde se esperaban 4.621 empleados vinculados directamente al sector. Si atendemos a los datos del LBDEV del 2015, podemos constatar que la cifra real, 3.970, aún estando atrás de los pronósticos, no ha sufrido una desviación tan grande como la sucedida en el sector de la animación.

Hay un dato significativo que queremos mencionar en este análisis, y es el que corresponde a la estabilidad del empleo. En el Libro Blanco del

4.5 INDUSTRIA DEL VIDEOJUEGO EN EL MUNDO

Desarrollo Español de Videojuegos del 2016 se recoge que el 60% de los contratos son de carácter indefinido, y el 40% corresponden a otro tipo de contratos (VAA, Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos, 2016, p. 29).

De este dato asegurar que el empleo es estable se nos antoja como un análisis sesgado. Un empleo indefinido no garantiza estabilidad laboral, y más teniendo en cuenta la gran cantidad de empresas que están en situación de riesgo por falta de inversión. En las más grandes, sucede que los profesionales se contratan hasta fin de proyecto, como sucede en el sector de la animación. De hecho, en la entrevista realizada a Julen Santiago, mencionaba que una gran cantidad de la plantilla de "Planet 51" fue despedida una vez terminada la producción, a la espera de que les llegara un nuevo proyecto (Santiago, J., 2016).

Esto es algo a destacar, pues el tipo de trabajo depende de la estabilidad y fluidez en número de proyectos de las empresas, las cuales, como hemos visto, tienen grandes dificultades en financiar proyectos a largo plazo.

Esto provoca dos situaciones nada favorables para el trabajador: por un lado, sueldos inferiores a otros países (con menor inversión y pocas ayudas a empresas, para ser competitivos ahorran costos, y entre otros en salarios), y por otro, la migración profesional entre empresas, ciudades o países.

Este hecho es una constante para muchos

profesionales en la actualidad del sector, aunque existen excepciones.

Otro de los factores destacables en el sector del videojuego es la fuerte cualificación de la que se dispone por parte de sus profesionales. La gran mayoría de los profesionales del sector disponen de estudios superiores (67 %) y estudios medios (27 %). Esto garantiza en cierta medida y de forma general que los videojuegos realizados en España cumplan estándares de calidad muy altos (VAA, Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos, 2015, p. 29).

A la luz de lo comentado con anterioridad, este dato es relevante, pero no coincidimos con el análisis posterior, en lo que se refiere a las "garantías en cierta medida". De hecho, más adelante en el mismo libro, se menciona que "la gran mayoría de las empresas (...) afirma tener dificultades para encontrar perfiles adecuados en el mercado laboral español" (VAA, Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos, 2015, p. 30).

Nos parece una situación paradójica, más teniendo en cuenta que son datos que parecen contradecirse. A este respecto, clarifican como el porcentaje de empresas que afirman tener dificultades para cubrir puestos especializados desciende del 63% en 2013, al 56% en 2015. Con esto justifican una tendencia positiva que tiene que ver con el aumento de perfiles profesionales adecuados.

Nuestro análisis difiere en este sentido, pues muchas

empresas demandan perfiles profesionales polivalentes e irreales (sobre todo teniendo en cuenta los salarios para las exigencias relacionadas). Así, es normal ver ofertas de trabajo donde solicitan perfiles especializados, pero a su vez generalistas y con gran experiencia, pero amparados en sueldos muy bajos para lo exigido.

Esta situación se debe a querer ahorrar costes en contratación, y pretender perfiles multidisciplinares en lugar de especialistas. Esto, a su vez, perjudica la calidad del producto final, pues competimos con países que sí especializan el trabajo y delegan en los ámbitos profesionales especializados.

La gran diferencia salarial entre países, además, provoca que los perfiles profesionales con mayor nivel y experiencia abandonen la industria española ante la imposibilidad de ver bien valorado su trabajo y justamente remunerado.

Así, el dato puede reflejar que la formación está mejorando, o bien que las empresas empiezan a gestionar los perfiles profesionales de manera más realista y acorde con los salarios ofrecidos.

Por otro lado, es evidente que en la mayoría de los casos la formación académica pública no puede competir ni ofrecer un servicio educativo a la altura para demandantes de este tipo de formación especializada. Esto se debe a que, en primer lugar, los formadores necesitan un tipo de carrera curricular que dista mucho de la profesional, haciendo en muchos casos incompatibles poder formar en las universidades con toda la titulación

requerida al respecto (idiomas oficiales, máster de investigación, doctorado, ponencias, sexenios, etc...) con compatibilizarlo con una vida laboral muy exigente y que requiere del trabajador formación continua especializada, que ha exigido de este emplear todo su esfuerzo en la especialización y mejora del campo profesional.

Además, la adaptación a los planes de estudios oficiales y organismos como la ANECA, no mejoran en absoluto esta situación, pues los requerimientos para impartir titulaciones oficiales responden a organismos que ralentizan el proceso de adaptación de las titulaciones, y una exigencia de profesorado investigador frente a profesorado profesional, que dificulta en gran medida crear titulaciones oficiales de formación en sectores profesionales relacionados con las industrias tecnológicas.

También cabe destacar la tabla que se nos muestra en Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos del 2015, donde se muestra un gráfico con los costes laborales en función a los perfiles profesionales dentro de los videojuegos.



Gráfico 20. Costes Laborales por Perfil (VVAA, Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos, 2015, p. 30).

Perfiles profesionales

Los principales perfiles demandados en las empresas de videojuegos están encuadrados en el arte y la animación, el diseño y el desarrollo de software, además de especialidades más generalistas como el marketing y la gestión empresarial. La distribución de los empleados directos del sector por función desempeñada muestra cómo un tercio de las necesidades viene del propio desarrollo de software (34 %), pero también existen empleos generales como todos los que tengan que ver con el arte (20 %). El resto de especialidades, menos demandadas en la elaboración de un videojuego, son las de game design, animación, gestión de proyectos, marketing y distribución.

En relación a los costes laborales medios para los perfiles principales, estos oscilan entre los 31.591 euros del game designer hasta los 44.248 euros de media para los empleados en marketing y distribución (VVAA, Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos, 2015, p. 30).

Tras observar el cuadro y el análisis posterior, podemos extraer ciertas conclusiones;

Llama la atención que no se haga hincapié en que los números que vemos corresponden al coste laboral por perfil de los trabajadores a las empresas como media. No son salarios, si no el costo que supone a la empresa el sueldo anual del trabajador.

Aproximadamente, para que un trabajador gane 21.000 euros brutos anuales, a la empresa le cuesta 26.300 euros aproximadamente. Esto se debe a las cotizaciones previas que tiene que pagar la empresa a la seguridad social y otros costes, valorados en torno a un 30% extra sobre su salario bruto.

Por todo ello, 26.000 brutos anuales, suponen 1.435 euros mensuales, en catorce pagas. Pero de nuevo, contando ese 30% que ya hemos mencionado, la empresa pagaría 37.142 euros anuales para que un trabajador pueda percibir 1.435 euros mensuales.

Esto quiere decir que el salario medio mensual de los puestos de arte en España son algo más de 1.400 euros, una cantidad muy baja teniendo en cuenta lo especializado que es el sector y los requerimientos formativos y de experiencia que precisa.

Tampoco mejora mucho la situación en los cargos de responsabilidad, donde entran tales como "dirección de arte", un puesto que normalmente requiere cinco o más años de experiencia en el sector, un nivel de especialidad en una de las ramas artísticas, y conocimiento práctico de todas las demás áreas, además de la responsabilidad de la gestión del equipo y de la línea artística.

Pues bien, con esos 41.000 euros de media, sabemos que el salario bruto resultante sería 28.700 euros, o lo que es lo mismo, 1.557,6 euros de media.

Como autor de esta investigación, Alfonso Berroya, percibo como director de arte en la actualidad (2016)

4.5 INDUSTRIA DEL VIDEOJUEGO EN EL MUNDO

un salario similar, 800 euros mensuales a mitad de jornada como director de arte, lo que se ajusta a esta realidad.

Pues bien, en la empresa Winco Games, en Barcelona, como director de arte se barajaba en la entrevista laboral que realicé en mayo de 2016, un salario rondando los 38000 anuales.

La representante que lleva mi gestión laboral en el mundo de los videojuegos me habló de diversas ofertas laborales en Alemania, cuyos salarios oscilaban entre 50.000 y 60.000 brutos anuales.

Pero esto no sucede sólo en el mundo del videojuego y para probarlo, tomaremos como muestra lo que comenta Julen Santiago en su entrevista sobre el mundo del cine de animación:

No puedo confirmar que las cifras que escribo a continuación sean un ejemplo que se pueda aplicar de manera general pero sí son datos reales de empresas en las que he trabajado.

EJEMPLOS:

Animación de personajes para un minuto de video: 6.000 euros brutos.

Animador junior de largometrajes en España para producciones de alto presupuesto: 18.000 a 20.000 euros brutos/año.

Animador junior de largometrajes en USA para producciones de alto presupuesto: 60.000 dólares brutos/año (Santiago, J., 2016).

Parece que la conclusión de estos datos para el futuro profesional del sector del videojuego o del cine de animación es lógica: el perfil laboral demandado tiende al generalista pues existen una mayor proporción de empresas pequeñas que demandan ese perfil, pero con presupuesto para salarios muy inferior al de otros países.

Así las cosas, al futuro profesional se le presenta una dicotomía complicada a la hora de encontrar trabajo en este sector;

Un profesional puede especializarse en un área concreta dentro de arte, game design o desarrollo de videojuegos, esperando trabajar en el extranjero en busca de cierta estabilidad y un salario correspondiente al coste personal en formarse, o bien buscar un perfil de generalista, que lleva tiempo por derivar y conocer múltiples herramientas y programas, pero que lo aleja de la especialización.

A día de hoy, hasta que la proporción de empresas que apuesten por contratación de especialistas pagados justamente aumente, lo cierto es que se presentan dos líneas de dirección que el estudiante precisa tomar para decidir su futuro profesional, si trabajar en España, o trabajar en el extranjero, porque, como hemos visto, las demandas del mercado aún no están al mismo nivel.

ENTREVISTAS



En la sección que nos ocupa, vamos a realizar un cuestionario común a catorce autores nacionales con los que el autor ha trabajado o tenido contacto directo, los cuales forman parte de las industrias que hemos analizado hasta ahora, de manera que cada profesión especializada aparezca representada.. De esta manera, estarán representados los sectores del cómic americano, manga, franco-belga, novela gráfica, ilustración infantil, ilustración editorial, animación, concept art, rigg, diseño de personajes 3D e ilustración digital. Todos ellos englobados en dos grandes bloques, los autores de cómic por un lado, y los autores de ilustración e industrias derivadas. Esta separación se debe a que los cuestionarios, siendo genéricos, tienen particularidades en cada uno de los dos bloques, debido a la necesidad

de extraer valoraciones específicas de cada autor. De hecho, a lo largo de este análisis no se pretende obtener estadísticas a través de la comparación de las respuestas de los entrevistados. Por extensión sería un trabajo que hubiera requerido de un campo de experimentación mucho más amplio y variado, propio de un trabajo de tesis enfocado sólo en este punto. Además, para la obtención de gráficos se requiere una base estadística mucho mayor que la presente en este análisis, y si propusiéramos porcentajes comparados entre ellos, sería proponer un sesgo en absoluto científico y que se sale del objetivo de ilustrar la experiencia profesional de la mano de sus protagonistas.

Pretendemos, por tanto, tener una muestra de las valoraciones que hacen los profesionales sobre la industria especializada en la que cada uno trabaja, donde

podremos ver puntos en común entre los entrevistados.

Las respuestas servirán no como resultado estadístico, si no como muestra de la realidad profesional de cada sector, que es uno de los puntos que pretendíamos analizar desde el inicio del trabajo de investigación.

Finalmente, hay que señalar en el presente documento impreso se ha recogido una muestra de las respuestas más interesantes ofrecidas por los entrevistados, pero no se trata del cuestionario completo, que, dada la extensión por cada entrevista aparecerá recogido en el documento de anexos.

Es por eso que, en caso de consulta sobre las respuestas completas a cada autor, aquellas personas interesadas pueden encontrar los cuestionarios completos en los anexos.

5.1 ENTREVISTAS A AUTORES DE CÓMIC

5.1 ENTREVISTAS A AUTORES DE CÓMIC

5.1.1 ANTONIO ALTARRIBA



Es catedrático de literatura francesa en la Universidad del País Vasco. Le interesan los aspectos visuales de la escritura y las posibilidades narrativas de la imagen. También la literatura erótica. Sobre ello ha escrito libros como *La España del tebeo* (2001), *Tintín y el loto rosa* (2007) o *La paradoja del libertino* (2008).

Como guionista, es autor de álbumes de historieta como *Amores locos* (2005), *El brillo del gato negro* (2008) o *El arte de volar* (2009) y de series fotográficas recogidas en *El elefante rubio* (2007) o *Vida salvaje* (2008). Como escritor de ficción ha publicado *El filo de la luna* (1993), *Cuerpos entretejidos* (1996), *La memoria de la nieve* (2002) o *Maravilla en el país de las Alicia*s (2010).

Si yo no conociera tu trabajo, cuéntame en pocas palabras quien eres.

Soy un explorador de las posibilidades narrativas de la imagen. La simple inserción de unas palabras en el espacio dibujado de la viñeta puede generar los significados más inesperados. Desde la composición de la página hasta la planificación pasando por la organización de la secuencia, las metáforas visuales o el uso del color, el registro del grafismo es amplio y, de alguna manera, continuamente reinventable. Es esta fértil versatilidad lo que me apasiona del cómic, un medio codificado pero a redescubrir con cada obra.

¿Podrías definirme en qué consiste hacer un cómic?

Para un guionista como yo, en establecer las mejores estrategias narrativas para contar una historia por medio de espacios gráficos dispuestos en contigüidad. Al contrario de lo que muchos piensan, un guionista no se limita a escribir los textos de cartuchos y bocadillos. También define -al menos propone- planificación, composición, iluminación y otros aspectos de la puesta en escena fundamentales para la mejor transmisión del relato.

Háblame de los trabajos que has hecho.

La mayor parte de mis trabajos como guionista de cómic han pasado bastante desapercibidos, bien por su carácter experimental bien por su carácter transgresor. A pesar de ello o precisamente por ello, he colaborado con algunos de los dibujantes más interesantes de los últimos

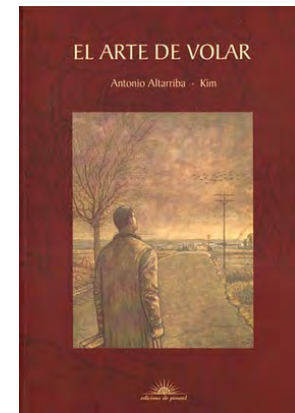


Figura 14. Antonio Altarriba.

años. Con Luis Royo llevé a cabo un trabajo surrealista, descriptivo de mundos fabulosos que contenían su propia lógica evolutiva. Con Castells nos internamos por relatos con fuertes correspondencias internas y citas pictóricas. Con Laura hemos realizado algunas de las historietas eróticas más explícitas y narrativamente más sugerentes del cómic español. El mayor éxito lo he tenido con "Kim" y "El arte de volar". Y mi trabajo más confidencial lleva por título "Detective", lo publicó Ikusager en 1991 y está hecho de relatos policíacos contruidos a partir de los cuadros de Hernández Landazábal, un pintor hiperrealista. En este caso, insólito en la historieta, primero fue la imagen y después, en función de ella, la historia.

¿Cómo es tu rutina de trabajo? ¿Y tu método de trabajo?

Procuro que en este terreno rutina y trabajo coincidan lo menos posible. Me gusta hacer guiones de carácter variado: eróticos, pictóricos, poéticos,

históricos, autorreferenciales, fantásticos... Trabajo mis guiones viñeta por viñeta, con descripción detallada de la escenografía y con indicaciones técnicas referidas a encuadre y planificación. También procuro que la redacción sea ágil, con estilo literario, de manera que suponga una lectura atractiva para el guionista.

¿Es difícil adaptarse al estilo de otra persona? ¿Y que otros se adapten a tu estilo?

En ese ajuste entre el imaginario del guionista y las capacidades gráficas del dibujante está el principal atractivo de la elaboración de un cómic. Es importante, de entrada, buscar al dibujante cuyo estilo se adapte mejor al tipo de argumento y, por parte del guionista, preparar escenas en las que el dibujante pueda lucirse. En cualquier caso y por compenetrado que se esté, siempre hay un desfase entre las imágenes que tengo en la cabeza y las que recibo del dibujante. Descubrir el cómic finalmente realizado es un momento muy excitante, desestabilizador, sorprendente y, en mi caso, casi siempre admirativo por la forma que ha acabado tomando el guión.

¿Cuáles son los pasos que sigues para preparar el guión de una historia?

No me pongo a escribir hasta tener clara la historia, incluido el desenlace. Y luego cada historia es distinta y exige un proceso diferente de escritura. Suelo distribuir en viñetas los tiempos de la narración y luego afinó tomando en cuenta la extensión de los diálogos.



Figura 15. Antonio Altarriba.

¿Es necesario contar con un representante para moverse en tu ámbito de trabajo?

Sí. Sin las ventas en otros mercados resulta difícil sobrevivir. Y un dibujante o un guionista no pueden dedicarse a viajar y negociar sus obras.

¿Es más fácil encontrar trabajo en el extranjero o publicando en ámbito nacional?

Es más fácil publicar en España. Penetrar en otro mercado siempre es difícil. Y más en estos tiempos de crisis.

¿Es factible la posibilidad de autoedición en el mercado español?

Es factible pero poco aconsejable. El trabajo del editor es importante. No sólo da forma a la obra, también la pone en valor y la promociona. Sin contar el trabajo de la distribuidora que la coloca en los puntos de venta.

¿Qué factores influyen y limitan a la hora de realizar un trabajo?

Los económicos. El cómic es un medio que no



Figura 16. Antonio Altarriba.

exige una gran inversión. Con muy pocos recursos puedes permitirte una superproducción, en escenarios fabulosos y una figuración ilimitada. Pero en España el cómic no da para una buena retribución de los autores. Eso es lo que hace que muchos desistan o busquen fórmulas más comerciales.

¿Es el mercado que ha impuesto unas condiciones de trabajo? ¿Cuáles?

La ventaja de tener una industria poco estructurada como la española es que las exigencias comerciales se diluyen. Ganas menos, trabajas con más inseguridad, pero también con mayor libertad.

5.1 ENTREVISTAS A AUTORES DE CÓMIC

5.1.2 BIT



Bit es un autor español que trabaja profesionalmente como entintador para DC Comics. A los 16 años empieza a dibujar fanzines con otro amigo. A los 18 años se da cuenta que ganarse la vida con el comic está jodido y se dedica casi en exclusiva a la informática. A los 21 monta una empresa de reciclaje de informática junto a 3 socios más

En el año 2003 empieza a ayudar a Pasqual Ferry en su estudio escaneando páginas, haciendo trabajos digitales y entintando. Deja de lado la informática y de la mano de su agente, David Macho, entra a trabajar como dibujante de tinta en DC Comics, realizando el número 61 de Batman Gotham Knights junto a Alejandro Barrionuevo a los lápices.

Si yo no conociera tu trabajo, cuéntame en pocas palabras quien eres. A ser posible, si puedes incluir un autorretrato o caricatura de ti/vosotros mismo/s, tanto mejor.

Un entintador.

¿Podrías definirme en qué consiste hacer un cómic?

Hoy en día consiste en hacer, de una manera que se entienda, una película con imágenes fijas y muy resumida. Y la diferencia es que en una película para pasar de un punto a a un punto b, tienes una transición en el cómic tú tienes que hacer el punto "a" y el punto "b" y representarlo de tal manera que se entienda como has llegado desde el punto a al punto b. No tienes ese paso intermedio, lo que lo hace más divertido.

Háblame de los trabajos que has hecho.

Superman Batman Wonderwoman..acabas hasta las narices..yo de Batman acabé harto porque estuve cuatro años en esta serie cuando un personaje es tan famoso, lo que vende es el personaje y lo que tú hagas la igual. Estoy deseando hacer algo más cortito, o como sea, pero que me llene más

¿Piensas que el cómic es una obra en sí mismo, o es un producto de consumo desechable?

Las dos cosas, hay cómics que son obras de arte u obras maestras que merece mucho la pena leerlas, como un buen libro, que lo puedes guardar y tenerlo



Figura 17. Bit.

para leerlo cuando quieras para toda la vida, pero la gran mayoría es bazofia; cómics con dibujos malos, guión malo... obras puramente de consumo. Yo diría que hay un 20% que es material bueno y un 80% que es para consumo.

¿Cómo es tu equipo, y de qué miembros se compone? ¿Y cuáles son sus funciones?

Guionista, dibujante de lápiz, dibujante de tinta, colorista, rotulista y producción. El rotulista se encarga de poner los bocadillos y la fuente, onomatopeyas... y producción la maquetación.

¿Cuáles son los pasos que sigues para desarrollar desde la idea hasta la obra final?

Cuando me enfrento a una página, la analizo,

pienso lo que voy hacer, voy a tomar un café, vuelves, le echas otro vistazo, te vas a tomar otro café, vuelves, decides por dónde quieres empezar (generalmente por donde más te apetece), a los 20 minutos paras, miras algo en Internet... así hasta que acabas.

¿Qué procedimientos para el entintado han caído en desuso con el paso del tiempo?

Puede que algunos se utilizarán mas y ahora se utilicen menos... en desuso no hay nada. Por ejemplo el tampón de tinta se sigue utilizando aunque es más habitual en el cómic europeo.

¿Crees necesario, dada la facilidad de uso de las técnicas de coloreado por ordenador, el conocimiento de la teoría del color tradicional, o no tiene tanto peso hoy en día en cuanto al coloreado digital por ordenador?

Si no sabes como funcionan los colores como se combinan estás encaminado al desastre. Alguien que no tiene ese sentido te va a mezclar un color frío con un color caliente y va a crear un destrozo. Por eso es necesario saber cómo combinarlos.

¿De qué manera te llegan los encargos para trabajar en este medio?

Por mi agente.

Es necesario contar con un representante para moverse en tu ámbito de trabajo?



Figura 18. Bit.

No es obligatorio pero te hace infinitamente más fácil todo; tú haces tu trabajo y yo el mío, que es dedicarme a los cómics.

¿Es conveniente presentar en persona dossiers a los editores?

Sí. Siempre es mejor relacionar una cara con un estilo o una obra aunque sólo sea cinco minutos. Y una vez tengas el trabajo, cada "x" tiempo también, para que sigan relacionando la cara con el trabajo

¿Podrías explicarnos brevemente de qué manera puedes encontrar trabajo en la sección del mercado para el que trabajas?

Preparar un buen "book" con lo que los editores quieran o esperen ver. No puedes ni llevar obras de un estilo que



Figura 19. Bit.

no tengan nada que ver con la casa editorial, ni llevar 1000 ejemplos para que se los lean todos. No más de ocho páginas. Cuatro páginas directamente relacionadas con la editorial o un personaje (lobezno) y otros cuatro con lo que te dé la gana, demostrando que dominas el dibujo, la narrativa, diferentes tipos de plano etcétera.

5.1 ENTREVISTAS A AUTORES DE CÓMIC

5.1.3 ESTUDIO KÔSEN



Somos Aurora García Tejado y Diana Fernández Dévora, dos autoras españolas que llevamos publicando desde 1998 bajo el nombre de Studio Kôsen o, simplemente Kôsen.

La mayoría de nuestros primeros trabajos en España vieron la luz en revistas especializadas en manganime. Nuestro primer trabajo monográfico fue la serie de cuatro comic-books Garou-chan, publicada por Amaniacó Ediciones, y recopilada en tomo por la editorial Kasen en Polonia. Dimos el salto a Estados Unidos dibujando obras de temática yaoi con la editorial Yaoi Press, También hemos trabajado en el campo de la ilustración en libros didácticos como "Japonés en Viñetas" 1 y 2 de Norma Editorial; "Takeaway English" para Nortedur ediciones. Actualmente dirigimos la Línea Gaijin de Ediciones Glénat, para la cual hemos dibujado un tomo remake de nuestra serie Lèttèra.

¿Qué procedimientos gráficos habéis usado? (lápices, acuarelas, tintas...)

Los que usamos normalmente son los lápices y la tinta china. Somos muy de la era digital, así que para el acabado usamos programas informáticos como Photoshop. Pero a veces nos gusta tontear con la acuarela y los Copics, unos rotuladores japoneses que son una auténtica gozada.

¿Con cuáles os encontráis más cómodas?

Como más o menos hemos dicho antes. Haciendo la base al modo tradicional, el lápiz y la tinta, y el resto con métodos digitales.

¿Cuál es el soporte (hoja, tamaño, papel, digital...) que utilizáis para el desarrollo de vuestras obras?

Normalmente A4 de 80 gramos para los bocetos y papel Marca Mayor para la tinta. Luego en digital, nos adaptamos a las medidas requeridas por la editorial/cliente.

¿Cómo es tu equipo, y de qué miembros se compone? ¿Y cuáles son sus funciones?

Las dos somos autoras independientes. Podemos crear nuestras obras sin ayuda de la otra y, aun así, decidimos trabajar en equipo para hacerlo más llevadero. De modo que dependiendo del trabajo, nos repartimos las tareas según nos apetezca y no siempre trabajamos en lo mismo.



Figura 20. Estudio Kôsen.

¿Cómo influye formar un equipo a la hora de trabajar?

En nuestro caso, que como ya te habrás dado cuenta es un poco atípico, influye en los ánimos y en la fuerza de voluntad. Que haya una persona junto a ti dibujando, consigue (aunque no siempre) que te entere la responsabilidad o las ganas de ponerte tu también a trabajar en algo. Un punto importante para los que trabajan en casa, sin jefes y rodeados de distracciones.

Antes trabajábamos por separado (cada una en su casa) y era un tanto solitario y deprimente. Ahora podemos hablar mientras estamos trabajando, echarnos una mano cuando estamos bloqueadas con algo o criticarnos los errores. Es mucho mejor así.

¿Es difícil adaptarse al estilo de otra persona? ¿y que otros se adapten a tu estilo?

En los primeros cómics que publicamos, tuvimos que hacerlo pues nos repartíamos a los personajes a dibujar. Sí, es difícil y un poco mutilador

¿Qué herramienta utilizáis para representar los grises/masas de sombras en vuestros cómics?

Depende de lo que requiera la escena, a veces metemos más masa negra, a veces creamos las sombras a base de rayitas, pero normalmente metemos grises con Photoshop.

¿Creéis que aún hoy día es necesario representar los grises por medio de tramas ya sean digitales o manuales?

Eso depende del estilo del autor. En nuestro caso sí porque nos gusta.

¿Utilizáis algunos pinceles digitales en vuestros cómics? ¿Qué motiva la elección de unos y no de otros?

No solemos usarlos demasiado. Tiramos más al corta y pega de texturas o tramas.

¿Tenéis problemas reproductivos con las tramas grises o con los trazos de tinta?

Más de los que quisiéramos. Las imprentas españolas parece que no se llevan bien con las tramas de puntos.



Figura 21. Estudio Kôsen.

¿Cuánto tiempo os lleva el proceso de acabado de la página?

Si te refieres en concreto a la parte final, cuando ya está entintada y escaneada y sólo falta poner las tramas y los grises; entre dos o tres horas dependiendo de la complejidad de la página.

Llevar determinadas viñetas a sangre, ¿es una cuestión de ganar espacio o deviene de una utilización consciente para la narrativa?

Depende, a veces es porque si lo encierras en una viñeta te falta espacio, a veces es por la narrativa y a veces porque así queda más bonito el diseño general de la página.



Figura 22. Estudio Kôsen.

¿Consideráis que el coloreado digital tiene ventajas de temporalidad respecto al coloreado a mano, o, con la experiencia suficiente, pensáis que se trabaja más rápido manualmente?

No por ser digital se hace más rápido. Depende del nivel de detalle que quieras meterle a la ilustración. A veces manualmente tienes un límite que con digital siempre puedes superar y tardarte 10 horas más en terminar. Eso sin hablar del dichoso Ctrl +Z, un arma de doble filo que puede atraparte en un círculo vicioso sin fin. XD

5.1 ENTREVISTAS A AUTORES DE CÓMIC

5.1.4 JESÚS REDONDO



Jesús Redondo es un autor vallisoletano, cuya obra ha tenido mayor repercusión fuera de las fronteras de su propio país que dentro.

Ha trabajado en diversos estilos, tales como revistas femeninas, ciencia ficción, fantasía heroica, novela negra o el género superheróico entre otros.

Actualmente es el encargado de dibujar las historietas que, esporádicamente escribe Víctor Mora. Ha dibujado el número 10 de Av. Bizarrras, el ejemplar de Correos, la presentación del juego de ordenador y el episodio que apareció en La Revista del periódico El Mundo, así como algunos de los mejores episodios de las aventuras de El capitán Trueno.

¿Podrías definirme en qué consiste hacer un cómic?

En contar una historia, procurando encontrar la manera más adecuada para transmitir al lector lo que le quieres transmitir.

Háblame de los trabajos que has hecho.

Esto es casi imposible de resumir en pocas palabras, pues he trabajado como ilustrador para el mercado nacional y también para el extranjero, también he



Figura 23. Jesús Redondo.

dibujado cómics para diferentes empresas, editoriales, guionistas, etc.

¿Cómo es tu rutina de trabajo? ¿Y tu método de trabajo?

Trabajar cada día y disciplina a la hora de dibujar, si te viene la inspiración que te pille trabajando.

¿Trabajas sólo o formas parte de un equipo? ¿Cómo es trabajar así?

Generalmente trabajo sólo excepto cuando he trabajado para Estados Unidos, en cuyo caso hago sólo el lápiz.

¿Qué ventajas (o inconvenientes) tiene esto?

La ventaja principal es que el acabado es consistente porque es todo mi estilo, no hay intervenciones externas que puedan alterar el resultado.

¿Qué funciones cumples dentro de ese equipo?

Todas, desde el dibujo base, el acabado, el entintado, el coloreado... hasta he tenido que tomar decisiones en el guion, o puntualizar aspectos del mismo.

¿Es difícil adaptarse al estilo de otra persona? ¿Y que otros se adapten a tu estilo?

Sí, porque en gran medida el estilo de cada uno se refleja en el resultado final, el trazo, el gesto, estilo, etcétera.

¿Te has encontrado con algún problema de adaptación?

A veces sí pero con la atención y cuidados suficientes acabas por superarlo

¿Qué supone trabajar solo en un proyecto?

Que la obra es tuya totalmente.

Hablando del color, ¿qué tipo de técnicas estás acostumbrado a utilizar?

Acuarela y gouache.

¿Cuáles han caído en desuso con el paso del tiempo debido a la temporalidad del procedimiento?

Depende de las exigencias técnicas y temporales de la obra a la que te enfrentas; hoy en día además, con un buen y limpio lápiz, el ordenador suple todo lo demás.

¿Sigue habiendo problemas de reproductibilidad con la acuarela?

Si, es difícil lograr representar las mismas calidades que quieres viendo directamente la página original comparándola con el resultado impreso.

¿De qué manera te llegan los encargos para trabajar en este medio?

Normalmente por medio de una agencia.



Figura 24. Jesús Redondo.

¿Es necesario contar con un representante para moverse en tu ámbito de trabajo?

Es bastante aconsejable, porque puedes concentrar tu atención sólo en el trabajo.

¿Es conveniente presentar en persona dossiers a los editores?

Si, absolutamente.

¿Podrías explicarnos brevemente de qué manera puedes encontrar trabajo en la sección del mercado para el que trabajas?

En un 80%, por medio de la agencia a la que estoy adscrito, el resto los puedes conseguir o bien por visita o por vía mail.



Figura 25. Jesús Redondo.

5.1 ENTREVISTAS A AUTORES DE CÓMIC

5.1.5 KEN NIIMURA



En la encrucijada entre la tradición japonesa, europea y americana, JM Ken Niimura (nacido en Madrid, el 19 de Octubre de 1981) ha desarrollado un estilo propio, dinámico, vibrante y humorístico. Sus comics han sido traducidos a seis idiomas y sus ilustraciones han sido vistas en diferentes países. Activo en el campo de la autoedición, también ha ganado numerosos concursos. La publicación de *I Kill Giants* (Soy una matagigantes) le introdujo en el mercado americano, siendo tanto él como el guionista Joe Kelly nominados a los premios Eisner y Eagle. JM Ken Niimura vive actualmente entre Madrid y Montréal, volando a Tokyo en cuanto tiene la oportunidad.

¿Podrías definirme en qué consiste hacer un cómic?

En plasmar ideas sobre un papel utilizar imágenes sin palabras y elementos gráficos que son una convención dentro de lo que conocemos como cómic; bocadillos, viñetas, sentido narrativo, etcétera.

Háblame de los trabajos que has hecho.

El primer cómic medio serio que hice era un cómic de 24 páginas que hice por mi cuenta y lo publiqué "Almaniac" y desde entonces he ido sacando cómics de 24 o 30 páginas y luego recopilaciones de historias cortas. Hasta que en 2007 empecé a trabajar en "Soy una matagigantes", el primer proyecto largo en el que he trabajado con guión de otra persona. Fue un punto de inflexión en el que decidir si dedicarme a esto del cómic o cambiar y dedicarme a la ilustración

¿En qué mercado del cómic encaja tu trabajo y por tanto qué características destacarías del mismo?

Me muevo en todos los mundos, he trabajado para el americano, para el japonés, el europeo y la novela gráfica, pero también un poco al margen del "mainstream", lo que me permite mayor libertad a la hora de desarrollar mis obras. Tengo la ventaja de tener un estilo que permita entender las historias y que a la vez encuentra su hueco en todos los mercados. Moverse dentro de esta corriente principal implica que tienes que adaptarte a ciertas convenciones.



Figura 26. Ken Niimura.

¿Cómo es tu rutina de trabajo? ¿Y tu método de trabajo?

En equipo cuando he trabajado ha sido casi siempre con un guionista. En el caso de trabajar sólo, mi rutina empieza dando paseos y esperar a que se me ocurra algo que contar, ya sea viendo películas o documentandome, y a partir de ahí trabajar como un condenado porque tengo menos tablas, y la parte de guión es la que más tengo que trabajar; desarrollo de personajes, argumento, puntos de giro, etc. A partir de este punto el proceso es igual que cuando me pasan un guion. Empiezo con el desarrollo, el diseño de los personajes, haciendo un "storyboard". Esto es lo que me lleva más tiempo y ésta es la parte además que pulo hasta que me queda bien. Respecto a las páginas, acabo haciendo unas dos páginas al día; es una parte más rápida del proceso porque es la que tengo más controlada. Incluso las dos historias cortas que he hecho para Marvel, me he encargado del lápiz

tinta y rotulado; en alguna ocasión he tenido gente que me ha ayudado a colorear pero no ha sido habitual. No formo parte de un equipo fijo.

¿Qué materiales acostumbras a utilizar para realizar el entintado en las páginas?

Rotulador, pincel y plumilla.

¿Cuáles han caído en desuso con el paso del tiempo?

Yo sigo utilizando lo mismo de siempre, lo que es cierto es que el PhotoShop es una herramienta presente no solo en la postproducción, sino también en el dibujo y entintado. Por ejemplo, las tramas manuales han caído en desuso debido al mismo programa.

¿Trazas los óvalos de los bocadillos a mano? ¿Por qué?

Sí, pero con PhotoShop. Si hay modificaciones de diálogo, puedes modificarlo desde el programa muy fácilmente.

Hablando del color, ¿qué tipo de técnicas estás acostumbrado a utilizar?

Hasta que me fui a París utilizaba técnicas a mano de todo tipo, desde entonces sólo PhotoShop.

¿De qué manera te llegan los encargos para trabajar en este medio?

Por e-mail. Me escribe de vez en cuando gente que le ha interesado algo de mi trabajo, o que tiene alguna

propuesta que hacerme. He tenido una temporada recientemente en la que me llegan cosas y no he tenido que moverme mucho.

¿Es necesario contar con un representante para moverse en tu ámbito de trabajo?

Para mí no porque no me resulta un problema moverme.

¿Sabrías definir el estereotipo de público que compra cómics?

Hoy en día ya no hay diferencia, todo el mundo compra cómics, desde un chaval pequeñín (aunque la mayoría están pegados a las consolas) o señores de 80 años que siguen comprando su capitán América etc. hoy en día hay cómic para todas las edades y públicos.



Figura 27. Ken Niimura.



Figura 28. Ken Niimura.

5.1.6 MARINA ARIZA



Soy grafista y rotulista de cómics. Desde niña quería ser dibujante, y como siempre he sido precavida y ya era consciente de que, posiblemente, no tendría el talento suficiente para ganarme la vida con ello, mi mayor ambición se convirtió en dedicarme a algo relacionado con el mundo del cómic, que siempre fue una de mis aficiones favoritas. Ser grafista y rotulista es mi profesión no por casualidad; es lo que me hace más feliz.

¿Podrías definirme en qué consiste hacer un cómic?

Desde la perspectiva del grafista, que no es muy creativa por desgracia, se trata muchas veces de la coordinación del cómic. Quizá me resulte más fácil si explico cómo se hace en nuestro caso, al menos:

- El editor nos da planes mensuales de qué cómics se van a realizar y qué contenidos habrá en cada uno (desde la cantidad de cómics en cada tomo, si se da el caso, a artículos, cheklists, portadas...).

- Una vez descargamos los cómics americanos, (antes nos llegaban DVDs), enviamos los cómics a los traductores y pedimos los artículos a los colaboradores. Mientras tanto, nosotros arreglamos el cómic para la rotulación y la maquetación. Borrarnos el texto inglés en los bocadillos, arreglamos las onomatopeyas y montamos las páginas al formato que haya decidido el editor.

- Una vez llega la traducción, rotulamos el cómic y lo llevamos a un corrector para que revise los posibles fallos que pueda haber. Siempre acostumbra a haber algo: un tomo puede tener de 140 a 300 páginas o más, con una media de 15 bocadillos por página siempre hay algún error que no podemos dejar pasar. Con los artículos pasa lo mismo. Acostumbramos a buscar imágenes relacionadas con el contenido del cómic y editamos el texto si no lo ha hecho ya el articulista y también se corrige.

- Una vez corregimos todo, hacemos pdfs y los llevamos a imprenta para que hagan los *plotters* (una maqueta real del cómic que saldrá a la venta). Estos plotters son revisados, de nuevo, y comprobando que



Figura 29. Marina Ariza.

no haya ningún error, de nuevo, que las páginas estén bien paginadas, que no haya páginas repetidas o dobles partidas, etc. En resumen: el *plotter*, una vez dado el OK, es el cómic que saldrá a la venta y no puede tener ningún error.

Como se puede ver, la parte más artística estaría en la rotulación y algunas onomatopeyas, títulos y artículos... el resto de nuestro trabajo, y pese a no destacar, se ocupa de toda la parte técnica que es lo que hace que tengas el cómic en las manos.

Háblame de los trabajos que has hecho.

Desde Marvel a DC, pasando por clásicos como "Terry y los piratas" o "Rip Kirby". Puede que lo más satisfactorio haya sido el coloreado del "11-M" de Toni Gual y Pepe Gálvez.

¿Experimentas con nuevos procedimientos o prefieres continuar con los que te resultan familiares?

En mi caso, soy muy fiel a lo que conozco, pero me encanta mirar de qué manera rotulan los grafistas cuando nos llegan los cómics de otros países y qué tipo de programas usan. Aprendes mucho y, cuantas más formas conozcas de hacer algo, más recursos tendrás por si hay algún problema en algún momento.



Figura 30. Marina Ariza.

¿Con cuáles te encuentras más cómodo?

In Design, Illustrator, Photoshop. Son mis básicos y los de cualquier grafista, me atrevería a decir.

¿Qué ventajas encuentras con estos procedimientos respecto a otros?

Es como trabajar con un sólo programa. Es rápido, eficaz y hasta divertido. Son tan compatibles que incluso ahora me siguen sorprendiendo a veces...

¿Cómo consideras que ha evolucionado tu trabajo respecto a estos procedimientos?

Antes rotulábamos los cómics directamente en el velox o los acetatos; afortunadamente, ahora que todo es digital, la realización del cómic es mucho más rápida y cómoda para todos. Se ahorran muchos pasos.

¿Cual es el soporte (hoja, tamaño, papel, digital...) que utilizas para el desarrollo de tus obras?

Digital en la mayoría de las ocasiones. Alguna

vez tenemos que escanear un cómic antiguo, sacar la pluma y volver a colorearlo, pero ya no es una rutina como lo era antes.

¿Trabajas sólo o formas parte de un equipo?
¿Cómo es trabajar así?

En equipo se trabaja mucho mejor. Como ya expliqué antes, un cómic tiene muchas fases de realización y es bueno que alguien revise tu trabajo: acostumbramos a revisar el trabajo de la otra compañera para estar más seguras de que no haya fallos.

¿Qué ventajas (o inconvenientes) tiene esto?

Inconvenientes, para mí y hasta la fecha, ninguno. A veces estás tan metida en algo que ya no sabes qué estás haciendo, y siempre es agradable pedir ayuda o un punto de vista diferente a tus compañeros cuando te quedas atascada. Supongo que el tener un buen ambiente laboral y llevarte bien con tu compañera y jefe también ayuda mucho.



Figura 31. Marina Ariza.

¿Cómo es tu equipo? ¿De qué miembros se compone? ¿Y cuáles son sus funciones?

Tres. Los tres somos grafistas pero mi jefe lleva la coordinación que lleva mucho tiempo (como he explicado antes, hablar con el editor, buscar los cómics, coordinar quien traduce y qué colaboradores se encargan de qué artículo, ir a la imprenta, etc).

5.1 ENTREVISTAS A AUTORES DE CÓMIC

5.1.7 SANTIAGO VALENZUELA



Licenciado en la especialidad de grabado de la Facultad de Bellas Artes de la Universidad Complutense, ha trabajado como ilustrador para medios de comunicación, empresas de publicidad y de diseño, y actualmente publica dibujos en El País Semanal, pero dedica la mayor parte de su tiempo a la historieta. En los años noventa participó en los fanzines Jarabe y El regreso de los ultramarinos, y su primer contacto reseñable con el medio fue a través de los concursos de cómic, de los cuales ganó alguno que otro. Desde entonces, y aparte de colaborar con revistas como Tos, Humo, Cretino y Dos veces breve, ha publicado los siguientes libros: Sociedad limitadísima (Editorial Ariadna, 2005); El lado amargo y El gabinete del doctor Salgari (Astiberri, 2005 y 2007). Edicions de Ponent ha editado los seis volúmenes de Las aventuras del Capitán Torrezno: Horizontes lejanos (2001), Escala real (2003), Limbo sin fin (2003), Extramuros (2004), Capital de provincias del dolor (2005) y Los años oscuros (2006).

¿Podrías definirme en qué consiste hacer un cómic?

En contar una historia, o exponer una reflexión o un apunte lírico o una vivencia o una conversación mediante una secuencia de imágenes, normalmente usando una combinación de dibujo y de texto. Esto en términos generales, porque también puede hacerse un cómic mudo, sin texto, y también podría repetirse siempre la misma imagen, o haber una sola imagen sin secuencia alguna.

¿Piensas que el cómic es una obra en sí mismo, o es un producto de consumo desechable?

Es igual que un libro o que un disco o una película. Puede ser una obra que valga la pena (una obra en sí misma lo será siempre, a no ser que forme parte de una campaña publicitaria o algo así) o puede ser un producto desechable.

¿Existe una relación profunda entre hacer cómic y contar una historia?

Personalmente creo que sí, aunque como decía respondiendo a la tercera pregunta las posibilidades son infinitas. También es ambiguo el significado de "historia" y por tanto el de "contarla". En el medio del cómic se puede hacer absolutamente todo, desde contar historias a resumir historiales clínicos. Yo tiendo a lo narrativo y me parece que mis trabajos son bastante clásicos en ese sentido.



Figura 32. Santiago Valenzuela.

¿En qué mercado del cómic encaja tu trabajo y por tanto qué características destacarías del mismo?

En el mercado de autores españoles, y en concreto supongo que en el llamado cómic adulto o personal, como distinto de géneros más juveniles y comerciales o convencionales como puedan ser el de los superhéroes y el manga. De todas formas mi trabajo no es en realidad personalista ni confesional ni tiene mucho que ver con la llamada novela gráfica, así que estoy un poco aparte de la corriente principal y supongo que de la mayor parte de los lectores. Lo que yo hago tiene bastante de historia de aventuras clásica, y también de humorismo, con algo de underground y de broma metaliteraria.

¿Qué supone trabajar solo en un proyecto?

No tener que discutir a cada rato, supongo. No

tener que intentar hacer ver a otros que tienes razón y que lo que propones vale la pena. Y no tener ayudas cuando falta la inspiración.

¿Has echado de menos apoyo en algunas ocasiones?

Sólo de orden técnico. Me gustaría trabajar con mil ayudantes, y poder concentrarme sólo en las tareas más agradecidas, en los aspectos puramente creativos del asunto que no son tantos, en escribir y dibujar, y no en entintar, retocar y rotular o maquetar. Esa opulencia de los talleres japoneses o americanos la echo de menos siempre.

¿Cómo planificas tu trabajo y cómo encaras la organización del mismo?

Sólo planifico cada libro cuando me pongo con él. Organizo el guión, luego empiezo a dibujar y al cabo de un año, con suerte, lo acabo y puedo pensar en otra cosa. Apenas compagino el trabajo del cómic con otros como el de la ilustración, sólo muy de tarde en tarde, con lo cual no tengo mucho que organizar.

¿Cuáles son los pasos que sigues para desarrollar desde la idea hasta la obra final?

Primero apunto cosas sueltas, que luego, una vez conjuntadas y depuradas, serán el esqueleto o embrión del guión, junto con algunos bocetos de personajes, a veces, o de escenarios. Luego escribo el guión en

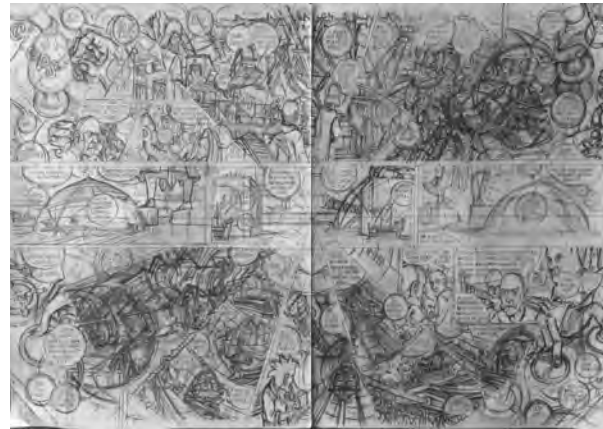


Figura 33. Santiago Valenzuela.

detalle y hasta la última coma, cuando se trata de partes con mucho diálogo, o bien lo dejo más vago y abierto cuando son escenas de acción o más paisajísticas, ahí sólo apunto someramente lo que pasará y lo que se verá. Después, por lo general, hago bocetos de las páginas donde aparece todo esquemático, un poco como un *storyboard*. Después ya paso a dibujar las páginas a lápiz, después las entinto, las fotocopio, les doy grises, las escaneo, retoco los fallos que haya y las rotulo y por último las maqueto y las meto dentro de un documento digital final que es el libro acabado que va a la imprenta.

¿Eliges un determinado estilo de dibujo u otro en función de la historia que vayas a contar?

A veces lo intento, pero en general no lo consigo. Es muy difícil librarse de los propios hábitos, las propias servidumbres visuales o manuales.



Figura 34. Santiago Valenzuela.

¿Crees que aún hoy día es necesario representar los grises por medio de tramas ya sean digitales o manuales?

En absoluto. No conozco a nadie que use tramas. Las tramas mecánicas eran una solución de compromiso, una forma de conseguir grises medianamente uniformes, pero no dejaban de ser una chapuza. Ahora mismo se puede conseguir un gris con solo dar un botón, eligiendo exactamente la cantidad de negro precisada. Habrá quien en lugar de dar un gris exacto prefiera meter una trama digitalmente, que es algo también sencillísimo, pero aparte de por cuestiones nostálgicas o por conseguir un aspecto un poco retro no veo que sentido puede tener.

5.2 ENTREVISTAS A AUTORES DE ILUSTRACIÓN E INDUSTRIAS DERIVADAS

5.2 ENTREVISTAS A AUTORES DE ILUSTRACIÓN E INDUSTRIAS DERIVADAS

5.2.1 ARTURO COSO



Es creador de personajes de dibujos animados. Empezó trabajando en visualización arquitectónica para Hoteles, mientras que de *freelance* trabajaba en un pequeño estudio de videojuegos.

Ha trabajado para la serie de animación "Momochi", y en el mismo estudio, para títulos aún por descubrir.

También ha trabajado para King Games, configurando los personajes de su videojuego "Bubble Witch Saga 3".

Hablando de programas, sobre todo utiliza Maya, Zbrush y Photoshop.

Hablando de equipo tecnológico, con lo que más cómodo me siento es con una tableta gráfica como una Cintiq o similar para los trabajos más artísticos.

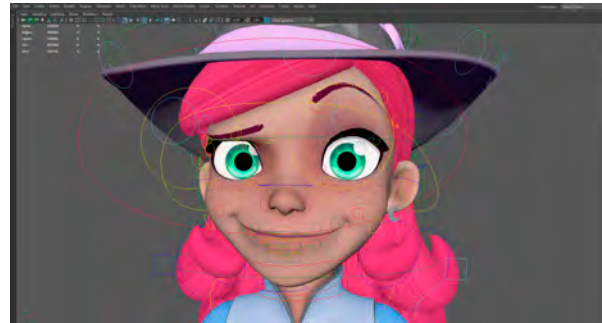


Figura 35. Arturo Coso.

Háblame de los trabajos que has hecho.

Empecé trabajando en visualización arquitectónica para Hoteles, mientras que de *freelance* trabajaba en un pequeño estudio de videojuegos.

He trabajado para la serie de animación Momochi, y en el mismo estudio, para títulos aún por descubrir.

También he trabajado para King Games, configurando los personajes de su videojuego "Bubble Witch Saga 3".

¿Con qué procedimientos gráficos o programas te encuentras más cómodo en tu *workflow* habitual?

Hablando de programas, sobre todo utilizo Maya, Zbrush y Photoshop.

Hablando de equipo tecnológico, con lo que más cómodo me siento es con una tableta gráfica como una Cintiq o similar para los trabajos más artísticos.

¿Experimentas con nuevos procedimientos o prefieres continuar con los que te resultan familiares?



Figura 36. Arturo Coso.

En esta industria siempre hay que estar experimentando y estudiando nuevas maneras de hacer los trabajos. Cada uno de estos es un mundo y tiene sus propias necesidades, con lo que con cada trabajo se aprenden nuevas cosas sin excepción.

¿Trabajas sólo o formas parte de un equipo? ¿Cómo es trabajar así?

Normalmente trabajo en equipo, puesto que esta industria engloba muchos departamentos. Realmente es como en cualquier otro trabajo, recibes la parte de otro y le añades la tuya.

¿Cuáles son las principales actitudes a evitar cuando se trabaja en la empresa profesional?

Lo más importante es evitar el individualismo, mentalizarnos de que estamos en un equipo y que entre todos es como saldrá bien el trabajo.

¿Tienes libertad creativa para corregir e

5.2 ENTREVISTAS A AUTORES DE ILUSTRACIÓN E INDUSTRIAS DERIVADAS

incrementar elementos nuevos al trabajo?

Limitada, hay que tener en cuenta que los puestos que abarco tienen que respetar las decisiones que vienen de arte, pero esto no quiere decir que no podamos aportar nuestro "toque".

¿De qué manera te llegan los encargos para trabajar en este medio?

Hoy en día suele ser por redes sociales y profesionales como Facebook y LinkedIn.

¿Es conveniente presentar en persona dossiers o portfolio a los editores o a las empresas directamente?

Normalmente cuando estamos en persona con alguien para trabajar con él, ya ha visto antes nuestro trabajo, personalmente, no suelo llevar encima mi portafolio.

¿Es más fácil encontrar trabajo en el extranjero o publicando o trabajando en ámbito nacional?

Desgraciadamente, en nuestro país no hay demasiada industria, así que es más que recomendable no tener miedo a salir fuera y adquirir experiencia allí, puesto que cuando queramos volver seremos más valorados. ¿Esto tiene sentido? No mucho, pero es así.

¿Cómo defines tu experiencia de trabajar para mercados extranjeros?

Nada que ver con lo que se puede encontrar aquí,



Figura 37. Arturo Coso.

desde la forma de pensar, hasta el trato y valor que se da a los artistas, obviamente hay excepciones. Digamos que en España hay que estar "agradecido" de trabajar en esto.

¿Cuál es el papel del supervisor, editor o lead en tu trabajo?

El supervisor es el encargado de llevar el departamento, suele ser la persona con más experiencia del equipo. Por debajo están los lead, éstos son los que están por encima de los senior, y son los que marcan las pautas a la hora de hacer el trabajo.

Echando la vista atrás, ¿qué cosas hubieras hecho de otra manera en los trabajos que has realizado?

En algunas ocasiones, la falta de experiencia te lleva a tomar un camino que tal vez no es el más indicado, o simplemente hay formas más eficaces de resolver un problema. Al trabajar en un aspecto técnico de la industria, mis trabajos anteriores casi siempre los haría de una manera distinta.

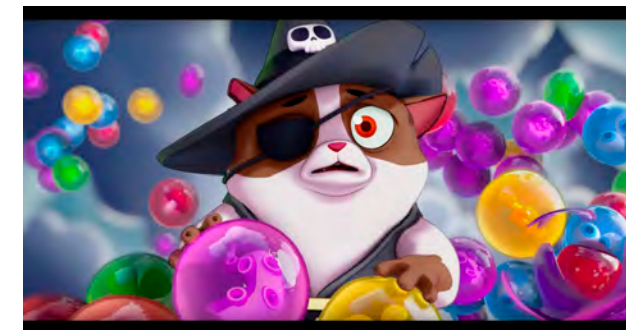


Figura 38. Arturo Coso.

5.2 ENTREVISTAS A AUTORES DE ILUSTRACIÓN E INDUSTRIAS DERIVADAS

5.2.2 CARLOS NCT



Ilustrador y concept artist *freelance*.

Desde 2007 ha trabajado como *freelance*, especializándose en ciencia ficción y fantasía. Ha desarrollado diferentes portadas e ilustraciones para libros de rol, novelas y juegos de mesa.

También ha trabajado como docente para la escuela "Ánimum", desarrollando videotutoriales sobre anatomía humana y animal.

Algunos de sus trabajos incluyen proyectos tan relevantes como "Castlevania Lord os Shadows 2", "Capture the Flag", "Raiders of the Broken Planet" o "Tadeo Jones 2".

¿Podrías definirme en qué consiste hacer un trabajo para tu sector en la industria?

Mi parte como ilustrador consiste en llevar a cabo una traducción visual de las necesidades del cliente. Como *concept artist* el trabajo ahonda un poco más en la fase de exploración, y forma parte de una cadena de producción, por lo que según qué proyecto o situación, a veces el trabajo continúa con un seguimiento de cómo se desarrolla este.

Háblame de los trabajos que has hecho.

A destacar, he trabajado en la serie "Legend Of The Five Rings" (juego de cartas), los títulos "Castlevania: Lords Of Shadow", "Raiders Of The Broken Planet", y las películas "Capture The Flag" y "Tadeo 2".

¿Experimentas con nuevos procedimientos o prefieres continuar con los que te resultan familiares?

Para trabajos propios me gusta de vez en cuando experimentar un poco más: texturas, fotografía... pero en producción he de ceñirme a lo seguro.

¿Cómo es tu rutina de trabajo? ¿Y tu método de trabajo?

Nada especial: me siento y trato de aprovechar el tiempo. Es importante tener las ideas claras antes de trabajar, y buscar referencias para poner el cerebro en marcha.

¿Cuáles son los pasos que sigues para desarrollar desde la idea hasta la obra final?

Pensar mucho, y pasar a la acción. En la mayor parte de las veces unos cuantos bocetos se darán primero, y aunque todos se desechan al final, el cerebro va buscando opciones y soluciones.

¿Qué procedimientos digitales han caído en desuso con el paso del tiempo?

Es difícil de encontrar algo que responda a esto. Parece más bien como que todo se ha ido construyendo por capas encima de otras cosas. Realmente no se ha dejado de usar nada, solo se han ido añadiendo nuevas herramientas y perfeccionado otras.

¿Funcionas de manera similar cuando tienes que resolver un personaje que cuando tienes que realizar un escenario?

Difícil cuestión. Me atrevería a decir que como concepto es la misma situación, aunque en las distintas



Figura 39. Carlos NCT.

5.2 ENTREVISTAS A AUTORES DE ILUSTRACIÓN E INDUSTRIAS DERIVADAS

etapas e ingredientes a manejar, supongo que varían las proporciones. Me explico: quizá el diseño de personajes conlleva más dibujo a línea, y un escenario se compone de más trabajo a mancha, color y luz.

¿Te ves más como un artista creador o como un artesano profesional?

Probablemente una muy buena pregunta que se debería hacer mucho más la gente. Cuando trabajo para otros soy más un artesano profesional; cuando lo hago para mí, y por placer, puedo decir que -mejor o peor- trabajo más como artista creador.

¿Es conveniente presentar en persona dossieres o portfolio a los editores o a las empresas directamente?

En las ferias es correcto. Se conciertan citas para ello, entrevistas y demás. Lo de presentarse en la puerta de un estudio ya es más peliagudo, y no suele sentar bien. No lo recomiendo.

¿Qué factores influyen y limitan a la hora de realizar un trabajo?

El tiempo es un factor importante, por supuesto. La claridad de la idea, el objetivo, la intención... Son esenciales para enfocar bien lo que se desea. Todo eso ahorrará mucho tiempo siempre para llegar a buen puerto, y la energía se perderá menos en trabajo que no está bien enfocado. Como he mencionado más de una vez, es importante tener claro en la mente adónde se quiere llegar.

¿Cómo determina tu conocimiento de las técnicas a la hora de desarrollar un proyecto?

Conocer bien la técnica, tenerla interiorizada, automatizada... va a hacer siempre que nos podamos centrar en nuestro proceso intelectual en desarrollar las ideas o resolver los problemas que vayan surgiendo. Un proceso automatizado es un problema menos y un gran aliado para trabajar.



Figura 40. Carlos NCT.



Figura 41. Carlos NCT.

5.2 ENTREVISTAS A AUTORES DE ILUSTRACIÓN E INDUSTRIAS DERIVADAS

5.2.3 DANIEL ARNAL LACALLE



Estudió arte electrónico y diseño digital, después se especializó en animación 3D, todo ello después de acabar delineación industrial.

Comenzó trabajado en pequeños estudios de producción audiovisuales, en Barcelona. Hizo un poco de todo: páginas web, edición de video, 3D generalista, pero no fue hasta acabar mi *demo reel* de animador 3D en "Pepe School" y mandarla a los estudios más importantes de España, cuando encontró su primer trabajo especializado en 3D, para la película "Planet 51", en Illion Studios.

Después desarrolló su faceta de diseñador industrial trabajando en "GREY", como director de arte, enfocado a la publicidad. 3 años más en 737 SHAKER, como animador 3D para la serie Jelly Jam. Hasta el día de hoy, reparte su tiempo entre dar clases como profesor en Creanavarra y multitud de proyectos *freelance*.

¿Podrías definirme en qué consiste hacer un trabajo para tu sector en la industria?

Depende mucho del tipo de producción y del tamaño de la empresa.

Si la empresa es grande, el trabajo es más especializado y animas en base a un *layout* y unas animáticas bastante cerradas, por lo general. Y si la empresa es pequeña, es bastante probable que pases por todos o varios de los procesos de animación.

¿Con qué procedimientos gráficos o programas te encuentras más cómodo en tu *workflow* habitual?

Me siento cómodo con el formato digital, con ratón, aunque el lápiz cada día ofrece más posibilidades.

He trabajado tanto en 3DMax, Maya, Softimage.

¿En qué industria encaja tu trabajo y por tanto qué características destacarías del mismo?

Publicidad, cine, TV, videojuegos, app... creo que mi punto fuerte es el *acting* humorístico.

¿Trabajas sólo o formas parte de un equipo?
¿Cómo es trabajar así?

Ambas, depende del proyecto. Cada proyecto es diferente, mi última experiencia fue trabajando para la serie "Yoko y sus amigos: equipo a distancia". Trabajaba desde mi casa, pero dentro de un equipo de animadores, formado por 30 personas que nos comunicábamos a través de un chat, el director nos



Figura 42. Daniel Arnal Lacalle.

daba las correcciones a tiempo real, online.

El resto de experiencias ha sido o en un estudio, rodeado de compañeros o trabajo solitario desde mi casa.

¿Funcionas de manera similar cuando tienes que resolver un plano concreto que cuando tienes que enfrentarte a una secuencia?

Una secuencia es siempre más motivante, ya que puedes desarrollar una pequeña historia un poco más independiente... el proceso es básicamente el mismo pero visto de una forma más global.

5.2 ENTREVISTAS A AUTORES DE ILUSTRACIÓN E INDUSTRIAS DERIVADAS



Figura 43. Daniel Arnal Lacalle.

¿Te ves más como un artista creador o como un artesano profesional?

Siempre depende del proyecto. Hemos de entender, que somos una pieza más del engranaje, saber escuchar, y saber delegar, creo que es clave encontrar un hueco a nuestras ideas dentro del proyecto común, a la vez que respetamos cuando otras ideas pueden estar aportando más al proyecto.

¿De qué manera te llegan los encargos para trabajar en este medio?

Mayoritariamente a través de los contactos realizados anteriormente... al final la "familia" de la animación es relativamente pequeña.

Pero también me han conectado por LinkedIn, he mandado demos a ofertas que se publican en Domestika, en algunos grupos de Facebook o páginas especializadas.

¿Es conveniente presentar en persona dosieres o portfolio a los editores o a las empresas directamente?

Creo que el momento de la entrevista personal es crucial, tengamos en cuenta que lo más importante son nuestras capacidades profesionales, pero para trabajar en un proyecto en concreto, ya sea en grupo o en solitario quien nos contrata ha de valorar si seremos capaces de soportar la presión, de aportar entusiasmo, si seremos capaces e adaptarnos a los requerimientos de la dirección, en definitiva si aportaremos a la empresa un extra de motivación y creatividad en los momentos claves o por el contrario seremos un lastre... alguien que a la empresa le supone un desgaste extra durante la producción.

Alguien con energía, sinceridad, optimismo y ganas de obtener resultados satisfactorios, puede ser un factor determinante para que la empresa decida quien aporta más al proyecto.

¿Es más fácil encontrar trabajo en el extranjero o publicando o trabajando en ámbito nacional?

Los mercados se mueven... del 2003 al 2010 en España de alguna manera explotaron, se produjo un boom, obviamente, Francia, UK, AUS, y por supuesto EEUU, tienen una industria mucho más consolidada durante décadas, actualmente CAN o NZ cuentan con grandísimos estudios y proyectos y condiciones laborales admirables...

Personalmente solo he trabajado para UK y España.



Figura 44. Daniel Arnal Lacalle.

En el ámbito Nacional, el bajón ha sido considerable, y se nota mucho que la industria no está consolidada salvo quizás en contadas excepciones... debemos hacer un esfuerzo considerable en este aspecto, ya que el talento es indiscutible.

5.2 ENTREVISTAS A AUTORES DE ILUSTRACIÓN E INDUSTRIAS DERIVADAS

5.2.4 EGOITZ PINTO



Su carrera despegó cuando se mudó a Japón, donde hizo varios cursos de diseño e ilustración, así como manga y animación. Tras graduarse colaboró con la empresa Sublimation como diseñador 3D para la animación "Battleship Yamato 2202".

Actualmente reside en Tokyo, donde trabaja en la empresa de desarrollo de videojuegos Nobollel como diseñador y en su tiempo libre como dibujante *freelance* realizando *concept art* de figuras para empresas de miniaturas como Zaelot miniatures o RGD GAMING LLC, así como ilustración y *concept art* y otros trabajos de diseño más esporádicos para empresas de videojuegos y animación como Meisekimu, ClockDance etc.

¿Podrías definirme en qué consiste hacer un trabajo para tu sector en la industria?

En dibujar mucho, no sólo diseños propios, sino ser capaz de imitar el estilo de otros y ser adaptable. Una persona que se especialice demasiado no tendrá muchas opciones de encontrar trabajo.

Háblame de los trabajos que has hecho.

Como diseñador he tenido que aprender a hacer desde diseños de personajes hasta Interfaces de usuario, pasando por fondos, *concept art* y *matte paintings*. También me pidieron aprender a usar softwares de 3D de forma profesional en muy poco tiempo. He trabajado para empresas como Iron belt de ilustrador, ClockDance inc como diseñador de monstruos, Sublimation como modelador 3D y muchas otras.

También he publicado algunas historietas en Japón en lo que podría ser conocido por algunos como "estilo manga" (aberró de ese término), así como diseños para miniaturas, modelos y ambientes para animes etc.

¿Experimentas con nuevos procedimientos o prefieres continuar con los que te resultan familiares?

Prefiero lo que me resulta más familiar, y cambiar me suele costar, incluso de una versión para otra del mismo programa. Hasta hace relativamente poco aún seguía usando photoshop CS2. He experimentado con algunos softwares de animación y de ilustración,



Figura 45. Egoitz Pinto.

pero casi siempre acabo volviendo a los que conozco bien y por tanto, con los que tengo mejor *workflow*.

Para aquellos que quieran dedicarse al trabajo "Freelance", ¿qué consejos darías sobre problemas a evitar cuando alguien se inicia en este mundo?

Lo primero, tema de egos. Resulta curioso que en un enorme porcentaje de los casos, aquel que se cree que está preparado para vivir de sus lapiceros suele tener un ego indirectamente proporcional a la habilidad artística o técnica real. Y eso no cambia hasta que recibe varias duchas frías de realidad (y a veces ni cambia). Hay que querer tu trabajo, pero debes saber dónde estás en cada momento.

5.2 ENTREVISTAS A AUTORES DE ILUSTRACIÓN E INDUSTRIAS DERIVADAS

Segundo, insistir. Trabajar mucho y crearse un entorno comunicativo con los demás artistas. No verlos como “competidores”, sino como compañeros que pueden presentarte clientes y darte trabajos en momento.

¿Cuáles son los pasos que sigues para desarrollar desde la idea hasta la obra final?

En mis proyectos personales, básicamente partes de una idea y la vas desarrollando en pequeñas fases. Desde la idea original, pasando por una sinopsis, luego un guión genérico que lleva a un *storyboard*. Después vas puliendo poco a poco los diálogos y las acciones hasta que estás listo para hacer los dibujos finales.

¿Es factible la posibilidad de autoedición en el mercado español, o de producir tu propio proyecto de animación o videojuegos?

¿Videojuegos y animación? Supongo que si tienes mucho dinero propio y/o productores dispuestos a desembolsar mucho a cambio de la efímera promesa de un reembolso improbable (que no de conseguir beneficios), es factible.

Cómic es más posible, aunque desde el punto de vista de un aficionado, y teniendo como meta la auto subvención. Puedes recuperar el dinero invertido si inviertes a su vez mucho tiempo y esfuerzo en diversos salones de cómics y manga por la península y exteriores.

Si buscas beneficio, deberías mirar mejor en dirección a Internet o fuera de las fronteras.



Figura 46. Egoitz Pinto.

¿Cómo determina tu conocimiento de las técnicas a la hora de desarrollar un proyecto?

El conocimiento de la técnica es influyente sobre todo en el tiempo, no tanto en la calidad.

Por lo general, para crear algo lo único que necesitas es tiempo. Cuanto más tiempo le inviertas, tanto mejor será el acabado final. El dominio de una técnica sólo reduce el tiempo necesario para darla por acabada.

Lo que aumenta la calidad de una obra no es tanto la técnica de creación como los conocimientos básicos de anatomía, perspectiva, composición, color, etc.



Figura 47. Egoitz Pinto.

5.2 ENTREVISTAS A AUTORES DE ILUSTRACIÓN E INDUSTRIAS DERIVADAS

5.2.5 JUAN PUERTA



Juan Puerta es 3D Character artist y *freelance Sculptor*. Ha trabajado en empresas como Dibulitoon Studio, creado su propio estudio de gestión de contenido 3D llamado "Ikso Studio" y más tarde JMP3D, y actualmente trabaja en "Goodgame Studios" como 3D Character artist.

En el campo de la docencia, ha trabajado como profesor en el centro Creanavarra en las áreas de 3D y *Digital Sculpting*, y en la actualidad es tutor 3D para la escuela "Ánimum".

También ha creado su propia empresa de miniaturas llamada "White Wolf Miniatures".

Si yo no conociera tu trabajo, cuéntame en pocas palabras quien eres.

Hola me llamo Juan y soy un 3d Character Artist en Good Game Studios. Empecé haciendo 3d como generalista hace ya más de 10 años. Mi primer trabajo fue en películas de bajo presupuesto en Dibulitoon Studio. En esta empresa realice todo tipo de tareas relacionadas con el 3d. Luego fundé con otros compañeros nuestro propio estudio de animación llamado Ikso Studio y trabajamos sobretodo en publicidad. Más adelante trabajé haciendo infoarquitectura como *freelance* y finalmente decidí



Figura 48. Juan Puerta.

especializarme en la creación de personajes para videojuegos e impresión 3d. Actualmente esto es lo que hago en mi empresa, personajes para videojuegos. Y en mi tiempo libre tengo montado un pequeño negocio de miniaturas, las cuales realizo en 3d en el ordenador, luego son impresas y posteriormente se hacen copias que se venden por internet. También soy tutor 3d de personajes a través de internet para Animum School.

Para aquellos que quieran dedicarse al trabajo "*Freelance*" ¿qué consejos darías sobre problemas a evitar cuando alguien se inicia en este mundo?

Ser muy claros con los clientes desde el principio. Hay que establecer que es lo que el cliente quiere muy claramente antes de empezar el proyecto. Y si es posible firmar un sencillo contrato en el que quede todo claro para ambas partes. Muchas veces los clientes no saben lo que quieren y tienden a volverte loco, y a hacer que un trabajo sea interminable y tedioso. También dejar claro que, si el cliente quiere realizar cambios sobre la marcha, cada uno de estos tendrá un coste adicional.

¿Cómo es tu equipo, y de qué miembros se compone? ¿Y cuáles son sus funciones dentro de ese equipo?

En mi Equipo tenemos un Director de Arte que es el que dirige un poco todo, define el estilo, y da los vistos buenos finales, aparte de pelear con otros departamentos para defender la idea artística.

5.2 ENTREVISTAS A AUTORES DE ILUSTRACIÓN E INDUSTRIAS DERIVADAS

¿Es difícil adaptarse al estilo de otra persona? ¿Y que otros se adapten a tu estilo?

Al final, cada uno tiene su estilo, pero en una producción tienes muchas veces que luchar contra el impulso interno para llevarlo al estilo unificado de todos, a veces no es fácil, pero se aprende y te hace más profesional ser capaz de hacerlo. Muchas veces tu estilo personal es lo que haces en casa en tus proyectos propios.

¿Tienes libertad creativa para corregir e incrementar elementos nuevos al trabajo?

Tenemos cierta libertad, sobre todo para interpretar los *concepts*, aunque si implementas cosas extras tienen que ser aprobadas por el *art director*. También la libertad creativa es ciertamente moderada, ya que siempre tiene que estar dentro de los límites permitidos por el tipo de juego, público al que va dirigido y demás...

¿Te ves más como un artista creador o como un artesano profesional?

Supongo que, ambas cosas, en el trabajo profesional soy un artesano profesional, pero en mi tiempo libre soy un artista creador.

¿Es conveniente presentar en persona dossieres o portfolio a los editores o a las empresas directamente?

Dentro de mi ámbito no es común diría yo, ya que

las empresas están por todo el mundo, lo único que importa es tener un buen portfolio, hoy día en Artstation, y mandar un link a la empresa que te interese.

¿Cómo defines tu experiencia (si la hay) de trabajar para mercados extranjeros?

Para mí está siendo una experiencia única. La forma en que se nos trata en mi estudio es una maravilla, son cosas de esas que solo ves en las películas americanas. Desayunos, y fruta gratis, cocina, piscina, gimnasio, eventos trimestrales, fiestas, consolas, billares... A nivel personal tenemos reuniones personales con nuestro director de arte para ver que tal estamos en la empresa, ver si hay alguna cosa que se puede mejorar... Vamos, que yo estoy disfrutando mucho de poder trabajar en una empresa así.

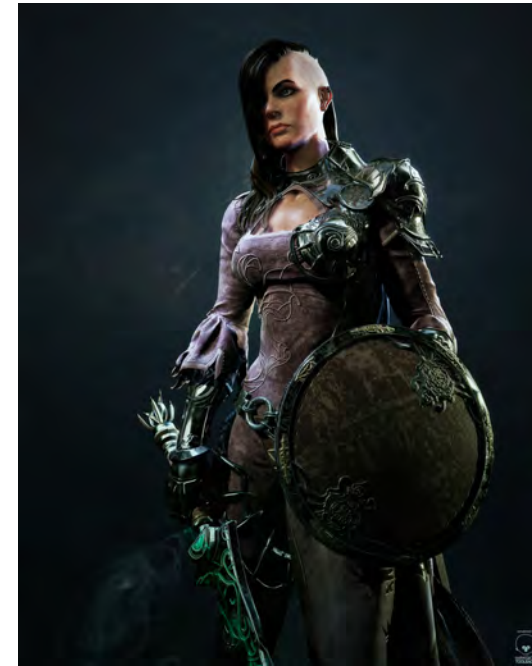


Figura 49. Juan Puerta.



Figura 50. Juan Puerta.

5.2 ENTREVISTAS A AUTORES DE ILUSTRACIÓN E INDUSTRIAS DERIVADAS

5.2.6 JULEN SANTIAGO



Julen Santiago trabaja en el mundo de la animación desde hace más de una década. Nacido en el País Vasco, es allí donde comenzó su carrera profesional, para después continuar su formación en Inglaterra y trabajar en estudios tanto en Europa (Keytoon, Ilion, MacGuff) como en Estados Unidos (Blue Sky Studios). Entre otros ha trabajado en proyectos como "Gru, Mi Villano Favorito", "Rio", "Ice Age: Continental Drift", "Epic", "Planet 51" y está a punto de finalizar "Peanuts".

Hasta la fecha ha trabajado en 11 largometrajes, 3 series para televisión, así como videojuegos y cortometrajes de acción real escritos y dirigidos por él.

Actualmente Julen reside en New York, donde continúa su trabajo como animador de personajes para Blue Sky Studios, al mismo tiempo que desarrolla sus proyectos personales.

Si yo no conociera tu trabajo, cuéntame en pocas palabras quien eres.

Mi nombre es Julen Santiago. Soy animador de personajes para largometrajes de animación. Actualmente vivo y trabajo en Estados Unidos.

Me interesa cualquier rama del arte, desde la pintura hasta el teatro, pero mi pasión verdadera es el cine, que de alguna manera consigue aunar todos los principios artísticos (cuando se hace bien), además de ser una de las formas narrativas más aceptadas por el público en general.

Contador de historias y amante del arte. Probablemente eso es lo que soy, o aspiro a ser.

¿Podrías definirme en qué consiste hacer un trabajo para tu sector en la industria?

Mi trabajo consiste en crear personajes que actúen, sean convincentes y entretenidos bajo la supervisión del director de la película.

El director me da unas directrices de lo que espera ver en la escena y yo trabajo como un actor, tan solo que en vez de actuar yo, hago que actúen los personajes animados, del mismo modo que un marionetista trabaja a través de sus marionetas.

Háblame de los trabajos que has hecho.

En 14 años trabajando en el mundo de la animación he tenido la oportunidad de viajar y trabajar en varios proyectos. Los más destacables son:

- "Despicable Me" ("Gru, mi villano favorito"), en Francia.

- Dos secuelas de "Ice Age" ("La Edad de Hielo"), "Rio" (1 y 2), "Epic", "Peanuts" ("Carlitos y Snoopy"). Todas ellas en Estados Unidos.

- "Planet 51" y "Veggie Tales" en España.

¿Con qué procedimientos gráficos o programas te encuentras más cómodo en tu workflow habitual?

En mi profesión trabajo principalmente con ordenadores. Softwares como Maya, 3d Studio Max, Premiere, After Effects, y una gran variedad de programas internos dependiendo del estudio en el que trabaje.

¿Cómo es tu rutina de trabajo? ¿Y tu método de trabajo?

- Café.

- Reunión con el Director para que me diga lo que espera de la secuencia que me han asignado.

- Estudiar referencias y su aplicación en concreta en mi secuencia.

- Importante: antes de ponerme manos a la obra, comparto y discuto ideas con mis compañeros.

- Café.

- Hago un esbozo rápido para que el director tenga una idea general de lo que voy a hacer.

- Empiezo a refinar si el director no tiene cambios o hago un esbozo nuevo si no compró mi primera idea.

5.2 ENTREVISTAS A AUTORES DE ILUSTRACIÓN E INDUSTRIAS DERIVADAS

- Café.
- Presento mi versión acabada al director (puede que haya cambios, en cuyo caso tendría que hacerlos).
- Café de recompensa por haber acabado la secuencia y prepararme para lo siguiente.

¿Trabajas sólo o formas parte de un equipo?
¿Cómo es trabajar así?

Soy el único responsable de las secuencias que se me asignan, pero mis secuencias están estrechamente relacionadas con el trabajo de mis compañeros. De modo que considero que trabajo en equipo. Y me encanta. Es mucho más enriquecedor que vivir encerrado en tu propio trabajo. Te ayuda a mantener la perspectiva sobre tu propio trabajo.

¿Cuáles son los pasos que sigues para desarrollar desde la idea hasta la obra final?

Un fuerte trabajo de documentación y referencias, ante todo.

Seguido de un proceso de búsqueda de ideas en el que la primera idea que se tiene, suele ser la más tentadora, pero no siempre la mejor. Hay que adentrarse en la jungla machete en mano, hasta llegar a la mejor idea que puedas aportar.

Lo último es sentarse a ejecutar las ideas. La parte más rutinaria del proceso.



Figura 51. Julen Santiago.

¿Es factible la posibilidad de autoedición en el mercado español, o de producir tu propio proyecto de animación o videojuegos?

Creo que cada vez es más fácil producir y distribuir proyectos en cualquier país, pero la perseverancia es fundamental para llegar hasta el final.

Hay que apuntar alto pero evitando compararse con estudios más exitosos. Los estudios de más éxito tienen normalmente un respaldo económico importante por parte de empresas grandes que les permiten una producción de más calidad, una mejor distribución y campañas de marketing más sólidas.



Figura 52. Julen Santiago.

¿Podrías explicarnos brevemente de qué manera puedes encontrar trabajo en la sección del mercado para el que trabajas?

Yo trabajo en un medio audiovisual, por lo tanto mi portafolio suele ser un video de unos dos minutos con un resumen de los mejores planos de animación que he hecho hasta la fecha.

El consejo que todo el mundo da es que solo pongas tus mejores trabajos en el portafolio. No pongas nada que no consideres bueno solo con la idea de hacer más bulto.

5.2 ENTREVISTAS A AUTORES DE ILUSTRACIÓN E INDUSTRIAS DERIVADAS

5.2.7 **MARISA MARTINEZ**



Es una chica Barcelonina, artista 2D en videojuegos desde hace ya un buen tiempo, dibujante de cómics emergente con dotes de *community manager* y todo lo relacionado con redes sociales e interactuar con gente (tanto virtualmente cómo delante de todo un auditorio). Aunque también está graduada en Criminología y da clases de cómic y manga desde hace más de 8 años.

Parte de su atención se centra en proyectos solidarios como la postal de navidad para Fundación Richi en la lucha contra el cáncer infantil y algunos otros proyectos centrados de algún modo en aportar su grano de arena en un mundo más decente.

¿Podrías definirme en qué consiste hacer un trabajo para tu sector en la industria?

Mi trabajo consiste en que el consumidor vea necesario seguir jugando y gastando dinero en nuestros juegos. Suena un poco duro, pero las empresas que ofrecen juegos *free-to-play* necesitan mantenerse a flote de algún modo. Realizo todo tipo de creatividades que se publican a través de nuestros *partners* en diferentes medios. A veces nos interesa recuperar al jugador que ya jugaba a nuestros juegos y otras veces nos interesa atraer público nuevo. Lo interesante ahí es que a veces son ilustraciones, a veces son cosas que rozan más el diseño gráfico, otras son vídeos (aunque de esta parte no me encargo yo del todo. Mi función suele ser la de aportar gráficos para que *video team* pueda acabar de desarrollar el video que tienen planteado).

¿Experimentas con nuevos procedimientos o prefieres continuar con los que te resultan familiares?

Cuando entré en Social Point era consciente que estaba rodeada de gente muy pro y que yo todavía tengo muchísimo por aprender. Así que, aunque tengo tendencia de continuar con lo que me resulta familiar, durante este año he ido aprovechando el talento de mis compañeros para aprender de ellos e intentar aplicar lo que me van enseñando. Al final ves que todos llegan al mismo lugar pero por diferentes caminos, y muchas veces, no es alguno más eficaz que otro, es simplemente la manera que han aprendido a hacerlo. Alguna que otra vez sí que veo que un método concreto me resulta más rápido que otro e intento integrarlo en mi manera de trabajar. Eso sí, cuando hay prisa a tope, ¡tiempo para experimentar no hay!



Figura 53. Marisa Martinez.

5.2 ENTREVISTAS A AUTORES DE ILUSTRACIÓN E INDUSTRIAS DERIVADAS

Para aquellos que quieran dedicarse al trabajo “Freelance” ¿qué consejos darías sobre problemas a evitar cuando alguien se inicia en este mundo?

Cobrad más por favor. Que no os engañen. Vosotros tenéis que pagar vuestras tasas y en España ya se sabe que va caro. Os digo que últimamente se ha puesto de moda el *outsourcing* en la industria, pero siempre miran que sean estudios y equipos porque si falla una saben que pueden contar con los demás. Plantearse trabajar como *freelance* con más compañeros podría ser actualmente una buena idea y depende como, hasta os podéis repartir gastos. Si además sois un equipo que podéis cubrir bastante bien las diferentes áreas que creáis que pueda necesitar una empresa de videojuegos, mejor aún. Siempre habrá alguien que será más potente que otro en diferentes campos, o en general pero eso ya va bien.

¿Cuáles son los pasos que sigues para desarrollar desde la idea hasta la obra final?

Busco referencias, hago unos primeros *concepts* en un inicio, los enseño para ver si siguen la dirección, defino alguno un poco más para que se pudiera ver un poco más como sería el producto final, luego ya cuando se ha escogido del todo intento hacer el acabado final en el boceto anterior que haya sido escogido. Siempre tengo *feedbacks* entre medio del proceso por lo que siempre acabo corrigiendo y mejorando cosas. Si tengo dudas consulto a mis compañeros. Una vez acabado primero



Figura 54. Marisa Martinez.

lo revisan mis superiores y luego lo pasamos “al cliente” (la persona que haya pedido la obra). Si piden cambios se valoran entre mis superiores si hacerlos o no (porque a veces abusan un poco ...) y en caso de que todo esté correcto, se sube la imagen donde se requiera para que puedan disponer de ella y se da por finalizado el ticket.

¿Tienes libertad creativa para corregir e incrementar elementos nuevos al trabajo?

Sí, la suerte que tengo es que en los valores de la empresa está lo que denominan “ownership”. No siempre se puede tener autonomía en todos los procesos de decisión pero, por lo menos en nuestro equipo intentamos poder tener la libertad creativa suficiente para usar nuestro criterio para aportar o corregir. Aunque siempre vamos a acabar teniendo una supervisión, no por no ser un lead u otro tipo de superior van a negarte tu aportación o corrección. Si no la aceptan siempre es por un motivo real, el cual es justificable, no por gusto u opinión. Además, siempre están abiertos nuestros superiores a que demos ideas, a que aportemos con lo que queramos.



Figura 55. Marisa Martinez.

¿De qué manera te llegan los encargos para trabajar en este medio?

Tuve la suerte de ser recomendada por una chica que trabaja en Social Point y después de 3 meses de entrevistas, pruebas, mareos internos de burocracia e indecisiones, pude entrar a trabajar. Anteriormente había estado en otras dos empresas pequeñas de videojuegos, así que considero de mucha suerte el salto que hice. Anteriormente, cuando hacía de autónoma, pues me tenía que mover por redes y espabalarme como pudiera. Aquí fue porque me llegó la oferta de trabajo a través de la Escola Joso de cómic para hacer de junior artist en una empresa durante 6 meses.

5.3 CONCLUSIONES DE ENTREVISTAS A AUTORES DE CÓMIC

5.3 CONCLUSIONES DE ENTREVISTAS A AUTORES DE CÓMIC

Leídas y analizadas las respuestas ofrecidas por los autores, salta a la vista que algunos de los planteamientos de la introducción ya no tienen su reflejo en la realidad del cómic actual. Vamos a mencionar algunas de las cuestiones más significativas:

Gracias a lo expuesto por los autores, podemos rebatir que las ventajas de tiempo de realización de una obra hecha (ya sea en parte o en su totalidad) a través del ordenador son subjetivas. Ciertamente es que el nivel de detalle es superior, pero como menciona Bit en su entrevista (Bit, 2010), el control y poder rehacer partes del trabajo una y otra vez pueden alargar el proceso de acabado de un cómic hasta el infinito. Esto lo resaltan también desde el estudio Kōsen sobre las ventajas del procedimiento digital: *“Uno de ellos sería el ctrl + Z. Poder retroceder un paso atrás, algo que a veces vendría muy bien para la vida real. Pero que también es un arma de doble filo pues puedes caer en el círculo vicioso de repetir continuamente los mismos pasos”* (Kosen, 2010).

El nivel de conocimiento necesario para el mundo tradicional y el digital no ha de ser entendido como diferente. Los autores los definen como herramientas de trabajo que están y deben estar supeditadas a lo que se quiere contar. De manera que el nivel de conocimiento necesario, y la aplicación y temporalidad –que a este respecto van unidas– dependen del autor,

y sobre todo, de la manera más eficaz que persiga para afrontar una historia. En este sentido, Jesús Redondo al respecto del color digital menciona *“Creo que para poder hacer un coloreado en condiciones es absolutamente necesario manejarse con soltura en la teoría del color”* (Redondo, 2010).

En cuanto a las exigencias a nivel técnico o de dibujo vienen determinadas por la manera más efectiva para poder contar lo que quieres. Ken Niimura explica en su entrevista *“Es decisión mía el hecho de que el dibujo tenga que evolucionar en un sentido u otro para adaptarse a un guión, pero hasta ahora he tenido la suerte de poder trabajar en proyectos con libertad absoluta”* (Niimura, 2010). Esto es evidente en la novela gráfica, y también se da en el franco-belga. En los mercados americano y manga, sin embargo, las necesidades de producción condicionan ciertos estilos y limitan en cuanto a nivel creativo, así como exigen cierto nivel especializado del campo al que se dedicará en específico. Bit en su entrevista menciona

Respecto a problemas técnicos de procedimientos gráficos como la acuarela, óleo etc... la mayoría de los viejos tabúes se han roto en cuanto a que muchos cómics llevan estos formatos, y son posibles de reproducir con una calidad más que aceptable. Según Jesús Redondo pueden aparecer ciertos problemas en algunos amarillos, pero con un poco de control en el escaneo se soluciona. El desfase de ciertas técnicas es notorio en lo que se

refiere a la postproducción; en lo demás, depende de a lo que cada cual esté acostumbrado y al rendimiento que pueda sacar de ellas.

Un hecho que llama poderosamente la atención es que dentro del cómic mainstream, como en el caso japonés y americano, los plazos son una influencia que define los límites de lo que puedes hacer y el tiempo al que debes ajustarte. En este sentido, Bit menciona repetidas veces a lo largo de su entrevista que los editores limitan las capacidades de experimentación. Ken Niimura matiza que el trabajo para las corrientes principales te limita a ciertas convenciones. Y no hay que olvidar que artistas que han trabajado con procedimientos gráficos como Jesús Redondo no han tenido problemas para cumplir plazos a pesar de usar acuarelas y goauche. Así, parece que no hay un procedimiento, medio o sistema de trabajo a priori más eficaz que otro, si bien es cierto que la maquetación sí es más efectiva en el medio digital. Como hemos podido observar, los entrevistados ya sólo se valen de herramientas digitales para la postproducción.

En cuanto a la decisión de trabajo en equipo, parece que este hecho viene dado por las necesidades de eficacia y temporalidad propias del mercado americano y japonés, en el caso de llevar una publicación mensual o seriada. En este hecho coinciden Ken Niimura y Bit en sus entrevistas. Como ya hemos dicho, la novela gráfica presenta la ventaja

5.3 CONCLUSIONES DE ENTREVISTAS A AUTORES DE CÓMIC

de tener tiempo para ofrecer un producto acabado, y al no estar sujeta a plazos, la formación o no del equipo está justificada por las necesidades de la propia obra.

En este sentido, Santiago Valenzuela apunta lo siguiente sobre trabajar de manera individual en el mundo del cómic en su entrevista:

"(...) no tener que rendir cuentas es una ventaja. Pero también será una desventaja cuando uno no se muestre demasiado brillante o inspirado(...)Me gustaría trabajar con mil ayudantes, y poder concentrarme sólo en las tareas más agradecidas, en los aspectos puramente creativos del asunto que no son tantos, en escribir y dibujar, y no en entintar, retocar y rotular o maquetar. Esa opulencia de los talleres japoneses o americanos la echo de menos siempre" (Valenzuela, 2010).

La distinción entre lo comercial y lo artesanal, pese a ser más difusa, es más habitual en cómics que pertenezca al mainstream, como los superhéroes, los cómics shōjo y shōnen propios del manga, y en aquellos que estén ajustados a plazos de entrega definidos y estén destinados a un público especificado previamente por el editor. En este tipo de obras, el papel del mismo editor es fundamental, pues toma decisiones de carácter argumental y gráfico.

- El sistema de trabajo de autor con equipo es propio del mercado japonés, y es muy raro ver trabajos que dependen de un equipo de ayudantes para su

finalización fuera de este ámbito. Una excepción son aquellas series que tengan mucha influencia, un público fiel y sean nombres económicamente rentables que interese producir. (Como los personajes de Ibáñez, por citar un ejemplo nacional). Todos los autores convienen que un equipo integrado por profesionales que no se conocen suele dar lugar a obras de peor nivel, mientras que si es formado conscientemente por ellos mismos no sólo no tiene por qué entorpecer si no que puede enriquecer el trabajo final.

Realizar todas las fases del proceso creativo en un cómic tiene sus ventajas, pues la obra es coherente y completa. Todas las decisiones las toma la misma persona y esto potencia un acabado consecuente. La desventaja es, como ellos mismos dicen, el trabajo que acarrea.

Como comenta Ken Niimura, cabe destacar que si bien siguen existiendo zonas de mercado aparentemente diferenciadas, las fronteras se vuelven cada vez más borrosas, con productos que mezclan argumentos y estilos de novela gráfica en el cómic americano y hasta en el japonés. Lo que diferencia estos estereotipos es el llamado mainstream del mercado, que es la corriente más extendida y comercial del mismo. En el caso japonés, los cómics de estilo shōjo y shōnen son los que más nos llegan, y en el americano, el cómic de superhéroes.

Publicar para estos sectores principales del mercado requiere por parte del autor, una adecuación al sistema de trabajo, un nivel básico requerido y un estilo que

más o menos se adapte a lo generalizado dentro del mismo. Salirse de estos márgenes y querer llegar a la corriente principal es bastante complicado.

El formato de novela gráfica es publicable, y existen muchas más posibilidades de edición de las que se pueda pensar. El problema es que es un trabajo que ha de ser entendido como una inversión, cuya recompensa sólo se encuentra tras su publicación. Económicamente hablando, queda claro que es muy improbable poder vivir de un trabajo continuado en este segmento del mercado. En esto coinciden tanto Ken Niimura, como Bit así como Santiago Valenzuela.

En cuanto a la autoedición en España, los autores parecen coincidir en que es posible, pero también en que es arriesgado. Encontrar una publicidad adecuada de las obras es un punto muy importante a tener en cuenta de cara a su funcionamiento, de ahí que Antonio Altarriba mencione la importancia del papel del editor y la distribución en su entrevista (Altarriba, 2010).

En cuanto a la cuestión sobre la definición de cómic como arte, pocos son los que se mojan en diferenciar entre arte y producto, y en lo que se refiere a obras de consumo, existe una parte proporcional a las obras de calidad en todos los mercados del cómic. Se rompe así la consideración habitual que destina a lo comercial al cómic americano y manga.

5.4 CONCLUSIONES DE ENTREVISTAS A AUTORES DE ILUSTRACIÓN E INDUSTRIAS DERIVADAS

5.4 CONCLUSIONES DE ENTREVISTAS A AUTORES DE ILUSTRACIÓN E INDUSTRIAS DERIVADAS

En lo que se refiere a las entrevistas sobre ilustración y las industrias derivadas, existen grandes diferencias en el enfoque que le aplica cada entrevistado. Esto se debe en gran parte a la especialización de las industrias donde están enfocados.

Una primera lectura demuestra que los medios digitales aquí ya no son una opción, sino una necesidad, pues la mayoría de los entrevistados mencionan software digital como parte natural de su proceso de producción, dejando las técnicas tradicionales destinadas a trabajos personales. Marisa Martínez (2016) menciona este hecho en su entrevista: *"(...) En mi empresa antes se utilizaba un montón el Illustrator y ahora Adobe Photoshop es lo que predomina más actualmente. De procedimiento en sí, ahora no te sabría decir. Antes escaneábamos y no se trabajaba todo en digital, ahora ese proceso ya prácticamente se puede eliminar de nuestras acciones habituales"*. Julen Santiago (2016) afirma algo similar en su entrevista cuando le preguntábamos al respecto de qué procedimientos gráficos digitales habían caído en desuso *"¿Procedimientos digitales en desuso? Creo que más bien técnicas tradicionales"*.

Pese a lo que pudiéramos creer, además, parece que el trabajo como integrantes de un equipo o un proceso de producción complejo dentro de una gran compañía no tiene por qué ir acompañado con un

lastre a la creatividad, si bien hay que integrarse dentro de una línea de estilo y sistema de trabajo que viene dado por un cargo de supervisión, ya sean directores de arte o de departamento específicos. En este punto el consenso es mayoritario.

Hay una cuestión significativa, y reside en el hecho de que varios de los autores entrevistados, que se han dedicado a la ilustración editorial, han acabado dirigiendo su enfoque profesional a la industria de los videojuegos o a la del cine de animación. Esto sucede tanto en el caso de Marisa Martínez, Egoitz Pinto, Juan Puerta (quien estuvo trabajando como *freelance* de diseño 3D para publicidad y posteriormente infoarquitectura), así como en el caso del propio autor de este trabajo, Alfonso Berroya.

De hecho, Marisa Martínez mencionaba el hecho de la necesidad de cobrar más como *freelancers* a todos aquellos que están en el sector de la ilustración (Martínez, 2016).

Podría tratarse de una coincidencia, sobre todo teniendo en cuenta que el espectro de análisis es reducido y sólo basándonos en estas opiniones podríamos sacar conclusiones sesgadas. Pero lo cierto es que en la industria española, como hemos mencionado en el análisis de la industria, es muy reseñable que durante el 2005, el 48% de los españoles que se dedicaban profesionalmente a la ilustración ganaban menos de 12.000 € anuales. Teniendo en cuenta los gastos que se derivan del trabajo *freelance*,

la cantidad que es a todas luces insuficiente, demuestra la pésima situación de la industria editorial para los ilustradores en España, que se ven necesitados de recurrir a mercados extranjeros para intentar sobrevivir.

Este dato no representa un hecho aislado, pues como se ha podido saber recientemente (febrero de 2017), la remuneración de artistas españoles está en una situación de extrema precariedad. El 49% de los artistas españoles recibe menos de 8.000 € al año, dato que hemos podido conocer gracias a la Fundación Nebrija con el apoyo de la Universidad de Granada, en el estudio "La Actividad Económica de los/las Artistas en España" (Nebrija.com, 2017).

Es por eso que, ante esta situación de precariedad laboral, la migración a las industrias especializadas se convierte en un paso habitual entre los profesionales de la ilustración.

Una de las mayores dificultades de lo que supone el trabajo dentro de grandes proyectos supone la adaptación a las líneas de estilo o directrices marcadas por los cargos de supervisión, como mencionan tanto Marisa Martínez como Juan Puerta: *"Al final, cada uno tiene su estilo, pero en una producción tienes muchas veces que luchar contra el impulso interno para llevarlo al estilo unificado de todos, a veces no es fácil, pero se aprende y te hace más profesional ser capaz de hacerlo. Muchas veces tu estilo personal es lo que haces en casa en tus proyectos propios en casa"* (Puerta, 2016).

También es destacable que para los profesionales

5.4 CONCLUSIONES DE ENTREVISTAS A AUTORES DE ILUSTRACIÓN E INDUSTRIAS DERIVADAS

de la industria, la división entre lo que es artístico, y lo que es más artesanal o profesional está mejor acotado que en el sector del cómic, pues el trabajo que se desarrolla como miembro de un equipo que trabaja dentro de una compañía se enfoca dentro de las claves de producción y artesanía, dejando el terreno artístico al trabajo individual personal o a las creaciones propias, como el videojuego que está desarrollando Carlos NTC, las labores de dirección de Julen Santiago, o las miniaturas creadas en la pequeña empresa que ha creado Juan Puerta.

Respecto a la manera de encontrar trabajo, parece muy importante la preparación de un portfolio personal disponible online, o una *demoreel* equivalente, con una muestra que recoja lo mejor de tu trabajo. Parece que esto es mucho más importante que los CVs, titulaciones y recomendaciones. Como menciona Julen Santiago (2016) en su entrevista: *"No. En éste negocio tu portafolio es tu representante. Ni un gran CV ni la palabrería te va a abrir las puertas de ningún estudio que merezca la pena. Tu trabajo habla y solo dice la verdad"*.

Respecto a las dos industrias que hemos analizado, videojuegos y cine de animación, también se constata un hecho que hemos subrayado en el análisis sobre la industria, y es que parece que los "booms" de la primera década del siglo XXI han dejado paso a una situación nada estable en ambos sectores, donde grandes proyectos y empresas fracasan ("Tadeo Jones" o "Planet 51" en la industria de la animación, o los datos de

ventas y edición de videojuegos, que a priori pueden parecer sorprendentes, pero que comparándolos con los datos de otros países vemos que no lo son tanto). Un ejemplo de esto ha sido la baja recaudación de "Mortadelo y Filemón contra Jimmy El Cachondo", de la que se esperaba mucho tal y como comentábamos anteriormente en este trabajo, la salida a concurso de acreedores de la empresa Zinkia, creadora de la exitosa serie "Pocoyó", o la quiebra del pionero estudio español de videojuegos Virtual Toys tras el fracaso comercial de su videojuego "Pirates: Treasure Hunters".

Como razona Daniel Arnal en su entrevista:

Los mercados se mueven... del 2003 al 2010 en España de alguna manera explotaron, se produjo un boom, obviamente, Francia, UK, AUS, y por supuesto EEUU, tienen una industria mucho más consolidada durante décadas, actualmente CAN, NZ cuentan con grandísimos estudios y proyectos y condiciones laborales admirables...

(...) En el ámbito Nacional, el bajón ha sido considerable, y se nota mucho que la industria no está consolidada salvo quizás en contadas excepciones... debemos hacer un esfuerzo considerable en este aspecto, ya que el talento es indiscutible (Arnal, 2016).

Arturo Coso (2016) también coincide en este punto: *"Desgraciadamente, en nuestro país no hay demasiada industria, así que es más que recomendable no tener miedo a salir fuera y adquirir experiencia allí, puesto*

que cuando queramos volver seremos más valorados. ¿Esto tiene sentido? No mucho, pero es así".

Este es un punto en la que la mayoría de los entrevistados coinciden, pero esto es una realidad que es fácilmente contrastable con datos que hemos comentado anteriormente.

Algo que queremos destacar notablemente, es acerca de la cuestión económica, que, dado la problemática acerca de publicar tarifas oficiales, y dadas las dificultades que tienen los iniciados en la industria para presupuestar su trabajo, creíamos que era un elemento esencial.

En este caso, queremos agradecer enormemente la colaboración de los entrevistados a lo largo de 2016, a los que se les ha añadido la difícil pregunta de poner una cifra de lo que deberían poder pedir becarios/principiantes, y juniors (un año de experiencia) en la empresa profesional. Vamos a mostrar estas respuestas:

Arturo Coso (2016):

Modelado de personaje y retopología: (2 semanas de trabajo): B: 700 euros, J: 1500 euros"

Carlos NCT (2016):

"EJEMPLOS DE ENCARGOS COMO FREELANCE:

Experiencia de un año:

Ilustración de portada: 600€.

Ilustración para juego de cartas: 150€.

EJEMPLOS DE SALARIOS BRUTOS COMO JUNIOR:

5.4 CONCLUSIONES DE ENTREVISTAS A AUTORES DE ILUSTRACIÓN E INDUSTRIAS DERIVADAS

Concept artist Junior: 21.000 brutos/año”.

Daniel Arnal (2016):

“Freelance

Entre 0,70 y 1 euro por fotograma en animación limitada, para series por ejemplo.

Entre 80 y 100 euros por segundo en publicidad. Para un anuncio de 20 segundos.

150 un rig básico.

500 uno avanzado (con facial) .

Como cálculo general 10 euros la hora de trabajo.

Hacer este trabajo por menos, es ir en contra de todo el sector.”

SALARIOS BRUTOS COMO JUNIOR

Animador principiante: 14000 a 18000 brutos/año.

Animador junior: 20.000 a 24.000 brutos/año.

Juan Puerta (2016):

*Mi recomendación si estas empezando seria esta:

Esculpido de un modelo para impresión: 600-1.000€ según dificultad del mismo.

Modelo para videojuego, con retopología, bakes y texturas: 1.000-1.500€.

Julen Santiago (2016):

“No puedo confirmar que las cifras que escribo a continuación sean un ejemplo que se pueda aplicar de manera general pero sí son datos reales de empresas en las que he trabajado.

EJEMPLOS DE ENCARGOS COMO FREELANCE:

Animación de personajes para un minuto de video: 6.000 euros brutos.

EJEMPLOS DE SALARIOS BRUTOS COMO JUNIOR:

Animador junior de largometrajes en España para producciones de alto presupuesto: 18.000 a 20.000 euros brutos/año”.

Marisa Martinez (2016):

EJEMPLOS DE ENCARGOS COMO FREELANCE:

Carteles para eventos: Becario 200€, Junior 300-400€.

Masterclasses (2h-4h): Junior: 100-150€.

EJEMPLOS DE SALARIOS BRUTOS COMO JUNIOR

Junior artist: 14000 brutos/año.

Marketing artist: 18000 a 21000 brutos/año

Animador junior de largometrajes en USA para producciones de alto presupuesto: 60.000 dólares brutos/año.

Egoitz Pinto (2016):

$T \times E + M = \text{€}$

Donde:

T= Tiempo en horas necesario para dicho proyecto (incluido búsqueda de referencias).

E= Experiencia acumulada en años de estudio y experiencia (Ej: 4 de carrera y dos de práctica profesional = 6).

M= Material necesario (papel, fotografías...) (...)

(...) Elementos a tener en cuenta son:

- Cuánta demanda hay de dicho material y de dichos creadores (dibujos, modelados 3D, animaciones, cómic...).

- Qué va a hacer esa persona con tu obra (guardarla, publicarla, obra benéfica, buscar beneficio...).

- Quién te contrata (particular o empresa).

- La naturaleza de la obra (SFW o NSFW).

Como podemos comprender, estos datos pueden ser de extrema utilidad para los principiantes y futuros profesionales de la industria, ofreciéndoles un ejemplo de punto de partida que puedan utilizar en los primeros años de sus carreras.

También queremos señalar que merecen mucho la pena los apartados que se pueden encontrar en los anexos referidos a las técnicas, procesos y vivencias personales de cada uno de estos profesionales. En este sentido, remitimos a los anexos a todos aquellos interesados en los aspectos específicos aportados por cada autor.

6.11 TEST ILLION

6.11 TEST ILLION

6.11.1 TEST PARA ENTRADA PROFESIONAL EN ILLION ANIMATION STUDIOS

En los dos siguientes apartados podremos analizar dos pruebas de nivel que me hicieron en una de las empresas de videojuegos más importantes de España, Gamelfot, y en la prestigiosa Illion Animation Studios, productora de films como “Planet 51” y “Mortadelo y Filemón contra Jimmy El Cachondo”.

A principios de enero de 2015, Illion publicó en su web una oferta de trabajo para un cargo de comic-illustrator artist. Lo cierto es que en aquel momento continuaba cursando los másters en los que había sido becado en la escuela Trazos, y no tuve tiempo suficiente para hacer una investigación más a fondo del cargo en cuestión.

En cualquier caso, rellené el formulario que aparecía en la web de la propia empresa, y adjunté tanto el currículum personal como un link a mi portfolio online.

Por mi experiencia en estas y otras entrevistas de trabajo, es algo que aconsejo encarecidamente. Disponer de un portfolio online para enviar a través de un link es importante, pero aún más es tenerlo organizado.

De esta manera, si en la empresa te requieren para un cargo concreto, como concept artist, visual developer, UI artist, o director de arte, lo lógico es

enviar el link a la subsección correspondiente, para que, según abran tu solicitud de trabajo, el responsable de selección de personal vea rápidamente ejemplos de trabajos tuyos relacionados directamente con lo que te están pidiendo.

Si, por el contrario, aparecen mezcladas cosas de diferentes secciones (ilustraciones, concept, dirección de arte, interfaz...), es muy posible que quedés descartado por inconcreción.

A esto, suele recomendarse que de cada sección contengas entre 10 y 12 muestras de tus mejores trabajos como máximo, pues existe un dicho en la industria profesional, el cual define que la calidad de tu portfolio es igual a la calidad del peor trabajo que tengas en él. Es mejor tener menos trabajo de mejor calidad, que intentar llenar con cosas de las que no estemos del todo seguros, como comenta Julen Santiago (2016) en la entrevista realizada.

Así las cosas, pasada una semana desde que les mandé mi solicitud, me respondieron con un mail en el que confirmaban su interés en mi perfil, y me instaban a hacer una prueba de nivel, algo muy habitual en las empresas del sector. En concreto, como muestra la figura X, podemos ver las exigencias dentro de la misma.



Figura 295. Apartados del portfolio de Alfonso Berroya.

Illion Animation Studios	
Prueba de nivel para dibujantes	
Escena:	Persecución banda parkour vs policía
Localización:	Exterior noche ciudad real de cualquier país occidental.
Acotación de estilo:	realista.
Estética:	Época actual. Vestimenta parkour. Vestimenta policía cualquier nacionalidad.
Descripción:	Es una escena que enmarca escenarios diversos en una misma imagen y en todos sus planos. Consta de un primer plano con al menos un hombre y una mujer parkour haciendo acrobacias para huir de la policía. Un segundo plano en el que sean visibles vehículos policiales en persecución de la pareja así como policía a pie y un último plano-fondo del resto de edificios, tráfico, multitudes...lo que se crea conveniente en la composición. Es una escena dinámica y con acción.
Formato:	A color. Arte final digital. Tamaño A-4 en vertical u horizontal.

Figura 296. Prueba de nivel para la empresa Illion Animation Studios.

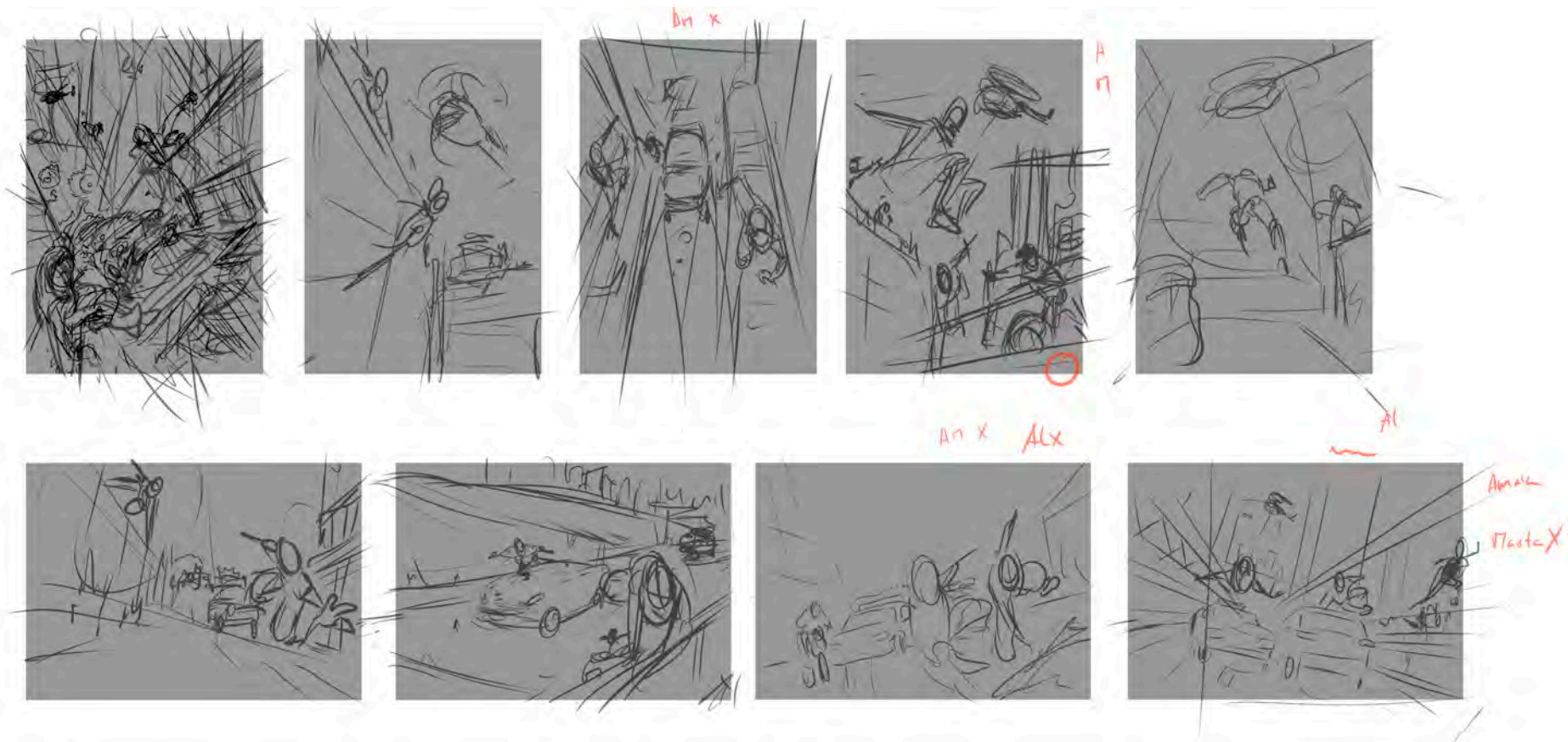


Figura 297. Alfonso Berroya.

Una vez leída y analizada la prueba de acceso, me puse manos a la obra, y comencé con el desarrollo de unos pequeños sketches, donde poder abocetar ideas de composición, velocidad, dinamismo, líneas de acción y dirección de la mirada del espectador.

Tras realizar todas las pruebas, finalmente me

decanté por la primera de ellas, pues representaba en gran medida todas aquellas cosas que pedían en la prueba, otorgándoles un centro de atención más equilibrado entre el personaje masculino y el femenino.

Lo cierto es que la prueba estaba muy bien pensada para medir las capacidades del aspirante, pues exigía

un buen nivel de dibujo de memoria, conocimiento de perspectiva, vehículos, escena de acción, etc...Era, por tanto, un desafío en sí misma. Además, nos dieron un tiempo máximo para su realización de 48 horas.

6.11 TEST ILION

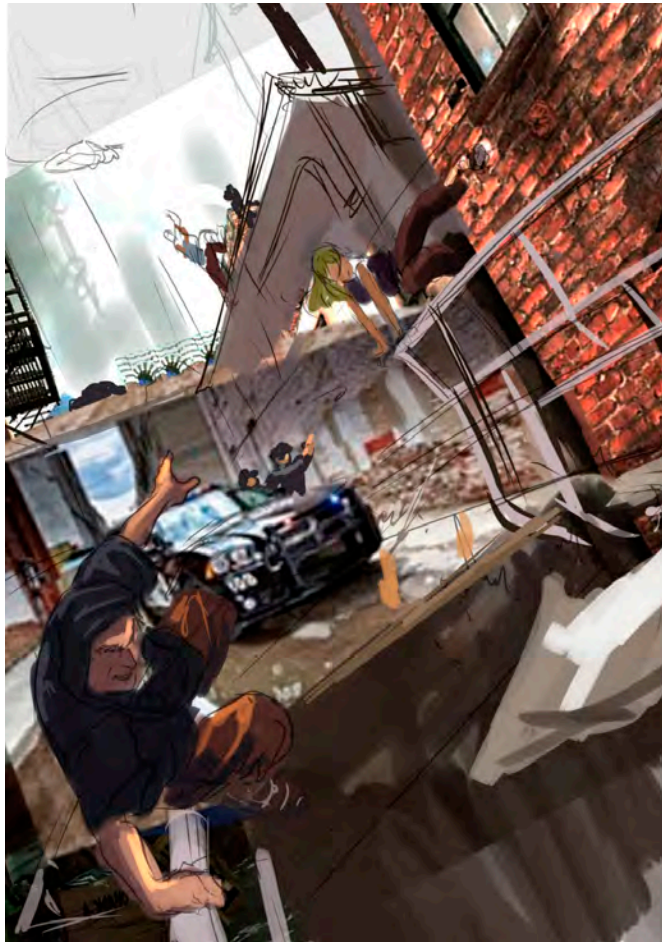


Figura 298. Alfonso Berroya.



Figura 299. Alfonso Berroya.

Una vez decidida la composición, empecé con un pequeño fotomontaje de diferentes elementos, fotografías, y zonas pintadas por mí. Para mí, que normalmente hubiera intentado mantener un mayor protagonismo en la velocidad de la acción, y con ese

objetivo, realizar una imagen de memoria, el hecho de que en la prueba definieran como estilo exigido "realista" condicionó mi acabado.

Lo cierto es que, como se puede ver desde la figura Xa la figura Xy, comencé con fotoreferencias y overpainting,

para posteriormente pintarlo todo desde "0", para evitar cualquier problema sobre fotomanipulación.

Tras unas 8 horas de trabajo, la ilustración se encaminaba de manera satisfactoria, como se puede ver en la figura Xy.

Este es el resultado final de la ilustración tras 13 horas de trabajo aproximadamente.

Había dotado de realismo a todos los elementos y conseguido una composición dinámica pese al realismo de los acabados de la escena. Si acaso, tengo que apuntar que el acabado de los periódicos no me satisfacía plenamente, así como la cara del chico de primer plano, cuya expresión no me resultaba creíble, pero apenas faltaban tres horas para la fecha límite y no quería arriesgar más.

Antes de enviar, comprobé de nuevo las exigencias de la tarea, para comprobar que todo estaba en orden. Es ahí cuando caí en la cuenta de que había cometido un error terrible;

La escena exigida era, claramente, nocturna, y había pasado por alto este punto tan importante.

Así que, dada la urgencia de la situación, realicé la transformación de la imagen de la manera más rápida que pude. De hecho, revisando el resultado de la misma, como podemos comprobar en la figura XZ, presenta problemas en la ambientación, porque la traducción del lenguaje diurno al nocturno no funciona tan bien como si se hubiese desarrollado desde el principio bajo este lenguaje atmosférico.

Aun así, el resultado no perdía mucha calidad respecto al original, y la menos pude solucionar un problema tan importante en apenas dos horas.



Figura 300. Alfonso Berroya.



Figura 301. Alfonso Berroya.

6.11 TEST ILLION

Los siguientes emails coresponden a las respuestas recibidas, en un primer lugar de parte de Patricia Arostegui, desde el HR Department, y después, de Teresa García Arranz, Project Manager de Illion.

22 de enero de 2015, 11:25

Estimado Alfonso,

Te agradecemos el interés que has demostrado por Illion Animation Studios, al participar como candidato en el proceso de selección de la división Comic.

En estos momentos, consideramos que otros candidatos se podrían ajustar más a los requerimientos del puesto para este proyecto. No obstante, te agradecemos el tiempo dedicado al proceso y te comunicamos que tu candidatura será tenida en cuenta en futuros procesos que se lleven a cabo de características similares, salvo que, específicamente, nos indiques lo contrario.

Gracias una vez más por tu tiempo y tu interés.

Recibe un cordial saludo,

Patricia.

22 de enero de 2015, 11:32

Buenas

Ante todo, gracias por la atención y la oportunidad.

Lo cierto es que a la hora de realizar la ilustración, y dado al estilo que suelen llevar los trabajos de Illion, me sorprendió que pidiérais como muestra ilustración realista, sobre todo para cómic, storyboarding y concept. Me gustaría, en cualquier caso, que tengáis en cuenta para futuras ocasiones, que si la línea de estilo que pedís tira más hacia la ilustración "cartoon" para animación, el denominador realista puede dar lugar a confusión.

Como en la prueba se especifica "realista" me he atendido a ese estilo, intentando que la representación fuera lo más real posible. Si por cualquier motivo, se prefiero un estilo más acorde a la línea cartoon, creo que podría ser confuso el término.

Lo comento sólo para futuras pruebas, y así puedo tener más claro cómo atinar con el estilo que se pide.

Ahora bien, si es por falta de nivel, me lo apunto, y a trabajar duro toca!

Un saludo!

22 de enero de 2015, 13:53

Buenos días Alfonso,

Patricia Aróstegui me ha reenviado un correo tuyo, adjuntado a este e-mail, en el que comentas tus impresiones en referencia a la prueba que has hecho para Illion.

Has sido descartado para la candidatura por motivos única y exclusivamente de nivel de dibujo de los que más adelante te informaré si es tu deseo pero antes me gustaría responder a lo que planteas en tu correo.

Tienes un error de presunción y de idea preconcebida respecto a lo que te estábamos pidiendo como prueba de nivel.

Evidencia de ello es que, cito tu frase, escribas : "Lo cierto es que a la hora de realizar la ilustración, y dado al estilo que suelen llevar los trabajos de Illion, me sorprendió que pidiérais como muestra ilustración realista, sobre todo para cómic, storyboarding y concept."

Tu primera presunción es dar por hecho " el estilo de Illion". En Illion Animation Studios nos dedicamos a las producciones de animación 3D. Siendo reconocibles por el público los largometrajes de " Planet 51 " y el reciente estreno de " Mortadelo y Filemón contra Jimmy el cachondo ". Ambos muy dispares entre sí y por lo tanto muy aventurado por tu parte presuponer que mantienen nexos comunes en estilo.

La segunda idea preconcebida que tienes es pensar que un cómic no puede ser realista. Esto sólo denota tu falta de conocimiento del medio y lo desinformado que estás. Que, ya que lo evidencias,

te diré que es un punto desfavorable a la hora de ser seleccionado puesto que la candidatura a la que optas es precisamente a la división cómic de Ilion.

La tercera presunción está en que en ningún momento en la descripción de puesto se ha mencionado que esté vinculado ni con concept art ni con storyboarding. Si lo mencionas a tu libre albedrío es porque quieres.

Siguiendo con tu correo te diré que tu concepto de realista es erróneo y que no has recibido ninguna información por nuestra parte que valide tu comentario respecto a , y cito textualmente: "Como en la prueba se especifica "realista" me he atenido a ese estilo, intentando que la representación fuera lo más real posible. Si por cualquier motivo, se prefiero un estilo más acorde a la línea cartoon, creo que podría ser confuso el término". No sé qué te hace pensar que podemos encontrar algún tipo de motivación en pedir algo que en realidad era lo que no queríamos. Tampoco me parece muy acertado por tu parte el que intentes aleccionarnos al respecto. La ignorancia normalmente da mucho valor. Valor que en tu caso se ha traducido en dar recomendaciones.

Recomendaciones que, ya que tú las das tan desinteresadamente , supongo que estarás dispuesto a recibir de buen grado.

Deberías haber investigado sobre la oferta en sí. Deberías haber visto en que consiste la división cómic de Ilion y cuál es su producto. Tendrías un concepto más ajustado de cuál era el objetivo de la prueba...y

ya que menciono la prueba, tendrías , al menos, que haberla leído con detenimiento para no haber tenido que reconducir una escena diurna a nocturna.

Si quieres saber porque no has sido seleccionado la clave está en tu e-mail. Has puesto : " ... , intentando que la representación fuera lo más real posible...". Quizá en tu autoconcepción como profesional está el saber que ese es tu nivel más alto de realismo que eres capaz de dar pero la palabra " intento" demuestra duda.

Tú mismo albergas dudas respecto a si es o no lo suficientemente realista. Evidentemente no lo ha sido pero me gustaría que supieras que en dicha prueba se valoran multitud de aspectos como son color, composición, perspectiva, construcción de personajes, escalas, masas, expresiones faciales, figura femenina , figura masculina y un largo etc. Para tu información te diré que en Ilion no dejamos nada al azar y nuestras pruebas están muy medidas para ajustarse a objetivos.

Te animo a que sigas trabajando puesto que, aunque no has sido seleccionado para el puesto por tener un nivel inferior de dibujo del requerido, sí has pasado el filtro respecto a otras candidaturas hasta llegar a hacer la prueba.

Si esto ha sido así es porque evidentemente hemos visto potencial en ti y un buen trabajo.

Espero haber resuelto tus dudas.

Un saludo y gracias por aplicar a nuestra oferta.

Teresa.

Así y todo, la resolución de inclusión de mi solicitud para integrarme en el equipo artístico de la empresa acabó siendo negativa.

Lo cierto es que, con el objetivo de saber cuáles habían sido mis errores, les escribí un correo pidiéndoles las recomendaciones oportunas sobre los fallos cometidos, para no caer en ellos en caso de querer intentarlo una próxima vez. También les señalé el punto del tipo de acabado, dado que en la respuesta negativa mencionaban que no encajaba en la línea de estilo. Como pedían una ilustración realista, pero la empresa tiene un estilo más cercano al "cartoon", o al visual development, que era poco concreto pedir un estilo realista, porque es un término que, dependiendo de la línea de estilo, puede variar enormemente.

La respuesta que tuve por parte de la empresa, como se puede leer en las figuras de esta página, fue cuanto menos intensa.

Queda a interpretación del lector si la elección de mencionar un problema con los requerimientos fue acertada o no, pero lo que es cierto es que, de cara a posibles intentos de entrar en esa empresa, las cosas se complicarían bastante dado el tono del correo final.

Así que, es algo muy importante a considerar, aceptar la negativa y no preguntar, u optar por señalar algo del test con lo que no se esté conforme.

6.12 TEST GAMELOFT

6.12 TEST GAMELOFT

6.12.1 PARTE 1: COVER ART DESIGNER

El día 24 de marzo de 2015, Gameloft Madrid publicó una oferta buscando "Cover artist". Este rol, del cual no había oído hablar hasta entonces, consiste en hacer ilustraciones publicitarias, renders de logos y fotomanipulaciones de imágenes promocionales.

En esta ocasión también superé el primer filtro, y me contactaron para realizar el consiguiente test de nivel.

En esta ocasión, solicitaban tres pruebas diferentes, una correspondiente al apartado de fotomanipulación y overpainting, después solicitaban un concept art, y por último, un 2D art sobre el diseño de un logo.

Para la primera parte, como menciona el texto en la Figura X, que corresponde al primer documento que adjuntaban en la prueba, explican el requerimiento.

Se trataba de realizar una fotomanipulación desde el render de una imagen 3D que se ve en el mismo documento, e integrar futbolistas jugando como si estuvieran batiéndose como gladiadores.

Cover Art Designer test

PART ONE (ARTWORK FINALIZED) :
(format HD about 1700x2400-72ppi) . On this part, please send us a jpeg file about 1700x2400 and your psd file in middle resolution (or less if your file is too big) in a way to let us see the layer organization.

Please send the psd to us via yousendit.com.

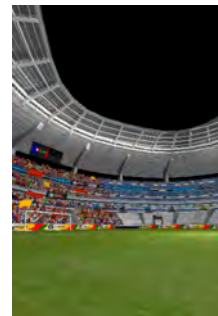
From the picture below (source file in attachment), you should do a 2D work to add a fighting atmosphere. You should add a cloudy sky, for example, some spot light and fog. The scene happens at twilight.

The concept you have to highlight is that footballers go to a fighting set which look like a gladiator area in a modern age.

These videos could be a good reference (just take a leaf out of but do not reproduce):

<http://www.youtube.com/watch?v=Cplfzs088wY&feature=related>

http://www.youtube.com/watch?v=KUQ0C1ha1_U



You should use any part of pic you will find on the web to photocompose and add your effects . We want you to photocomp and redraw any part you will think necessary to improve (example : the grass is very low-res and so bad looking, the public in the stands are only on the left part of the pic for the moment, the 3d light setup is very ordinary ...).

Para realizarla, busqué en internet el estadio de fútbol en el que se habían basado para sacar el render que adjuntaban, y busqué un plano a ras de suelo. Encontré muy pocas imágenes que me sirvieran a tal efecto, y empecé a integrar en la imagen a diferentes futbolistas que estuvieran en poses de acción, además de añadir terrenos distintos, incluyendo de lluvia, y algunos elementos atmosféricos.

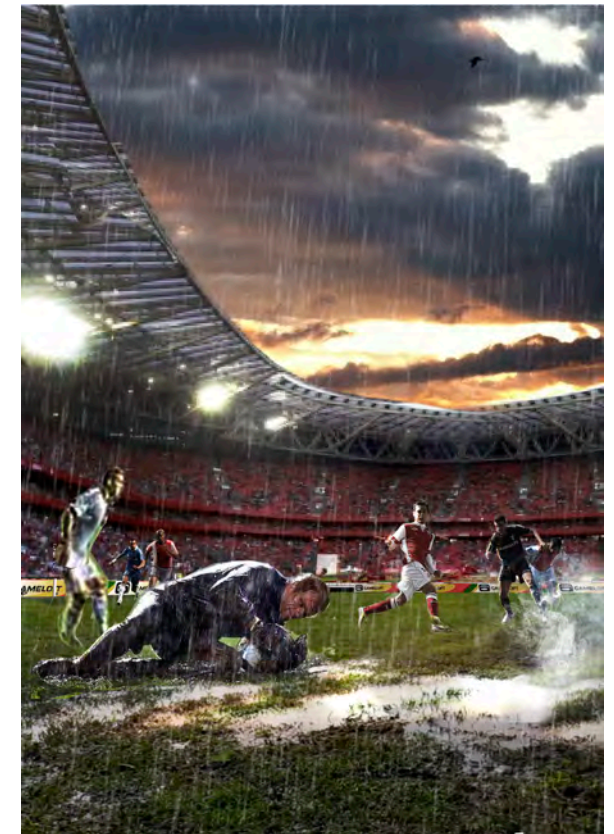


Figura 302. Alfonso Berroya.

La imagen que corresponde a figura 303 corresponde a la imagen final de esta parte de la tarea.

Fue bastante complicado encontrar una composición que me convenciese, pero el resultado quedó bastante dinámico. Como se puede apreciar entre esta imagen y la anterior, tuve que adaptar las indumentarias para que pareciesen miembros de sólo dos equipos enfrentándose.

Como punto negativo a resaltar, tuve que pintar buena parte de la imagen y los jugadores, pues no todas las referencias se ajustaban a lo requerido. Creo que el exceso de repintado perjudicó en este apartado, pues buscaban sobre todo fotomanipulación y técnica compleja de retoque fotográfico, tema en el que no soy experto.



Figura 303. Alfonso Berroya.

6.12 TEST GAMELOFT

6.12.2 PARTE 2: CONCEPT

PART TWO (CONCEPT) :

Rough in cartoon 2d/3d render (format HD about 1700x2400-

300dpi) :

Imagine a jungle setting with a soldier integrated in the composition on the foreground. We must feel the soldier inside the jungle, not separate from the background.

The artwork must call up a cartoon war atmosphere. It's important to highlight the charismatic personality of the hero in his look and pose. Please start a polishing on a part (or whole) of the character, to show how the final render will be

Ref of cartoon 2d/3d style and render below :



Figura 304.

La siguiente parte del test consistía en un "concept" donde pedían un soldado integrado en una jungla, y darle a su alrededor un ambiente de tensión y un estilo cartoon. Subrayo la palabra concept, porque no parece que sea un trabajo de concepto, si no más bien una ilustración a medio acabar, cosa que se tiende a confundir incluso en el sector.

No está proponiendo soluciones gráficas a conceptos, si no narrando una imagen con personaje, fondo, ambiente, situación...

En cualquier caso, y dada mi anterior experiencia en la prueba de Illion, continué con lo exigido sin mencionar nada al respecto, y realicé la ilustración con sólo algunas partes acabadas, tal y como pedían en el enunciado, pero añadiendo a soldados enemigos y a un compañero de batalla.

El resultado de la imagen se puede observar en la figura 306, y estuve muy satisfecho con esta parte del test. A día de hoy, me hubiera ajustado más a lo pedido, sin añadir otro personaje ni los enemigos de manera tan evidente, por no entrar en conflicto con lo solicitado.



Figura 305.

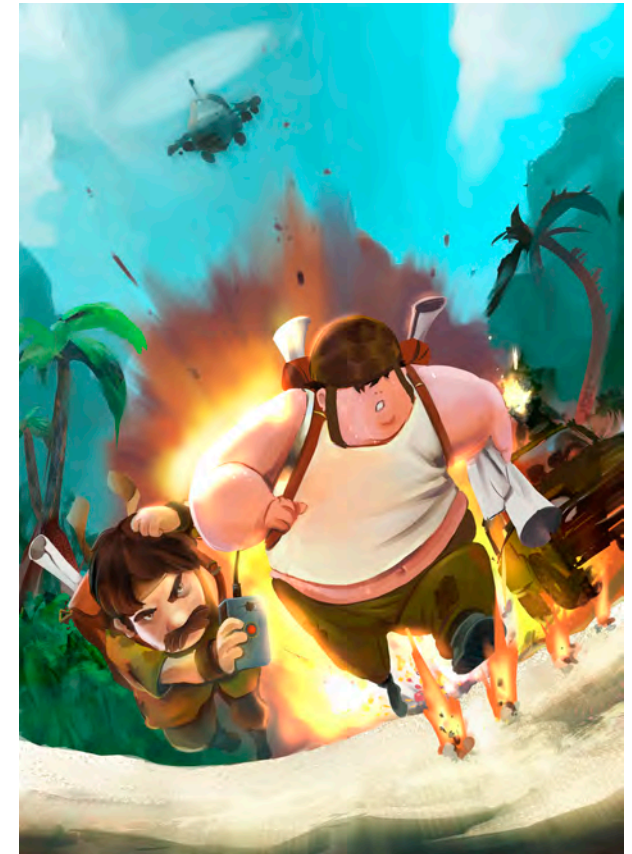


Figura 306. Alfonso Berroya.

6.12.3 PARTE 3: LOGO DESIGNING

PART THREE (LOGO DESIGNING) :

(format HD about 2000x1200-300dpi)

Design a logo of an imaginary video-game. The story is about a technological war with robot.

The font design should evoke technology, science-fiction and should be thick and imposing like the font of the logo gear of war (below).

We want you to work a really detailed texture which seems rigid iron, with damaged tracks, gas welding on certain part of letters etc... The fontype and effects would have thickness depthness (look like a 3d logo). A few iron reference below:

THANK YOU AND GOOD LUCK!

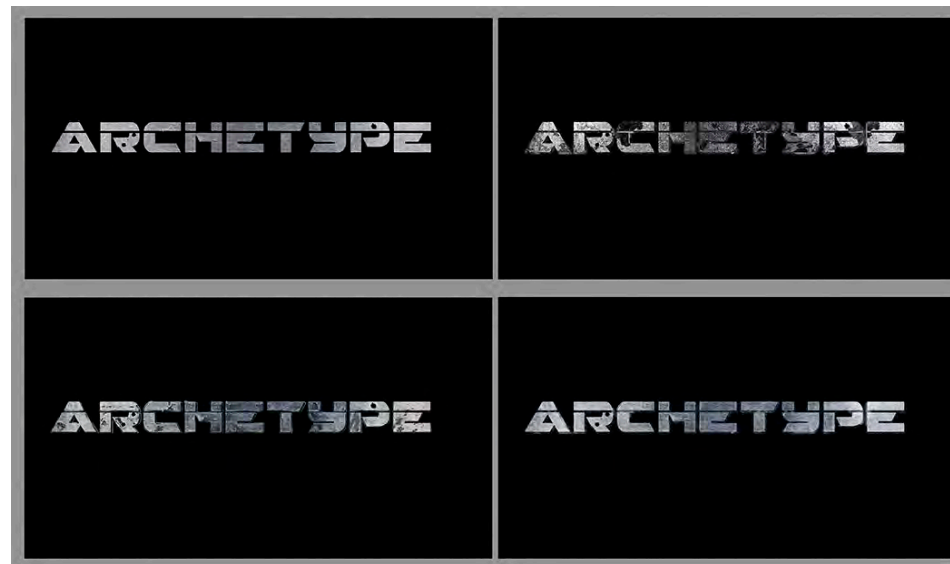


Figura 307. Alfonso Berroya.

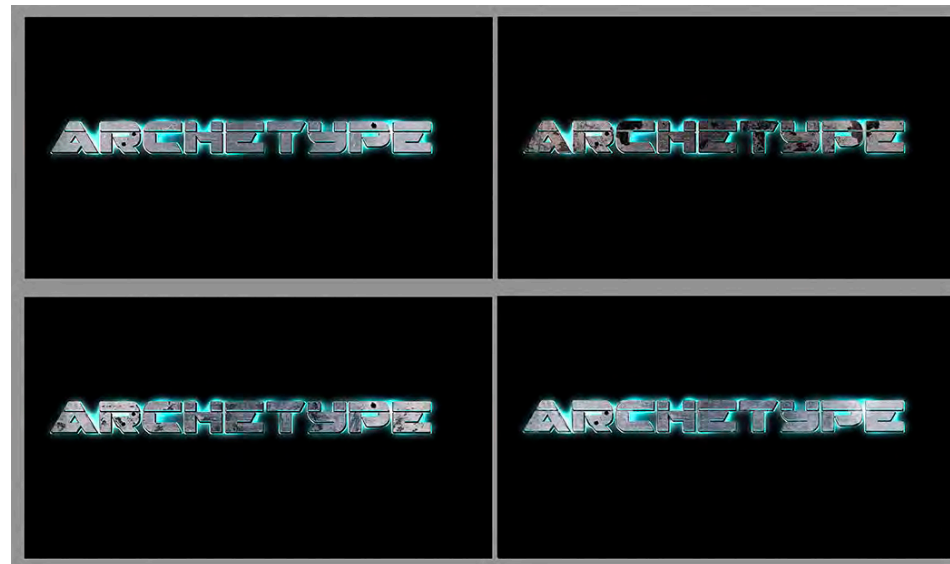


Figura 308. Alfonso Berroya.

La última parte de la prueba consistía en diseñar un logo a nuestra elección, donde lo importante no era el diseño del propio logo, si no el acabado posterior de relieves, detalle, appeal, y texturizado.

En esta página podemos ver el desarrollo de la idea, desde la fase de texturizado y detalle, como vemos en la figura 307, como las variantes de prueba de iluminación, como vemos en la figura 308.



Figura 309. Alfonso Berroya.

Por último, tenemos el render final del logo con el fondo a modo de decoración de ambiente, como vemos en la figura 309.

El resultado en este caso me resulta también satisfactorio, y no veo elementos que a día de hoy hubiese desarrollado de manera distinta.

Cabe destacar que mi candidatura resultó negativa para el trabajo de Cover artist, quizá por los problemas técnicos no ajustados de la primera parte del test, y sobre todo, la falta de utilización de aspectos más propios del retoque fotográfico en esta parte del proceso. Sin embargo, desde la división de Valencia de la misma empresa, el resultado pareció dejarles impresionados, pues se pusieron en contacto conmigo pocos días después. Entregué para la prueba de la división de Valencia la que realicé para la división de Madrid, y tras la entrevista personal, me ofrecieron un puesto de *concept artist*.

Desgraciadamente, poco antes de mi incorporación al equipo de arte, la división de Valencia cerró por falta de financiación.

Así y todo, este desarrollo personal ha culminado en un punto donde los horizontes están despejados para asumir nuevos retos profesionales, y la experiencia tanto a nivel formativo como a nivel práctico me ha permitido trabajar en la industria durante estos años, que era uno de los objetivos personales más importantes.

CONCLUSIONES FINALES



Debido a las necesidades de la industria y a la evolución de los sistemas de impresión y reproducción, dos industrias emergentes han comenzado a absorber buena parte del flujo de profesionales del cómic y la ilustración, el cine de animación y los videojuegos. En estas industrias, los procedimientos tradicionales se han quedado obsoletos, como hemos podido comprobar en las entrevistas a los profesionales de ilustración e industrias derivadas, así como en los datos sobre profesionalización y nuevos puestos de trabajo y salarios. Esto se acentúa a través de unas carencias en la formación, que en su modelo público no se han adaptado con la velocidad que lo hacen las industrias. Todo ello provoca que estudiantes e interesados en estas profesiones se vean obligados a

adaptar su formación tradicional y sus conocimientos en aras de encontrar un hueco en el sector.

En cuanto a la terminología, tanto por las propias profesiones especializadas, como por las necesidades de éstas, vemos que los términos de ilustración y dibujante dejan de ser comunes, y son sustituidos por aquellos términos que acoten la especialidad del candidato, hecho que constatamos en las entrevistas a los profesionales tanto como en las propias ofertas de trabajo.

Como se postulaba en la hipótesis inicial, la situación de la industria editorial no es precisamente buena, con un tejido que aumenta el número de cabeceras pero que a su vez no muestra signos de mejora en ventas, lo que supone repartir los mismos

beneficios entre más competidores. En cuanto a la ilustración, los datos comentados dan una muestra de la difícil situación en la que se encuentra el segmento editorial, que encuentra en el medio digital y en la ruptura de fronteras un respiro que permite a nuevos profesionales encontrar un hueco en el sector.

Por ello, y una vez revisada esta hipótesis inicial, podemos afirmar su validez, pues hemos visto cómo las industrias emergentes del cine de animación y los videojuegos han ido ganando protagonismo en la escena pública, mientras que la ilustración editorial y el cómic han visto los datos respecto a ventas en constante retroceso. Bien es cierto, como comentábamos a lo largo del análisis, que es muy complicado medir los datos respecto a las industrias,

7 CONCLUSIONES FINALES

en el caso del cómic, por la ausencia de datos fiables o de análisis como los citados en los “libros blancos”, que encontraban su reflejo en las industrias de la ilustración, cine de animación y videojuegos, pero con una notable ausencia en el primer caso.

Por otro lado, en la introducción postulábamos que la producción actual de cómic está estancada en sistemas de trabajo encorsetados en una dinámica preestablecida. Esta consideración se demuestra falsa, pues tan sólo podría aplicarse a algunos de los mercados mayoritarios como el manga y el americano, y aún así, los autores expresan su libertad para experimentar con procedimientos y técnicas. Eso sí, debido a las necesidades de temporalidad, puede haber condicionantes. En este sentido, el editor parece jugar un papel fundamental.

Respecto a los análisis teóricos, considerábamos que en muchos manuales sobre técnicas se prescindía de análisis sobre la industria. Esta afirmación también es incierta, debido a que existen manuales que complementan ambas visiones, como “Aprende a dibujar cómic”, donde hablan los profesionales tanto sobre técnicas como de industria, pero sí que parece que esta investigación llena un hueco sobre la visión panorámica de la misma, aportando una visión de las cuatro industrias en España y sus singularidades de cara a un profesional.

En lo que se refiere a los mercados mayoritarios del cómic, hemos podido constatar que existen tres

mayoritarios, el americano (sobre todo en lo que se refiere a superhéroes, el manga, el franco-belga y la novela gráfica, a la que no podemos considerar emergente, pues lleva varias décadas establecida en la industria. En este punto podemos matizar que, en ocasiones, al cómic franco-belga se le refiere también como europeo.

Respecto a la industria del cómic, a lo largo de la última década, ha sufrido una transformación profunda, en un primer lugar adaptando los circuitos de venta al público a nuevos estilos y formatos, promoviendo nuevas líneas y temáticas que puedan introducir o recuperar a lectores perdidos (como hemos visto en el caso americano), pasando por la presencia de un público femenino, recuperado gracias al cómic japonés, y llegando a cotas de calidad, investigación y literarias impensables hace apenas unos años gracias a los cómics de temática adulta o “novela gráfica”. Aún queda un camino que recorrer en cuanto a considerar el cómic como arte, o, cuanto menos trabajo profesional.

El mismo Salvador Praga (1980) reflexionaba sobre la aceptación del cómic como medio de expresión habitual. Mencionaba en el texto que, aún hoy en día, existe un matiz peyorativo en la industria del cómic, del que es muy difícil desprenderse.

Hoy en día, España es exportadora de talentos y dibujantes. Los dibujantes que no producen novelas gráficas trabajan para editoriales extranjeras, norteamericanas o francesas; es una muestra de

talento a nivel nacional, pero muestra las dificultades de aceptación en el mercado nacional.

Además, a pesar de que el cómic ha sido impulsado por parte de instituciones, festivales y concursos, la llegada de la crisis internacional ha supuesto un varapalo importante de cara a ventas editoriales. Esto propicia que las mismas se muestren reticentes a nuevos formatos o publicaciones que a priori sean arriesgados, pero que pudieran suponer un soplo de aire fresco que impida a los autores caer en fórmulas ya establecidas. El formato novela gráfica, rompedor durante la última década, empieza a mostrar signos de estancamiento en lo que se refiere a innovación, donde la única variable empieza a residir en la búsqueda de una temática que aún no haya sido explorada.

Podemos destacar también que, respecto a la industria del cómic, el número de títulos está aumentando considerablemente, como mencionaba Antoni Guiral en el artículo “La resurrección del cómic”: *“Es evidente que hay una mejora con respecto a los últimos años. De hecho, es difícil encontrar un momento en nuestra historia del cómic en el que haya una oferta tan amplia y variada como la que hay hoy en día”* (Garrido, M., 2016).

Sin embargo, a nadie se le escapa que el matiz sobre oferta de títulos no implica necesariamente un aumento en las ventas o una mejora en cuanto a cifras. Este hecho lo menciona Álvaro Pons en el mismo artículo *“¿Significa eso que hay un buen mercado? Por*

lo menos hay una apariencia de buen mercado, lo que siempre es interesante" (Garrido, M., 2016).

Este hecho también lo menciona David Hernando, editor del Grupo Planeta, uno de los más importantes de nuestro país: "desde 2011 hasta hoy ha ido aumentando cada año a pasos agigantados, si bien en 2015 se ha visto cierta tendencia a estabilizarse". "El mercado sigue creciendo, pero sobre todo en número de títulos publicados", aclara (Garrido, M., 2016).

Y este es el matiz relevante, "sobre todo en número de títulos publicados", que no se refiere a buena salud de la industria en cuanto a datos económicos, sino en nivel de calidad. Esto, de cara a los autores, implica mayor competencia en cabeceras, peleando por el mismo margen.

Hay que recordar que, según afirmaba Fernando Tarancón, editor de Astiberri ediciones, en el artículo que "un éxito en novela gráfica puede estar entre 4.000 y 10.000 ejemplares, superando ese techo en pocas ocasiones" (Tarancón, F., 2009).

Bajo esta premisa, el cómic nacional se presenta como inviable para poder desarrollar una actividad profesional exclusivamente de él. A este dato imposible, 1.332 euros por 48 páginas mensuales, hay que añadir que, descontando los 267 euros mensuales de cuota de autónomos quedan 1.065 euros mensuales. Teniendo en cuenta que profesionales como Bit producen 21 páginas mensuales, trabajando en muchas ocasiones sábados y festivos (Bit, 2010), nos deja una situación de menos de la

mitad de ganancias, bajo un supuesto de trabajo continuo, lo que demuestra la imposibilidad de vivir de esta industria trabajando únicamente del mercado nacional.

De esta manera, nos encontramos que, para un autor nacional, el panorama puede no parecer precisamente alentador:

- Respecto a los datos recopilados sobre editoriales, vemos como se repiten patrones con los correspondientes al cómic y la ilustración, siendo las comunidades Cataluña y Madrid las más destacadas en cuanto a producción y en cuanto a número de ventas. Sin embargo, el público mayoritario es en el sector editorial es el sector femenino, mientras que en el cómic corresponde al masculino.

También es relevante destacar que se menciona el dato de que el 88% de los trabajos se externalizan, lo que perjudica indirectamente a la estabilidad del ilustrador, que ha perdido seguridad y continuidad económica, y esto se refleja también en el mercado editorial.- En el ámbito de intervención americano, encuentra salidas como profesional especializado en uno de los campos que hemos citado anteriormente: dibujante, dibujante de tinta, rotulista, colorista, etc.

- El campo correspondiente al manga se encuentra en su mayoría cerrado a propuestas extranjeras. Para poder adaptar un trabajo a este campo existen dos posibilidades:

- Entregar un proyecto definido a un editor japonés (preferentemente a una editorial o revista no

eminentemente mayoritaria) y formar un equipo de trabajo que permita la publicación de no menos de 18-20 páginas semanales (el formato revista produce ese número a la semana o más), o más de 40 semanales.

- Formar parte de colaboraciones o tomar partido en concursos que promocionan las más importantes editoriales japonesas, como el International manga contest Kodansha.

- En la actualidad existen alternativas al formato de publicación en Japón, llamadas Iberomanga o Euromanga, con exponentes como Sebastián Riera o Estudio Kôsen. La línea Gaijin, a la que éstas últimas pertenecen, está promocionada por la editorial Glénat, y ofrecen una línea de publicación de características japonesas, pero de ámbito nacional.

- En el ámbito de la novela gráfica, las posibilidades de publicación son altas. La cuestión es encontrar la editorial adecuada que pueda estar interesada en el proyecto. Generalmente, tras hacer una sinopsis de la idea, mandar diseños y bocetos, y algunas páginas acabadas, se manda un archivo en formato pdf al editor en cuestión, o si se puede, pasarse en persona con la obra impresa manteniendo el contacto directo. La desventaja de este tipo de trabajos es que son obras a nivel personal que conllevan un esfuerzo a lo largo del tiempo hasta ser publicados que no comportan beneficio inmediato.

- En el mercado de humor, las tiras cómicas se encuentran en una posición débil, la mayoría de

7 CONCLUSIONES FINALES

publicaciones tienen cubiertos los espacios por grafistas o dibujantes de nombre o con experiencia, con lo que es muy difícil trabajar en este sector. Los periódicos y semanarios digitales, sin embargo, ofrecen una alternativa interesante a este respecto.

Por otro lado, quedan pocas revistas mensuales de humor gráfico. El Jueves es la más influyente a este respecto, pero no es fácil encontrar trabajo en esta cabecera, que ya tiene muchos dibujantes en cartera.

- Como explicaría Paco Roca a lo largo del curso "Taller Avanzado de Novela Gráfica" impartido en la Escuela Superior de Arte y Diseño de Vitoria en 2011, los trabajos para revistas eróticas o pornográficas –El Víbora como máximo exponente– son una alternativa de publicación a las citadas anteriormente.

- Ken Niimura ilustra muy bien en su entrevista a través del propio ejemplo que existen posibilidades de publicación en todos los mercados más allá del *mainstream* principal. Lo fundamental es presentar un proyecto coherente y definido, y pelear por dar con la editorial adecuada para tu trabajo (Niimura, K., 2010).

- Los formatos web y cómics online también pueden reportar un beneficio en lo referido a publicidad del mismo autor, o incluso económico. Muchos autores publican mensualmente sin percibir ganancias con la esperanza de que alguna editorial se muestre interesada en publicarlo. Esto es posible si la página recibe muchas visitas mensualmente.

- En otros casos, la publicidad incluida en la

página del webcómic (si tiene el éxito suficiente), permite al autor negociar con las empresas por el margen de beneficio en cuanto a ser publicado en su página.

- No se debe olvidar la influencia de concursos, premios y fanzines, los cuales ofertan la posibilidad de hacer nombre al profesional del cómic, lo que facilita la entrada en los sectores citados anteriormente.

- Aunque se han mencionado de pasada, existen concursos a nivel nacional que merecen la pena no sólo por su cuantía económica, sino por el impulso publicitario que suponen:

- El ya citado International manga contest Kodansha.

- El correspondiente ejemplo pero a nivel nacional Concurso Manga de Norma Editorial.

En lo que se refiere a novela gráfica y franco-belga, tenemos la Beca Alhóndiga Cómic para Dibujantes, la cual promociona al ganador subvencionándole una estancia de un año en Francia y publicando su trabajo en el Festival de Angoulême.

Éstos tan sólo suponen algunos de los ejemplos más destacados, pero existen múltiples y diversos premios, becas y concursos en todos los mercados que merece la pena tener en cuenta para trabajar como creador de cómics.

Finalmente, hemos podido comprobar que el estado del mercado nacional muestra una debilidad aparente, sobre todo en los años de la llegada de la crisis; aún existen, sin embargo, muchas posibilidades

de publicación. Quizá no sea tan sencillo introducirse en las industrias dependientes de una maquinaria de producción estancada, pero incluso en este caso, ya sea con el nivel gráfico adecuado, o con el proyecto adecuado, se puede trabajar en ello.

Bien es cierto que la autopublicación no da de comer, y los cómics personales no suponen un método de trabajo que permita la manutención mes a mes, pero hay que tener en cuenta que el mercado en este sentido aún es joven, y va a experimentar muchas transformaciones en años próximos.

Queda pendiente de comprobar cuál es el impacto que tendrán las nuevas plataformas digitales, como cita Álvaro Pons, que están fomentando y adaptando a la velocidad que se desarrollan estas mismas tecnologías, un formato de publicación a través de la red que transformará no solo el sistema editorial, si no que cambiará completamente la concepción de creación en cómic, y también las consideraciones habituales sobre *copyright* y autoría personal e intransferible como se entendía hasta ahora.

En cuanto al sector de la ilustración, comentábamos en el análisis del sector la problemática con la competencia, el descenso de las cabeceras y la transformación de lo analógico a lo digital. Como resumiría el autor Uruguayo Javier Zabala en el "Informe del Observatorio, 2010":

*Calidad máxima, competencia muy fuerte.
Para ser ilustrador y poder vivir de tu trabajo, hay*

que tener una calidad muy alta. Si uno quiere ser abogado u otras profesiones liberales, siendo notable puede vivir muy bien; en cambio, siendo ilustrador tiene que ser sobresaliente para poder sobrevivir de esto, porque la competencia es muy alta, y creo que esa exigencia tampoco está suficientemente retribuida (...) (VAA, Observatorio de la Ilustración Gráfica, 2010, p. 46).

Esta situación, como vemos, no es exclusiva de nuestro país, donde los datos que ya hemos mencionado anteriormente apuntaban a una muy mala situación de base para los ilustradores nacionales. Baste mencionar el dato que sacábamos de la misma fuente, donde entre los autores de ilustración en Francia, el 75% cobraba menos de 12.000 euros anuales (dato de 2009). Teniendo en cuenta que esto sucedió justo al comienzo de la crisis, y no en las épocas más duras de la misma, - de 2012 a 2013 -, podemos constatar que la realidad profesional en una industria donde el tejido editorial va desapareciendo poco a poco se complica de gran manera.

Es por eso que la profesionalización en el sector se convierte en muchos casos en la única salida para los jóvenes ilustradores. A este respecto, vemos que la excepción son aquellos ilustradores que trabajan para sectores editoriales, como juegos de mesa, de rol, o *freelance* en general del extranjero. También existe la rama de "ilustración artesanal", como definíamos en este trabajo, que permite a un ilustrador crearse un registro

propio y comerciar su estilo reconocible y vivir de ello.

Por supuesto, existen excepciones en todos los sectores de estas industrias, tanto de la ilustración editorial como el cómic, que son capaces de encontrar su hueco dentro del sector. En todo caso, bajo este análisis estamos comparando datos para conocer la situación general de la industria, sus peculiaridades y dificultades a la hora de ganarse la vida a través de ellas.

Además, como veíamos en la problemática de las tarifas profesionales para ilustradores, la ausencia de un elemento referenciador entorpece enormemente el trabajo de presupuestar mínimamente cuando se comienza la andadura profesional. El debate aún hoy sigue abierto, entre los que opinan que los que empiezan necesitan tarifas mínimas para no tirar precios y así afectar a la larga a todo el sector, y entre algunos profesionales con mucha experiencia que advierten que, en caso de existir dichas tablas, la negociación siempre bajaría a su punto mínimo, dificultando enormemente la negociación con clientes en caso de ser profesionales con experiencia.

Tanto Marisa Marinez como Carlos NTC hacían hincapié en el tema del pago para los *freelancers*, instándoles a cobrar más por los trabajos realizados. Y es que es destacable el hecho de que el 49% de los artistas españoles recibe menos de 8.000 euros al año, mientras que en sectores como los videojuegos y el cine de animación, los cargos como *concept artist*

junior pueden oscilar entre los 14.000 y 21.000 euros anuales, que, si bien están lejos de las cifras que podemos encontrar en un mismo puesto de trabajo, pero localizado en el extranjero. Como menciona Julen Santiago en su entrevista, un junior animator en Blue Sky gana cerca de los 60.000 dólares anuales, algo que no se justifica con un estilo de vida sensiblemente más caro, pero percibiendo casi el triple de lo ganado en España (Martínez, M., 2016; NTC, C., 2016; Santiago, J., 2016).

Siendo así las cosas, en la última pregunta del cuestionario se solicitó a los profesionales información sobre el mínimo que sugerirían cobrar a aquellos que empiezan en la industria. De los datos obtenidos podemos extraer ejemplos de lo que se puede cobrar, al menos a modo de referencia, para no encontrarse completamente perdido de lo que se puede llegar a presupuestar. Hay que tener en cuenta que, debido a la prohibición a las tablas sobre precios en estos sectores, y siendo un tema tabú entre muchos profesionales, los autores del mundo de ilustración e industrias derivadas nos ofrecen unos consejos sobre precios que son orientativos y corresponden al año 2016.

Esto se debe a que, en función de la demanda y evolución de la industria, estos baremos pueden variar significativamente, y además, son ejemplos particulares y son datos que reflejan puntos de vista particulares. Por lo tanto, no se pueden tomar como una máxima, al tratarse de casos puntuales y no formar parte de un

7 CONCLUSIONES FINALES

muestreo en profundidad, que de nuevo, escaparían de los objetivos y extensión del presente trabajo, pero que podrían suponer un punto de partida interesante de un trabajo de análisis sobre el mercado de cada una de estas cuatro industrias más pormenorizado.

En cualquier caso, también es importante constatar que, en lo que a salarios se refiere, las respuestas coinciden con la experiencia vivida en el mundo profesional por el autor de este trabajo de investigación. En este sentido, entre 18.000 y 21.000 parecen buenos puntos de referencia como salarios brutos anuales, que, dependiendo del tamaño de la empresa, experiencia y conocimientos extra, —entre otras posibles variables—, pueden ser susceptibles de la negociación en la entrevista al futuro profesional.

También es importante reseñar que, pese a que tanto el cine de animación y los videojuegos parecen en un primer análisis como la alternativa idónea, hay que tener en cuenta varios factores que pueden complicar la iniciación de la andadura profesional de ambos sectores:

- Partiendo de un conocimiento específico sólo perteneciente a campos como la ilustración y el dibujo, la salida evidente es como *concept artist* o *visual developer*. Sin embargo, son las profesiones que más cantidad de solicitudes de trabajo reciben dada su poca especialidad técnica y cuya proporción de puestos de trabajo siempre es muy inferior respecto a las áreas de 3D, animación, rigg, programación o

puestos de dirección.

Esto se debe principalmente a que las áreas artísticas son cubiertas con relativa facilidad o bien de manera autodidactas o bien por formación académica pública, siendo la línea de corte el nivel del profesional aspirante. En los otros cargos, la formación necesaria de base es mucho más técnica y dependiente de especialidades tanto en programas como en sistemas de trabajo muy específicos, más complicados de aprender de manera autodidacta.

Todo lo mencionado anteriormente se suma al hecho que señalábamos de la proporción laboral, donde los cargos del campo 2D son mucho menores en número respecto al resto de cargos técnicos, y además, no son siempre necesarios en todo el proceso de producción ya sea de una película como de un videojuego.

Teniendo en cuenta todo lo dicho, un futuro e hipotético profesional aspirante a *concept artist* competiría contra mucha mayor proporción de gente para obtener un puesto con muchas menos vacantes y menos estable.

Así, el nivel mínimo exigido para empezar la andadura profesional en cualquiera de ambos campos es siempre muy alto, y cuanto mayor demanda profesional tenga ese tipo de puesto, y menores vacantes haya, mayor nivel base exigido para comenzar.

Todo esto se enlaza con la problemática de la formación específica en España, cuyo tejido educacional no se está adaptando a las nuevas

tecnologías y a los cargos que éstas producen, dejando al alcance de pocos una capacidad formativa que pueden encontrar en titulaciones privadas, mucho más caras en lo económico.

Este es un hecho que podemos constatar de la revisión del apartado de edición de ilustración donde comprobábamos en el Libro Blanco de la Ilustración Gráfica (2004), el dato sobre que los profesionales valoraban en orden de importancia el desarrollo de la capacidad autodidacta. Esto se puede deber a la falta de la profesionalización de la docencia oficial tanto universitaria como de grados medios y superiores, aunque en este último caso la profesionalización empieza a ser más evidente a partir del 2010, existiendo grados superiores de videojuegos y animación a lo largo del país (VVAA, Libro Blanco de la Ilustración Gráfica, 2004).

Sin embargo, esto aún está lejos de alcanzarse en el mundo universitario, donde las carreras oficiales difícilmente pueden adaptarse a la velocidad a la que lo hace la industria, sometidas a planes de estudios y mecanismos de gestión educativa con procesos muy lentos.

Además, como todo el espectro universitario, se prioriza un número muy alto de docentes que posean el título de doctor, y este es un proceso de largo calado que dificulta en gran medida compaginar una carrera profesional con la docencia universitaria.

Esto influye en la profesionalización de las carreras,

obligando al alumnado que quisiese orientarse hacia la industria profesional a acudir a formación privada y profesionalizada, o a formarse de manera autodidacta.

Por último, queremos remitirnos a las cuestiones fundamentales de las entrevistas, que ya hemos analizado en el apartado anterior, pero haciendo hincapié en varios hechos relevantes:

- Parece evidente que la necesidad de tener un portfolio impreso que mostrar a editores tan sólo es necesario en festivales y encuentros con editores. En la mayoría de los demás casos, tener un portfolio digital es suficiente, y en caso de querer presentarlo en una empresa profesional, no hacerlo en persona.

- Los procedimientos tradicionales ya no presentan problemas en cuanto a reproducción y acabados, quedando obsoletas las famosas tramas de puntos grises, y habiéndose sido solucionados los problemas de reproductibilidad de medios tan complejos como la acuarela. En cuanto a las tramas, este proceso en Japón aún hoy es bastante común en la producción de cómic, pero se debe a un hecho más propio del proceso tradicional que de la necesidad. Este hecho también ocurre en la distribución de roles en el cómic americano, donde las masas de grises, antaño sustitutas del color por el hecho de abaratar costes de impresión, se siguen utilizando e incluso combinando con el color digital. Esto se debe a esa cuestión procesual “nostálgica”, heredera de una tradición estilística que no se rompe por mantener una

línea artística con continuidad.

- Respecto a la eficiencia y velocidad del sistema de producción digital frente a los procedimientos gráficos tradicionales, constatamos que algunos de ellos quedan descartados por la lentitud de adaptación a los procesos de reproducción, como el óleo, y en el cómic y la ilustración editorial, depende de la velocidad y capacidad de adaptación del profesional. En la industria profesional, la mayoría de los procedimientos artísticos tradicionales han quedado relegados en un segundo plano, llegando en algunos casos a no utilizarse en absoluto. Esto también afecta a software profesional que queda descartado de los procesos de producción en función de la aparición de otros más modernos y eficientes.

- La profesionalización en las industrias del cine de animación y videojuegos es una realidad al alcance de los futuros profesionales, pero requiere un nivel de especialización y conocimientos base muy altos.

- Los salarios de un aspirante principiante oscilan entre los 14.000 y 18.000 euros, y los de un asalariado Junior entre los 18.000 y los 21.000. Estas cifras varían dependiendo del calado de la compañía a la que se aspira, pero se recomienda no bajar este listón y aceptar un puesto de estas características, pues puede ir en detrimento del sector industrial para el que se trabaja, bajando los estándares de precios.

- Debido a la problemática de la prohibición de publicar tarifas, remitimos a aquellos interesados a las

recomendaciones de los profesionales, a revisar las tarifas del Libro Blanco de la Ilustración Gráfica del 2004 recogidas y recuperadas en este análisis, y de revisar las cifras mínimas de cobro por hora que se recomiendan en la bibliografía citada (VVAA, Libro Blanco de la Ilustración Gráfica, 2004).

Por último, respecto a la última sección correspondiente al desarrollo profesional, queremos remitir que en el proyecto de fin de máster presentado en 2010 en la facultad de Bellas Artes de Leioa (Berroya, A., 2010), señalábamos la aspiración a publicar proyectos profesionales dentro del sector como método fundamental de certificar la inmersión en las industrias analizadas.

A este respecto, la mayor variante reside en la ampliación del campo de investigación a las ramas de la ilustración, los videojuegos y el cine de animación.

Bien es cierto que en un principio la idea consistía en trabajar en los diferentes mercados del cómic analizados entonces (manga, novela gráfica y americano), pero debido a las dificultades que hemos podido constatar en este análisis, la propia realidad del autor le ha llevado a encaminar la rama profesional por otros derroteros, ante la dificultad de mantener un nivel de ingresos estables debido a las particularidades de la industria española.

Así y todo, la inmersión en estas industrias ha permitido extraer datos y consideraciones de primera mano sobre los problemas que se suceden cuando se

7 CONCLUSIONES FINALES

empieza la andadura profesional. El mismo análisis comienza de la manera más básica, con encargos personales y a través de conocidos, y concluye seis años más tarde, como director de arte en una empresa del sector y habiendo realizado ya test de entrada en las compañías más grandes del sector de los videojuegos y el cine de animación.

Por último, queremos mencionar que existen varias líneas de investigación futuras que son la continuación lógica del presente trabajo de investigación.

Por un lado, sería interesante realizar un estudio de mercado del sector del cómic, del que hay una limitada cantidad de fuentes contrastables. Lo cierto es que podría ser un trabajo que complementara este hueco evidente que deja la falta de un Libro Blanco del sector del cómic.

Respecto a la ilustración, debido a la ambigüedad del propio término, no existen datos sobre ventas que reflejen el estado de salud de la profesión, ni siquiera en los Libros Blancos ni en las comisiones especializadas. De hecho, una de las primeras líneas de investigación podría centrarse en la definición del término editorial de ilustración que permitiera clasificar esta industria sobre todo en lo que a ventas se refiere.

También sería complementaria la realización de cuestionarios genéricos pero específicos a cada sector de las industrias, para poder obtener un muestreo de datos estadísticos comparables. Por ejemplo, podríamos conocer los diferentes modos de abordar un

problema técnico a través de diferentes profesionales del mismo sector, o los márgenes salariales o tablas de precios aconsejados.

Este tipo de investigación completaría el análisis, permitiendo cambiar la visión panorámica del tejido industrial español por otra más compleja, de donde extraer conclusiones irrefutables sobre aspectos de la profesión.

BIBLIOGRAFÍA



8.1 LIBROS

Alexander, R.; Agut, A., *Cómo dibujar y pintar arquitectura de fantasía*, 1, Norma, Madrid, 2012.

Alexander, R.; McKenna, M., *Drawing & painting fantasy landscapes & cityscapes*, 1, RotoVision, Hove, 2007.

Barbieri, D., *Los lenguajes del cómic*, 1, Ediciones Paidós, 1993.

Beckerman, H., *Animation*, Allworth Press, New York, 2012.

Berroya, A., "Estudio de las estrategias de mercado en cómic en España", 2010, Universidad del País Vasco.

Berroya, A., "Estudio de las estrategias profesionales en cómic, ilustración y sus industrias derivadas", 2017, Universidad del País Vasco.

Blackstone, W.; Stern, S.; Prest, W., *Commentaries on the laws of England*.

Campos, C., *La nueva ola de la ilustración japonesa / The new wave of Japanese illustration*, Norma Editorial SA, España, 2010.

Carpenter, N., *The art of Blizzard Entertainment*, Panini Books, Modena, 2013.

Caswell, L.; Gardner, J., *Drawing the line*, Ohio State University Press, Ohio, 2017.

Cavalier, S., *The world history of animation*, University of California Press, Berkeley, CA, 2011.

Chinn, M. McLaughlin, C., *Curso de novela gráfica*, 1, Gustavo Gili, España, 2009.

Cortés Rojano, N., *De los superhéroes [i.e. superhéroes] al manga*, 1, CERM, Centre d'Estudis i Recerques Social i Metropolitanas [sic], Barcelona, 2008.

8.1 LIBROS

- Cowsill, A.; Irvine, A.; Manning, M.; McAvennie, M.; Wallace, D.; Gilbert, L. y otros, *DC Comics: a visual history*, DK; Slp Upd edition, 2014
- Eisner, W., *El cómic y el arte secuencial*, 1, Norma, Barcelona, 1988.
- Fabry, G., *Anatomía para dibujantes de fantasía*, 1, Norma, Barcelona, España, 2011.
- García, S., *La novela gráfica*, Astiberri, Bilbao, 2010.
- González Salamanca, D., "Tebeo, cómic y novela gráfica: La influencia de la novela gráfica en la industria del cómic en España", 2013, Universitat Ramon Llul.
- Gubern, R., *El lenguaje de los cómics*, 1, Península, Barcelona, 1972.
- Gubern, R., *Literatura de la imagen*, 1, Salvat Editores, Barcelona, 1973.
- Guiral, A., *Del tebeo al manga*, 1, Panini España, Torroella de Montgrí, Girona, 2007.
- Guiral, A., *Del tebeo al manga*, 1, Panini España, Torroella de Montgrí (Girona), 2007.
- Gurney, J., *Color and light*, Andrews McMeel Publishing, 2010.
- Heredia Pitarch, D., *Anime! anime!*, Diábolo, Madrid, 2016.
- ImagineFX, *Taller De Fantasia Digital imagine fx/ Fantasy Workshop digital Imagine fx*, Norma Editorial SA, España, 2009.
- Kent, S., *The ultimate history of video games: From pong to Pokemon and beyond...The story behind the craze that touched our lives and changed the world*, Crown Publishing Group, Roseville, CA, 2002.
- Kubert, J., *Aprende a dibujar cómic*, 1, Dolmen, Barcelona, 2006.
- Lardner, J.; Roberts, P., *Técnicas de arte digital: Para ilustradores y artistas: La guía esencial para crear trabajos de arte e ilustración con photoshop, illustrator y otros programas*, 1, Acanto, Barcelona, 2012.
- Lippincott, G., *Técnicas de ilustración de fantasía*, 1, Norma, España, 2007.
- Little, G.; Dulude, C., *Becoming a computer artist*, 1, Sams Publishing, Indianapolis, IN, 1994.
- Loomis, A., *Drawing the head and hands*, Titan Books, London, 2011.
- López Martín, A., *Antes de mi vecino Miyazaki*, Diábolo, Madrid, 2016.
- Lowe, J., *Foundations in comic book art*, Watson-Guptill, 2014.
- Male, A., *Illustration: A Theoretical and Contextual Perspective*, 1, AVA Publishing, 2007.
- Martin, G.Rude, S., *El arte entintado del comic book*, 1, La Factoria de Ideas, Madrid, 2000.
- Mazur, D.; Danner, A.; Díaz Pérez, A., *Cómics*, Blume, Barcelona, 2014.
- McCloud, S., *Entender el Cómic*, 1, Astiberri, Bilbao, 2014.
- McCloud, S., *Hacer cómics*, 1, Astiberri, Bilbao, 2012.
- McCloud, S.Torralla, J., *La revolución de los cómics*, 1, Planeta Cómic, Barcelona, 2000.
- Moix, T.; Gubern, R.; Marco, J., *Historia social del cómic*, Bruguera, Barcelona, 2007.

- Park, J., *The art of PaperBlue*, Design Studio Press, 2014.
- Parkin, S., *The illustrated history of videogames*, Anness Publishing, 2013.
- Pla Vivas, V., *La ilustración gráfica del siglo XIX*, Universitat de València, Valencia, 2010.
- Richard, B., *Mil Años de Manga/ A Thousand years of Manga*, 1, Sociedad Editorial Electa Espana, 2008.
- Roberts, C.; Zeegen, L., *50 Años DE Ilustración*, 2014, Lawrence King Publishing, Londres, 2014.
- Robertson, S.; Bertling, T., *How to draw*, Designstudio Press, Culver City, California, 2013.
- Rodríguez Bosch, M., *Mundo ilustrado*, Gustavo Gili, Barcelona, 2016.
- Simons, W.; Pacheco, C.; Bentz, N.; García, V., *Aprende a dibujar comic 2/ Learn to draw comic*, 2, Tebeos Dolmen Editorial SL, Palma de Mallorca, 2006.
- Stanchfield, W.; Hahn, D., *Drawn to life*, Focal Press, Oxford, 2009.
- Tarancón, F., "Fernando Tarancón, editor de cómics: "No son tiempos de aventurerismo, pero la salud del cómic es relativamente buena"", 2009, Internet.
- Ternan, M.; Cos, J., *Animación stop motion*, Promopress, Barcelona, 2015.
- Thompson, K., *Cómo dibujar y pintar 50 robots*, 1, Norma Editorial, Barcelona, 2007.
- Thomson, R.; Hewison, L., *El dibujo*, 1, Thursen/ Hermann Blume, Madrid, 1996.
- Trotter, S., *El Dibujo humorístico*, 1, Omega, Barcelona, 1992.
- Varillas, R., *La arquitectura de las viñetas*, 1, Viaje e Bizancio ed., Sevilla, 2009.
- WAA, *Libro Blanco de la Ilustración Gráfica en España 2004*, 1, Federación de asociaciones de ilustradores profesionales, Madrid, 2004.
- WAA, *Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos 2015*, 1, DEV, 2016.
- WAA, *Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos 2016*, 1, DEV, 2016.
- WAA, *Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos 2013*, 1, DEV, 2013.
- WAA, *Libro Blanco del Sector de la Animación en España 2012*, 1, Diboos, Barcelona, 2012.
- WAA, *Nuevo Libro Blanco de la Ilustración Gráfica en España 2011*, 1, Federación de asociaciones de ilustradores profesionales, Madrid, 2011.
- WAA, *Observatorio de la Ilustración gráfica; Los retos de la era digital*, 1, FADIP, Madrid, 2010.
- Waugh, C., *The comics*, University Press of Mississippi, Jackson [u.a.], 1994.
- White, T.; Steinbrecht, S., *Animación del lápiz al pixel*, Ediciones Omega, Barcelona, 2010.
- Wright, L., *Diseño de personajes para consolas portátiles: Videojuegos para móviles, sprites y gráficos con píxeles*, 1, Gustavo Gili, Barcelona, 2009.
- Zeegen, L.; Roberts, C., *50 años de ilustración*, 1, Lunwerg, Barcelona, 2014.

8.2 PÁGINAS WEB

8.2 PÁGINAS WEB

- "Art Director", Creativeskillset.org, fecha de consulta 28 septiembre 2016, en http://creativeskillset.org/creative_industries/film/job_roles/283_art_director.
- "Direccion de arte y concept art", APZmedia, fecha de consulta 7 enero 2016, en <http://apzmedia.com/es/services/direccion-de-arte>.
- "Efectos especiales", Es.wikipedia.org, fecha de consulta 12 mayo 2016, en https://es.wikipedia.org/wiki/Efectos_especiales.
- "Freelance: ¿cómo cobrar? Precio fijo vs. Precio por hora", LanceTalent, 2013, fecha de consulta 2 agosto 2016, en <https://www.lancetalent.com/blog/freelance-como-cobrar-precio-fijo-vs-precio-por-hora/>.
- "Glosario de Animación I", 3dcube.es, 2014, fecha de consulta 17 agosto 2016, en <http://www.3dcube.es/blog/glosario-de-animacion-i/>.
- "Historieta Franco-Belga", Wikipedia.org, fecha de consulta 14 octubre 2016, en http://es.wikipedia.org/wiki/Historieta_franco-belga.
- "Illustration History", fecha de consulta 12 enero 2016, en <http://www.illustrationhistory.org/>.
- "ILUSTRACIÓN precios, cotización, costos, cuanto cobrar", Aprovisual.com, 2017, fecha de consulta 5 junio 2016, en <http://www.aprovisual.com/ilustracion.html>.
- "Imprenta", Es.wikipedia.org, fecha de consulta 2 mayo 2016, en <https://es.wikipedia.org/wiki/Imprenta>.
- "Lead Artist", Creativeskillset.org, fecha de consulta 26 abril 2016, en http://creativeskillset.org/creative_industries/games/job_roles/332_lead_artist_games.
- "Mapeado de texturas", Es.wikipedia.org, fecha de consulta 1 junio 2016, en https://es.wikipedia.org/wiki/Mapeado_de_texturas.
- "Precios USA", AGPI.es, fecha de consulta 1 agosto 2016, en http://www.agpi.es/archivos/precios_USA.pdf.
- "Presupuestar un libro de texto", Ilustrando Dudas, 2013, fecha de consulta 18 agosto 2016, en <http://ilustrandodudas.com/?/articulos-ilustracion/presupuestar-libro-de-texto/>.
- "Pulp (literatura)", Es.wikipedia.org, fecha de consulta 6 enero 2016, en [https://es.wikipedia.org/wiki/Pulp_\(literatura\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Pulp_(literatura)).
- "Qué es una demo-reel", Designitsyou.com, 2008, fecha de consulta 7 mayo 2016, en <http://designitsyou.com/2008/06/01/que-es-un-demo-reel/>.
- "Real Academia Española", RAE.es, 2017, fecha de consulta 19 noviembre 2016, en <http://www.rae.es/>.
- "Significado de Portfolio", Significados, fecha de consulta 11 enero 2016, en <http://www.significados.com/portfolio/>.
- "Storyboard Artist (Animation)", Creativeskillset.org, fecha de consulta 9 julio 2016, en http://creativeskillset.org/creative_industries/animation/job_roles/349_storyboard_artist_animation.
- "Tabletas gráficas", tutoblog.tutorialesgraficos.com, 2011, fecha de consulta 11 agosto 2016, en <http://www.tutoblog.tutorialesgraficos.com/tabletas-graficas/>.
- "Tutorial sobre Líneas de Acción « miguecartoon", Miguecartoon.com, 2013, fecha de consulta

- 7 agosto 2016, en <http://www.miguecartoon.com/tutorial-sobre-lineas-accion/comment-page-1>.
- “What Is the Definition of Graphic Design?”, Learn.org, 2016, fecha de consulta 7 junio 2016, en http://learn.org/articles/What_is_the_Definition_of_Graphic_Design.html.
- Almeda, R., “La ilustración. Despertar de la apreciación artística”, Criticarte.com, 2004, fecha de consulta 15 marzo 2017, en <http://www.criticarte.com/Page/file/art2004/lallustracion.html>.
- AV451, R., “El cine español de animación baja a la tierra en 2013”, Audiovisual451, 2014, fecha de consulta 15 junio 2016, en <http://www.audiovisual451.com/el-cine-espanol-de-animacion-baja-la-tierra-en-2013/>.
- Ayuso, R., “La animación española se consagra entre los grandes”, EL PAÍS, 2015, fecha de consulta 10 marzo 2017, en http://cultura.elpais.com/cultura/2015/06/18/actualidad/1434648496_395978.html.
- Bleda, S., “¿Cuánto gana un autor de cómics?”, Trazolineamancha.blogspot.com.es, 2013, fecha de consulta 3 agosto 2016, en <http://trazolineamancha.blogspot.com.es/2013/01/cuanto-gana-un-autor-de-comics.html>.
- Boddy-Evans, M., “Art Glossary: Thumbnail Sketch”, ThoughtCo, 2013, fecha de consulta 16 mayo 2016, en <https://www.thoughtco.com/definition-of-thumbnail-sketch-2577760>.
- Boddy-Evans, M., “Things to Consider when Critiquing a Painting”, ThoughtCo, 2017, fecha de consulta 2 mayo 2016, en <https://www.thoughtco.com/painting-critique-checklist-2573941>.
- Eguia Gómez, J.; Contreras-Espinosa, R.; Solano-Albajes, L., “VIDEOJUEGOS: CONCEPTOS, HISTORIA Y SU POTENCIAL COMO HERRAMIENTAS PARA LA EDUCACIÓN”, citethisforme.com, 2013, fecha de consulta 4 noviembre 2016, en <http://www.3ciencias.com/wp-content/uploads/2013/04/videojuegos.pdf>.
- Enrique, M., “Universidad de Huelva”, 2012, fecha de consulta 12 julio 2016, en <http://www.uhu.es/cine.educacion/cineyeducacion/historiacineanimacion.htm>.
- Eurogamer, “¿Qué hace un diseñador de videojuegos?”, Eurogamer.es, 2017, fecha de consulta 23 mayo 2016, en <http://www.eurogamer.es/articulos/2013-03-03-que-hace-un-disenador-de-videojuegos>.
- García, M., “» Tarifas de Diseño Gráfico, Ilustración y Web en Francia en Processblack: Weblog de diseño e Internet, weblog de Diseño Web e Internet por Miguel García”, Processblack.com, 2006, fecha de consulta 24 febrero 2016, en <http://www.processblack.com/weblog/tarifas-de-diseno-grafico-ilustracion-y-web-en-francia>.
- Garrido, M., “La resurrección del cómic”, cxt.es | Contexto y Acción, 2016, fecha de consulta 6 mayo 2016, en <http://cxt.es/es/20160210/Culturas/4171/comic-editoriales.htm>.
- Gómez, M., “Los Orígenes del Cine de Animación”, 2014, fecha de consulta 14 mayo 2015, en <http://interartive.org/2009/07/origen-animacion/>.
- Gutierrez Acuña, G., “Las diferencias entre un profesional Junior, Semi Senior y Senior.”, linkedin, 2015, fecha de consulta 4 mayo 2016, en <https://www.linkedin.com/pulse/las-diferencias-entre-un-profesional-junior-semi-y-gutierrez-acuña>.

8.2 PÁGINAS WEB

- José, V., "Club de Lectores Instituto Confucio", 2010, fecha de consulta 12 abril 2015, en <http://confuciomag.com/inventos-antigua-china>.
- Meggs, P., "Graphic design | art", Encyclopedia Britannica, 2014, fecha de consulta 4 junio 2015, en <http://global.britannica.com/art/graphic-design>.
- Middleton, D., "Working as a Visual-Effects Artist", WSJ, 2010, fecha de consulta 15 marzo 2017, en <https://www.wsj.com/articles/SB10001424052748704454304575081524097067884>.
- Navarro, J., "Caen las ventas", Viñetas, 2010, fecha de consulta 5 mayo 2010, en NAVARRO, Joan; Viñetas. <http://navarrobada.blogspot.com/>.
- Pons, Á., "La industria del cómic en España: Radiografía de ¿un mito o una realidad?", Arbor, vol. 187, n.º Extra_2, 2011, pp. 265-273, fecha de consulta 1 marzo 2017, en <http://arbor.revistas.csic.es/index.php/arbor/article/viewFile/1381/1390>.
- RAE, "RAE Definición de merchandising — Definición de", Definición.de, fecha de consulta 15 marzo 2017, en <http://definicion.de/merchandising/>.
- Ramos, D., "Animación con pasaporte español", Emprendedores, 2009, fecha de consulta 5 mayo 2016, en <http://www.emprendedores.es/casos-de-exito/animacion-espanola>.
- Ruisu, "Datos sobre la venta de cómic en España de SD Distribuciones - Ramen Para Dos", Ramen Para Dos, 2013, fecha de consulta 12 febrero 2016, en <http://ramenparados.com/datos-sobre-la-venta-de-comic-en-espana/>.
- Santos, T., "Prezi", 2013, fecha de consulta 7 agosto 2016, en https://prezi.com/sga__qkaueyk/linea-del-tiempo-imprenta/.
- Serrano, J., "Cómics en España: algunas cifras | Guía del cómic", Guiadelcomic.es, 2012, fecha de consulta 9 junio 2016, en <http://guiadelcomic.es/documentos/cifras-espana.htm>.
- Vargas, A., "Prezi", fecha de consulta 21 julio 2016, en <https://prezi.com/whf3jtlr2ddj/cronologia-de-la-impresora/>.
- VAA, "Situación económica del sector de la Ilustración Gráfica en España", 2006, fecha de consulta 7 junio 2015, en <http://www.fadip.org/archivos/estudio-economico-castellano.pdf>.
- VAA, "Tabla de tarifas de ilustracion en España FADIP2003", Scribd, 2004, fecha de consulta 4 enero 2016, en <https://es.scribd.com/doc/46089289/Tabla-de-tarifas-de-ilustracion-en-Espana-FADIP2003>.
- Zurro, J., "Animación española: tenemos un problema. Noticias de Cine", El Confidencial, 2015, fecha de consulta 10 marzo 2017, en http://www.elconfidencial.com/cultura/cine/2015-06-19/cine-animacion-espanol-tadeo-jones-industria_891748/.
- Zurro, J., "La animación española no encuentra al sustituto de Tadeo Jones. Noticias de Cine", El Confidencial, 2014, fecha de consulta 2 junio 2016, en http://www.elconfidencial.com/cultura/cine/2014-12-02/la-animacion-espanola-no-encuentra-al-sustituto-de-tadeo-jones_514864/.

8.3 ENTREVISTAS

Altarriba, A., "Entrevista a autores de cómic: Antonio Altarriba", 2010, Web.

Ariza, M., "Entrevista a autores de cómic: Marina Ariza", 2010, Web.

Arnal, D., "Entrevista a autores de ilustración o industrias emergentes: Daniel Arnal", 2016, Web.

Bit, "Entrevista a autores de cómic: Bit", 2010, Madrid.

Coso, A., "Entrevista a autores de ilustración o industrias emergentes: Arturo Coso", 2016, Web.

Gato, E., "En animación es imprescindible tener paciencia", 2015, Madrid.

Kôsen, E., "Entrevista a autores de cómic: Estudio Kôsen", 2010, Web.

Martinez, M., "Entrevista a autores de ilustración o industrias emergentes: Marisa Martinez", 2016, Web.

Martinez, M., "Entrevista a Marcos Martínez, co-director de 'Planet 51'", 2009.

Niimura, K., "Entrevista a autores de cómic: Ken Niimura", 2010, Madrid.

NTC, C., "Entrevista a autores de ilustración o industrias emergentes: Carlos NTC", 2017, Web.

Pinto, E., "Entrevista a autores de ilustración o industrias emergentes: Egoitz Pinto", 2016, Web.

Puerta, J., "Entrevista a autores de ilustración o industrias emergentes: Juan Puerta", 2016, Web.

Redondo, J., "Entrevista a autores de cómic: Jesús Redondo", 2010, Web.

Santiago, J., "Entrevista a autores de ilustración o industrias emergentes: Julen Santiago", 2016, Web.

Valenzuela, S., "Entrevista a autores de cómic: Santiago Valenzuela", 2017, Web.



