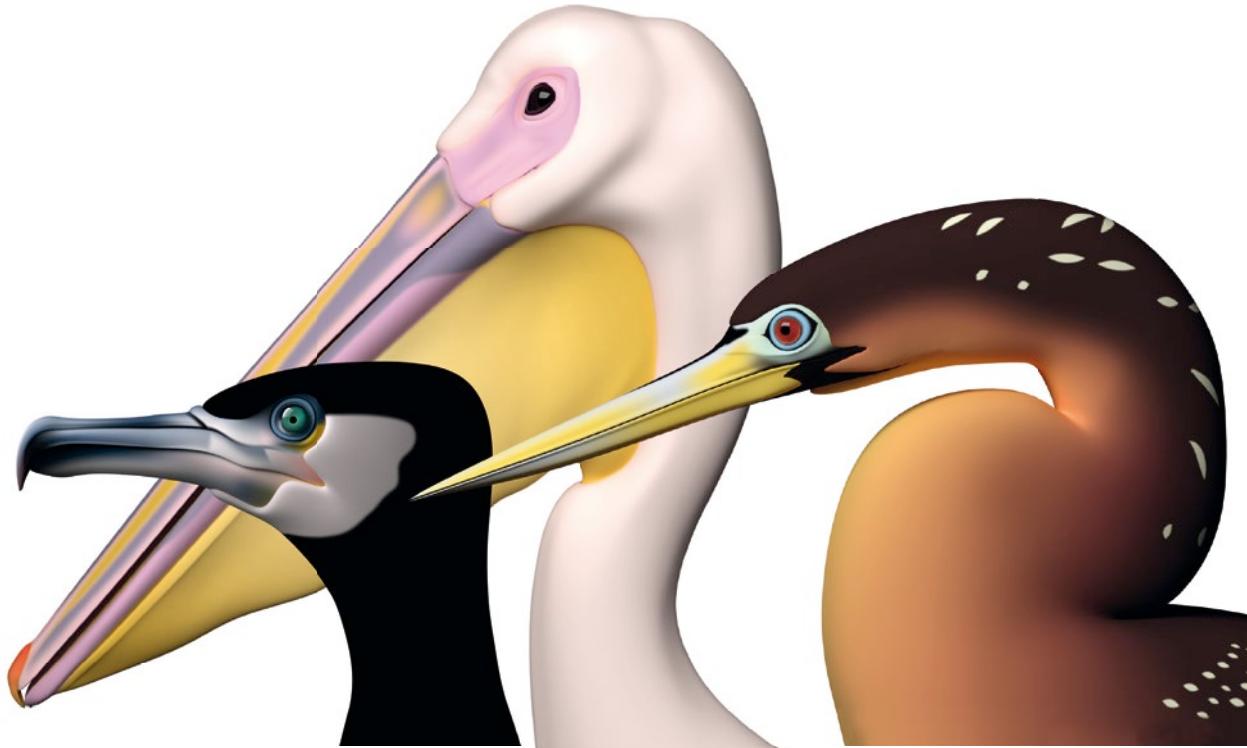




Ser ilustrador

100 maneras de dibujar un pájaro
o cómo desarrollar tu profesión

FELIX SCHEINBERGER







Ser ilustrador

100 maneras de dibujar un pájaro
o cómo desarrollar tu profesión

FELIX SCHEINBERGER

GG®

¿Un pájaro?

Prólogo



Alguna vez has tenido el deseo de ser otra persona? ¿Te has imaginado siendo la guapa de clase, una estrella del pop o cualquier otra persona? ¿Has deseado ser algún personaje histórico?, ¿un animal?, ¿un pájaro?

Esta pregunta tiene que ver con la identidad y es nada más y nada menos que uno de los grandes interrogantes de la humanidad: tenemos una vida y, al parecer, solo una. Es una verdad innegable: "No podemos salirnos de nuestra piel". Ahora bien: ¡nuestra imaginación sí puede! De hecho, tal vez eso explique que tengamos una mente tan ingeniosa y creativa: la imaginación se presenta como una solución al dilema de tener que vivir una única vida a pesar de disponer de miles de millones de posibilidades.

Este libro trata de una de las ramas de la imaginación aplicada: la ilustración.

Illustrare proviene del latín y significa 'iluminar'. Al ilustrar uno no solo refleja la realidad, sino que crea algo nuevo, ofrece al mundo una visión novedosa y personal.

Una ilustración es capaz de explicar o de ejemplificar, de complementar, de transmitir, de profundizar. Puede desarrollar aspectos artísticos o de contenido, o simplemente ser bonita. Las ilustraciones son tan diferentes como sus creadores.

Este libro no solo trata de la ilustración, sino que también contiene ilustraciones —muchas—, obra de diferentes ilustradores y realizadas con las técnicas y estilos más diversos.

Imágenes que, a pesar de su variedad, podemos comparar entre sí por una razón muy sencilla: todas representan el mismo motivo, un pájaro. Más de 170 colegas han puesto sus imágenes a nuestra disposición para "iluminar" el universo de la ilustración.

Mi inmenso agradecimiento a todos ellos, pues sus ilustraciones son las que dan vida a este libro.

La elección del motivo de las ilustraciones recayó en la palabra "pájaro", pues todos sabemos lo que son los pájaros y a todos nos resultan familiares. La palabra *pájaro* evoca innumerables imágenes: desde loros coloridos a patos cojos o poderosas águilas; desde un halcón veloz como un rayo a un ave más oscura, como el cuervo que augura mala suerte. Un pájaro puede ser un sabio búho o una gallina tontorrona, un descarado gorrión o el ave fénix que renace de sus propias cenizas.

Ya lo verás: el pájaro es un motivo increíblemente variado, y de ahí que sea tan apropiado para acompañar el tema de la ilustración en este libro.

Durante los últimos años, la ilustración se ha convertido en un importante campo dentro del diseño. La ilustración mola.



No obstante, la ilustración sigue siendo una de las artes más "modestas", lo cual tiene que ver con el propio medio —los cómics, los libros y los cuadros son, por su naturaleza, soportes más bien silenciosos—, pero también con la naturaleza de sus autores, de los ilustradores.

Los dibujantes somos gente extraña. La mayor parte de nosotros nos encerramos en nuestro particular mundo visual y desde ahí creamos nuestra magia. Nos encanta la ilustración, y desde hace mucho tiempo. De hecho, bastantes ilustradores saben desde siempre que quieren dedicarse a hacer dibujos o cómics, que quieren dedicarse a la ilustración. Mientras nuestros compañeros de colegio no decían ni pío cuando se les preguntaba sobre qué carrera querían estudiar, la mayoría de nosotros teníamos claro desde pequeños que queríamos narrar el mundo con imágenes. Y, sin embargo, también somos muchos, y especialmente los más jóvenes están perdidos en lo que se refiere a la cuestión de "¿cómo trabajar de ilustrador y llegar a fin de mes?".

Como vademécum de la ilustración, este libro aspira a arrojar luz sobre la oscuridad, ser útil y responder a tantas de tus dudas como sea posible.

Entre otras cosas, en el libro se analizan las condiciones de la profesión de ilustrador, el espinoso tema del dinero y la cuestión de las características que debería reunir el lugar de trabajo. Además, se abordan interrogantes del tipo:

¿cómo conseguir trabajo?, ¿cómo negociar bien?, ¿qué precio es razonable cobrar por nuestras ilustraciones? o ¿cómo afrontar el día a día? También se aclaran términos y conceptos como los derechos de autor, las entidades de gestión colectiva de estos derechos o los fondos de previsión social para artistas y, además, se presentan y examinan una gran variedad de técnicas.

Por supuesto, soy consciente de que en un manual sobre "cómo hacer ilustraciones y vivir de ello" es imposible dar una única respuesta a un tema tan complejo, y tampoco todas las preguntas encontrarán espacio en este libro. Sin embargo, creo que el hecho de no poder hacer algo de forma completa y definitiva no es razón para no dar, al menos, el primer paso.

En este sentido, espero que este libro te ayude a lograr que tu vida cotidiana como ilustrador sea más sencilla. Todos somos diferentes, y cosas que nos resultan difíciles a algunos son fáciles para otros. No obstante, hay ciertas experiencias esenciales que todos compartimos. Así que empecemos con lo esencial.

Atentamente,

FELIX SCHEINSEIER GER

Índice

¿Cómo convertirse en ilustrador?	Técnicas de ilustración
El miedo a la página en blanco 10	El lápiz 64
El talento 12	Lápices de colores 68
Ilustrar significa decidir 14	Sanguina, carboncillo, tiza 72
Cómo vemos lo que vemos 18	Los pasteles 76
Lo concreto y lo abstracto 20	La tinta 79
Todos somos artistas 22	Bolígrafos, rotuladores de punta fina y demás 87
Las ideas 27	Rotuladores y marcadores 92
La magia del hacer 32	Las acuarelas 96
En busca de nuestro propio estilo 34	El <i>gouache</i> y la <i>témpera</i> 100
¿Sobre gustos no hay nada escrito? 38	Pintura al óleo 104
Lo malo es lo nuevo bueno 42	Pinturas acrílicas 108
Quien algo quiere, algo le cuesta 44	La xilografía 113
Googlear 46	El <i>collage</i> 118
Las imágenes mienten 50	Ordenadores y diseño generativo 122
Un poco de variedad 52	Photoshop 125
El alma de los bocetos 54	Illustrator 130
Los colores predominantes 58	
Encuadres y perspectivas 60	

Sobrevivir como ilustrador

Fetichismo por los materiales	134	Trabajos para comer y doble identidad	208
El lugar de trabajo y el estudio	136	¡Aquí estoy!	210
El momento de presentar tu trabajo	140	¿Te arrepientes alguna vez de no haberte metido de aprendiz en un banco?	215
Visión para los negocios	143	Mil gracias a todos!	217
Concursos, proyectos propios y pruebas	145	Índice de los ilustradores	218
La competencia	147	Página de créditos	220
El trabajo en equipo	151	Sobre el autor	222
Problemas de comunicación	154		
Estrategias de negociación	156		
El tiempo es oro	160		
Nuestro precio	164		
¿Cuánto cuesta una ilustración?	168		
Productividad y gestión del tiempo	171		
Sin aliento	174		
Otros ingresos	178		
¿Cómo conseguir clientes?	181		
Consejos sobre el portfolio	185		
Portfolios digitales	189		
Agentes y representantes	192		
Archivos de ilustración	199		
Proyectos propios	205		







¿Cómo convertirse
en ilustrador?

El miedo a la página en blanco

Bueno, en cualquier caso, no estoy perdido,
sé que estoy en algún lugar de Alaska.

EL PATO DONALD, *FROZEN GOLD*, 1944



Conoces esta sensación? Estás sentado ante tu mesa de trabajo frente a un cuaderno, un sacapuntas y algunos lápices de colores... ¡Pronto surgirá una fabulosa ilustración! Sacas punta rápidamente a todos los lápices y ¡allá vamos! Todo está listo. Los lápices están afilados, ahora a pensar un poquito y luego... Por cierto: ¿no sería todo más agradable con una taza de té? Así que te preparas un té... Ahora sí que sí... Pero, espera... tal vez sea mejor fregar los platos antes... y llamar a tu novia o novio. Revisas los emails. Echas un vistazo a Facebook. Duermes una siesta, etc., etc., etc. ¿Te resulta familiar esta situación?

Este fenómeno se llama "miedo a la página en blanco" y siempre ha estado ahí. Los artistas, los diseñadores gráficos, los escritores y los profesionales de otras mil disciplinas creativas han sufrido este síndrome durante generaciones. Probablemente, hace 17.000 años, en las cuevas de Lascaux ya existiera el miedo a la pared en blanco.

Es un auténtico enigma: ¿por qué a veces complicamos tanto las cosas en lugar de ponernos simplemente "manos a la obra" con ligereza y libertad?

En realidad, el famoso miedo a la página en blanco no es más que el miedo al fracaso, a cometer errores.

Es el miedo a no estar a la altura de las exigencias, propias o ajena; a que quizás "no te salga nada". Sea como fuere, no cabe duda de que ese miedo ancestral es razón suficiente para examinar con más detenimiento el fenómeno del "error". Como todos sabemos, cuando trabajamos frente a la pantalla del ordenador disponemos de una manera muy sencilla de abordar los errores: presionar "manzana + Z".



Sí, un método fantásticamente simple. La mala noticia, sin embargo, es que en el mundo real eso solo funciona con los píxeles, no con los pinceles. Los errores en el mundo real tienen una marcada tendencia a persistir.

Y, no solo eso, al presionar *deshacer* en el ordenador dejamos escapar una ventaja importante de los errores: la incontestable sabiduría popular de que podemos *aprender* de ellos. Cuando nos enfadamos al cometer un error y no lo anulamos con un mero chasquido de los dedos, el error permanece en nuestra memoria. No enfadarse significa olvidar, significa repetir el error.

Si no nos enfadamos por haber cometido un error, lo cometeremos otra vez.

Además, los fallos tienen una cualidad muy interesante: el potencial creativo que encierran.

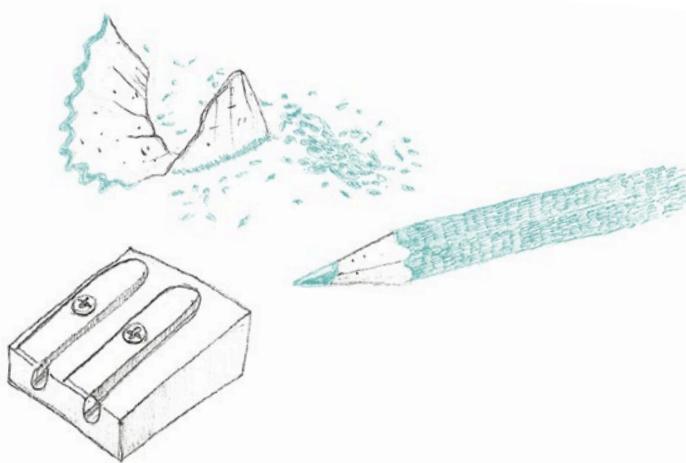
Si solo nos dedicamos a producir lo que ya sabemos hacer bien, desperdiciamos la oportunidad de descubrir nuevos territorios. Y, sin embargo, los procesos creativos se alimentan precisamente de lo imprevisto, de lo incontroable; en una palabra: de los errores. A veces es

justo la mancha fortuita de café o ese trazo que nos sale mal los que nos sugiere nuevas ideas y nos acaba llevando a realizar mejores dibujos. El miedo a la página en blanco es, por tanto, innecesario desde dos puntos de vista: por un lado, porque los errores son algo normal y todo el mundo los comete, cuando es principiante y también cuando es profesional; y por otro, porque, contra lo que pudiera parecer, a veces los errores nos hacen avanzar.

Por tanto, mi consejo es que te permitas tener miedo a la página en blanco, de igual modo que un actor tiene pánico escénico. Esos sentimientos son una realidad de la vida y también los veteranos tenemos que luchar contra ellos una y otra vez.

Lánzate al ruedo y actúa; si cometes errores, pues, ya puestos, comete unos cuantos.

El error más grande es no empezar. Ya lo verás: tus ilustraciones te sorprenderán de manera agradable y de algunos errores especialmente logrados te sentirás orgulloso.



El talento

El talento significa energía y tenacidad. Nada más.

HEINRICH SCHLIEMANN

i Te acuerdas de la clase de gimnasia? Esos extraños rituales que se repetían semanalmente y que estaban pensados para demostrar que unos nunca podrían subir por la cuerda y que otros tenían un modo fácil de compensar sus malas notas en inglés. En clase de gimnasia solo tenían éxito quienes ya eran capaces de hacer los ejercicios antes de la clase, mientras que la mayoría de los hijos de teleadictos anquilosados, tan pronto acababa la clase, desterraban de su vida para siempre las bolsas con el equipo de gimnasia.

En el ámbito de la ilustración encontramos personas que han tenido con el dibujo exactamente la misma experiencia que otros han tenido con los deportes. Cierto es que aquí no se trata de habilidades o incapacidades físicas, sino del supuesto "talento"; sin embargo, como en el deporte, en el campo del dibujo y la ilustración parece persistir el prejuicio de que buena parte de nuestro talento es innato, y, por supuesto, junto con esa idea aparece la conclusión inversa: es decir, que a dibujar —si ya se ha descubierto la falta de talento innato— tampoco se puede aprender. De esta forma, ante un talento entregado por Dios que la competencia sí posee, uno no tiene ninguna posibilidad. El resultado es que bastantes aficionados al dibujo acaban tirando la toalla, y los lápices, para siempre.

Por eso, permitidme reflexionar un poco más a fondo sobre la cuestión del talento:

Dibujar es una de las primeras técnicas culturales que aprendemos de niños. Mucho antes de saber escribir o contar, todos hemos tenido nuestras primeras experiencias con unas ceras y un papel. Y no solo eso: todos nos lo hemos pasado bien con ello. Cuando ahora, con la distancia de los años, contemplamos nuestras primeras obras, a menudo nos sorprende con qué tranquilidad y alegría utilizábamos el medio: un sol, una gallina, una casa; una mamá, un papá, un niño... Por lo que parece, y según la interpretación tradicional, ¡teníamos un talento innato para el dibujo! Y sin embargo, ¿por qué no nos hemos convertido todos en maestros de la pintura? ¿Por qué el planeta no está poblado por hordas de ilustradores?

En el mundo de la ilustración, la mayoría de las carreras fracasan por las ideas preconcebidas sobre lo que es una carrera en ilustración y sobre la supuesta falta de talento.

Parte del problema tiene que ver con las expectativas que suelen estar asociadas al hecho de dibujar, al hecho de que detrás del niño que dibuja suele haber un adulto diciendo: "¡Uy, qué bien te ha salido, cariño!".



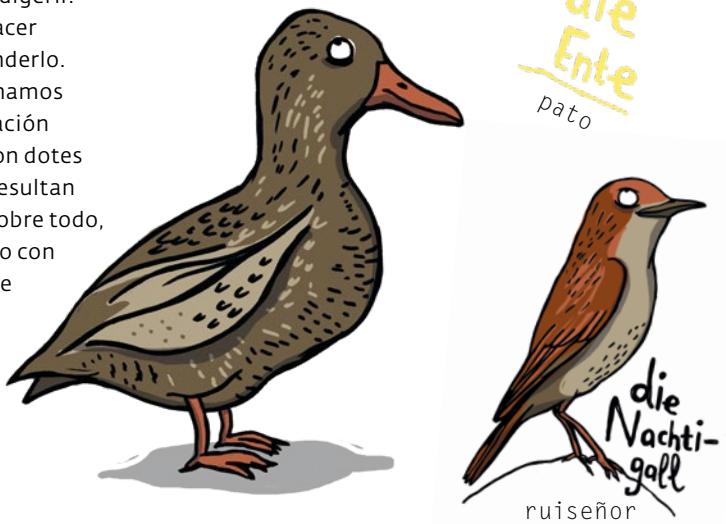
Este elogio, al que más adelante se unirá el destructivo "Oye, aquí ni se te ocurra pintar esos garabatos tuyos", cobra una extraña vida propia en relación con nuestras carreras y pasa a ser un ente independiente. La alegría de ser elogiado se convierte en un fin en sí mismo y va sustituyendo poco a poco a la alegría de pintar algo por el mero gusto de hacerlo. Por eso, casi todos los niños llegan a una fase en la que empiezan a calcar y quieren dibujar las cosas "como son en realidad". Dibujar —y, con ello, la comunicación y la creatividad— se transforma en un vehículo para obtener reconocimiento, y al revés, el temor a no ser capaces de satisfacer las expectativas de los demás, conduce al bloqueo de la propia creatividad. Como consecuencia, dejamos muy pronto de hacer dibujos porque sí y, en vez de eso, empezamos a pintar para nuestros presuntos críticos o admiradores. Después nos hacemos mayores, nuestras aspiraciones respecto a nuestras habilidades artísticas crecen y se encuentran ante ciertos límites y, por otro lado, el elogio de nuestros padres deja de resultar tan satisfactorio como antes. A continuación, como estudiantes de primer año en la facultad constatamos enseguida que la competencia no se ha dormido en los laureles.

Los humanos somos seres dotados de la capacidad de aprender. Cuando venimos al mundo, lo único que sabemos hacer es comer, dormir y digerir. Todo lo demás, desde tocar el piano, hacer mermelada o yudo, tenemos que aprenderlo. Sospecho que lo que comúnmente llamamos "talento" significa sobre todo "estimulación temprana". Por supuesto, a los niños con dotes musicales las lecciones de música les resultan mucho más fáciles, pero eso se debe, sobre todo, a que han tenido un contacto temprano con la música. Sin embargo, el hecho de que lleguen a ser unos músicos excepcionales y de éxito tendrá que ver con factores como la diligencia, el esfuerzo, la aplicación, cuánto se diviertan trabajando y la riqueza de sus ideas.

Cuando pienso en mi época de estudiante y comparo las previsiones que hicimos entonces sobre nuestras futuras carreras con la realidad laboral de mis antiguos compañeros de clase, puedo afirmar que de ningún modo es posible reconocer al caballo ganador en la salida. Numerosos "talentos" a los que se les predecía un gran futuro se han embarcado más adelante en proyectos que nada tienen que ver con nuestro campo, y, al revés, muchos estudiantes supuestamente "flojos" han encontrado más tarde su camino en el mundo de la ilustración. Según mi experiencia, el esfuerzo personal es el factor determinante. Si eres perezoso, tu "talento" no te va a ayudar a superar tu pereza. Lo que uno no puede aprender es la pasión por el dibujo. Sin embargo, si conservamos el gusto por el dibujo, se activará en nosotros un automatismo positivo.

Si nos gusta dibujar, lo haremos a menudo, y si lo hacemos a menudo, lo haremos bien.

En mi opinión, el término *talento* está terriblemente sobrevalorado. La pasión por la ilustración es mucho más poderosa que el talento.



Ilustrar significa decidir

Si tiene forma de sandía,
pesa como una sandía
y sabe a sandía,
probablemente sea una sandía.

PROVERBIO JUDÍO

En el fondo, que ilustrar significa tener que tomar decisiones es una gran verdad, pero, por desgracia, ahí reside también su gran dificultad.

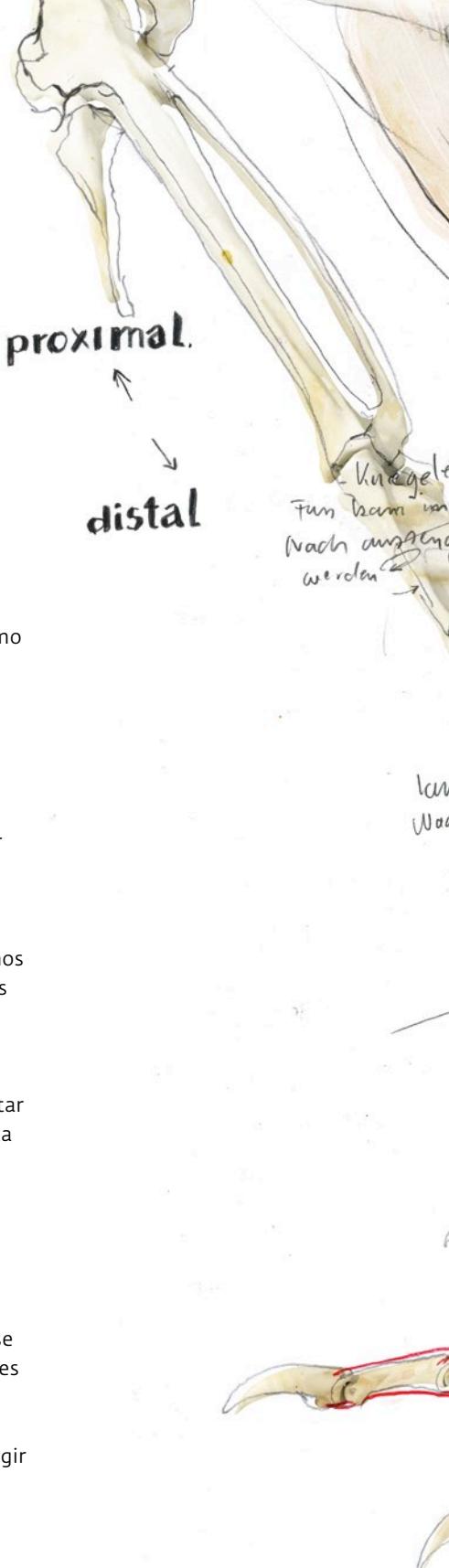
Con cada trazo que dibujas en una hoja, con cada píxel que agregas a un diseño en tu ordenador, estás tomando una decisión. Estás avanzando en la respuesta a la pregunta: ¿quéquieres crear?

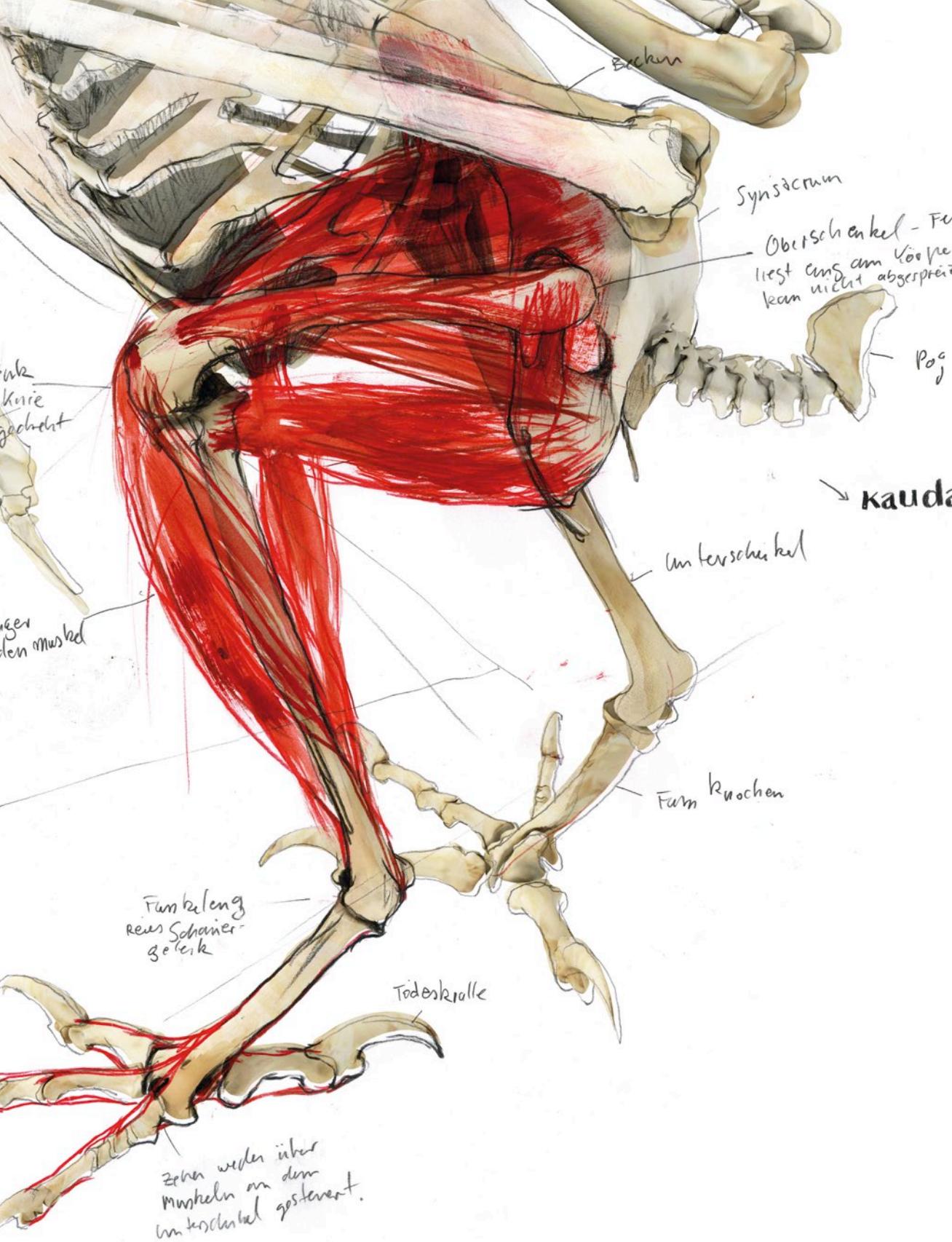
¿Qué es lo que quieress contar?

¿El niño en primer plano llevará un suéter rojo o amarillo? ¿Debería tener un estilo infográfico, llevar una armadura o tal vez tener un pico de pájaro? Suena fácil, pero desde el momento en que nos enfrentamos por primera vez a la pantalla o la página en blanco hasta que la ilustración está acabada tomamos cientos, quizás miles de pequeñas y grandes decisiones. Y lo que decididas en cada caso determinará de manera significativa cuál será la imagen resultante. Son tus grandes y pequeñas decisiones las que conforman la

ilustración. Esas decisiones determinan qué quieres representar y qué no y, a su vez, son las que crean lo que llamamos nuestro propio estilo. Es decir, es importante que como "fabricantes de imágenes" seamos conscientes de que el proceso creativo consiste en tomar una serie de decisiones, y ahí radica precisamente el problema. El hecho de ir a comprar un par de zapatos, por ejemplo, nos revela hasta qué punto pueden resultar difíciles los procesos de toma de decisiones. A menudo, nos quedamos parados como un burro ante los dos montones de heno, incapaces de decidirnos por uno o por otro.

Por todo esto, te animo a adoptar una actitud un poco pragmática y a tener más confianza en tus habilidades. Normalmente, no se trata de un asunto de vida o muerte, sino de ser capaz de establecer una jerarquía entre dos alternativas casi equivalentes. De hecho, el burro que se queda parado ante los montones de heno toma sin quererlo una decisión y, además, la peor posible, porque opta por no elegir ninguno.







Así pues, lo único que te puedo aconsejar en lo que respecta a la ilustración es ser valiente y no dejar de avanzar, porque cuando caiga la noche y eches un vistazo a tu trabajo del día y tus avances, no deberías tener que admitir que has pasado más tiempo sin pintar que haciéndolo. Por regla general, las cavilaciones y las dudas no lo convierten a uno en un ilustrador mejor. Asume más riesgos al trabajar. El tiempo que de otro modo dedicarías a revolcarte en la neurosis de la indecisión puedes emplearlo en realizar dos ilustraciones audaces en lugar de una ilustración timorata.

Decidir tiene que ver con el propio punto de vista. Aprende a confiar en ti. Por muy trivial que pueda sonar, es una capacidad que también se puede entrenar.

Entrena tu “sentido de la decisión”.

No te quedes horas pensando ante la carta de un restaurante: prueba a decidirte en un minuto. Si aprendes a aceptarte como el único responsable de la toma de decisiones y a confiar en tu instinto para tomar la decisión correcta, ya habrás dado el paso más importante. Y al utilizar el restaurante para practicar en secreto, te aseguras de la inocuidad de las consecuencias.

Diseñar significa tomar decisiones e ilustrar significa tomar decisión tras decisión con valentía hasta alcanzar el resultado final. Al poco tiempo de interiorizar este proceso, ya no te darás cuenta de cuántos obstáculos y decisiones has tenido que superar con éxito hasta llegar a la meta.

A veces, que el trabajo suponga un paseo campestre o el duro ascenso de una montaña depende menos del camino que de los excursionistas.



Ja, Herr war der Ty der mir Ansichtskarten schrie
hier ist es bauern

lernweh aus irgend'ner Hawaii-Bar

mir, daß die weite Welt
sieben wilde meere

Cómo vemos lo que vemos

La información no es saber.

FRANK ZAPPA



La ilustración no depende solo de la técnica que utilicemos. Tú mismo eres mucho más importante que la elección de herramientas y materiales. El factor decisivo es *quién* es el autor de la ilustración. Tu manera de ilustrar representa tu forma de ver el mundo. La cosa es así:

Cómo vemos lo que vemos marca por completo la diferencia.

Dependiendo de cómo miremos el mundo, así lo veremos y así nos desenvolveremos en él. El hecho de que dos personas diferentes vean una situación o una serie de circunstancias de forma diferente es una verdad de Perogrullo. Y si contempláramos el mundo a través de los ojos de otra persona, estaría por ver que todavía nos resultara familiar. En esto reside la clave de los diferentes estilos que encontramos en el ámbito de la ilustración:

La ilustración explica a los demás *nuestra* visión del mundo.

Por supuesto, el proceso comienza con la “elección de las armas”, es decir, de la técnica para ilustrar, pero también con muchas otras cosas: cada decisión que va componiendo tu ilustración —desde la idea, pasando por la orientación del contenido hasta el diseño y la composición de la imagen— es el resultado de una labor muy personal que consiste en sopesar y decidir entre infinidad de posibilidades. Tu perspectiva determina la imagen: si tu visión del mundo es más bien romántica, tus ilustraciones mostrarán un punto de vista más bien romántico: quizás utilices colores más delicados, busques temas y motivos que cuenten historias o algo similar, y quizás por ello prefieras ciertas técnicas en especial. Del mismo modo, una perspectiva objetiva y racional se reflejará en una ilustración



explicativa o informativa. Posiblemente, en ese caso elijas las técnicas más apropiadas para describir texturas y tu estilo de representación se englobe más bien dentro del realismo que si lo que te interesa es únicamente que tus ilustraciones transmitan un estado de ánimo.

Es posible que tu trabajo revele también tu sentido del humor, así como ciertos aspectos de tu imaginación o estado anímico (melancolía, alegría...). Todo lo que te importa y te hace ser quien eres se refleja en tus imágenes casi como por arte de magia. O lo que es lo mismo: eso que llamamos de manera informal el “gusto” es una expresión inconsciente de nuestro propio estado de ánimo, y a la inversa, lo que nos gusta dice mucho de nosotros. En principio, se trata de una realidad que no es ni positiva ni negativa, lo importante es que seamos conscientes de ello.

Quizás por eso a veces nos ofendemos tan fácilmente si critican nuestras imágenes. Y puede que eso también explique por qué la búsqueda de un “estilo propio” se convierte a menudo en una cuestión extrañamente existencial para los artistas. La búsqueda de una expresión artística propia es la búsqueda de nosotros mismos.

La ilustración está muy alejada del formalismo. En realidad, nuestras almas pintan con nosotros.

Lo concreto y lo abstracto

Sin creatividad, no hay progreso posible.

EL SEÑOR SPOCK EN STAR TREK, 1967



Suena paradójico, pero el realismo excesivo a veces produce una peculiar sensación de distancia en el espectador. Cuando observamos algo “real”—es decir, un objeto que está delante de nosotros, como, por ejemplo, una de las sillas de la cocina—, obtenemos de forma natural una imagen muy clara y concreta del mismo. Podemos mirar nuestra silla desde todos los lados, moverla y darle la vuelta y, si queremos, ponerla cabeza abajo. La silla está presente; su forma, su color, su tamaño y sus proporciones son evidentes y verificables para todos.

Ahora bien, si la silla no está en nuestra cocina, sino solo en nuestra cabeza —es decir, si se trata solo de una silla *imaginada*—, nos parece que su silueta está definida con menor nitidez. Examina, aunque sea solo por diversión, la imagen mental de una silla y compárala con una silla que puedes ver: la silla imaginaria es más bien esquemática y posiblemente su color varíe, mientras que su forma irá evolucionando en nuestra imaginación.

Desde una perspectiva cualitativa, la silla observada y la silla imaginaria difieren significativamente entre sí. La silla que nos imaginamos es mucho menos clara, pesa visualmente menos que la silla que vemos en realidad.

Pues bien, resulta que el bagaje que conllevan estos hábitos de visión y de pensamiento explica por qué a veces experimentamos una extraña sensación de distanciamiento ante las imágenes *demasiado* realistas. Por su parte, el fenómeno

contrario es tan simple como paradójico: de manera inconsciente, al observar un motivo borroso, presuponemos que está teniendo lugar *dentro* de nosotros y, al contrario, presuponemos que lo que vemos nítidamente está *fuera* de nosotros. La silla que vimos con precisión no puede haber estado en nuestro interior, tenemos que haberla visto.

Este efecto hace que las representaciones demasiado concretas provoquen una distancia interior respecto a lo que estamos viendo. De hecho, si nos podemos identificar tan fácilmente con imágenes más abstractas, de contornos vagos y difusos y estilo esquemático, es porque estos tipos de representación se asemejan a ese mundo que vemos dentro de nosotros cuando cerramos los ojos. Identificamos lo nítido y lo detallado con el mundo circundante, que se convierte en algo ajeno, mientras que sentimos que lo abstracto está en nuestro interior.

Como fabricantes de mundos visuales, este conocimiento es muy importante a la hora de aprovechar estos diferentes efectos para crear nuestras imágenes. Si la extrapolamos al mundo de la ilustración, esta paradoja significa que podemos crear intimidad emocional más fácilmente con imágenes realizadas con un enfoque abstracto, porque la atmósfera que transmiten las hace más similares a nuestras imágenes interiores. Por el contrario, las imágenes realistas, las texturas claras y las superficies concretas evocan puntos de vista más objetivos y, por tanto, emocionalmente distantes.

Es decir, una visión demasiado concreta del mundo equivale a una visión distanciada.

Por tanto, seamos conscientes de sus implicaciones cuando la utilicemos en nuestras ilustraciones y lancémonos también de vez en cuando a besar con los ojos cerrados.



Todos somos artistas

Uno se convierte en artista por desesperación.

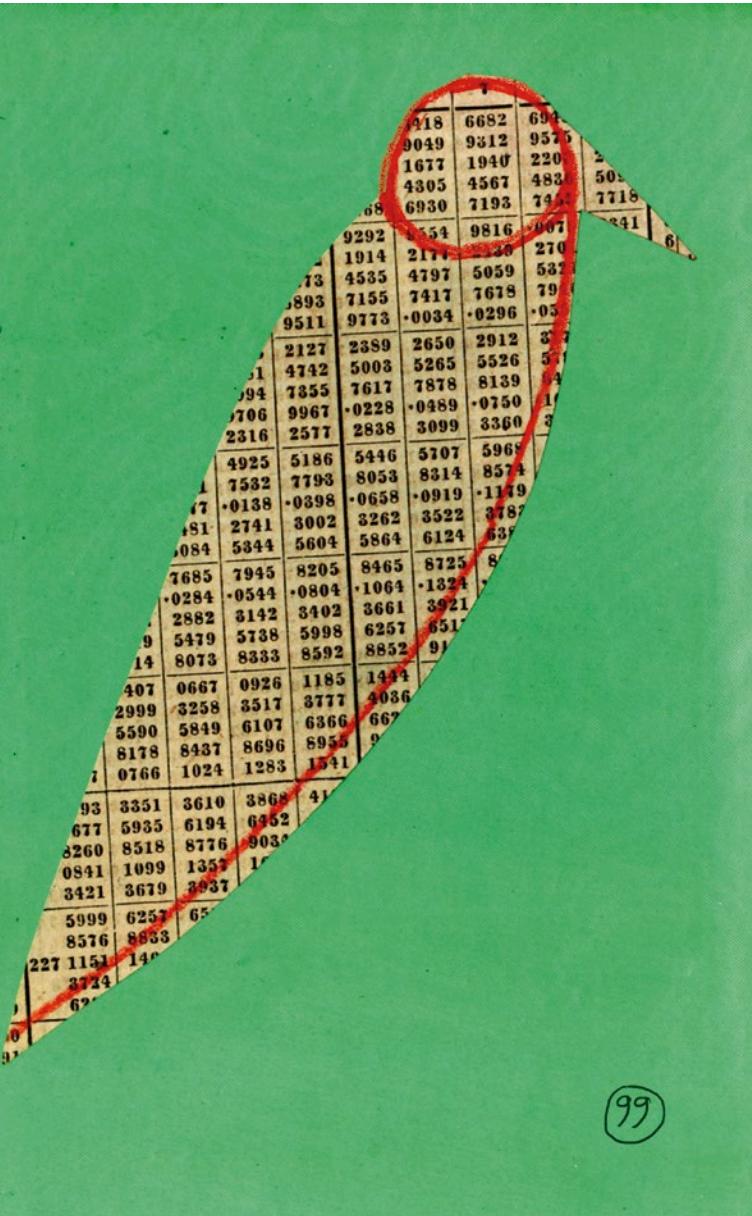
ERNST LUDWIG KIRCHNER

La frase de que todo ser humano es un artista se atribuye a Joseph Beuys. Si le echas un vistazo a tu círculo de conocidos, verás que no está tan lejos de la realidad (aunque es probable que Beuys quisiera decir algo totalmente distinto con su declaración). Si, por ejemplo, te das una vuelta por mi barrio (Prenzlauer Berg, en Berlín), te darás cuenta de que la mayoría de los jóvenes de hoy en día hacen "algo creativo" o, al menos, aspiran a ejercer una profesión creativa.

El que no es diseñador gráfico a menudo quiere ser actor, estrella del pop, creador de videojuegos, modelo o ilustrador. Es decir, que la ilustración, como todas las profesiones creativas, está "de moda", y eso tiene sus cosas buenas y sus cosas malas, pero, en principio, el hecho de que queramos desarrollar nuestros talentos y ganar dinero con ello es una idea estupenda.

La ilustración es una hermosa profesión que hace el mundo más colorido, nos ayuda a comprenderlo y aporta un poco de belleza y luz a nuestra vida.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	P.P.	
290 0246 0539 0192 1014 1231 1460 1682 1903 2121 2350 222	2561 2782 3004 3225 3441 3669 3890 4111 4333 4554 221	2562 2825 3219 3440 3669 3890 4111 4333 4554 4775 222	293 1413 1636 1857 2078 2299 2520 2741 2962 3183 489	4662 4883 5103 5324 5544 5764 5985 6184 6406 6646 220	293 1211 1491 1711 1931 2151 2371 2591 2811 3031 2231	295 0065 0286 0506 0726 0945 1163 1385 1604 1824 2043 2238	296 0065 0289 0507 0727 0946 1164 1386 1605 1825 2044 244	297 1051 1256 1446 1694 1913 2132 2351 2570 2789 3008 222	6511 6891 6911 6931 6950 6970 6990 7210 7430 7650 5110	652 6871 7091 7310 7529 7748 7968 8187 8406 8626 219	4435 4677 4897 5115 5336 5555 5774 5994 6213 6433 198
294 0231 0412 0634 0854 1075 1295 1515 1735 1955 2175 223	2563 2828 3005 3225 3445 3665 3885 4105 4325 4545 221	295 1424 1635 1856 2079 2299 2520 2741 2962 3183 3403 489	296 0065 0289 0507 0727 0946 1163 1385 1605 1825 2043 2238	6511 6891 6911 6931 6950 6970 6990 7210 7430 7650 5110	652 6871 7091 7310 7529 7748 7968 8187 8406 8626 219	4435 4677 4897 5115 5336 5555 5774 5994 6213 6433 198	298 0974 2928 3005 3225 3445 3665 3885 4105 4325 4545 221	299 1973 2197 2416 2634 2853 3073 3293 3512 3731 3935 222	6503 6823 7041 7261 7481 7701 7921 8141 8361 8581 199	4164 4382 4601 4821 5041 5261 5481 5701 5921 6141 197	299 0713 2989 3111 3331 3551 3771 3991 4211 4431 4651 222
300 1603 1823 2041 2261 2476 2693 2903 3120 3336 3556 222	2564 2824 3004 3224 3444 3664 3884 4104 4324 4544 221	300 1603 1823 2041 2261 2476 2693 2903 3120 3336 3556 222	301 1603 1823 2041 2261 2476 2693 2903 3120 3336 3556 222	6503 6823 7041 7261 7481 7701 7921 8141 8361 8581 199	4164 4382 4601 4821 5041 5261 5481 5701 5921 6141 197	299 0713 2989 3111 3331 3551 3771 3991 4211 4431 4651 222	300 1603 1823 2041 2261 2476 2693 2903 3120 3336 3556 222	6503 6823 7041 7261 7481 7701 7921 8141 8361 8581 199	4164 4382 4601 4821 5041 5261 5481 5701 5921 6141 197	299 0713 2989 3111 3331 3551 3771 3991 4211 4431 4651 222	
301 1603 1823 2041 2261 2476 2693 2903 3120 3336 3556 222	2564 2824 3004 3224 3444 3664 3884 4104 4324 4544 221	301 1603 1823 2041 2261 2476 2693 2903 3120 3336 3556 222	302 1603 1823 2041 2261 2476 2693 2903 3120 3336 3556 222	6503 6823 7041 7261 7481 7701 7921 8141 8361 8581 199	4164 4382 4601 4821 5041 5261 5481 5701 5921 6141 197	299 0713 2989 3111 3331 3551 3771 3991 4211 4431 4651 222	300 1603 1823 2041 2261 2476 2693 2903 3120 3336 3556 222	6503 6823 7041 7261 7481 7701 7921 8141 8361 8581 199	4164 4382 4601 4821 5041 5261 5481 5701 5921 6141 197	299 0713 2989 3111 3331 3551 3771 3991 4211 4431 4651 222	
302 1603 1823 2041 2261 2476 2693 2903 3120 3336 3556 222	2564 2824 3004 3224 3444 3664 3884 4104 4324 4544 221	302 1603 1823 2041 2261 2476 2693 2903 3120 3336 3556 222	303 1603 1823 2041 2261 2476 2693 2903 3120 3336 3556 222	6503 6823 7041 7261 7481 7701 7921 8141 8361 8581 199	4164 4382 4601 4821 5041 5261 5481 5701 5921 6141 197	299 0713 2989 3111 3331 3551 3771 3991 4211 4431 4651 222	300 1603 1823 2041 2261 2476 2693 2903 3120 3336 3556 222	6503 6823 7041 7261 7481 7701 7921 8141 8361 8581 199	4164 4382 4601 4821 5041 5261 5481 5701 5921 6141 197	299 0713 2989 3111 3331 3551 3771 3991 4211 4431 4651 222	
303 1603 1823 2041 2261 2476 2693 2903 3120 3336 3556 222	2564 2824 3004 3224 3444 3664 3884 4104 4324 4544 221	303 1603 1823 2041 2261 2476 2693 2903 3120 3336 3556 222	304 1603 1823 2041 2261 2476 2693 2903 3120 3336 3556 222	6503 6823 7041 7261 7481 7701 7921 8141 8361 8581 199	4164 4382 4601 4821 5041 5261 5481 5701 5921 6141 197	299 0713 2989 3111 3331 3551 3771 3991 4211 4431 4651 222	300 1603 1823 2041 2261 2476 2693 2903 3120 3336 3556 222	6503 6823 7041 7261 7481 7701 7921 8141 8361 8581 199	4164 4382 4601 4821 5041 5261 5481 5701 5921 6141 197	299 0713 2989 3111 3331 3551 3771 3991 4211 4431 4651 222	
304 1603 1823 2041 2261 2476 2693 2903 3120 3336 3556 222	2564 2824 3004 3224 3444 3664 3884 4104 4324 4544 221	304 1603 1823 2041 2261 2476 2693 2903 3120 3336 3556 222	305 1603 1823 2041 2261 2476 2693 2903 3120 3336 3556 222	6503 6823 7041 7261 7481 7701 7921 8141 8361 8581 199	4164 4382 4601 4821 5041 5261 5481 5701 5921 6141 197	299 0713 2989 3111 3331 3551 3771 3991 4211 4431 4651 222	300 1603 1823 2041 2261 2476 2693 2903 3120 3336 3556 222	6503 6823 7041 7261 7481 7701 7921 8141 8361 8581 199	4164 4382 4601 4821 5041 5261 5481 5701 5921 6141 197	299 0713 2989 3111 3331 3551 3771 3991 4211 4431 4651 222	
305 1603 1823 2041 2261 2476 2693 2903 3120 3336 3556 222	2564 2824 3004 3224 3444 3664 3884 4104 4324 4544 221	305 1603 1823 2041 2261 2476 2693 2903 3120 3336 3556 222	306 1603 1823 2041 2261 2476 2693 2903 3120 3336 3556 222	6503 6823 7041 7261 7481 7701 7921 8141 8361 8581 199	4164 4382 4601 4821 5041 5261 5481 5701 5921 6141 197	299 0713 2989 3111 3331 3551 3771 3991 4211 4431 4651 222	300 1603 1823 2041 2261 2476 2693 2903 3120 3336 3556 222	6503 6823 7041 7261 7481 7701 7921 8141 8361 8581 199	4164 4382 4601 4821 5041 5261 5481 5701 5921 6141 197	299 0713 2989 3111 3331 3551 3771 3991 4211 4431 4651 222	
306 1603 1823 2041 2261 2476 2693 2903 3120 3336 3556 222	2564 2824 3004 3224 3444 3664 3884 4104 4324 4544 221	306 1603 1823 2041 2261 2476 2693 2903 3120 3336 3556 222	307 1603 1823 2041 2261 2476 2693 2903 3120 3336 3556 222	6503 6823 7041 7261 7481 7701 7921 8141 8361 8581 199	4164 4382 4601 4821 5041 5261 5481 5701 5921 6141 197	299 0713 2989 3111 3331 3551 3771 3991 4211 4431 4651 222	300 1603 1823 2041 2261 2476 2693 2903 3120 3336 3556 222	6503 6823 7041 7261 7481 7701 7921 8141 8361 8581 199	4164 4382 4601 4821 5041 5261 5481 5701 5921 6141 197	299 0713 2989 3111 3331 3551 3771 3991 4211 4431 4651 222	
307 1603 1823 2041 2261 2476 2693 2903 3120 3336 3556 222	2564 2824 3004 3224 3444 3664 3884 4104 4324 4544 221	307 1603 1823 2041 2261 2476 2693 2903 3120 3336 3556 222	308 1603 1823 2041 2261 2476 2693 2903 3120 3336 3556 222	6503 6823 7041 7261 7481 7701 7921 8141 8361 8581 199	4164 4382 4601 4821 5041 5261 5481 5701 5921 6141 197	299 0713 2989 3111 3331 3551 3771 3991 4211 4431 4651 222	300 1603 1823 2041 2261 2476 2693 2903 3120 3336 3556 222	6503 6823 7041 7261 7481 7701 7921 8141 8361 8581 199	4164 4382 4601 4821 5041 5261 5481 5701 5921 6141 197	299 0713 2989 3111 3331 3551 3771 3991 4211 4431 4651 222	
308 1603 1823 2041 2261 2476 2693 2903 3120 3336 3556 222	2564 2824 3004 3224 3444 3664 3884 4104 4324 4544 221	308 1603 1823 2041 2261 2476 2693 2903 3120 3336 3556 222	309 1603 1823 2041 2261 2476 2693 2903 3120 3336 3556 222	6503 6823 7041 7261 7481 7701 7921 8141 8361 8581 199	4164 4382 4601 4821 5041 5261 5481 5701 5921 6141 197	299 0713 2989 3111 3331 3551 3771 3991 4211 4431 4651 222	300 1603 1823 2041 2261 2476 2693 2903 3120 3336 3556 222	6503 6823 7041 7261 7481 7701 7921 8141 8361 8581 199	4164 4382 4601 4821 5041 5261 5481 5701 5921 6141 197	299 0713 2989 3111 3331 3551 3771 3991 4211 4431 4651 222	
309 1603 1823 2041 2261 2476 2693 2903 3120 3336 3556 222	2564 2824 3004 3224 3444 3664 3884 4104 4324 4544 221	309 1603 1823 2041 2261 2476 2693 2903 3120 3336 3556 222	310 1603 1823 2041 2261 2476 2693 2903 3120 3336 3556 222	6503 6823 7041 7261 7481 7701 7921 8141 8361 8581 199	4164 4382 4601 4821 5041 5261 5481 5701 5921 6141 197	299 0713 2989 3111 3331 3551 3771 3991 4211 4431 4651 222	300 1603 1823 2041 2261 2476 2693 2903 3120 3336 3556 222	6503 6823 7041 7261 7481 7701 7921 8141 8361 8581 199	4164 4382 4601 4821 5041 5261 5481 5701 5921 6141 197	299 0713 2989 3111 3331 3551 3771 3991 4211 4431 4651 222	
310 1603 1823 2041 2261 2476 2693 2903 3120 3336 3556 222	2564 2824 3004 3224 3444 3664 3884 4104 4324 4544 221	310 1603 1823 2041 2261 2476 2693 2903 3120 3336 3556 222	311 1603 1823 2041 2261 2476 2693 2903 3120 3336 3556 222	6503 6823 7041 7261 7481 7701 7921 8141 8361 8581 199	4164 4382 4601 4821 5041 5261 5481 5701 5921 6141 197	299 0713 2989 3111 3331 3551 3771 3991 4211 4431 4651 222	300 1603 1823 2041 2261 2476 2693 2903 3120 3336 3556 222	6503 6823 7041 7261 7481 7701 7921 8141 8361 8581 199	4164 4382 4601 4821 5041 5261 5481 5701 5921 6141 197	299 0713 2989 3111 3331 3551 3771 3991 4211 4431 4651 222	
311 1603 1823 2041 2261 2476 2693 2903 3120 3336 3556 222	2564 2824 3004 3224 3444 3664 3884 4104 4324 4544 221	311 1603 1823 2041 2261 2476 2693 2903 3120 3336 3556 222	312 1603 1823 2041 2261 2476 2693 2903 3120 3336 3556 222	6503 6823 7041 7261 7481 7701 7921 8141 8361 8581 199	4164 4382 4601 4821 5041 5261 5481 5701 5921 6141 197	299 0713 2989 3111 3331 3551 3771 3991 4211 4431 4651 222	300 1603 1823 2041 2261 2476 2693 2903 3120 3336 3556 222	6503 6823 7041 7261 7481 7701 7921 8141 8361 8581 199	4164 4382 4601 4821 5041 5261 5481 5701 5921 6141 197	299 0713 2989 3111 3331 3551 3771 3991 4211 4431 4651 222	
312 1603 1823 2041 2261 2476 2693 2903 3120 3336 3556 222	2564 2824 3004 3224 3444 3664 3884 4104 4324 4544 221	312 1603 1823 2041 2261 2476 2693 2903 3120 3336 3556 222	313 1603 1823 2041 2261 2476 2693 2903 3120 3336 3556 222	6503 6823 7041 7261 7481 7701 7921 8141 8361 8581 199	4164 4382 4601 4821 5041 5261 5481 5701 5921 6141 197	299 0713 2989 3111 3331 3551 3771 3991 4211 4431 4651 222	300 1603 1823 2041 2261 2476 2693 2903 3120 3336 3556 222	6503 6823 7041 7261 7481 7701 7921 8141 8361 8581 199	4164 4382 4601 4821 5041 5261 5481 5701 5921 6141 197	299 0713 2989 3111 3331 3551 3771 3991 4211 4431 4651 222	
313 1603 1823 2041 2261 2476 2693 2903 3120 3336 3556 222	2564 2824 3004 3224 3444 3664 3884 4104 4324 4544 221	313 1603 1823 2041 2261 2476 2693 2903 3120 3336 3556 222	314 1603 1823 2041 2261 2476 2693 2903 3120 3336 3556 222	6503 6823 7041 7261 7481 7701 7921 8141 8361 8581 199	4164 4382 4601 4821 5041 5261 5481 5701 5921 6141 197	299 0713 2989 3111 3331 3551 3771 3991 4211 4431 4651 222	300 1603 1823 2041 2261 2476 2693 2903 3120 3336 3556 222	6503 6823 7041 7261 7481 7701 7921 8141 8361 8581 199	4164 4382 4601 4821 5041 5261 5481 5701 5921 6141 197	299 0713 2989 3111 3331 3551 3771 3991 4211 4431 4651 222	
314 1603 1823 2041 2261 2476 2693 2903 3120 3336 3556 222	2564 2824 3004 3224 3444 3664 3884 4104 4324 4544 221	314 1603 1823 2041 2261 2476 2693 2903 3120 3336 3556 222	315 1603 1823 2041 2261 2476 2693 2903 3120 3336 3556 222	6503 6823 7041 7261 7481 7701 7921 8141 8361 8581 199	4164 4382 4601 4821 5041 5261 5481 5701 5921 6141 197	299 0713 2989 3111 3331 3551 3771 3991 4211 4431 4651 222	300 1603 1823 2041 2261 2476 2693 2903 3120 3336 3556 222	6503 6823 7041 7261 7481 7701 7921 8141 8361 8581 199	4164 4382 4601 4821 5041 5261 5481 5701 5921 6141 197	299 0713 2989 3111 3331 3551 3771 3991 4211 4431 4651 222	
315 1603 1823 2041 2261 2476 2693 2903 3120 3336 3556 222	2564 2824 3004 3										



La parte mala de la popularidad que ha alcanzado la ilustración es que el exceso de oferta crea un entorno laboral en el que muchos colegas jóvenes corren el riesgo de fracasar en su empeño por motivos económicos. Precisamente cuando una profesión está sufriendo una inflación, muchos jóvenes profesionales tienden a vender su trabajo a precio de saldo. Por desgracia, la creencia de que lograrán hacerse un hueco en el mercado con esa estrategia es una falacia. Por el contrario, a menudo conduce a un círculo vicioso que va desde los bajos honorarios a la consecuente minusvaloración de la propia obra y vuelta a los bajos honorarios.

Uno empieza a pasar de un trabajo de becario no remunerado al siguiente, y conseguir salir de una espiral así resulta difícil en la práctica, porque el tipo de cliente que valora antes que nada esos precios de saldo no querrá aceptar un aumento de tarifa más adelante, sino que siempre se remitirá al modelo de precios habitual.

Además, los bajos honorarios conllevan un problema de tiempo. Si continuamos haciendo trabajos mal remunerados, tardaremos mucho más tiempo en ganar el dinero suficiente para pagar nuestro alquiler.

Ya sea por nuestra necesidad de seguridad, por falta de confianza en nosotros mismos, por desconocer la escala de tarifas real o por simple falta de tiempo, reposicionar nuestro trabajo en el mercado laboral resulta bastante difícil. ¿Es esa una razón para desesperarse y "tirar la toalla"? Yo creo que no. Los mercados están sujetos a la ley de la oferta y la demanda. Para escapar al problema de la masificación de la oferta, la nueva generación de ilustradores tiene que estudiar bien el mercado, un mercado que no es unidimensional. Es posible especializarse en cientos de oficios en los que se utiliza el dibujo: hay ilustradores de libros y revistas, caricaturistas, ilustradores de juegos o dibujantes de cómic. Uno puede ganarse la vida ilustrando libros para niños, con la ilustración informativa o científica, o bien animando películas o juegos de ordenador. Se puede ser un "todoterreno" o dedicarse a hacer storyboards, apostar por la ilustración para publicidad, diseñar envases o trabajar en la enseñanza.

La ilustración ofrece un enorme y creciente mercado con innumerables ramificaciones en el que sin duda podrás encontrar el lugar adecuado para el producto adecuado.

Sin embargo, precisamente por eso es conveniente no centrarse únicamente en los trabajos más populares. De hecho, tus oportunidades de encontrar un hueco en el mercado aumentarán si no estás corriendo constantemente detrás de la última tendencia, y, por el contrario, aprovechas los nichos que crea el mercado a través de sus propios mecanismos. Una famosa ecuación del mundo financiero, el llamado "ciclo del cerdo", lo explica con un ejemplo sacado del ámbito de la ganadería: si un año, por ejemplo, la producción de cerdos fuera muy alta, el precio de la carne de cerdo sería, en consecuencia, bajo; al contrario, en ese mismo periodo puede que el precio de los pollos sea alto, ya que tal vez solo haya un número limitado de pollos.

Todo tiene su lógica, pero ¿qué pasa a continuación? Que los ganaderos que se habían dedicado a criar cerdos piensan que habría sido mucho más inteligente criar pollos y reorientan su negocio. Ahora bien, por lo general todos los ganaderos llegan a esta conclusión al mismo tiempo, simplemente porque el precio de los pollos en el "año de los cerdos" fue alto. Por desgracia, lo que sucede en consecuencia es que se produce una sobreoferta de pollos al año siguiente: los pollos están ahora baratos y todos los ganaderos se enfadan por no haber seguido apostando por la cría de cerdos. Así que, de nuevo, todos deciden al mismo tiempo volver a producir más carne de cerdo al año siguiente, y así sucesivamente. Como proveedor de servicios creativos, la conclusión que puedes extraer de este ejemplo es que es necesario estudiar detenidamente la situación.



Por ejemplo, puesto que hoy en día en las revistas está de moda publicar las ilustraciones con una impresión de aspecto analógico, como recién llegado harías bien en buscar un nicho de mercado diferente. Al igual que sucedía en el caso de los ganaderos, el proceso de producción y distribución lleva un tiempo: el tiempo suficiente para que un mercado aparentemente lucrativo pueda convertirse en un mercado obsoleto.

Por tanto, mi consejo es hacer también de vez en cuando trabajos diametralmente opuestos a la oferta. Si hoy todo el mundo afirma que los libros infantiles ya no salen a cuenta económica, es posible que en un futuro próximo, conforme a la ley del ciclo del cerdo, esa suposición generalizada dé lugar a una situación en la que las ilustraciones de libros infantiles vuelvan a pagarse bien porque el resto de ilustradores se han centrado en otro sector del mercado.

Es decir, no te vuelvas loco; utiliza tu cabeza para analizar con claridad el mercado. Así encontrarás tu camino como ilustrador.





Las ideas

Lo más difícil de una idea no es tenerla,
sino saber reconocer si es buena.

CHRIS HOWLAND

La parte más importante de una ilustración es su visión inherente; es decir, la idea que hay detrás de ella. Concepto visual, estilo, contenido, diseño, ejecución, contenido informativo, ingenio, estética y ambición: todos los elementos que componen la ilustración derivan de una visión subyacente. Incluso en temas más bien áridos, como las ilustraciones científicas e informativas, las ideas son la sal y la pimienta de la obra. En los ámbitos que dependen de la imaginación—desde los trabajos para prensa hasta los libros infantiles—son la sustancia que le da vida a tu imagen.

Lo que hace que nos impacte una buena ilustración es la visión que la anima.

A veces es solo un detalle, un concepto visual o una línea de diseño. A veces es exclusivamente la idea que representa la

ilustración. De hecho, hay toda una infinidad de ejemplos de ilustraciones supuestamente “mal pintadas” que, a pesar de ello, funcionan de maravilla porque se basan en una gran idea. Al mismo tiempo, de poco le sirve a una imagen el mero hecho de “estar bien pintada”. Por ese motivo tampoco es suficiente con concentrarse en los aspectos puramente técnicos. Al contrario: hay dibujantes excelentes que no saben ilustrar, y al revés, ilustradores que crean cosas maravillosas sin ser perfectos dibujantes. Cuando falta la visión, el arte se convierte en algo extrañamente inconsecuente, como la música de ascensor, los payasos llorones o la pizza congelada. Las ideas son el alma de toda ilustración. Si la imagen carece de idea subyacente, no le llegará a nadie. Las ideas atraen, captan a quien mira y lo acompañan. Las ideas son las que realmente crean el

vínculo entre el espectador y la imagen. Por eso, la cuestión de cómo desarrollar buenas ideas no es baladí. Paul McCartney declaró en una ocasión que la melodía de *Yesterday* la había soñado, así, sin más. Se había despertado por la mañana, se había sentado al piano, y allí estaba el regalo de la noche anterior. La recomendación de soñar más, por tanto, no anda desencaminada en lo que respecta a las ideas. Sin embargo, el hecho de que a los músicos se les ocurran más melodías que, digamos, a los capitanes de barcos de vapor es indicativo de que dormir más, por sí solo, no puede ser todo el secreto.





i Cómo podemos tener buenas ideas? Hay tantas maneras de estimular el rico reino de la imaginación como personas diferentes.

Ilustrar significa embarcarse en la exploración visual de un tema.

Para empezar, elige el tema. Estúdialo y dale vueltas. Hazte con él, míralo desde todos los ángulos, retuércelo, amásalo, descomponlo y vuelve a recomponerlo. Utiliza lápiz y papel,

recrealo o digitalízalo. Trabaja de forma conceptual o intuitiva. Mantén la mente abierta y, si es necesario, dispuesta a rechazar todo lo que has ido haciendo. Por otro lado, todos somos diferentes. A uno habrá que recomendarle diligencia y constancia en el trabajo, mientras que a otro le ayudará echarse una siesta o practicar algún deporte. No obstante, también en el oficio de ilustrar hay métodos para facilitar el proceso creativo y me gustaría presentarte algunos de los más utilizados.

Investigación

En la mayoría de los casos, la investigación se sitúa al principio del proceso de búsqueda. Investigar significa recopilar material que tal vez no pasará a formar parte de la publicación, pero que puede o podría incorporarse en una fase posterior del trabajo. Por lo general dividimos el clásico periodo de búsqueda en cuatro etapas diferentes: abordar la descripción del tema (el ¿de qué se trata?), recopilar información, clasificar lo que hemos encontrado y, finalmente, evaluar los resultados obtenidos.

Para decirlo bien claro: no se puede ilustrar algo sin haberlo entendido antes!



Tormenta de ideas

Por eso, la investigación es fundamental en la búsqueda de ideas. Sin embargo, el nivel de intensidad de esta fase del proceso depende mucho de la manera de trabajar de cada uno y del carácter del encargo en cuestión.

La piedra angular de la investigación pueden ser las bibliotecas, internet y otros archivos, los expertos y, en principio, cualquier cosa que pueda facilitarnos información sobre el tema. La elección misma de las fuentes repercutirá en la naturaleza de la obra que hagamos a continuación.

En la ilustración, a veces es el propio camino el que nos sugiere la meta, ya que al ponernos a trabajar sobre un tema casi siempre surgen diversos enfoques y soluciones visuales.

La clásica tormenta de ideas o *brainstorming* es un trabajo en grupo. El término se acuñó en la década de 1930 y la técnica cobró una inmensa popularidad en el campo de la publicidad.

Las tormentas de ideas se nutren de la técnica de la libre asociación de ideas. Cada participante propone ideas y todos los demás las retoman, las continúan o incorporan nuevas combinaciones y ponen nuevos términos en juego. El principio que rige una tormenta de ideas es que todos los participantes pueden dejar volar libremente su imaginación y decir lo que se les ocurra. Lo único importante es que los participantes no hagan comentarios o se critiquen

mutuamente (aunque solo sea enarcando las cejas). El propósito de este método es inspirarse los unos a los otros. En una fase posterior, los resultados se ordenan y se formulan.

Para ser justos, hay que decir que el resultado de la tormenta de ideas depende de los participantes. Las dinámicas grupales pueden servirnos de inspiración, pero también pueden conducir a bloqueos mutuos. Además, evidentemente, es una técnica poco apropiada para ilustradores que trabajen en solitario. En ese caso es más conveniente practicar el *brainwriting*; es decir, crear cadenas de asociaciones por escrito, o los denominados mapas mentales.



Mapas mentales

Mediante los mapas mentales podemos visualizar nuestros procesos de pensamiento en una especie de mapa. Este método se basa en la noción de que nuestro pensamiento discurre de una forma no lineal. Al contrario: los pensamientos aparecen, se asocian entre sí en nuestra mente y, a continuación, se siguen desarrollando o construyendo, pero no de manera lógica o jerárquica, como en un ordenador. Es decir, no debemos imaginarnos ese desarrollo como una cadena, sino más bien como una nube.

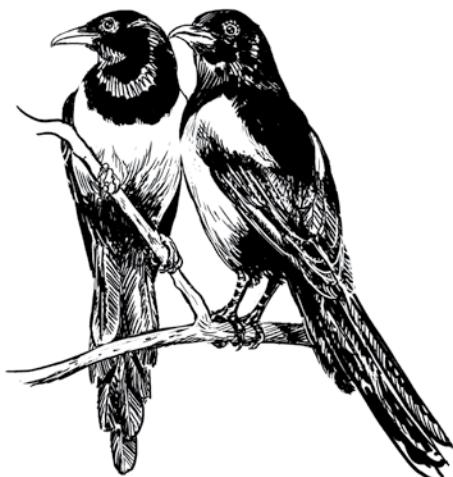
Con un mapa mental, tratamos de visualizar nuestros pensamientos y las nubes de ideas que nos sugieren. Se empieza con una palabra clave central, por ejemplo con el tema que queremos ilustrar, y se anotan o se dibujan los pensamientos que se nos vayan ocurriendo en torno a ella.

Desde ahí se puede continuar trabajando con cadenas de derivación o seguir desarrollando las ideas propuestas y conectar los respectivos términos, temas o ideas mediante flechas y símbolos en función de su contenido. De esta manera crearemos un mapa en el que podremos ver de un solo vistazo cómo abordar el tema: los enfoques prometedores están muy desarrollados y presentan ideas estructuradas, mientras que las ramas raquícticas o bien invitan a darle más vueltas al tema o bien nos indican que nos encontramos ante una especie de callejón sin salida.

Los mapas mentales pueden ayudarnos a desarrollar ideas, a jerarquizarlas y a formularlas.

Inspiración

Además de la investigación sobre el tema, resulta útil reunir un archivo de imágenes personales. Déjate inspirar por las imágenes y crea tu propio archivo visual, tanto analógico como digital. Recopila imágenes y fotografías que te gusten y te inspiren. Los cómics, las revistas, las encyclopedias y los libros técnicos, los juguetes o las películas son excelentes fuentes de inspiración, así como los hallazgos en los mercadillos. Todo depende de cuáles sean tus intereses. Por supuesto, la colección debe incluir también nuestras propias imágenes. Ponte a hojear de nuevo tus viejos cuadernos. Te sorprenderá comprobar cuántas ideas dormidas quedan entre sus páginas, esperando a que las despiertes con un beso.



Conversación

Uno de los métodos más fáciles para desarrollar una idea es hablar sobre ella con otra persona en lugar de cavilar en solitario sobre el tema. En la práctica, mediante la reflexión en común se descubren aspectos que no se habían contemplado previamente y se deshacen bloqueos. Y además, el interlocutor ni siquiera tiene que decir mucho, porque el mero hecho de poner en palabras el hilo de nuestros pensamientos y resultados hasta el momento a menudo propicia la aparición de nuevas ideas y soluciones. Vete a ver a un amigo o a un colega, tómate una taza de café y habla del proyecto que te traes entre manos. Estoy seguro de que volverás a casa con el ingenio más vivo (y lleno de nuevas ideas).

Una cosa más

Las buenas ideas son volátiles, ¡así que escríbelas enseguida! Si te dices eso de que, aunque no la apuntes, seguro que esa gran idea que acabas de tener vuelve a aparecer en tu mente por sí sola, lo más probable es que te equivoques. Por desgracia, si no las fijamos de algún modo, las buenas ideas tienden a despedirse de nosotros tan rápido como vinieron. Si no te puedes poner a trabajar en ellas inmediatamente, al menos escríbelas. Esa es la razón por la que los que trabajamos en el campo de la creatividad siempre tenemos que tener a mano lápiz y papel, tanto cuando estamos de viaje como en la mesilla de noche (¡a menudo los minutos justo después de despertarnos son oro creativo!) Escríbelo en grande:



Las ideas son la parte más importante de las ilustraciones.

La magia del hacer

Con un seis y un cuatro la cara de tu retrato.

JUEGO INFANTIL



Es cierto que las ideas pueden generarse mediante la investigación, el esfuerzo y ciertas dinámicas cognitivas, pero estos métodos intelectuales no son imprescindibles. Al contrario, una de las maneras más sencillas de tener ideas no es pensar, sino simplemente *hacer*.

Ponte a dibujar sin más. Coge una hoja de papel barato y tu pluma favorita y empieza a hacer garabatos. Comienza a trazar un aspecto parcial o un detalle, un personaje secundario o el protagonista. Empieza a dibujar algo que te salga bien. Ya verás: casi siempre, a la primera visualización en cíernes se le suma enseguida una idea visual completa.

Es algo mágico: *hacer* genera nuevas ideas.

Todos los artistas saben de lo que estoy hablando. Cuando te pones a dibujar de forma espontánea y dejas que el lápiz fluya, las ideas parecen surgir por ellas mismas. Y eso tiene poco que ver con la casualidad o con la suerte. Generamos ideas visuales a través del pensamiento visual. Si buscas imágenes solo en estructuras lingüísticas o conceptuales, difícilmente encontrarás lo que buscas. Por el contrario, sobre todo cuando se trata de ideas visuales, de humor o de procesos intuitivos, el exceso de racionalidad es incluso contraproducente. Lo que hay que hacer es confiar en nuestra propia intuición. Y la intuición es algo que no funciona demasiado bien bajo presión. Por eso, permite que tu intuición actúe como si el proceso de creación de una ilustración fuera una conversación agradable y no como si te estuvieran sometiendo al tercer grado.

El intelecto le dice a la intuición: “¡Vamos, suéltalo ya, que no tenemos todo el día!”.



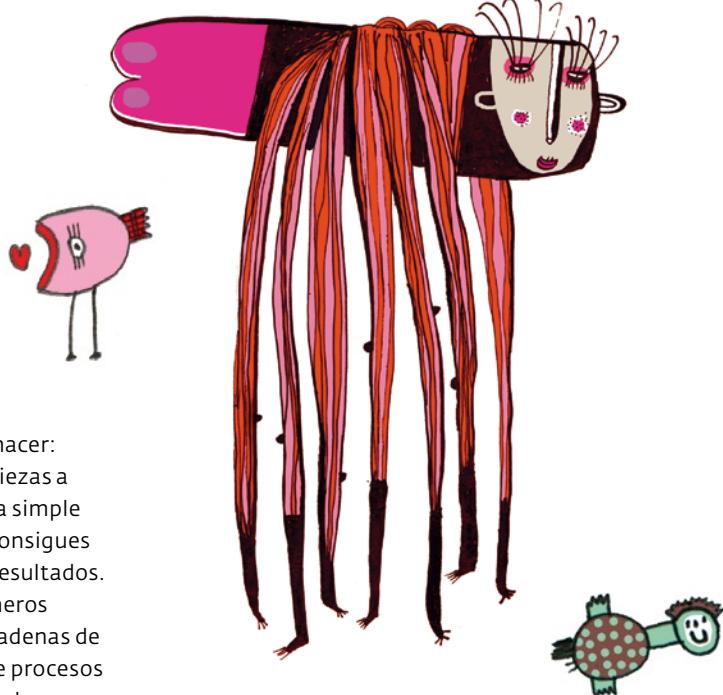


Y la intuición le dice al intelecto: "¡No puedo trabajar bajo presión! Solo hablaré en presencia de mi abogado...".

En lugar de la presión, utiliza la magia del hacer: lánzate sin más a dibujar bocetos. Así empiezas a trabajar sobre el tema, pero de una manera simple y divertida. Para empezar, con este truco consigues disminuir tus expectativas respecto a los resultados. Lo que estás haciendo son "solo" unos primeros bocetos y, al mismo tiempo, gracias a las cadenas de asociaciones pones en marcha una serie de procesos inconscientes. Una línea, un punto, un círculo; un ciervo, un corzo, un perro, punto.

Puede parecer que este ejercicio de aproximación gradual al dibujo no tiene sentido, pero, de hecho, resulta muy útil. Una prueba de que cuando no nos esforzamos y trabajamos sin presión se nos ocurren buenas ideas son los típicos dibujos que hacemos "de pasada", por ejemplo mientras hablamos por teléfono. Y si funcionan tan bien es porque no estamos todo el tiempo trabajando con las tijeras de la censura en la cabeza. La autocensura es veneno para la creatividad. Pensamientos del tipo "no puedo dibujarlo así, esto no es suficientemente ingenioso ni divertido ni creativo" bloquean cualquier planteamiento que se nos ocurra. En realidad, necesitamos los pasos intermedios, los pasos *carentes de originalidad, de gracia y de ingenio*. Al final lo cierto es que la mayoría de las buenas ideas tienen antepasados tontos, feos o aburridos.

Si no nos permitimos pensar en pasos intermedios, no avanzaremos, y en este caso hacer es lo que resulta útil. Dibujamos para ver en qué estamos pensando.



Por eso mi consejo es: tú empieza y punto. Verás cómo, después de uno o dos desvaríos, empiezan a surgir, como por sí solas, unas ideas excelentes.

En busca de nuestro propio estilo

Reconocemos una buena idea cuando nos la roban.

RUDI CARRELL



Cómo podemos encontrar nuestro propio estilo? ¡Debe ser diferente, nuevo y sorprendente! Refrescante y con gracia, reflexivo y muy fácilmente reconocible.

Un estilo no demasiado superficial, tal vez un poco chocante, pero siempre vendible. Todo eso suena genial...

Pero ¿cómo encontrar nuestro estilo? ¿Acaso tenemos que buscarlo como si fuera un tesoro o un calcetín que hemos perdido?

Me temo que es necesario aclarar un poco los conceptos: el estilo propio no es algo que exista independientemente de nosotros. Está en nosotros mismos y no se encuentra buscándolo, sino haciendo. Sin embargo, no pocas

veces todavía se oye a los estudiantes lamentarse de que ya están en el tercer semestre y aún no tienen un estilo propio. Curiosamente, los pintores de hace 500 años (digamos la generación de Alberto Durero y Lucas Cranach) no le daban tantas vueltas al tema de tener su propio estilo, y es probable que se preguntaran si la manera en la que representaban algo era la adecuada y cavilaran sobre métodos pictóricos o efectos visuales. (Y aún más probable es que se preguntaran quién les iba a comprar las obras cuando las acabaran.)

Para ellos, la expresión de la personalidad propia tenía, como mucho, una importancia secundaria. En aquella época, en las escuelas de pintura se aprendía a pintar copiando. Los maestros enseñaban a sus discípulos los métodos y los trucos que conocían (por eso a veces es difícil determinar si un cuadro ha sido pintado por el maestro o por el alumno). Para las generaciones anteriores, tener un estilo propio todavía no se había convertido en un tema tan clave como es ahora. El comentario "me recuerda a" probablemente se entendía no como una crítica, sino como una alabanza.

La razón de por qué hoy pensamos en características distintivas (y nos volvemos un poco locos con el tema) es un fenómeno cultural: nuestra sociedad se ha beneficiado en los últimos siglos de la innovación. Desde el Renacimiento, el desarrollo técnico y cultural ha sido posible solo a través de una amplia variedad de invenciones.







Por eso, la innovación disfruta de una buena reputación en nuestra sociedad. Galileo Galilei y Johannes Gutenberg, Vasco de Gama, Isaac Newton y Marie Curie han determinado el curso de la historia, mientras que los demás, los que estamos de mirones en la historia del mundo, asociamos toda nueva invención a un único inventor, simplemente porque así es más fácil comunicar la idea.

Creemos que la innovación la promueven “creadores” solitarios.

Sin embargo, en realidad, la mayoría de los descubrimientos, ya sean técnicos o culturales, no se producen así: ningún estilo artístico ha surgido como un conejo de una chistera. Los fenómenos culturales casi siempre se generan mediante un proceso de apoyos e influencias recíprocos. Los estilos artísticos aparecen como resultado de puntos de vista, herramientas,

desarrollos tecnológicos y modas. Nacen en una “atmósfera” y suelen crearlos varias personas que se influyen mutuamente entre sí. A pesar de todo, es habitual que solo los representantes más enérgicos de cada movimiento permanezcan en la memoria colectiva. El espectador solo ve la imagen. Para nosotros, “los creadores”, es diferente: los cuadros no aparecen ahí de repente, deben ser pintados. Para nosotros, las obras son procesos. Uno se pone a garabatear, tiene o desarrolla una serie de ideas, dibuja, experimenta, diseña algunos personajes, trabaja el primer plano, el fondo; es decir, construye la imagen paso a paso. Nosotros nos enfrentamos a las obras como a un proceso que se va desarrollando; no tenemos la imagen final ante los ojos, como la tienen los espectadores, simplemente porque todavía no existe. Trabajamos con pasos intermedios. ¿De qué color es el vestido de la protagonista?, ¿el gato aparece a la izquierda o derecha? o ¿debería añadir un edificio al fondo?

Dependiendo del lápiz o pincel que elige, del color que considera conveniente o de qué encuadre prefiere, el ilustrador determina cómo se desarrolla su imagen. Para quien realiza una imagen, una ilustración no es un objeto terminado, sino el resultado de una cadena de decisiones, y estas decisiones conforman su estilo, porque el proceso creativo tiene que ver con nuestras preferencias. Elegimos lo que nos gusta o lo que se nos da bien. Según estos criterios, tomamos nuestras decisiones, y lo que llamamos nuestro “estilo propio” es un conglomerado de estas pequeñas decisiones. El estilo propio de cada uno se genera de forma automática, y cuanto más trabajamos, con más claridad se afirma.

Para el artista, su propio estilo no es algo que pueda ponerse o quitarse como una chaqueta. No obstante, existen dos factores que podemos utilizar para afinarlo: la inspiración y la experimentación.



Vamos a empezar con la inspiración: ponernos a trabajar sobre el tema mejora nuestra capacidad para tomar decisiones y, con ello, nuestro propio estilo. Precisamente porque estamos tratando con procesos de toma de decisiones, es útil obtener información del exterior. Esta información puede llegar a través de una reflexión teórica que resulte, por ejemplo, de una conversación con nuestros colegas, de una visita a una exposición, de la lectura de libros especializados, etc. Sin embargo, la información también puede llegar simplemente observando la técnica de otros ilustradores para expandir nuestros horizontes y cambiar nuestra forma de pensar. Tal vez te guste cómo dibuja una nariz un ilustrador en concreto o las pinceladas de un colega, o cómo aborda otro un tema que te interesa. Si lo que hacemos no es copiar la imagen de otro punto por punto, sino que solo la utilizamos como fuente de inspiración, el recurso es perfectamente legítimo. Reinventar la rueda es un poco demasiado.

El segundo punto importante es la experimentación, porque, evidentemente, no deberíamos perder de vista el hecho de que, cuando emprendemos el camino hacia lo nuevo, también es necesario probar a "hacer algo nuevo". Está claro que retomar una idea cuya validez e interés ya han sido demostrados por otros es muy fácil, porque, una vez que el público ha interiorizado ese nuevo hábito visual, sabemos que contará con su aprobación. Sin embargo, ser innovador implica correr algunos riesgos (también el riesgo de que nuestro trabajo no guste).

Cuanto más valientes seamos a la hora de hacer avanzar nuestros procesos de toma de decisiones, más vigoroso podrá ser nuestro estilo. Ahora bien, deberíamos tener claro que la expresión *estilo propio* no posee valor en sí misma. Supongo que no te sentirías feliz con tu propio estilo si tuviera unas características que lo hicieran inconfundible pero no le gustara a nadie... y, ciertamente, tampoco si no tuviera nada que ver contigo.

El dilema artístico probablemente radica en el hecho de que todos queremos ser algo especial, pero al mismo tiempo luchamos por obtener un reconocimiento generalizado. Es decir, tampoco hay que darle demasiada importancia al tema de tener un "estilo propio". ¡Venga, empieza a dibujar, confía en tu gusto y déjanos ver el mundo a través de tus ojos!

Consejo

No tengas miedo de probar algo nuevo: muchos grandes creadores lo han hecho antes que tú. Por ejemplo, el ilustrador alemán Wolf Erlbruch era conocido sobre todo por sus trabajos en el ámbito de la publicidad hasta que, en la década de 1990, con su topito Birolo creó un nuevo estilo y dejó su huella en la historia de la ilustración. También la dibujante francesa Eve Tharlet, antes de dar vida a su encantador y mágico conejo Pauli con unas acuarelas pintadas con un estilo fresco y suelto, era conocida principalmente por sus minuciosas ilustraciones en acrílico. Como puedes ver: ¡el cambio de paradigma merece la pena!

¿Sobre gustos no hay nada escrito?

El 90 % de todo lo que existe es basura.

ANTHONY BURGESS, *LA NARANJA MECÁNICA*, 1962

El gusto—o lo que comúnmente denominamos así—es una de las habilidades básicas más importantes que un ilustrador puede poseer.

El gusto es la sensación que todos tenemos de que una creación está bien o mal, un sentimiento intuitivo de lo que es adecuado y de lo que no lo es.

Prácticamente toda nuestra actividad se basa en el gusto. Si no tuviéramos gusto nos faltaría el instrumento que nos permite tomar decisiones sobre la forma en que queremos desarrollar nuestras ilustraciones. Nos faltaría la capacidad para comparar y nos faltaría, de hecho, la habilidad para adoptar una posición estética aceptable. La sensibilidad respecto a los colores y el diseño de la imagen, la intuición respecto al estilo, la forma y la composición, pero también otros cientos de cuestiones de contenido, dependen en gran medida de la extrañamente borrosa noción del gusto. Entonces, ¿qué es eso del "gusto" y cómo podemos desarrollarlo?

La terrible verdad es esta: el buen gusto no existe, solo existe el gusto propio, pues lo que llamamos gusto no es una verdad

universal y no existe ningún manual para enseñarnos a distinguir lo bueno de lo malo. Eso se debe a que el gusto es un fenómeno cultural: si, por ejemplo, comparamos un libro publicado en Reino Unido con otro publicado en los países escandinavos, encontramos evidentes diferencias en los colores, el diseño y el uso de las fuentes. Todavía más palmaria resulta la diferencia si observamos los libros publicados en Asia, en Sudamérica o en parte del sudeste de Europa. Lo bello no es bello, al menos no si miramos más allá de nuestro propio horizonte: lo que es bello allí no es nuestro bello, y mi bello no es en absoluto el tuyo.

En lo que se refiere a la ilustración, el gusto también es tan variado como la cultura misma. Es un fenómeno que tiene que ver con los hábitos visuales y se extiende a las distintas esferas de la creación visual. Lo encontramos en el diseño industrial, en la ropa, en la arquitectura, en el arte, etc., y es especialmente evidente en la moda. Por ejemplo, lo que en Europa del Este se considera elegante, en Alemania nos parece de "rico de barrio", y al revés, lo que en Alemania se percibe como una forma de vestir sofisticada pero a la vez informal, en Europa del Este se considera "descuidada" (aunque el efecto está perdiendo algo de intensidad debido a la globalización y al uso generalizado de internet).



El gusto no es ni un don divino ni una predisposición genética, sino que se experimenta y se conforma culturalmente.

Me imagino que, en el principio de los tiempos, la cosa podría haber discurrido así: en una noche cálida de hace unos 30.000 años, los primeros seres humanos llegaron por fin a la costa después de una interminable caminata. Quizás habían bajado de las montañas en busca de comida, poco después de haberse decidido a dejar de ser monos. Ahora estaban frente a una nueva orilla: detrás de ellos,



el valle del Rift; sobre ellos, grandes bandadas de aves y, delante, el océano. Por supuesto, no sabían que era el océano, ya que hasta el momento solo conocían lagos, de modo que decidieron dividir el grupo. Una mitad iría hacia la izquierda a lo largo de la costa y la otra a la derecha. Cuando hubieran rodeado el "lago", se reunirían y deliberarían para decidir en qué orilla se asentarían. Luego celebrarían una fiesta y cantarían todos juntos las mismas viejas canciones. Así que se pusieron en marcha. Un grupo con la luz a la espalda y el otro débilmente iluminado por la luz de un sol que se había puesto hacía tiempo. Por desgracia resultó que el lago era un océano y tuvieron que pasar

varios milenios hasta que recorrieron todas sus costas y los múltiples y variados descendientes de los dos grupos se encontraron otra vez unos frente a otros, desconcertados. En torno a las numerosas hogueras que habían encendido en los años transcurridos, tanto ellos como las viejas canciones que tenían en común habían cambiado: el grupo que había cruzado las montañas cubiertas de nieve tal vez hubiera inventado una nueva estrofa sobre el frío, y los que se habían topado con animales salvajes tal vez hubieran escrito otra que hablaba de leones. Ambos grupos habían continuado la canción, la habían ampliado y reescrito, habían desarrollado otros lenguajes,

rituales y artes, y todos ellos se habían olvidado de que en el pasado se habían prometido mutuamente que celebrarían una fiesta cuando se reunieran de nuevo.

Ahora estaban los unos frente a los otros como extraños, mirándose con recelo, sin reconocerse...



Los puntos de vista, incluyendo el estético, tienen que ver con la experiencia. Las circunstancias de nuestra vida crean gustos y aversiones, las sociedades fomentan lo que les resulta rentable o se inventan cosas que nos separan porque en un cierto momento de su desarrollo eso las beneficia. Por eso, el gusto ya no es universal, porque, en diferentes momentos y en diferentes lugares, los seres humanos hemos tenido experiencias diferentes.

Al mismo tiempo, en lo que al gusto se refiere, cada individuo experimenta un proceso de aprendizaje muy personal y único. Sí, por supuesto, todo el mundo puede desarrollar su gusto en mayor o menor grado: es el resultado de una confrontación consciente o inconsciente con la cultura (con su propia cultura, pero también con las ajenas, e incluso las pasadas). Cuanto más amplios sean tus conocimientos sobre estética, más clara será tu posición en cuestiones de gusto.

El gusto es en igual medida personal y cultural.

A la vez, es algo global que afecta a prácticamente todas las áreas de nuestra vida. Por tanto, uno puede educar su gusto no solo en la mesa de dibujo o en el ordenador. El gusto se nutre de conexiones cruzadas; es un fenómeno de límites difusos que habita áreas muy diferentes.

El gusto está presente en la vida cotidiana, en la forma que damos al entorno en el que vivimos, en la arquitectura, el arte y el diseño de producto, pero también en la moda o la literatura, en el cine, los accesorios, en las cosas de las que nos rodeamos, en la música o incluso cuando nos ponemos a cocinar. El gusto es tan individual como necesariamente dependiente del espíritu de la época. Y al igual que el gusto nos ayuda a tomar decisiones estéticas, también nuestras decisiones estéticas nos ayudan a continuar educando nuestro gusto. Por ello es importante rodearnos, también fuera de nuestra profesión, de cosas de buen "gusto". Suele decirse que sobre gustos no hay nada escrito, y, sin embargo, el gusto no es una cualidad innata. De hecho, el gusto es una cuestión de punto de vista y depende del desarrollo cultural y estético de cada uno. En última instancia, tal vez sea mejor denominar al gusto "inteligencia estética".

Como cualquier forma de inteligencia, también puede fomentarse y desarrollarse.

Siempre deberíamos estar dispuestos a desarrollar nuestro sentido del gusto. Después de todo, vivimos de él.



Lo malo es lo nuevo bueno

Lo nuevo es raramente lo bueno, porque lo bueno tan solo es lo nuevo durante un breve espacio de tiempo.

ARTHUR SCHOPENHAUER



El imparable avance de los medios digitales ha promovido un fenómeno extraño en los últimos años, un *cierto encanto* se ha convertido en un nuevo y decisivo factor en el diseño. A la superperfecta y glamurosa ilustración de las décadas de 1990 y 2000 le ha seguido un coqueteo con lo inacabado, lo imperfecto.

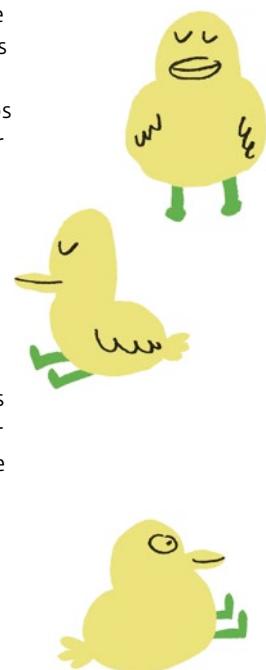
La escena está copada por cosas con un cierto encanto “que funcionan”, una mezcla entre algo “fallido” y algo “genial”.

Lo malo es lo nuevo bueno. El esplendor de la revolución digital parece haber suscitado, como reacción inversa, el anhelo por el encanto punki de lo supuestamente auténtico. Precisamente porque ahora, en teoría, sería posible generar texturas realistas en 3D y crear pseudorrealidades ultraperfectas, muchos diseñadores han sentido la necesidad de

volver a lo “real”. Un renacimiento de lo analógico, la serigraffía y las plantillas para hacer grafitis, el dibujo a mano y los bocetos sin terminar han copado la escena.

No en vano, en una realidad siempre predecible, ultramoderna y poco sorprendente como la actual, el llamado a la autenticidad dice: echamos de menos las ideas y sentimientos reales, el ganchillo y la autocaravana, el Super-8, la varicela y las latas de cerveza... en resumen: echamos de menos la vida real.

La tendencia ha llegado tan lejos que estamos pasando a generar una estética “real” y auténtica mediante la aplicación, por ejemplo, de una capa de la textura *Old Style* sobre las ilustraciones demasiado impolutas generadas por ordenador (lo que les da la apariencia de haber sido hechas a mano) o, por ejemplo, a imitar digitalmente la imperfección de las técnicas de impresión.





El éxito de aplicaciones fotográficas como Hipstamatic habla por sí solo.

La evolución de los acontecimientos es lógica, pero también plantea interrogantes. En primer lugar, sin duda es positivo que nos alejemos del exceso de "brillo" de la pura superficie y aspiremos a llegar al fondo, a la sustancia. Además, es evidente que la revolución digital se centró de forma natural en la tecnología y los aspectos técnicos de los procesos, por lo que se generaron algunos espacios vacíos en lo que se refiere al contenido. Considerado de este modo, este renacimiento es fundamentalmente una buena noticia.

Por otro lado, es importante estar alerta para impedir que esta estética *retro-trash* no se convierta en un fin en sí misma, porque si descuidamos la idea y creamos solo una *falsa apariencia real*, existe el peligro de que los ilustradores nos convirtamos a nosotros mismos en un elemento superfluo. Podría suceder que los clientes decidieran de pronto que ellos mismos son capaces de generar sus propios diseños con unas cuantas líneas sencillas, y las agencias se preguntarían rápidamente por qué pagar un alto precio por un profesional cuando pueden conseguir el mismo resultado con sus becarios.

Así pues, es prudente recordar lo que realmente buscamos como artistas: en esencia lo que realmente anhelamos es lo auténtico, lo real en un mundo cada vez más "irreal", y eso difícilmente lo alcanzaremos solo con lo *retro*. El problema es que el tipo de diseño que ahora es *retro* solo fue auténtico cuando se creó. En aquella época, ese diseño estaba vivo y, de hecho, era la última moda. Hoy en día, ese estilo, en el mejor de los casos, puede llamarse auténtico en un sentido museístico, pero, por lo demás, tiene poco que ver con la autenticidad.

El *art brut*, sin duda, tiene algo seductor, refrescante y sugerente. Sin embargo, en ocasiones descuida los fundamentos del diseño.

No te olvides de que las buenas ilustraciones se nutren también de la sustancia.

Necesitas ambas cosas: superficie y profundidad. Cuando lo malo pasa a ser lo nuevo bueno, corremos el riesgo de que a partir de lo nuevo de ayer surja rápidamente lo viejo de hoy. Así pues, no apuestes únicamente por ese estilo y desarrolla tu propio lenguaje. De ese modo —y de eso estoy seguro— conseguirás que tus propios trabajos sean buenos.



Quien algo quiere, algo le cuesta

Ahora soy un artista y eso es maravilloso, aunque mi motivo original para serlo era solo no tener que trabajar.

FUNNY VAN DANNEN, 1999

Puede que suene un poco manido, pero el dicho "la práctica hace al maestro" es cierto. Mucho de lo que hacemos es, además, fruto de la espontaneidad y la creatividad, y resultado también de la práctica, el esfuerzo y muchas horas de intenso trabajo. Si nos fijamos en las ilustraciones (a menudo de un gran virtuosismo) de otros colegas con más experiencia, en la mayoría de los casos es inevitable constatar que, generalmente, si son tan impresionantes es porque han dedicado mucho tiempo a realizarlas. A través de años (joh, sí!) de práctica y trabajo con un material, llegamos a interiorizar los secretos de su funcionamiento hasta tal punto que cada vez logramos crear efectos más precisos y creativos. ¡La práctica realmente hace al maestro!

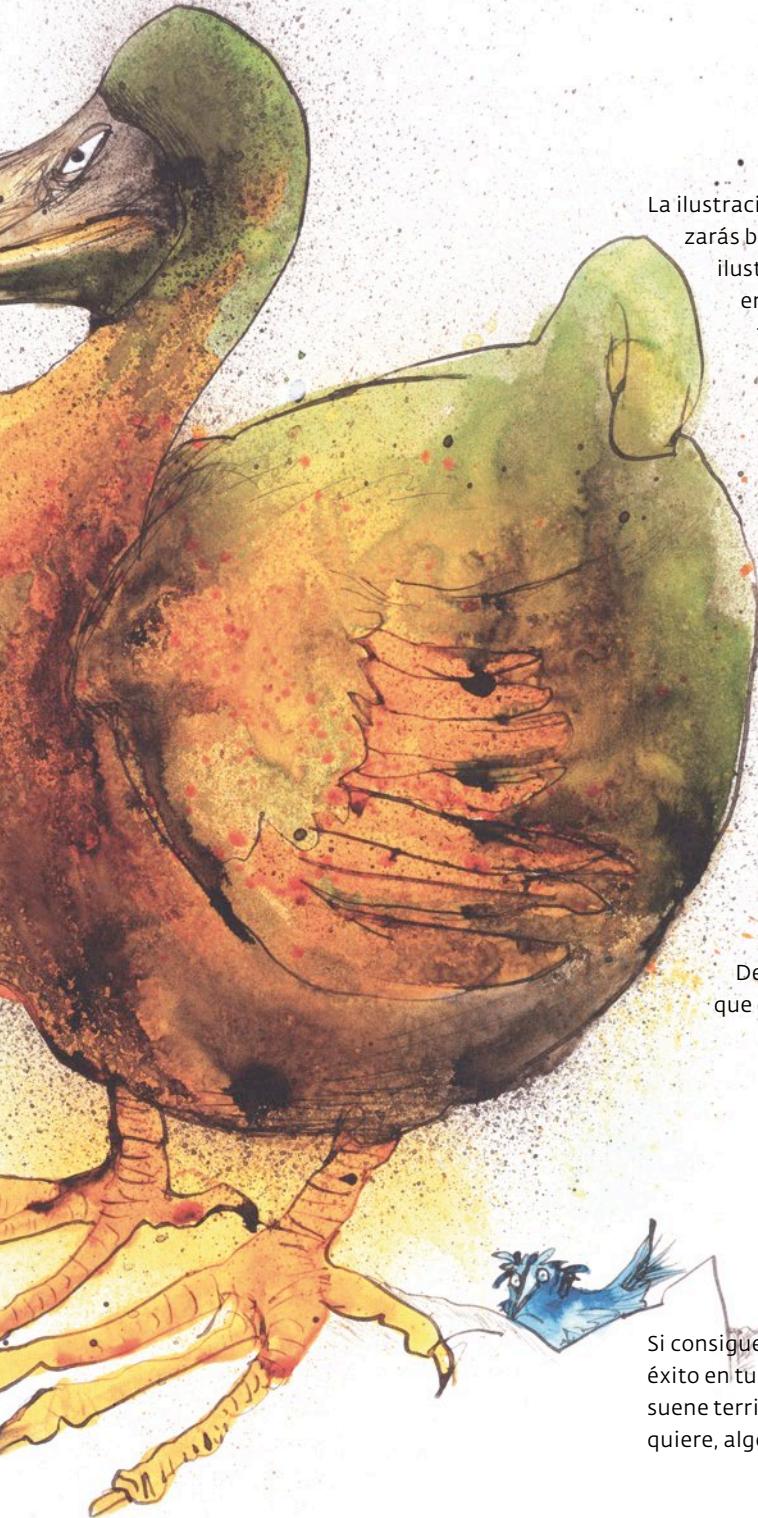
De hecho, muy pocos artistas son niños o niñas prodigo. Al examinarlos con detenimiento, la mayoría de ejemplos que suelen mencionarse resultan ser, más que fruto de un talento innato, fruto de un arduo trabajo: Mozart nunca hubiera llegado a ser lo que fue sin la dirección (a veces muy dura) de su padre, Leopold. El padre de Pablo Picasso era pintor y empezó a enseñarle a pintar a una edad muy temprana; Johann Sebastian Bach provenía de una familia de compositores. Lo que a primera vista parece ser la prueba de un talento heredado, al someterlo a un escrutinio más atento, resulta proceder de una atmósfera de trabajo, de una diligencia constante y esforzada que hizo de esos artistas lo que son o fueron. Ningún maestro cae del cielo. Los hacen o se hacen.

Esta afirmación que en un principio puede sonar decepcionante encierra una gran oportunidad:

No importa dónde y cuándo empiezas: no cejar en tu empeño es lo que decidirá cómo será tu carrera.

Si quisieras alcanzar un alto rendimiento en cualquier otra disciplina, tampoco podrías ser un perezoso. También los médicos, los músicos, los policías o los profesores de danza deben invertir tiempo y trabajo en su profesión. Seguro que los deportistas o los científicos profesionales dedican más de media hora diaria a su disciplina si desean dar lo mejor de sí mismos. Por lo general, la mayoría de profesionales tiene una jornada laboral de 40 horas, y para llegar a ser un ilustrador de éxito es necesario ser disciplinado, superar los períodos de vacas flacas y quedarse sentado en la mesa de trabajo mientras el resto de la gente se divierte...





La ilustración es un oficio, con lo cual solo realizarás buenas ilustraciones cuando entiendas la ilustración como un trabajo y no lo tomes erróneamente como una seña de identidad. O sea, que hay una noticia mala y una buena. La mala es que tienes que persistir en tu empeño; la buena, que merece la pena.

Te aconsejaría mantener vivo el placer que te reporta el oficio. Al fin y al cabo, tenemos un trabajo maravilloso y creativo y, además, gracias a él el mundo es más colorido, bonito e interesante, así que intenta conservar la pasión y el interés de cuando empezaste y haz que el placer de ilustrar siga siendo el motor que te impulse a continuar trabajando. Al mismo tiempo, intenta no dejar los pinceles simplemente porque de vez en cuando algo se tuerce o se complica.

De hecho, todos los ilustradores de éxito que conozco tienen dos características:

1. Se lo pasan bien ilustrando y aman su trabajo.
2. Tienen disciplina para aquellos días en los que les falla el punto anterior.

Si consigues cumplir ambos requisitos, tendrás éxito en tu disciplina. Así que, aunque la frase suene terriblemente burguesa, es cierta: quien algo quiere, algo le cuesta.

Googlear

Tantos colores... No consigo decidirme. Todo está tan lleno de colores...

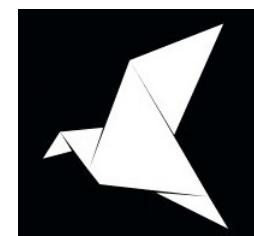
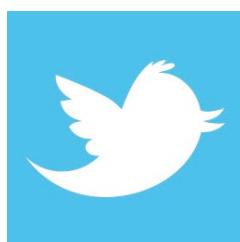
NINA HAGEN, TV-GLOTZER, 1978



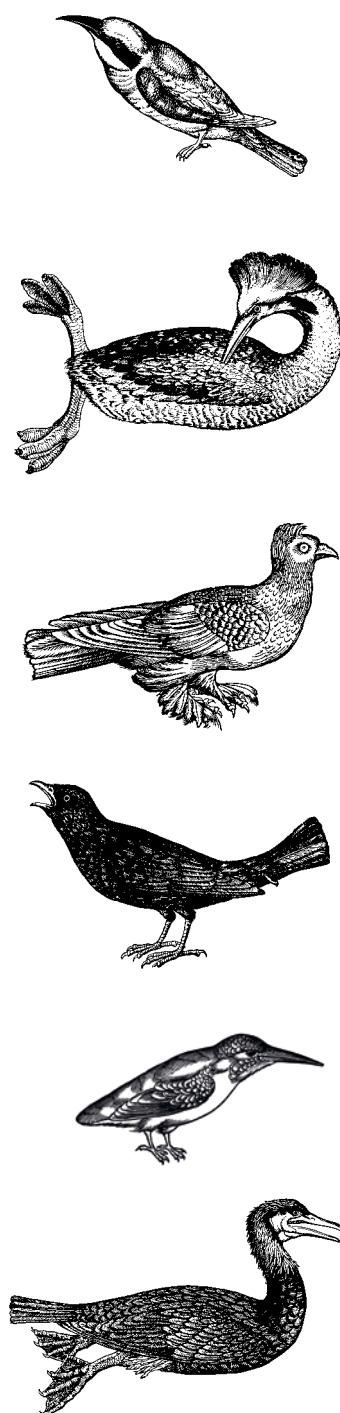
Las imágenes están por todas partes: las encontramos en nuestro entorno, nos hacen sentir bien o nos molestan, nos informan, nos gustan, nos entretienen... De ahí que no sea de extrañar que como "creadores de imágenes" también nos inspiremos en otras imágenes para crear las nuestras. Se dice que nada surge de la nada, y desde luego las imágenes no surgen del vacío, sino todo lo contrario: necesitamos imágenes para dar a luz a nuevas imágenes. Las imágenes que creamos siempre tienen que ver con las imágenes que nos inspiran. Por eso, es muy importante considerar con atención de dónde tomamos las nuestras.

Algunos todavía nos acordamos del Pleistoceno del diseño, de la "era predigital" y de lo costoso que resultaba entonces recopilar imágenes que nos sirvieran de modelos. Por ejemplo, hasta hace un par de años, un ilustrador amigo mío tenía una habitación entera dedicada a archivar recortes, que guardaba minuciosamente ordenados en carpetas a las que recurría en caso de necesidad. Recuerdo que cuando era estudiante una vez tuve que pagar 60 marcos alemanes [unos 30 € al cambio actual] por un libro de caza solo porque no había otro lugar donde poder encontrar fotos de zorros de una calidad aceptable. Para mí en ese momento se trataba de una suma absolutamente desorbitada.

Es decir, sin duda la digitalización nos ha facilitado enormemente el trabajo. Hoy en día, con un par de clics pasamos de imagen en imagen con total sencillez. Cuando busco una imagen o una fuente de inspiración escribo en Google la correspondiente palabra clave y mi labor avanza de un modo mucho más sencillo.



Por desgracia, esto tiene un pequeño inconveniente. Por paradójico que pueda sonar, pese a los millones y millones de imágenes que nos proporciona la red, cada vez corremos más el riesgo de empobrecernos visualmente debido a esta misma tecnología. Rodeados de agua, morimos de sed en el mar. Todo esto se debe a que la estructura jerárquica de los motores de búsqueda sitúa instantáneamente en primera posición los elementos más buscados, aquellas imágenes en las que los usuarios han hecho más veces clic; es decir, siempre las mismas imágenes. Si, por continuar con mi ejemplo de la Edad de Piedra, buscamos en Google una imagen de un "zorro", en nuestras pantallas aparecerá casi inevitablemente el mismo zorro. Internet está atrapado en el dilema en el que se encontraría una biblioteca en la que, a pesar de tener millones de libros, solo se prestaran aquellos que estuvieran anunciados en la entrada. Eso no sería en sí mismo tan terrible (como mucho, aburrido) si como creativos no dependiéramos tanto de la inspiración. Sin embargo, si siempre utilizamos los mismos modelos, se corre el peligro de que también produzcamos siempre el mismo tipo de arte, que nos repitamos y hagamos variaciones solo sobre lo conocido en lugar de crear algo realmente innovador. En internet no vemos nada nuevo, sino solo



lo que otros han visto, creado o subido, lo que aumenta la probabilidad de que siempre vayamos a la zaga de tendencias ajena en lugar de ser nosotros quienes las creemos. Una salida a ese dilema es abandonar de cuando en cuando el camino recto, rápido y fácil. En el camino "no hollado", tendremos como compañeros de viaje a Accidente, Error y Rodeo, pero resulta que, además de ellos, esa ruta también nos brindará un gran potencial creativo.

La importancia para los procesos creativos del famoso descubrimiento fortuito, de lo imprevisto y de los hallazgos sorprendentes no debe subestimarse, aunque nos encontremos en la era digital. Por ejemplo, cuando dibujamos algo a mano, creamos algo realmente nuevo, algo que hasta entonces solo existía en nuestra cabeza. Si nos encontramos en pleno proceso creativo, ponernos a investigar algo poco convencional o salir a dar una vuelta nos proporciona un cambio de perspectiva que a menudo nos lleva a descubrir nuevos territorios.

Cada cierto tiempo, pues, aléjate deliberadamente de la tendencia más popular y haz tus propios descubrimientos en un camino no transitado.

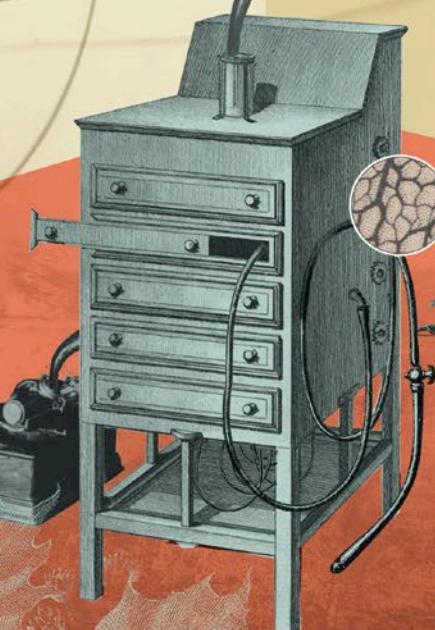
Las buenas ideas no se pueden googlear.



Paior



13.

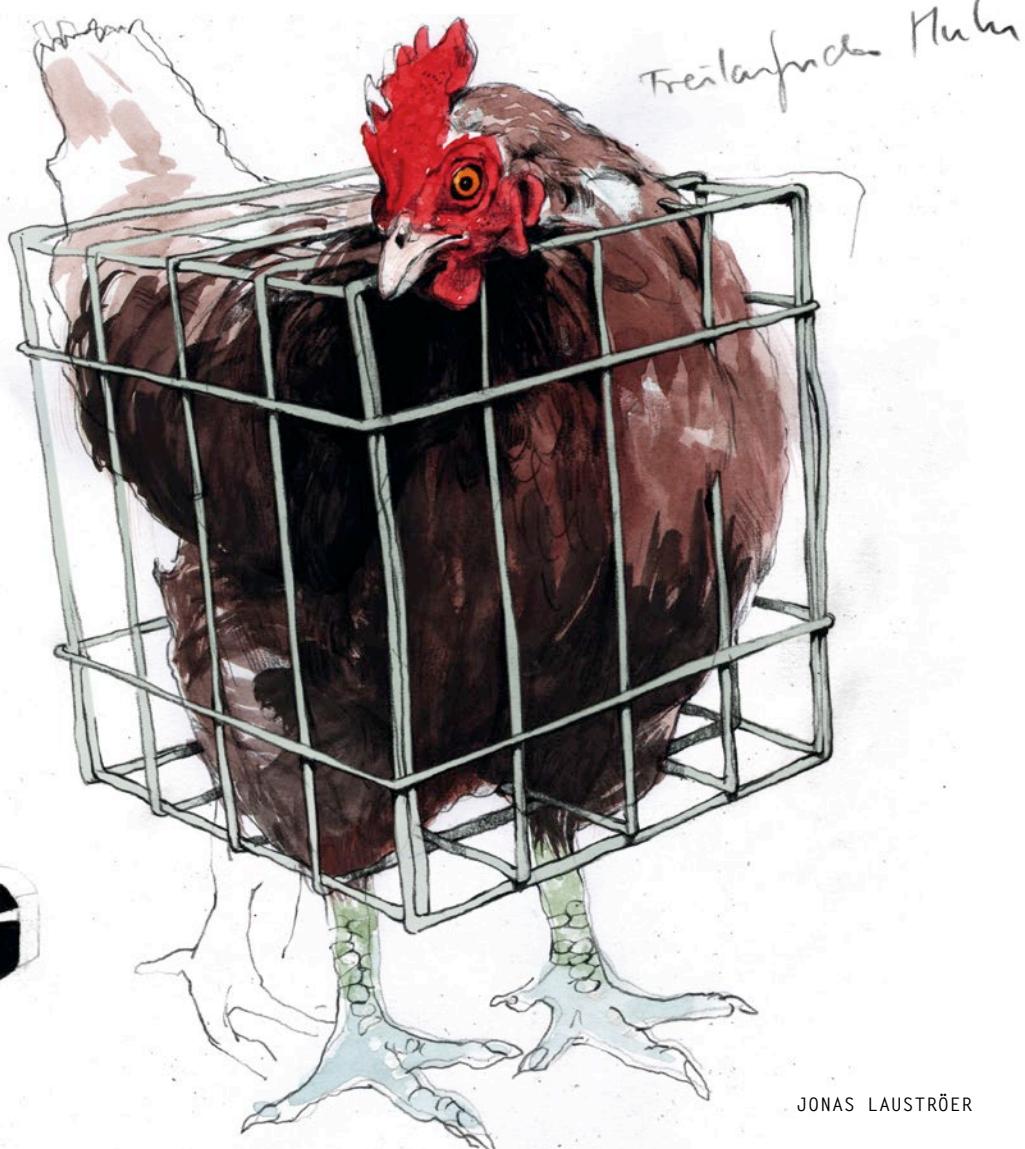


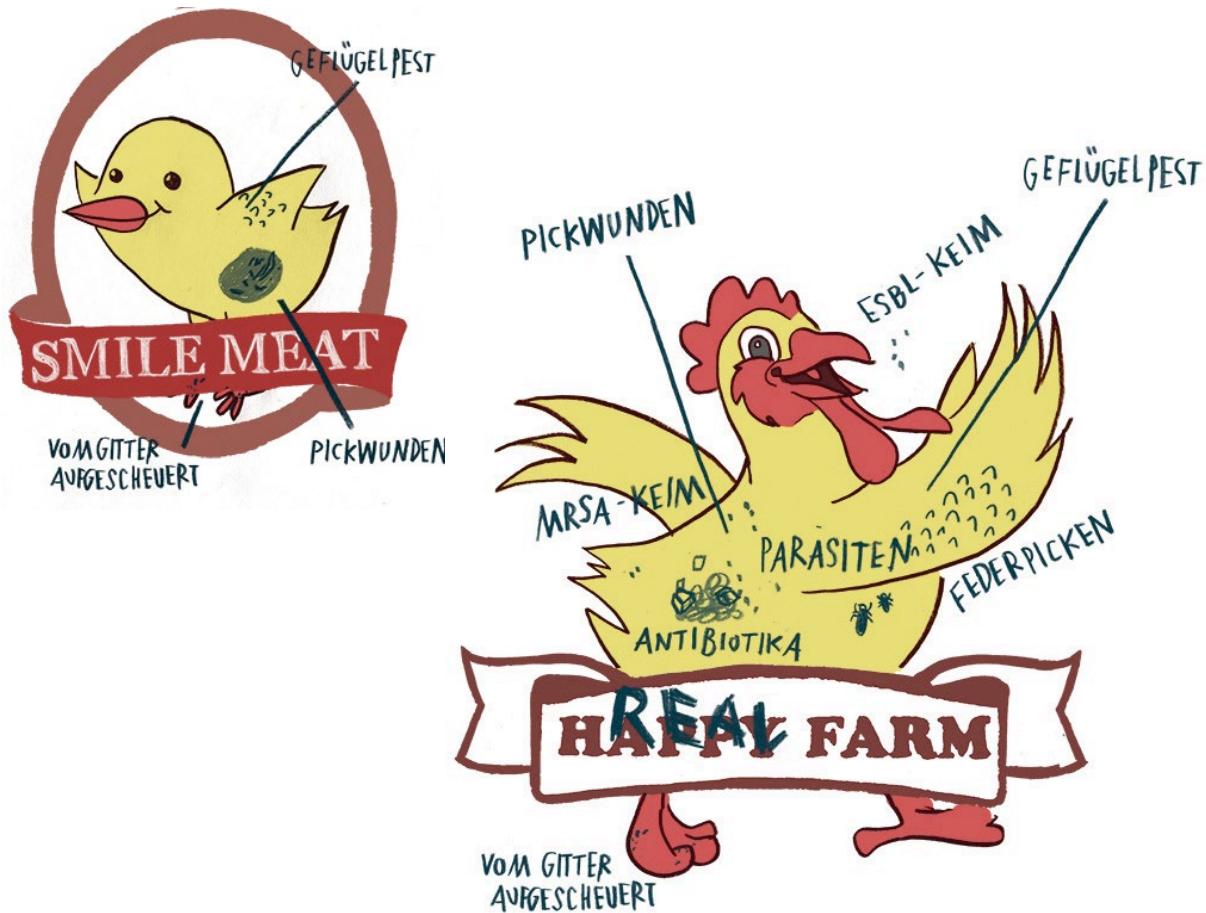
Las imágenes mienten

La clara luz del sol engendra al áspid.

WILLIAM SHAKESPEARE, JULIO CÉSAR, 1599

Como seguramente sabrás, *illustrare* significa 'iluminar' y 'acllarar'. Lo que sin embargo tendemos a no saber es el hecho de que con las imágenes también se puede oscurecer la realidad, que la propia ilustración ayuda a veces a disimular la verdadera naturaleza de los hechos. Si echamos un vistazo a la publicidad, nos daremos cuenta de que no hace falta viajar al mundo sin escrúpulos de la propaganda de guerra ni mirar fotografías de épocas pasadas o de Estados totalitarios para encontrar ejemplos de este falseamiento. En la publicidad, se describe una masa de chocolate, azúcar y avellanas como un alimento "rico en vitaminas" (y luego, la escondida letra pequeña dice que uno tendría que comer varios kilos de ese producto para satisfacer las





necesidades diarias de vitamina D) y, del mismo modo, algunas bebidas extremadamente azucaradas se presentan como "saludables".

Pero no solo nos mienten los mensajes publicitarios, sino que también hay imágenes que lo hacen: cuando adelantamos a un camión de ganado en la carretera, a veces nos sonríen unos graciosos dibujitos de cerdos desde el remolque. Sin embargo, si según lo estás adelantando echas una mirada al interior, enseguida constatarás que los animales que viajan en el remolque no se parecen a los sonrosados y retozones

pictogramas del logotipo: no hay ni una pizca de la felicidad en ellos. ¿Qué es entonces lo que se está ilustrando? Las imágenes afectan a nuestro punto de vista, también en este caso. Esos cerditos alegres y simpáticos hacen posible que se sigan produciendo los excesos de la industria de la cría intensiva de ganado. Nadie, absolutamente nadie, quiere ver imágenes sangrientas o crueles en el camión, por eso las "mentirosas" imágenes de cerditos de dibujos animados son indispensables para que demos nuestro consentimiento tácito a dichos excesos. La ilustración no es un actor de reparto en la historia, sino que

es totalmente corresponsable. Si tus imágenes para publicitar algo malo emplean la mentira, se convierten en parte de ese mal. Sé lo difícil que resulta a veces tener que rechazar algunos trabajos; enseguida se asienta en nosotros el miedo de que NUNCA MÁS conseguiremos un encargo. Con todo, mi consejo es que mejor digas que no si te ofrecen un trabajo de ilustración en el que tengas que hacer de auténtico "abogado del diablo". Si como ilustradores asumimos los encargos con ética, obtendremos también respeto hacia nuestra causa, y esto merece la pena económica a largo plazo.

Un poco de variedad

Variatio delectat.

PROVERBIO ROMANO



Cuánto tiempo hace que no has probado a hacer algo verdaderamente nuevo? La rutina es veneno para la creatividad. Y más deprisa de lo que uno cree, se corre el peligro de hacer ilustraciones siguiendo siempre la misma receta que, a su vez, produce siempre la eternamente idéntica salsa ilustrativa. De todos modos, en principio el hecho de que repitamos esquemas tiene un trasfondo positivo: tiene que ver con nuestras preferencias. Al igual que nos gusta comer cereales o tomates para el desayuno, también tenemos preferencias y aversiones en nuestro espectro artístico. Es algo normal y no es nada malo en sí mismo. Cada uno se sirve de una manera característica, y por distintas causas, de un cierto abanico de opciones. Por ejemplo, en la elección de nuestros motivos preferidos puede influir que nos gusten los animales o los retratos; nuestro estilo puede tener que ver con los medios empleados para realizar nuestros diseños o las técnicas

que preferimos utilizar, y también puede deberse a criterios formales, como los encuadres, las tonalidades o las ideas visuales que más nos gustan. Que a menudo prefiramos ciertas cosas no suele ser una elección del todo consciente (para los demás, a menudo puede resultar bastante fácil identificar nuestras preferencias; merece la pena preguntarles). Simplemente, elegimos esos medios, en parte debido a la rutina, en parte a las posibilidades técnicas, o también puede tratarse sin más de una cuestión de gusto personal. En este fenómeno radica una parte de lo que llamamos nuestro "propio estilo", y no valdría la pena ni siquiera mencionarlo si no tuviera una pequeña trampa: resulta problemático cuando creamos no una, sino un conjunto de ilustraciones. Es bastante habitual que los encargos que nos lleguen sean series de imágenes. Muchos productos en los que trabajamos contienen más de una ilustración. Cuando trabajamos en un

libro, hacemos un *Storyboard* o dibujamos para una película, siempre tenemos que hacer frente a la creación de varias imágenes, y precisamente cuando las imágenes aparecen en serie (como sucede, por ejemplo, en un libro infantil), el lector puede aburrirse rápidamente si tus ilustraciones tienen una estructura muy semejante. De poco servirá entonces lo fabulosamente bien que hayamos pintado cada una de las imágenes porque:

Una serie de imágenes similares maravillosamente pintadas sigue siendo una serie de imágenes similares.

Para retomar el ejemplo de los alimentos: si a unos comensales les sirviéramos todos los días un menú elaborado con exactamente los mismos platos, antes o después protestarían. Aunque todos los platos tuvieran un sabor delicioso, llegaría un momento en que se hartarían de ellos. *Variatio delectat*, decían los



romanos; o sea, en la variedad está el gusto.

Por tanto, es útil cobrar conciencia de las estructuras para poder jugar con ellas. Y las imágenes, precisamente, nos ofrecen una gran variedad de posibilidades. Puedes utilizar colores diferentes: si en la última doble página has utilizado sobre todo tonos rojos, por ejemplo, en la siguiente puedes probar con un color más bien verdoso. También el diseño brinda innumerables opciones: a una doble página puede seguirle una página individual, a una individual una página de texto y a esta nuevamente una doble. Puedes variar los motivos, las perspectivas y los encuadres de la imagen, hacer que aparezcan distintos personajes o jugar con las proporciones.

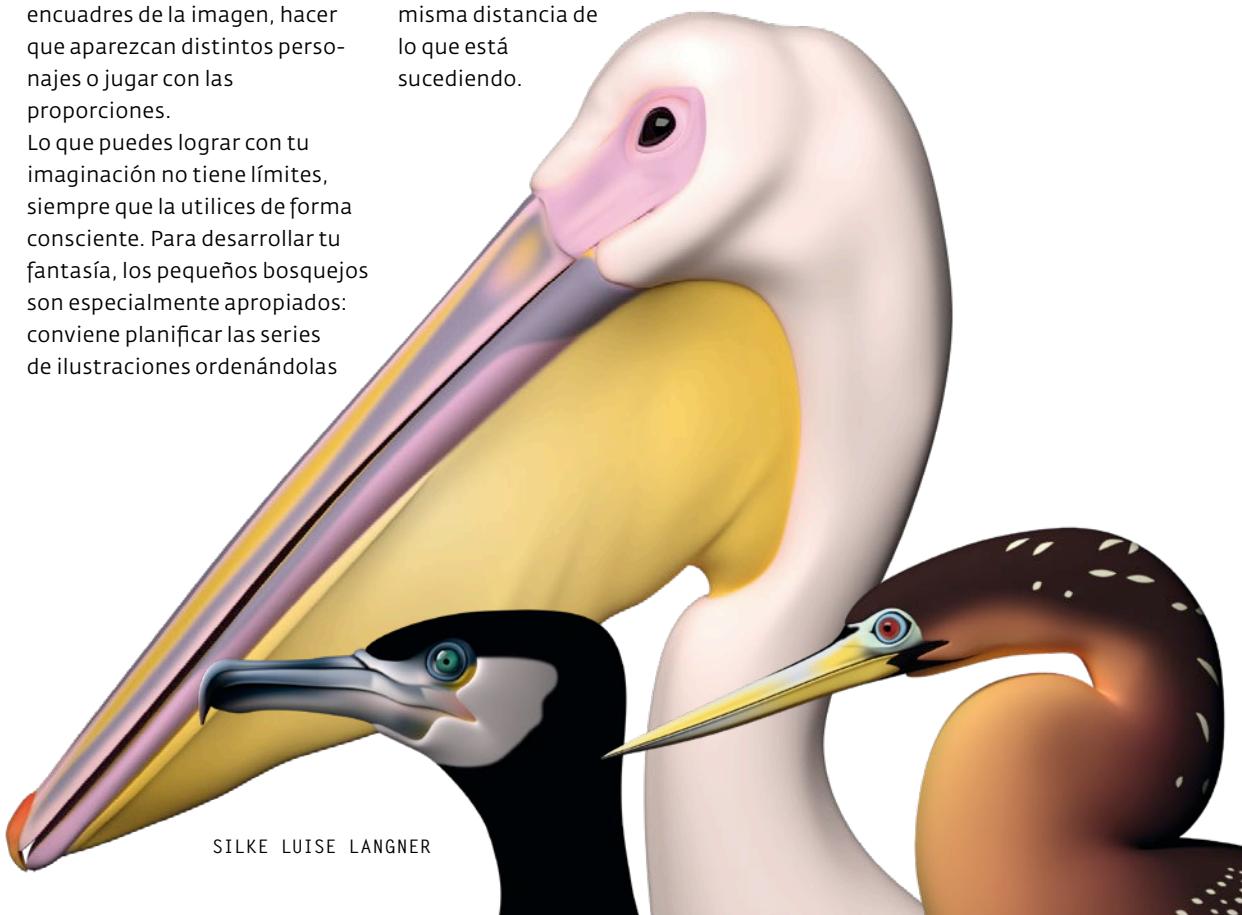
Lo que puedes lograr con tu imaginación no tiene límites, siempre que la utilices de forma consciente. Para desarrollar tu fantasía, los pequeños bosquejos son especialmente apropiados: conviene planificar las series de ilustraciones ordenándolas

para realizar su valor de entretenimiento visual. Empieza haciendo un esbozo de los dibujos de la serie y luego compáralos desde el punto de vista de la estructura. ¿Aparece muchas veces seguidas el mismo protagonista? ¿Cuándo aparece un hombre y cuándo una mujer? ¿Con qué frecuencia aparece el paisaje y con cuál la imagen se centra únicamente en detalles técnicos? Intenta que a una vista general le siga un primer plano y a este, una panorámica. Verás cómo tus ilustraciones se vuelven mucho más emocionantes que cuando escenificas la historia como si fuera una obra de teatro, donde uno está siempre sentado a la misma distancia de lo que está sucediendo.

Consejo

Busca fuentes de inspiración y practica. ¡La variedad es una actitud!

Prueba alguna vez a desayunar algo diferente a lo que tomas normalmente. Si te gustan los cereales, es el momento de comer un poco de pescado o un huevo. Prueba alguna fruta exótica que no conozcas o combina los ingredientes de una forma nueva: toma piña con nocilla o manzana con mantequilla de cacahuete. Ya verás, la variedad no solo animará tus ilustraciones, ¡sino también tu día!



El alma de los bocetos

Bueno, siempre me ha gustado el rock sencillo.

JOHN LENNON, 1971



Te ha pasado alguna vez que tus diseños resulten mucho más sueltos que las ilustraciones acabadas?, ¿que la facilidad y el encanto del primer boceto se pierdan durante el proceso de producción?

A veces es desesperante: los dibujos que uno hace en un minuto y "de cualquier manera" a menudo son únicos y tienen algo muy especial que no podemos reproducir por mucho que nos

esforcemos. Al contrario: cuantas más veces dibuja uno algo, cuanto más trabajo le dedica y cuanto más terminado y exacto esté en apariencia ese algo, más riesgo corre nuestro trabajo de perder el "alma".

La catástrofe se cierne sobre nosotros ya desde las primeras fases: si, por ejemplo, calcamos el primer boceto en la mesa de luz, es frecuente que obtenamos un resultado muy pobre en casi todas las copias.

El original tenía una gran frescura e inmediatez, pero a cada nueva versión se va cargando más y más del peso de la rutina y la ilustración se va debilitando. Desde el punto de vista de los aspectos formales, puede que sea mejor y más ordenada, que los detalles den la impresión de haber sido optimizados —la nariz está mejor dibujada y lo mismo puede decirse del perro de la izquierda—, pero desde una perspectiva global la imagen resulta más apagada. Todo esto es desconcertante.

La cosa empeora cuando nos ponemos a trabajar en la ilustración propiamente dicha: tan pronto como empezamos a dibujar en la cartulina de dibujo o en el papel para acuarela en lugar de en el papel de borrador, la imagen parece perder carisma en comparación con el boceto. A veces es como un hechizo: con cada hora que dedicamos a añadir detalles y texturas, nuestra imagen se va quedando más y más coja. ¿Qué hacer? Tal vez la manera más fácil de resolver el dilema sea ilustrar solo de forma "bosquejada" e incompleta, pero lo más probable es que la propia solución nos devuelva al mismo problema; es decir, si lo hicieras, seguro que los bocetos dejarían de surgir libremente de tu mano y te encontrarías una vez más ante el mismo inconveniente..., solo que ahora en un momento anterior. Además, este enfoque podría llevarnos a declarar como "terminados" algunos malos bocetos y a presentárselos a nuestros clientes, porque:



Dibujo preparatorio para el cartel de un espectáculo

El cuidado de la producción también crea calidad.

CAPTAIN FLINGERN PRÄSENTIERT:



ackerEleven

DJS:

Manuel

WALLS

31.12.2009

DJ RAFIK

DJ
Buckel

(CAPTAIN FLINGERN)

LIGHTS:

Jennagels

MEDIENTECHNIK

VJ:

PRego&t;

MEXER 09

CAPTAIN FLINGERN PRÄSENTIERT: ACKERELEVEN • 31. DEZEMBER 2009 AB 22:30

AK: 20,- VVK: 12,- (ZZGL. GEB.) • ACKERSTRASSE 11 (IM HOF) • BOOGIE DOWN FLINGERN



Intentar convencerse de que “la ilustración todavía no es definitiva” (cuando era estudiante, a menudo hacía varias versiones de la misma imagen en las que trabajaba en paralelo) es tan inútil como apostar solo por el diseño generativo para utilizar directamente dibujos preparatorios a través de Photoshop.

El verdadero problema, el que hace que nuestras ilustraciones resulten más “rígidas” cuanto más trabajemos en ellas, no podemos resolverlo con todos estos truquillos, ya que la razón por la cual las ilustraciones acabadas a menudo son inferiores a nuestros bocetos es simple y llanamente que cuando las hacemos *sabemos* que tienen que ser ilustraciones acabadas y que ya no estamos bocetando.

Durante el proceso de dibujo somos plenamente conscientes de si “va en serio” o no.

Si el dibujo surge fácil y libremente de la mano y resulta tan vivaz es porque ese bosquejo todavía no

es definitivo. Por la misma razón, una canción suena infinitamente mejor si la cantas en la ducha que si lo haces delante de una platea a rebosar y con un montón de críticos sentados en primera fila: cuanto más seria es la ocasión, más se nos resbala el ánimo lúdico de entre las manos hasta que acaba siendo sustituido por el miedo al fracaso. Las ilustraciones tienen fechas de entrega, lo que significa que alguien las va a juzgar y criticar, y ahí radica la diferencia fundamental respecto al boceto: el boceto siempre se considera “solo un bosquejo”, mientras que, por el contrario, la ilustración que entregamos al cliente es definitiva. La presentamos, la observan y la consideran desde todos los puntos de vista, y posiblemente la vean miles de veces muchas personas distintas. Y claro, uno no puede hacer un seguimiento de todos los *flyers* que ha hecho para explicar que, en realidad, lo que quería hacer era algo completamente diferente. Pues bien, precisamente porque te imaginas todo ese proceso, trabajas en tu imagen con tanto miedo que acabas robándole el alma.



ZARZAMORA REBUTON

Sabemos que mientras lo que estemos produciendo sean solo imágenes "accesorias" no podrán tomarse como prueba de todo lo que somos capaces de hacer. Cuando nos enfrentamos a la ilustración definitiva, el miedo nos sabotea de forma clandestina para impedirnos estar a la altura de nuestros propios estándares. Con los bocetos todavía no nos sentimos completamente expuestos y por eso nos cuesta menos hacerlos.

El miedo al fracaso les roba el alma a nuestras ilustraciones.

Es probable que reconocerlo no nos quite el miedo de inmediato, pero puede ser el primer paso para solucionar el dilema.

Como ilustradores deberíamos hacer lo que sabemos que podemos hacer y aprender a estar dispuestos a defenderlo.

No debemos dibujar para unos supuestos críticos y mostrarles una obediencia anticipada. Enseguida lo comprobarás: cuando lo interiorices, la diferencia entre los bocetos en los que uno no se juega nada y las ilustraciones finales se irá reduciendo cada vez más, y poco a poco conseguirás que tus imágenes conserven su alma.



Los colores predominantes

Verde, verde, verde es toda mi ropa;
verde, verde, verde es todo lo que tengo.

CANCIÓN POPULAR ALEMANA DEL SIGLO XIX.

Si cuando pintas un cuadro utilizaras alternativamente todos los colores de la paleta, lo único que conseguirías es que el resultado fuera un puro caos, chillón a más no poder. Sin duda, tu imagen rebosaría de colorido, pero carecería por completo de armonía. Por tanto, el primer consejo a la hora de emplear los colores de manera acertada solo puede ser este: menos es más. Sobre todo al principio, a menudo resulta útil trabajar con un color básico, dos como máximo. Los llamados *colores predominantes*, es decir, los colores que más aparecen en las imágenes, nos facilitan muchísimo el trabajo en esta fase.

¿Has ido últimamente al cine? ¿Te has fijado en los colores de la película? Las grandes producciones les dan un gran valor a los esquemas de color. Fíjate bien la próxima vez que vayas al cine, verás que en las películas el principio de los colores predominantes se aprecia con gran claridad: si, por ejemplo, el joven aprendiz de brujo va vestido de color rojo oscuro, no es casualidad que esa escena venga precedida por otra en la que se ve una alfombra dorada estampada que hace que el rojo oscuro se realce especialmente. Ni tampoco es puro azar que la princesa de un drama histórico aparezca ataviada con un vestido de noche color turquesa en un salón de tonos azulados.

Consejo

Haz pequeños bocetos de color antes de comenzar. Es conveniente comprobar qué tal combinan los colores haciendo unas cuantas manchitas en un papel aparte antes de utilizarlos en la ilustración.

Si de forma consciente le das a tu imagen un color predominante o creas una gama de color (por ejemplo, con diferentes tonos de azul), te sorprenderá constatar hasta qué punto se te facilita de repente el trabajo con el angustioso tema del color.

En concreto, esta técnica es ideal a la hora de utilizar los colores para acentuar las emociones, porque los predominantes quedan así más claramente delimitados. Las gamas de color contribuyen a transmitir el mensaje con claridad. Así, una imagen transmitirá una impresión



totalmente diferente si creamos una atmósfera de rojos y dorados que si la pintamos principalmente con tonalidades frías de azul. Los esquemas de colores predominantes también son muy útiles para generar focos de atracción para la mirada: por ejemplo, puedes aplicar un color complementario en una tonalidad predominante como reclamo visual. Si en una película de caballeros medievales (para seguir con los ejemplos cinematográficos), la sangre roja del caballero asesinado mana sobre el verde circundante del agua, o si la reina, vestida con un traje naranja brillante, pasa como una flecha junto a los muros azul claro del castillo, el efecto de la imagen es mucho mayor.

El uso de colores predominantes nos ayuda a empezar con buen pie nuestro trabajo con el color. Con esta técnica dirigimos la atención del espectador hacia donde deseamos y podemos resolver el problema de la variedad con maestría, pues nada es más fácil en un proceso secuencial que hacer que a una imagen predominantemente azul o verde la siga una imagen predominantemente roja. Al fin y al cabo, una película no es más que una secuencia de imágenes, así que inspírate cuanto quieras en el cine. Porque no es el color lo que les da emoción a nuestras ilustraciones, sino el uso consciente del color.

Consejo

No es necesario que inventes otra vez la rueda. No hay ninguna razón para no inspirarse en tonalidades creadas por otros. En este sentido, puede resultar útil anotar y recopilar en un cuaderno las "buenas combinaciones de color" que nos encontramos. Eso puede incluir una tonalidad que veamos en una imagen, pero también colores que observemos en la naturaleza, en un apartamento, en la moda o en algo completamente diferente. Con unas cuantas gotas de acuarela, podemos crear en un abrir y cerrar de ojos un boceto de esa combinación favorita. Y más adelante podrás usarla en tus propias obras.



Encuadres y perspectivas

Si solo hubiera una verdad, no podríamos pintar 100 cuadros sobre el mismo tema.

PABLO PICASSO

Un tema sobre el que también puede aprenderse en el cine es el de las perspectivas, los planos y los encuadres. Los ángulos de cámara y los encuadres funcionan como elementos narrativos porque definen la posición del espectador (o nuestra posición), y esa es una de las cuestiones más importantes a la hora de crear una ilustración.

En los comienzos del cine —y en parte también en los de la pintura—, las imágenes se mostraban en la pantalla tal como que se veían en los teatros de guiñol. Los espectadores contemplaban las imágenes desde una perspectiva frontal a unos tres o cuatro metros de distancia; es decir, veían al protagonista de la imagen como a un actor a tamaño completo dentro del escenario, así como una buena parte del entorno. Ese tipo de plano se denomina “plano general” y se corresponde con una perspectiva que nos permite ver a tamaño completo todos los elementos importantes de la imagen, y funciona a la perfección si trabajamos con una sola imagen. Sin embargo, cuando creamos una serie y solo utilizamos planos generales, la cosa enseguida corre el peligro de resultar aburrida. Hay una pequeña anécdota de la historia del cine que cuenta cómo llegaron los distintos planos al mundo de la imagen en movimiento.

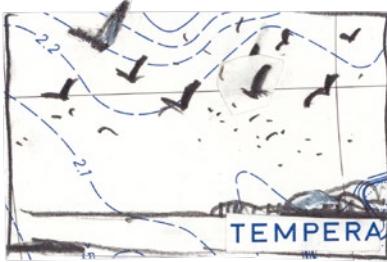
Al parecer, en la producción del primer wéstern de la historia del cine, *Asalto y robo de un tren* (1903), se produjo un error que revolucionó el mundo de las imágenes.

Según cuenta la leyenda, un operador dejó la cámara encendida y rodando por error mientras los actores, que habían estado actuando a la distancia habitual de tres metros del teatro, pasaban por casualidad por delante de ella. Al observar los materiales “estropeados” por ese descuido, los productores súbitamente se dieron cuenta del efecto que tenía el cambio de plano. De repente, los protagonistas estaban muy cerca y resultaban mucho más próximos desde el punto de vista emocional, porque su imagen recortada llenaba la pantalla. Por lo visto, el nuevo descubrimiento se aplicó de inmediato: en la escena final del wéstern, el actor Justus D. Barnes, en primer plano, apuntó con su revólver directamente a la cámara y disparó. Se cuenta que el efecto fue impactante: en algunos pases de *Asalto y robo de un tren* el público salía gritando de la sala. Aunque es probable que hoy el efecto de nuestras imágenes resulte menos impactante, los distintos planos utilizados desempeñan un

papel esencial en la ilustración. La primera variable de la ecuación es el factor de entretenimiento ya mencionado. Si estás ilustrando, digamos, un libro infantil con 12 pliegos de dos páginas, es evidente que no sería demasiado recomendable colocar 12 planos idénticos uno detrás de otro. El libro resultará mucho más interesante si alternas los planos: puedes abrir la historia con una imagen panorámica, presentar en la página siguiente a los protagonistas con un plano general o unos primeros planos, luego cambiar de nuevo el ritmo narrativo con un plano americano, para pasar a un final emocionante con un primerísimo plano o... bueno, las opciones son infinitas.

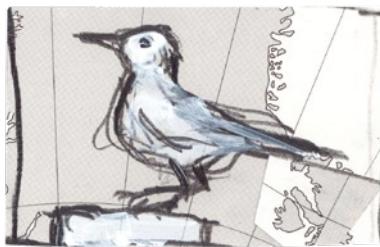
Ya sabes a lo que me refiero, porque seguro que vas al cine de vez en cuando. Además, la variedad de planos visuales no solo puede conferirle vitalidad a una historia, sino que también es relevante desde el punto de vista narrativo. La proximidad de los primeros planos transmite una profunda carga sentimental, mientras que una vista panorámica crea una cierta distancia emocional de un modo natural. Eso convierte a los planos en unas herramientas nada desdeñables a la hora de construir nuestra narrativa.

Lo mismo sucede con los ángulos de cámara. Podemos observar algo frontalmente, pero también



Vista panorámica

En la vista panorámica, el paisaje domina la imagen. El foco se centra en el entorno, los pájaros desaparecen, convertidos en pequeños puntos en el cielo. Es excelente para las primeras escenas.



Plano general

Los pájaros en su entorno inmediato. El peso de la imagen se reparte entre el protagonista y su entorno.



Plano medio

El pájaro se ve de cerca. En el cine, este plano a menudo se emplea en interiores, en situaciones en las que los personajes hablan entre sí.



Primer plano

El pájaro está muy cerca, el foco se centra en los detalles. En el cine se emplea mucho para mostrar las caras de los protagonistas (por ejemplo, enfocando sus ojos).

podemos cambiar el punto de referencia. Las denominadas perspectivas a vista de gusano o de pájaro son ejemplos muy conocidos de ángulos de cámara innovadores. En este caso tampoco se trata solo (aunque también) de evitar el aburrimiento: un contrapicado hace que el objeto representado parezca más grande y posiblemente más peligroso de lo que es, mientras que, por ejemplo, con un plano a vista de pájaro podemos crear una distancia emocional. Recuerda que cuando uno está haciendo una ilustración resulta muy útil estar familiarizado con el efecto que producen en el espectador los distintos ángulos utilizados. Los ángulos, los encuadres y los planos son variables importantes para quienes nos dedicamos a crear imágenes, no solo porque definen el punto de vista de quien las mira, sino porque, además, nos ponen en relación con las imágenes, creando de ese modo un vínculo entre ellas y nosotros. Un pequeño truco para la declaración de la renta: uno nunca va solo al cine por diversión; las películas que vemos son siempre indispensables para nuestra investigación en el mundo de los medios de comunicación. ;)

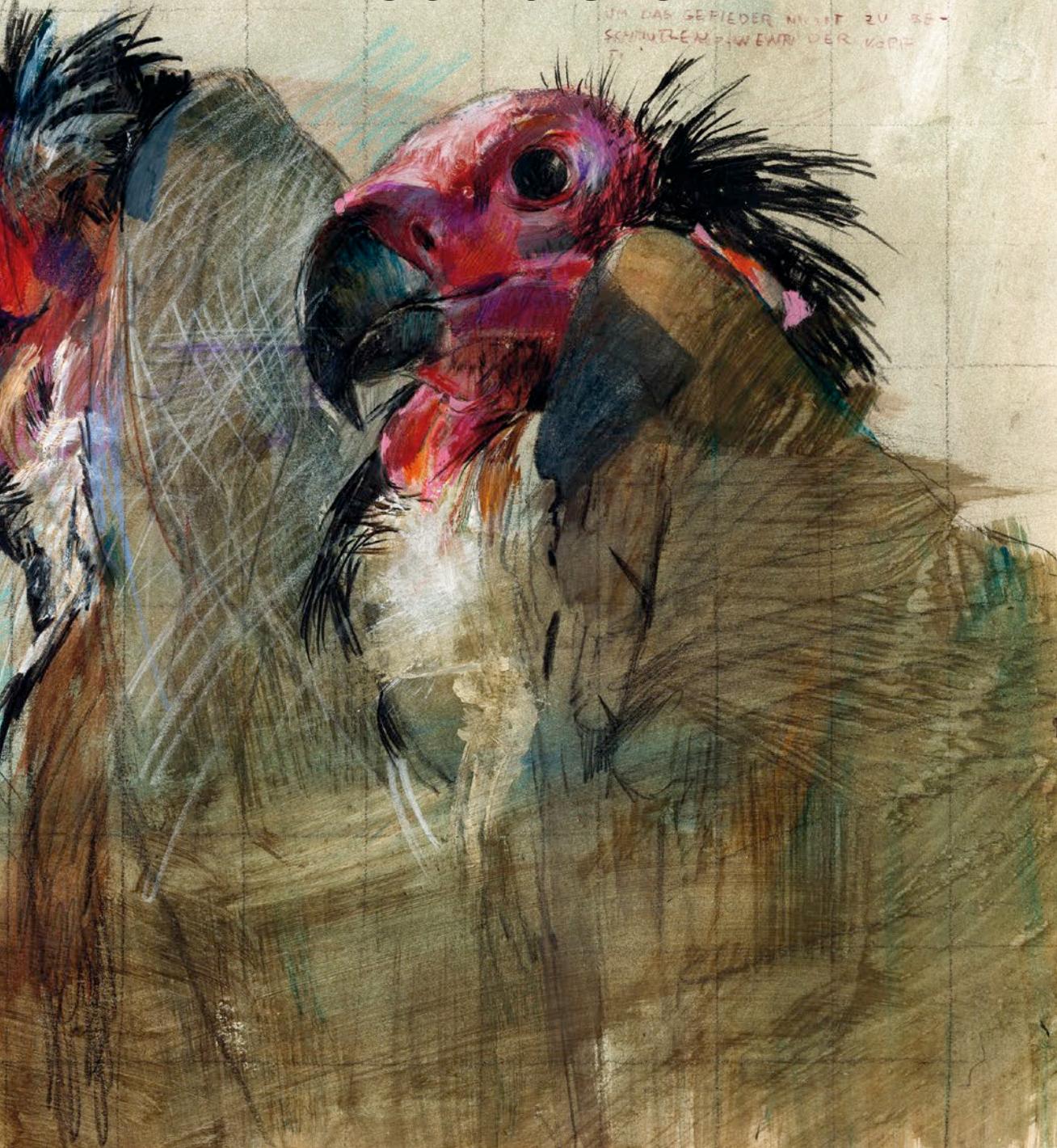
Geier



sind keine Griffvögel, gehören trotzdem zu den Greifvögeln.

Técnicas de ilustración

IM LAG GEFLIEDER NICHT ZU BE-
SCHÜTTEN - WEAR DER KOPF



El lápiz

Quiero llegar a dibujar de forma más personal e intensa.

VINCENT VAN GOGH

Todo el mundo conoce los lápices, los más polifacéticos entre los instrumentos de dibujo. ¿2B, 3B, HB? ¿Con o sin goma? Las opciones son interminables...

Mejor que vayamos con calma. Para empezar, la palabra alemana utilizada para lápiz, *Bleistift*, contiene una raíz que significa 'plomo', lo que plantea algunos interrogantes: los lápices no llevan plomo, al menos los actuales. Sin embargo, en la Antigüedad se utilizaban unos instrumentos de plomo llamados "estilos" que, efectivamente, estaban hechos con plomo. En la Edad Media, el plomo fue sustituido por la plata (o al menos por una punta de plata), pues el metal precioso poseía unas propiedades de resistencia al desgaste todavía más favorables. No obstante, el proceso de dibujo seguía siendo bastante engorroso, ya que la superficie sobre la que se escribía tenía que ser tratada previamente para poder utilizarla.

Hoy en día, las minas de los lápices están hechas de grafito y arcilla. Los primeros modelos de esta moderna "variedad" llegaron a Inglaterra en el siglo XVI, después de que en el norte del país se descubrieran unos grandes yacimientos de grafito.

El grafito, es decir, el carbono cristalizado, es mucho más adecuado para dibujar y el grado de resistencia al desgaste del lápiz puede controlarse añadiéndole arcilla. La proporción de la mezcla determinará si la mina es dura o blanda: cuanto mayor sea el contenido de arcilla, mayor será el grado de dureza del lápiz (B = blando, H = duro).

La elección del lápiz que utilizamos para ilustrar es una cuestión de gusto.

Ahora bien, podría decirse que los lápices más blandos son más apropiados para el dibujo artístico (para realizar bocetos con soltura, como, por ejemplo, dibujos de desnudos al natural, para lo que siempre recomiendo una dureza 3B). Por el contrario, los lápices duros son idóneos para dibujos precisos y detallados y para detalles técnicos. Otro factor que interviene en la selección de la dureza es el papel que queremos dar a los lápices en nuestras ilustraciones. Cuando solo usamos el lápiz para los dibujos preparatorios, necesitamos un instrumento distinto a cuando lo utilizamos como único medio para crear una imagen. También es importante tener en cuenta la facilidad o dificultad para borrar el trazo.





Por ejemplo, tradicionalmente los cómics se dibujan primero con lápices blandos y luego, en una segunda fase, el dibujo se “pasa a tinta” con pluma o rotulador de punta fina y después se borra el trazo de lápiz.

Por supuesto, podemos dejar en la ilustración final los dibujos previos que hacemos a lápiz, pues los trazos a lápiz son estupendos para las técnicas mixtas. En la reproducción, su trazo variará del gris al negro en función de la resistencia al desgaste, y son el medio más apropiado en combinación con técnicas translúcidas (como la acuarela). En este proceso es útil recordar que las acuarelas fijan los trazos de lápiz. Es decir, en cuanto tu dibujo quede cubierto por una capa de acuarela, ya no podrás borrarlo.

También podemos sacarle partido a nuestras ilustraciones “difuminando” el grafito. En contraste con la línea de claros contornos de la pluma, el rotulador de punta fina y similares, la línea irregular del grafito difuminado crea unos efectos extremadamente atractivos. Asimismo, con el grafito pueden crearse transiciones y degradados muy fácilmente. Algunos colegas utilizan materiales de borrado como las gomas o los mezcladores para poder degradar con la máxima precisión. Por ejemplo, con un borrador eléctrico podremos extraer imágenes casi fotorrealistas de una superficie ennegrecida con lápiz.

Consejo

Para evitar emborronar las líneas de lápiz mientras dibujamos, podemos poner una hoja limpia de papel entre la palma de la mano y la superficie de dibujo.



BIRDS ARE MOSTLY
SMALL, QUICK AND
SHY WHICH MAKES
THEM RATHER HARD
TO DRAW. HOWEVER,
THEY ARE NEARLY
EVERWHERE AND A
FEW CRUMBS OF
BREAD WILL MAKE
THEM YOUR FRIEND.





Q

ue el lápiz pueda difuminarse con facilidad también favorece su uso en las técnicas de estampación. Así, con superficies de grafito resulta muy fácil calcar plantillas y traspasarlas a papel. Curiosamente, el lápiz es uno de los beneficiados de la era del ordenador y hoy en día los dibujos a lápiz, precisamente, son los que se emplean como punto de partida para los trabajos digitales. No importa si se trata de trazos que más tarde colorearemos, dibujos preparatorios, bocetos o líneas básicas que convertiremos en píxeles o imágenes vectoriales: en general, todo se puede hacer con el lápiz

de toda la vida. En las tiendas encontraremos dos tipos de lápices de grafito: portaminas y lápices de madera. Estos últimos están hechos de cedro, una madera blanda y con pocos nudos que facilita su afilado. Los portaminas tienen la ventaja de que no se afilan y, además, permiten el uso de minas mucho más finas que las de los lápices estándar.

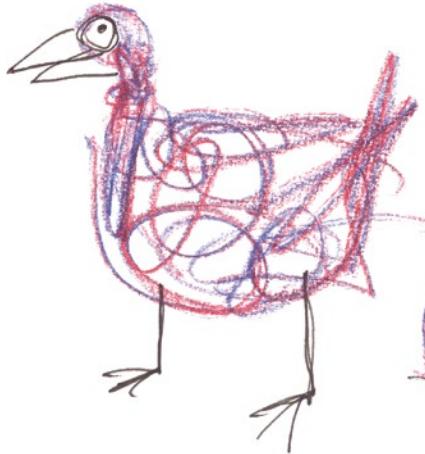
Goma de borrar

La goma de borrar es la perfecta compañera del lápiz. Funcionan porque la adherencia del caucho o de la goma es mayor que la del papel; es decir, que si frotamos con una goma la hoja en la que hemos dibujado, las partículas de grafito pegadas a la superficie del papel se traspasarán a la goma por efecto de la fuerza de cohesión y los dibujos se borrará.

Lápices de colores

Mi color favorito es el multicolor.

WALTER GROPIUS



Como su propio nombre indica, los lápices de colores no son más que lápices que en lugar de una mina negra tienen una de color. Los lápices se fabrican con un trozo de madera perforada que se llena de pegamento para encajar una mina, para después pegarle otro trozo de madera de la misma forma para que la mina quede completamente atrapada en la madera. A continuación, se pule la madera para darle la forma de lápiz y listo.

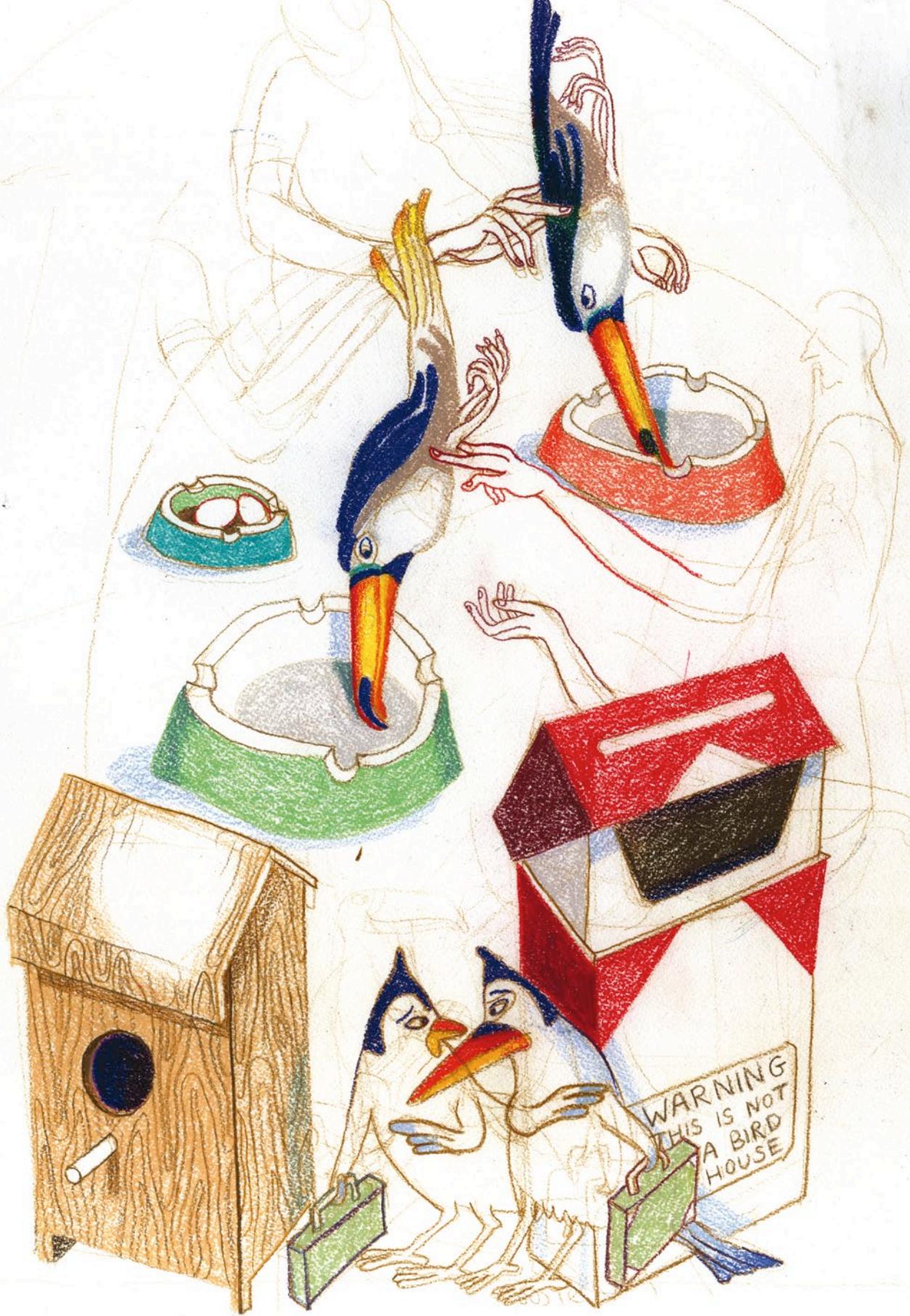
La diferencia entre los lápices de colores y el lápiz estándar es que la mina no está hecha de grafito (carbono cristalizado), sino de pigmento coloreado. También es distinto el aglutinante que se utiliza para mezclar el pigmento en la mina. En el caso de los lápices normales se suele mezclar únicamente arcilla con grafito, mientras que los fabricantes de lápices de colores suelen mantener el secreto de la composición del aglutinante.

Algunos probablemente estén hechos a base de aceite (como los suizos Caran d'Ache) y otros contienen una parte de acrílico o de cera (como el estadounidense Prismacolor). Los aglutinantes son los responsables de las diferencias entre las marcas. Un lápiz de color acuareable y uno al óleo se diferencian por el aglutinante utilizado, así como por la facilidad para ser borrados, su dureza o su resistencia al desgaste, y cada fabricante tiene su propia fórmula secreta. La calidad de las minas de los lápices de colores también depende en buena parte de su estabilidad. Por desgracia, la puntas de los lápices de colores se rompen a menudo porque la mina del interior está quebrada, algo que sucede cuando se nos caen; esta es la razón por la que muchos lápices estándar y de colores no son de sección redonda, sino octogonal, para que no rueden por la mesa y se caigan. Una mina quebrada hace que un lápiz de color sea inservible. Es necesario afilarlos cada dos por tres y enfrentarse al problema de los granos de grafito, que dejan unas feas marcas en las ilustraciones. Algunos fabricantes intentan evitar estos inconvenientes utilizando acrílico como adhesivo para las minas, pero el resultado plástico del lápiz se ve perjudicado. Así que ten cuidado con tus lápices.

Además de por su elaboración y el aglutinante empleado, los lápices de colores de los grandes fabricantes también difieren en los colores disponibles.

Consejo

Un invento muy bueno son los lápices de colores con minas de puntas multicolor, que contienen varias capas de color adyacentes, lo que hace que el color con el que escriben siempre varíe un poco.



WARNING
THIS IS NOT
A BIRD
HOUSE



La empresa estadounidense Prismacolor ofrece la gama más amplia de colores; en la actualidad fabrican 156 colores y han anunciado 50 más para el futuro (los Polycromos de Faber-Castell tienen unos 120). Los Prismacolor están disponibles también en diferentes durezas: su oferta incluye lápices *blandos*, *duros* y *borrables*.

Cada lápiz de color es diferente del resto y eso influye mucho en nuestra forma de trabajar. Así, los lápices de dureza superior —como, por ejemplo, los Polycromos de Faber-Castell, muy utilizados en Alemania— son especialmente apropiados para técnicas mixtas, para repasar acuarelas o para ilustraciones detalladas que requieran gran precisión. Los lápices de colores de baja resistencia al desgaste —es decir, con un porcentaje de cera o acrílico en la mina— son, sin embargo, los preferidos por muchos colegas para realizar ilustraciones sueltas, dibujos o imágenes de gran formato.

Los lápices acuarelables (lápices de colores con ceras solubles al agua) son los favoritos de los aficionados, pero también tienen excelentes virtudes para complementar las acuarelas o en ilustraciones hechas con técnicas mixtas. Lo mejor que puedes hacer es comprarte un par de cada y

probarlos para ver cuál te gusta, en lugar de comprarte un estuche caro con muchos colores. Por cierto, con el lápiz de colores se dibuja igual que con el lápiz estándar. Puedes crear profundidad mediante sombreados y superposiciones, y conseguir degradados difuminando. Además, pueden crearse efectos pictóricos superponiendo varios colores.

Los lápices de colores son el puente perfecto entre el dibujo y la pintura.

Otra cualidad excelente de los lápices de colores es que no solo son convenientes como técnica de dibujo, sino que, como ya he dicho, también sirven como técnica complementaria. Según la superficie, los lápices de colores pueden funcionar maravillosamente para marcar acentos en acuarelas, gouache o pinturas acrílicas.

Pero los lápices de colores también son una herramienta fantástica para técnicas de dibujo y de ilustración no mixtas. Como sucede con los pasteles, en el caso de los lápices de colores los soportes desempeñan un importante papel a la hora de pintar, pues en algunos casos su trama se ve en las ilustraciones. Como regla general podría afirmar que cuanta mayor precisión deseas que tenga la obra, menos textura debe tener el papel que utilices.

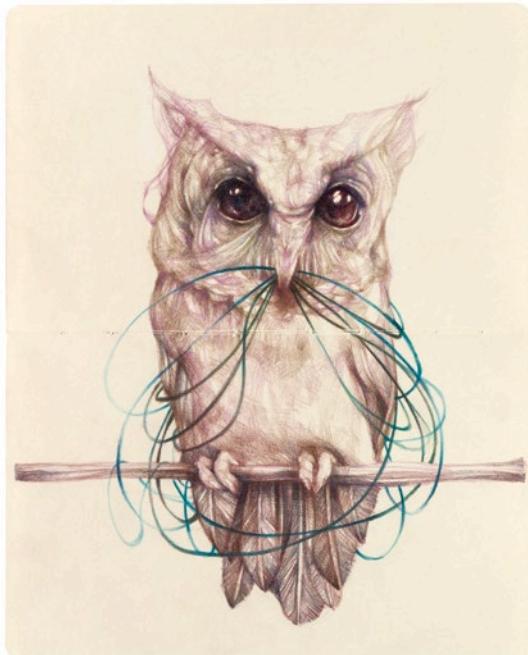
Para afilar los lápices, muchos de mis colegas prefieren un cuchillo en lugar de un sacapuntas, pues los sacapuntas que encontramos habitualmente en las tiendas dejan demasiada madera alrededor de la punta de color. Lo ideal sería que hubiera poca madera, porque eso hace que la punta sea más estable.



Los sacapuntas estándar producen justo el efecto contrario, pues el ángulo con el que afilan es muy abierto. Una solución a este problema es afilar con un cuchillo. La industria cosmética nos ofrece otra opción: si utilizas los sacapuntas para lápices de ojos, notarás que, debido al ángulo más agudo de corte, las minas de tus lápices de colores se rompen menos.

Una curiosidad

Faber-Castell, que fabrica más de 2.000 millones de lápices al año, es actualmente el mayor fabricante de lápices de grafito y de colores del mundo.



Sanguina, carboncillo, tiza

El dibujo sigue siendo básicamente lo mismo que en tiempos prehistóricos.
Reúne al ser humano y al mundo.
Vive a través de la magia.

KEITH HARING



Sanguina, tiza, carboncillo... Si queremos hablar de técnicas tradicionales de dibujo, debemos remontarnos muy muy atrás. Tendríamos que hablar de la cueva de Altamira, en cuyas paredes se realizaron los dibujos más antiguos que se conocen con carboncillo y ocre rojo—óxido de hierro hidratado, también conocido como hematita, que se emplea en la técnica de la sanguina—, o de los sarcófagos neolíticos cubiertos de ocre rojo, de las naves rojizas de la antigua Grecia o de los himba de Namibia, quienes frotan sus cuerpos con ocre rojo y manteca para protegerse del calor y de los mosquitos. Y, por

supuesto, no deberíamos olvidarnos del autorretrato de Leonardo da Vinci, donde aparece como un anciano con barba, ni de su amigo y rival Miguel Ángel, quien realizó sus bocetos de la capilla Sixtina a la sanguina. De hecho, es necesario remontarse tan atrás porque el ocre rojo, la tiza y el carboncillo acompañan a los ilustradores desde hace mucho tiempo, y por una buena razón:

No son materiales tóxicos, son fáciles de manejar, tienen una excelente relación calidad-precio, son luminosos y poseen una sencilla belleza.

Es hora, pues, de observar estas tres técnicas con más detenimiento.

Las barras o lápices de sanguina poseen una base mineral, y originalmente estaban compuestos solo de arcilla y de una variedad de óxido de hierro denominada "hematita". Hay incluso algunas menas de hierro tan uniformes y blandas que podemos tallar con ellas estilos cuadrangulares y ponernos a dibujar directamente con ellos. Hoy en día, las barras y lápices de sanguina tienen una composición mixta en la que se combinan, por ejemplo, la arcilla y la tiza con la hematita, que funciona como pigmento.



De la tiza puede decirse más o menos lo mismo que de la sanguina. No en vano, una de las divisiones de la escala temporal geológica lleva su nombre: el cretáceo, de "creta". Originalmente, la tiza estaba compuesta de una variedad especialmente fina y blanca de piedra caliza, mientras que a la que se produce en la actualidad se le añade también yeso u óxido de magnesio.

El carbón puede ser de origen mineral o vegetal. Por lo general, para dibujar utilizamos el carbón vegetal, que denominamos "carboncillo". Hoy en día se puede comprar carboncillo en barra a muy buen precio, pero, por supuesto, también podemos fabricarlo metiendo varias maderas cortadas en un pote de arcilla sellado y dejando que se carbonicen muy poco a poco. Con el carboncillo podemos crear líneas y superficies de un negro realmente oscuro. En contraste con el grafito de los lápices estándar, el carboncillo es mate y de un negro muy oscuro (antiguamente también se utilizaba como pigmento un carbón conseguido a partir de huesos o marfil quemado, más negro aún que el carboncillo).

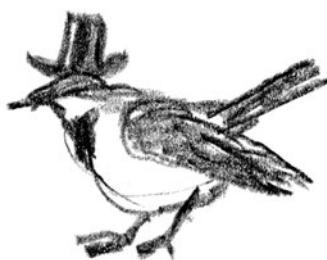
A la hora de dibujar, el ocre rojo, la tiza y el carboncillo se emplean de forma muy similar. Los tres tienen en común su fácil manejo, producen buenos degradados y son perfectos para difuminar. De hecho, se difuminan con tanta facilidad que es necesario fijar los dibujos hechos con estas tres técnicas.

Hoy en día, los tres se utilizan sobre todo para estudios y bocetos (son especialmente populares entre los estudiantes de dibujo de desnudo), pero también hay muchos colegas profesionales que recurren cada cierto tiempo a estas técnicas. El ocre rojo, la tiza y el carboncillo poseen una estética algo antigua



pero muy atractiva. De igual modo que con los lápices estándar o de colores, con la tiza se pueden crear transiciones de color, tanto gradaciones como difuminados. Además, son técnicas que también pueden combinarse muy bien, sobre todo cuando no trabajamos sobre papel blanco, sino, por ejemplo, sobre papel de color Ingres. La mezcla de barra de sanguina y de tiza, con la que podemos crear al mismo tiempo volúmenes y profundidad en un dibujo, es particularmente eficaz.

El ocre rojo en sus distintas opciones, la tiza y el carboncillo son increíblemente versátiles y con ellos podrás crear unos dibujos maravillosos.



Por último, otro secreto que tiene que ver con una propiedad algo desagradable de las técnicas "secas": al dibujar, la tiza y la barra de sanguina roja a veces producen un ruido extraño que da grima. Quienes hayan trazado una línea en una piedra con un trozo de tiesto o de ladrillo saben a qué me refiero. Seguro que todos nos hemos estremecido alguna vez ante el chirrido de la tiza en la pizarra. La tiza y la sanguina producen esos ruidos por la frecuencia natural del material.

La composición del ocre rojo y de la tiza es mineral, y por su estructura interna a veces sus vibraciones se escuchan. La fricción que se produce mientras dibujamos hace que vibre el material y empiece a "chirriar" en su frecuencia natural. Para evitarlo, hay un truco bastante simple: reducir el volumen de resonancia. Si rompemos el material en trozos más pequeños, aumenta la frecuencia natural hacia el espectro no audible y el chirrido desaparece.



Los pasteles

La palabra *pastel* deriva del término italiano *pasta*.

Abrir una caja de pasteles es como comerse un pastel con miel: las manos se nos quedan pegajosas antes de haberle hincado el diente; apenas tocamos la caja, ya tenemos los dedos pringados. En realidad, el término *pastel* es un tanto engañoso: cuando en el campo de la pintura hablamos de *tonos pastel*, por lo general nos referimos a colores delicados y suaves, tonos con una alta proporción de blanco y una baja densidad de color. La proporción entre color y aglutinante o carga inerte es de muy poco pigmento y mucha carga (material de relleno). Sin embargo, las pinturas *pastel* suelen ser todo lo contrario: contienen una gran cantidad de pigmento, y eso se ve nada más

abrir la caja, un cofre del tesoro lleno de luminosas tizas de colores cuyo brillo solo puede ser superado por el pigmento puro. La intensidad del color de los pasteles se debe a la ausencia de aglutinante. Tienen la cantidad mínima de aglutinante necesaria para que conserven la forma de barra, pero en cuanto entran en contacto con la superficie del soporte, se vuelven a desintegrar. Curiosamente, resulta que la palabra *pastel* deriva de la palabra italiana *pasta* (no es broma!), pues tiene que ver con el antiguo proceso de fabricación de las pinturas *pastel*, una técnica pictórica relativamente antigua: los pasteles de color marrón (o sepia), negro y rojo existen desde el siglo xv y la luminosa versión actual existe al menos desde el Rococó.

Los pasteles son una de las técnicas con más intensidad de color de la pintura. Además, puesto que no hay aglomerante que mantenga unidos a los pigmentos, los fabricantes ofrecen todos los colores imaginables, ya que, sin fijarlos, solo puede aplicarse una cantidad limitada de ellos. Cuanto más color aplicamos, peor se adhiere al papel.



Al trabajar con pasteles, este dilema se resuelve fijando regularmente cada paso intermedio de la ilustración. Para hacerlo, lo más recomendable es utilizar fijadores de uso corriente, que se venden en líquido o en aerosol. Los líquidos se aplican con pulverizadores o difusores de dos tubos que funcionan creando un vacío al soplar (su manejo requiere algo de práctica, porque de lo contrario se pueden dejar manchas). Que los pasteles sean tan populares a pesar de este inconveniente tiene que ver con su fácil manejo y la increíble intensidad de sus colores.

La mejor manera de describir el trabajo con los pasteles es como una mezcla de dibujo y pintura.

Los pasteles pueden utilizarse como lápices de colores para dibujar o, combinados, para colorear superficies. Lo que tienen de especial los pasteles es que, antes de fijarlos, resulta increíblemente fácil mezclar entre sí las polvorrientas superficies que generan, lo que permite la creación de las más delicadas transiciones. Los colores pueden aplicarse (o mejor, difuminarse) con los dedos, con un pincel o con un papel enrollado especial llamado "difumino". La mayor desventaja de la técnica es que la guía del trazo es bastante imprecisa. Sin duda, los pasteles

permiten unas delicadas transiciones de color, pero no el trazado de líneas demasiado finas. Para resolver este problema, los fabricantes han diseñado unos pasteles en forma de lápiz con los que se pueden trabajar los detalles más finos. Además, hay otro truco mucho más inteligente y barato: dado que el pastel es un material algo quebradizo, se van desprendiendo trocitos e manera natural mientras trabajamos, trocitos que podemos utilizar para trazar líneas finas. El procedimiento es el siguiente: ¿conoces los portaminas gruesos? No los de minas más finas, sino los de un diámetro de 0,5 mm. Bien, pues saca la mina, pulsa el botón y se abrirán en la punta tres pinzas que son las que fijan la mina. Con estas pinzas puedes sujetar los trocitos de pastel y utilizarlos para marcar ciertos acentos en u ilustración, como harías con un lápiz de punta fina.

Un detalle que tener en cuenta cuando pintamos con pasteles es la elección del papel correcto. Para asegurar la adherencia de los pigmentos, el papel no debe ser demasiado liso, de ahí que en las tiendas especializadas vendan papeles con texturas (como los Canson o Ingres). El color del papel también es importante. Muchos de mis colegas utilizan papel de color para sus ilustraciones con pasteles, ya que el

color de base acentúa el efecto del de las imágenes.

Por cierto, el término *tiza* induce a error, porque rara vez se utiliza tiza como pigmento blanco para aclarar un color o pintar de blanco. En la mayoría de los casos, se añade litopón, blanco de cinc o dióxido de titanio. Como aglutinantes suelen emplearse gomas, resinas o caolín. Las composiciones exactas son un secreto muy bien guardado entre los fabricantes. Antes se utilizaban las gachas como aglutinante, pero supongo que ya hemos superado esa fase... Aunque, por supuesto, cuando se trata de secretos tan bien guardados nunca se sabe. :-)

Consejo

Los pasteles son tan brillantes como delicados. En las presentaciones, debes fijar y proteger tus trabajos con un marco de cristal o un paspartú.



La tinta

Al mono le encanta la tinta china, y cuando los humanos escriben, él se sienta con una mano sobre la otra y las piernas cruzadas y espera a que terminen para luego beberse la tinta que sobra. Después se sienta otra vez callado y satisfecho sobre sus patas traseras.

WANG TAI-HAI, *EL MONO DE LA TINTA*, 1791

La tinta ha sido siempre un líquido poderoso: con tinta se escribían las cartas de amor y se firmaban las condenas a muerte, las declaraciones de guerra y los tratados de paz. Con tinta y papel se hacían los libros de poesía y las biblias, los libros de magia, las encyclopedias, los pagarés y las leyes. Gracias a la tinta, las obras de Mozart y de Shakespeare han sobrevivido al paso del tiempo. Los ejércitos de Durero y las palomas de Picasso fueron realizados con tinta. La tinta ha preservado el arte y la poesía, los errores y el conocimiento, y ha destruido reinos de un plumazo.

La tinta es uno de los inventos más importantes del ser humano: después del fuego, de la rueda y de la escritura apareció este modesto líquido negro y opaco. El ser humano lleva al menos 5.000 años utilizando la tinta para dibujar, y la utilizaron tanto los funcionarios egipcios como los pintores chinos. Los hebreos piadosos escribieron con tinta la primera Biblia y los cronistas romanos informaron con plumas afiladas sobre las artimañas políticas de su tiempo (por cierto, el término *tinta* nos llegó a través de estos últimos: *tincta aqua*, 'agua coloreada'). Por lo general, la composición de la tinta es una mezcla de agua y un pigmento —hollín, carbón o sulfato de hierro— junto con un aglutinante, gelatina, goma arábiga o resina acrílica. La *tinta china* hace referencia al país donde se inventó, China, y donde sigue siendo muy utilizada en su caligrafía.

Hay dos tipos de tinta: la fabricada a base de pigmentos y la fabricada a base de colorantes. La principal diferencia entre ellas es que, una vez seca, la de colorantes puede volver a disolverse con agua, mientras que la pigmentada, que incluye goma laca, es resistente al agua. En cualquier caso, no tienen denominaciones protegidas legalmente y se suelen comercializar indistintamente.





De ahí que, pese a su similitud con las tintas pigmentadas, las que llevan colorantes se corren al mojarlas, y por eso siempre merece la pena echar un vistazo a la información detallada en el envase en busca de las palabras que más confianza deben inspirarnos: "resistente al agua". No se trata de una cuestión menor, en especial si más tarde queremos colorear nuestros dibujos con acuarelas.

Además de la tinta negra fabricada a base de hollín, hay numerosas tintas de colores, realizadas sobre todo a base de acrílico, y muchos fabricantes ofrecen decenas de colores, por lo que no hay límite a lo que nuestra imaginación puede crear con ellas. Particularmente relevantes para el dibujo son la tinta marrón, la sepia (originalmente fabricada con tinta de calamar) y el bistre (elaborado a partir de la ceniza de haya). Estas dos últimas son ideales para el dibujo y la ilustración, porque tienen su encanto propio y los contrastes son mucho más suaves que los de las tintas negras. Para los ilustradores, lo interesante de las tintas es su versatilidad:

Lo fantástico de la tinta es que se puede dibujar y pintar con el mismo producto.

La tinta diluida es muy útil para cubrir superficies; es decir, para colorear. Como con las acuarelas, la tinta se puede aplicar en capas o se pueden mezclar los tonos mientras están húmedos. De este modo, uno puede realizar una ilustración de principio a fin con un solo material. Sobre todo al trabajar con tinta marrón, te sorprenderá la variedad de matices que puede contener un único tintero.

Esa cualidad convierte a la tinta en un material económico e increíblemente polifacético. Ahora bien, para hacer un buen trabajo son tan importantes las tintas como las herramientas con las que las aplicamos.



Plumas

La tinta y las plumas son compañeras inseparables. La pluma es más poderosa que la espada, escribió a mediados del siglo xix Edward Bulwer Lytton y, aunque no le faltaba razón, podríamos añadir: y también es más poderosa que los rotuladores de punta fina. Las líneas que se crean utilizando plumas son más bellas que las de todos los rotuladores técnicos juntos, razón más que suficiente para subir al desván y rescatar nuestras viejas plumas.

En dibujo, cada pluma es única. No están estreictamente reguladas y no tienen características estándar como los rotuladores: responden a nuestras emociones. El rasgo distintivo de las plumas es que sus líneas no tienen un grosor uniforme, sino variable. ¡Se ensancha al aumentar la presión! Asimismo, el trazo responde a la dirección del dibujo: en las plumas de punta más gruesa, el ancho del trazo cambia según la dirección del movimiento. Las líneas tienen una gran vivacidad y elegancia, y son exactamente lo que nos imaginamos al pensar en el típico trazo de una pluma.

Por supuesto, la pluma "clásica" es una pluma auténtica de pájaro, en concreto una de ganso. La pluma de ganso se empleó para escribir y pintar durante siglos, y no fue sustituida hasta que se inventó el plumín de acero en el siglo xviii, que acabó casi por completo con la primera, de la que lo único que ha conservado es el nombre. La pluma de ganso es estupenda para dibujar, pero también lo son las de otras aves de gran tamaño, como por ejemplo las rapaces y los córvidos, los cisnes o los patos. (Las plumas de aves criadas en granjas no suelen servir debido a su desequilibrada alimentación.) Antes de cortarlas, las plumas de ave deben someterse a un proceso de endurecimiento; para ello, primero retiramos la médula del cálamo con un palillo de madera, cortamos la pluma oblicuamente y la colocamos con cuidado sobre una llama (pero estando atentos a que no se queme...). Otra opción es introducirla en arena previamente calentada en un horno. Es así como se endurece la caña. También puede crearse un depósito de tinta haciendo un agujero a unos dos centímetros de la parte superior con un clavo caliente. Por último, se corta en dos la punta, se afila un poco ¡y listo!

Fabricar una pluma con este método requiere algo de práctica, pero si lo hacemos bien tendremos un excelente instrumento para escribir y dibujar.



Plumillas de acero

Hay plumillas de acero de todos los tamaños imaginables.

Las hay de trazo grueso y para caligrafiar, decorar, escribir y dibujar en las más distintas versiones. Para dibujar, las más apropiadas son las pequeñas de acero. El plumín se inserta en un soporte de madera o de plástico denominado "portaplumas" o "palillero", que debemos limpiar bien al acabar el trabajo.

Elegir tu pluma favorita es una cuestión de gusto y depende de la gama de productos de las tiendas de tu localidad (desde que las estilográficas fueron reemplazadas por lápices de tinta y bolígrafos, la oferta ha disminuido mucho). No obstante, las plumillas de punta larga y fina, las plumillas estenográficas y la clásica pluma de dibujo son instrumentos estupendos para dibujar.

Cuando trabajes con las diferentes plumillas, te darás cuenta enseguida de que hay algunas con las que trabajas especialmente bien. Eso tiene que ver con la pluma, pero también con el hecho de que, al utilizarla, la vas adaptando a tu trazo. En otras palabras, con el tiempo le vamos dando un cierto carácter por el ángulo de inclinación del trazo, y siempre escribiremos mejor con una pluma usada que con una nueva. Por eso recomiendo:

**Trata con cariño tu pluma
y cuídala bien.**

Limpia la tinta y no la dejes secar. También es conveniente limpiar de vez en cuando los residuos secos con un cepillo de acero. Otro consejo es que, nada más comprarla, la pongas al rojo vivo bajo un encendedor durante un momento para que se vuelva más flexible.



Cálamos

Los cálamos son también un útil maravilloso para dibujar. Para fabricarte uno, corta en diagonal un trozo de caña o bambú con un cuchillo, en un ángulo de unos 30 grados. Por la forma redondeada de la caña, se produce un corte curvo muy similar a la forma de la punta de una pluma fuente.

A continuación, divide en dos la punta y luego afíllala por ambos lados de modo que aparezcan dos "ramificaciones" iguales a derecha e izquierda de la hendidura practicada (también se puede endurecer el cálamo en el horno). El trazo de un cálamo es muy fluido y energético y ninguna plumilla de acero lo puede imitar.

Otro truco es dotar al cálamo de un pequeño depósito de tinta antes de dividir la punta en dos. Para ello, practica un pequeño orificio en sentido longitudinal a la punta, donde se pueda acumular la tinta para no tener que estar sumergiendo constantemente tu cálamo en el tintero. Haz el agujero aproximadamente un centímetro por encima de la parte superior del cálamo, justo donde empieza la hendidura. Pero ten cuidado: el bambú se rompe con facilidad... Por eso es mejor que hagas el agujero raspando en lugar de taladrando. Toma con mucho cuidado un cuchillo afilado y presiona muy ligeramente con él en la madera; verás como el esfuerzo merece la pena.

Los cálamos con depósito generan líneas más largas, más potentes.



Plumillas de cristal

Las plumillas de vidrio son esbeltas plumas de cristal fino con una torsión fusiforme al final que sirve como punta. Son fáciles de manejar y producen un trazo muy agradable, pero que apenas responde a la presión que ejerzamos. La ventaja de estas plumillas es su sencillo manejo. Su principal desventaja es evidente: si se te caen deberás comprarle una nueva...

Tiralíneas

Se denomina "tiralíneas" a unas plumas mecánicas utilizadas sobre todo en dibujo técnico. Su principal atractivo es la sencillez de su construcción: son básicamente unas pinzas de acero cuya separación se gradúa con una pequeña tuerca. La tinta se acumula entre las dos puntas. Con un tiralíneas podemos trazar líneas rectas o círculos, ya que, a diferencia de las plumillas estándar, se pueden utilizar con regla y fijarlas a un compás. Dado que son menos adecuados para el dibujo a mano alzada, se utilizan para el trazado de elementos gráficos, tipografías o dibujos constructivos.



The DEAD PARROT Monty Python THE NORWEGIAN D SKETCH



No No it's not dead - it's

it's bleedin' demised - it's p
this parrot is no more it
to be. it's expired and gone to
late parrot it's a STIFF
in peace. This is an ex

HANCOCK'S HALF HOUR

(NOT TO BE COPIED)



I MUST SAY WHAT
A LOVELY AUDIENCE YOU'VE BEEN

WHAT HAPPENED?

WHAT HAPPENED?

SOMEONE ELSE COME
ON...

TOMMY COOPER:

POOD JAKAR
TAORN JAK
HUN-WA

I BACKED RHODES
TODAY TWENTY ONE
CAME IN AT TWENTY
LAST FRIDAY

LIKE THAT
THAT



Plumas estilográficas y rapidógrafos

Las plumas estilográficas y los rapidógrafos representan el desarrollo lógico del plumín de acero. Básicamente, estos útiles de escritura son el resultado de incorporar un pequeño depósito de tinta al habitual plumín de acero. Las primeras estilográficas tenían un mecanismo de émbolo mediante el cual se absorbía la tinta. (Puedes encontrarte con una de esas estilográficas en los mercadillos, pero por desgracia casi todos los tapones y depósitos eran de goma, por lo que en la mayoría de los casos ya no funcionarán.) Mucho más comunes son las que tienen cartuchos reemplazables. Son excelentes a la hora de dibujar, pues generan el típico trazo elegante y variable de las plumas, y, en comparación con los rotuladores de punta fina, resultan más económicas aun cuando las utilicemos de forma continuada. No obstante, tienen una desventaja: en ambos casos se utilizan con tinta soluble en agua, así que si quieras colorear tus dibujos, no es conveniente hacer el dibujo de base con este tipo de plumines.

Los rapidógrafos se utilizan en dibujo técnico y emplean cartuchos de tinta recargables. Se manejan de forma similar a los rotuladores de punta fina y producen un trazo duro y limpio. Son especialmente adecuados para el dibujo técnico y las ilustraciones creadas con reglas. Como los plumines, contienen tinta soluble en agua y, por tanto, no conviene utilizarlos para realizar el dibujo de base de nuestras ilustraciones en color.

Consejo

Para evitar las manchas de tinta, es recomendable deshacerse del exceso de tinta de la pluma dibujando un trazo corto inmediatamente después de sumergirla en el tintero. Podemos hacerlo en el margen del papel o utilizar un papel extra (que, de todos modos, es útil tener debajo de la mano con la que escribimos).

Las plumas solo gotean cuando están demasiado cargadas. Otra opción es recurrir al clásico papel secante, y, por supuesto, recuerda no ponerte tu camiseta favorita cuando trabajes con tinta.





Bolígrafos, rotuladores de punta fina y demás

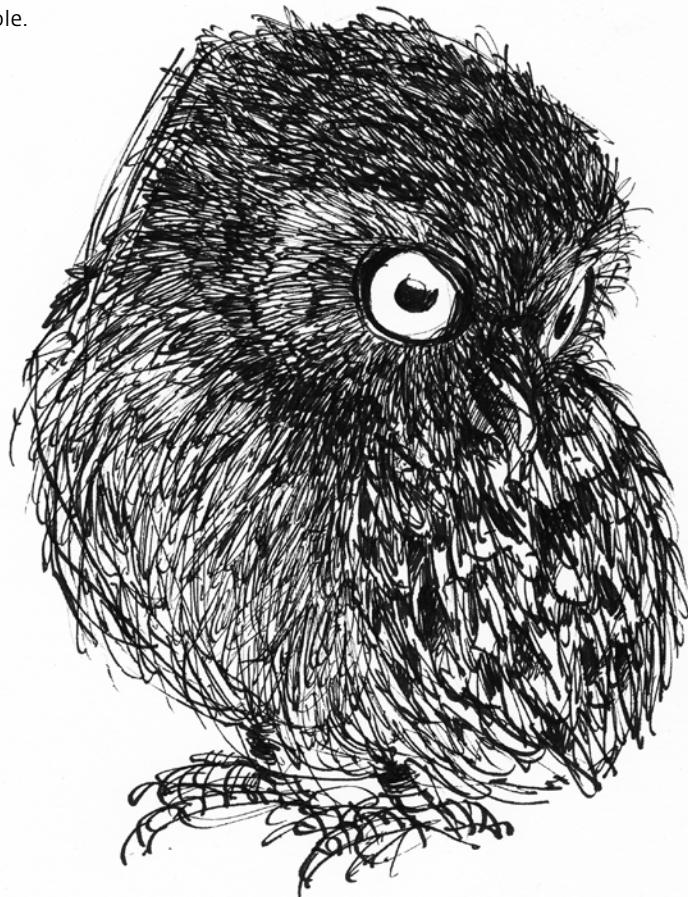
Todos los artistas están dispuestos a sufrir por su trabajo, pero
¿por qué tan pocos están preparados a aprender a dibujar?

BANKSY

No cabe duda de que las clásicas plumas (tanto las de acero como los cálamos) producen trazos de gran belleza, pero tienen un importante inconveniente: es necesario sumergirlas una y otra vez en tinta líquida mientras trabajamos. Para remediar esto, ya en épocas tempranas se inventaron varios útiles de dibujo que incorporaban tinta. Parece ser que Galileo Galilei diseñó un precursor del bolígrafo y en los albores de la Edad Moderna había infinidad de patentes que intentaban solucionar ese problema. Aparecieron plumas estilográficas de émbolo, lápices de tinta y bolígrafos de una calidad más o menos aceptable.

Cuando entramos en una papelería normal, podemos admirar los resultados abrumadores de ese espíritu inventor: rotuladores, bolígrafos, más rotuladores y bolígrafos, todavía más rotuladores y bolígrafos... de todos los colores, formas y tamaños. Sin embargo, el funcionamiento de la mayoría de ellos se sigue basando en el mismo principio clásico: la tinta líquida se conserva en un depósito y fluye cuando presionamos una punta (como en el caso del bolígrafo) o pasa directamente al papel a través de una punta alargada de material fibroso (como en el caso del rotulador de punta de fieltro y del de punta fina).

Por regla general, todos estos materiales de escritura son perfectos para dibujar e ilustrar, pero cada uno de ellos tiene algunas características especiales que describiré brevemente en este capítulo.



Bolígrafos



Los bolígrafos existen en su forma actual desde la década de 1930 (lo de que, como la sartén antiadherente, son un producto derivado de la carrera espacial no es más que una leyenda urbana). Durante la II Guerra Mundial, su inventor, László József Bíró, tuvo que huir de la persecución de los nazis y se llevó su idea a Sudamérica, desde donde su Eterpen inició su marcha triunfal por todo el mundo.

El mecanismo que hace funcionar los bolígrafos se basa en un depósito de tinta de color en cuyo extremo se coloca una pequeña bola cerámica. Al girar la bola, la esfera recoge la tinta del depósito y la transfiere al papel en un proceso uniforme, sin producir manchas. En sus etapas iniciales, el bolígrafo tuvo ciertas

dificultades para introducirse en los círculos artísticos al ser un producto barato, pero en la actualidad las ilustraciones a bolígrafo son una parte importante de casi cualquier portfolio de dibujos. Sus ventajas radican principalmente en la buena relación calidad-precio, y en que la calidad de la línea se mantiene constante durante toda su vida útil, en lugar de ir disminuyendo poco a poco, como ocurre con los rotuladores. Además, con los bolígrafos se puede crear algo semejante a una escala de grises (lo que resulta imposible con muchos otros útiles de escritura): solo tenemos que presionar con mayor o menor suavidad la punta sobre el papel y el trazo reacciona dinámicamente extendiendo más o menos tinta.

ARRIBA:
BORIS RÖHRL

ABAJO:
CLAUDIA HAHN

PÁGINA DERECHA:
UTE HELMBOLD





Rotuladores de punta fina

Desde el punto de vista técnico, los rotuladores de punta fina pertenecen al grupo de los rotuladores; es decir, el color está empapado en un elemento de material fibroso (generalmente de fibras de poliéster) que lo transfiere al papel a través de una punta de ese mismo material.

Esto permite que la tinta fluya con facilidad, pero tiene la desventaja de que, con el tiempo, la tinta que se almacena en la fibra es cada vez menor, pues los capilares más gruesos se vacían primero. Por ese motivo, a medida que trabajamos con ellos van escribiendo cada vez peor y, al final, tenemos que gastarnos una buena cantidad de dinero en renovarlos constantemente. Por otro lado, para evitar que la tinta se seque, debemos proteger las fibras con un capuchón hermético (te recomiendo que no dejes tus rotuladores sin tapar o perderán calidad rápidamente).

Podemos encontrar rotuladores de punta fina de todos los tamaños y calidades. A la hora de trabajar con ellos, lo primero que hay que decidir es si optamos por la tinta soluble o la no soluble al agua. Esto es importante si luego quieres colorear tus dibujos con acuarelas (aunque, a veces, esa especie de "emborronado" puede ser un efecto deliberado; de hecho, te animo a que pruebes alguna vez a usar un poco de agua...). Por lo demás, la elección de un rotulador es pura cuestión de gustos.

Seguro que todos nuestros colegas tienen un rotulador o pluma favorito, de los que siempre guardan un montón en el cajón.

Yo, por ejemplo, llevo años utilizando el rotulador Profipen 0,5 mm de Edding, pero, por supuesto, se pueden hacer dibujos fantásticos con todo tipo de material de escritura, desde un rotulador fluorescente a tinta de tonos sepia.



Rollers

Los bolígrafos tipo *roller* son algo así como un punto intermedio entre la pluma y el bolígrafo: como las plumas, cuentan con un depósito de tinta líquida, pero, como los bolígrafos, tienen una bolita de cerámica en la punta. La principal diferencia respecto a los bolígrafos es que su tinta está más diluida, lo que permite dibujar con mayor facilidad y fluidez.

Es importante recordar que casi todos los bolígrafos tipo *roller* funcionan con tinta soluble en agua, por lo que, a diferencia de los rotuladores de punta fina y las plumas estilográficas, no podemos utilizarlos para realizar dibujos preparatorios para nuestras acuarelas.





Fudepen

Esta pluma estilográfica con punta de pincel procede de Japón. Diseñados originalmente para hacer caligrafía, combinan un depósito de tinta con una punta de pincel, un “auténtico” pincel de pelo sintético.

Son un invento genial. Son portátiles, recargables y se puede trabajar con ellos prácticamente igual que con un pincel tradicional. Producen un trazo muy estético (que varía de muy fino a muy grueso, según lo dirijamos y dependiendo también de la presión que ejerzamos al dibujar) y crean unos tonos muy ricos y opacos. A los primeros fudepen exclusivamente negros de la marca Pentel se han ido añadiendo una amplia gama de productos en todos los colores, y en la actualidad las marcas Copic o Faber ya los fabrican

a base de alcohol. Incluso la desventaja inicial de que solo funcionaran con tinta soluble en agua (la tinta resistente al agua tiende a pegarse al pincel) se ha solucionado en algunos modelos, y los hay disponibles en versión resistente al agua.

Los fudepen son adecuados tanto para un boceto rápido hecho en la calle o en una cafetería como para los trabajos profesionales en estudio (cuando estoy fuera del estudio, por ejemplo, me encanta utilizar los de color gris claro para cubrir rápidamente mi boceto con un tono translúcido). Por tanto, no es de extrañar que muchos colegas (sobre todo en el ámbito del manga y del cómic) los adoren, porque combinan las ventajas de las plumas estilográficas y los pinceles en un solo producto. En una palabra: ¡cómpratelos!



Rotuladores y marcadores

Lo que ahora necesito es un rotulador gordo.

JOHN TRAVOLTA EN *PULP FICTION*, 1994

De niños aprendemos lo bien que se puede pintar y dibujar con rotuladores, y al hacernos mayores lo olvidamos. Como ya descubrieron algunos diseñadores de finales de la década de 1970, se trata de un grave error de juicio por nuestra parte. Estos diseñadores ampliaron el set habitual de rotuladores que, pensado únicamente para niños, hasta entonces consistía en unos pocos colores primarios, e incorporaron una enorme gama de colores llena de matices. De repente, las posibilidades pictóricas de los rotuladores iban más allá de la creación de unos meros dibujos infantiles.



La nueva generación de rotuladores, conocidos como "marcadores", inauguró un nuevo género que revolucionó la técnica del diseño y de las ilustraciones a base de garabatos (terrenos antes dominados por la acuarela y témpera líquida).

Como el resto de los rotuladores, los marcadores proceden de Japón. Contienen una larga barra de fibras de poliéster (o de un material poroso comparable) que absorbe la tinta o el colorante

y lo deja salir de forma uniforme por la punta. Muchos rotuladores profesionales (lo que normalmente imaginamos cuando oímos hablar de "marcadores") son recargables y tienen puntas reemplazables. El disolvente suele ser alcohol, lo que permite una aplicación uniforme del color y un rápido secado. Los marcadores a base de alcohol pueden utilizarse sin problemas sobre fotocopias sin manchar o emborronar el dibujo. El fabricante más importante es Copic, que ofrece una amplia gama de modelos en cientos de colores (actualmente 364) con puntas de fibra de diferentes formas y usos. La mayor diferencia se encuentra en la flexibilidad de los rotuladores de punta fina, ideales para realizar dibujos sueltos y orgánicos, y la mayor rigidez de los rotuladores de puntas reemplazables, usados para dibujos más bien técnicos. Además, los marcadores Copic existen también en versión pulverizador con compresor o con un práctico sistema de aerógrafo; a estos se añaden los marcadores de gran anchura para esbozar ideas en los rotfolios,

la principal ventaja de los marcadores es el secado rápido de la tinta,

pues todo va muy deprisa en el día a día de los estudios. Su segunda gran ventaja es, por supuesto, su hermoso trazo de intenso colorido. Son especialmente útiles cuando queremos hacer trabajos con acentos muy marcados, como, por ejemplo, colorear con soltura nuestros diseños, storyboards o bocetos de publicidad.



En principio, para trabajar con rotuladores se utiliza la técnica de veladuras. En otras palabras: puedes sacarles partido a tus habilidades para la acuarela, porque en este caso también se crean zonas de color mediante capas superpuestas translúcidas. Como con las acuarelas (o como en el modo de fusión multiplicar de Photoshop), a medida que añadimos capas de color, los tonos se oscurecen, pues pintamos varias veces sobre la misma zona (la llamada "técnica de capas"). Y como con las acuarelas, trabajamos de los tonos más claros a los más oscuros y utilizamos el blanco del papel como la zona más clara. Asimismo, con los marcadores se puede conseguir una amplia gama de matices de un mismo color u obtener resultados sorprendentes combinando diversos colores.

También podemos crear suaves transiciones con marcadores especiales (los mezcladores). Los mezcladores solo contienen disolvente y diluyen los campos de color adyacentes.

Básicamente, la ilustración con rotuladores es más una técnica de coloreado, cubriente, que pictórica. El dibujo subyacente adquiere, pues, un enorme valor, lo que convierte el diseño, los garabatos y las ilustraciones con marcadores en opciones creativas en las que las técnicas de dibujo resultan clave.



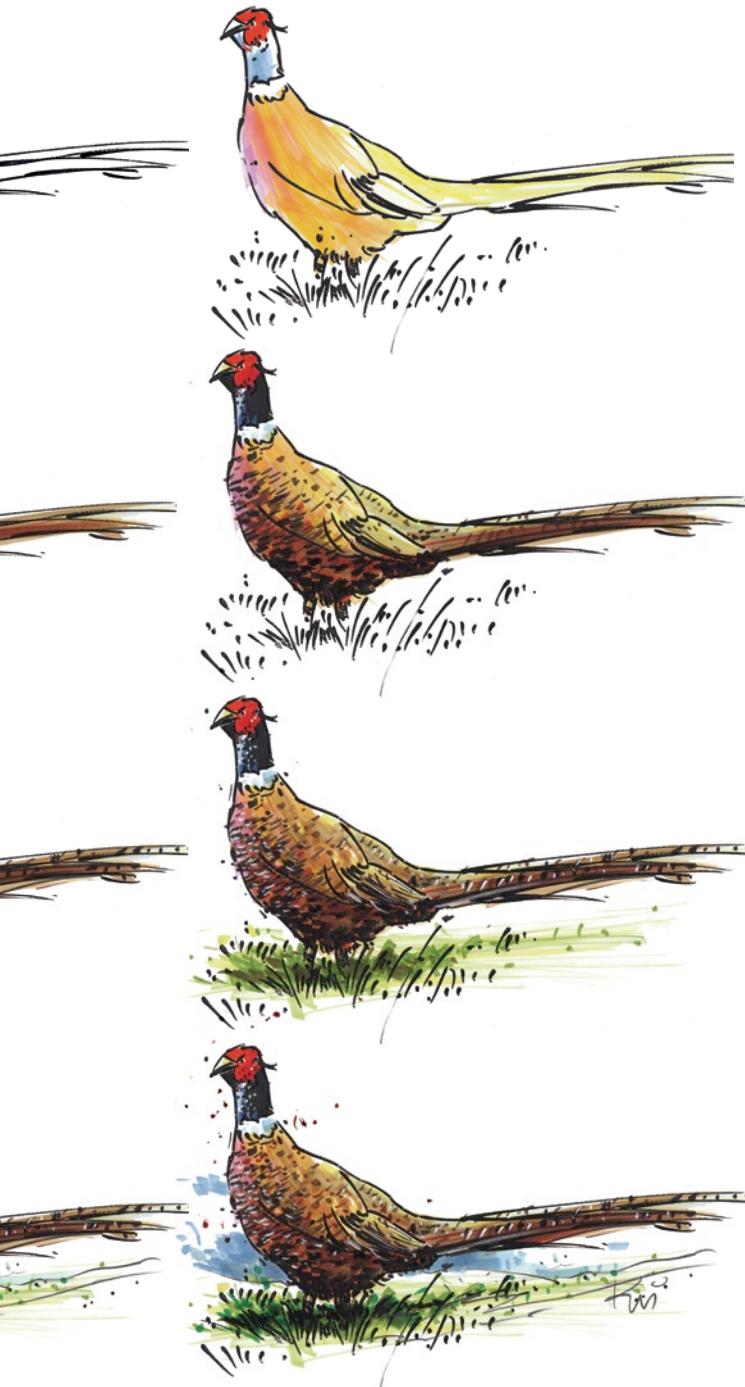
A la vez, eso implica que la calidad de la ilustración con rotulador depende de las habilidades de dibujo del autor, de ahí que convenga desarrollar un trazo más seguro. Los dibujos preparatorios suelen hacerse con rotulador de punta fina, con lápiz o bolígrafo (incluso se pueden colorear fotocopias, pues el alcohol de los rotuladores no disuelve el tóner).

No obstante, con los rotuladores no solo se pueden hacer ilustraciones a base de garabateado, sino que también son excelentes para elaborar "auténticas" ilustraciones. Muchos colegas usan los rotuladores para casi todo: desde el primer paso hasta el dibujo final. Sin embargo, hay que tener en cuenta que al reproducirlos algunos tonos pierden su luminosidad y brillo.

Los rotuladores japoneses son muy populares, sobre todo para cómics y manga.

Su facilidad de uso y sus estupendas propiedades pictóricas hablan por sí mismos, pero me gustaría mencionar dos pequeños inconvenientes de los rotuladores.





El primero podrás verlo en la tienda: cuando son de cierta calidad, los rotuladores no son precisamente baratos, pues están dirigidos sobre todo al mercado profesional. Siquieres comprarte un set completo, prepárate para realizar una buena inversión. Por eso es recomendable considerar antes con qué paleta de colores quieres empezar y plantearte cómo ir complementándola con el paso del tiempo. El segundo es un problema más a largo plazo, pues la mayoría de los colores de los marcadores no son resistentes a la luz. Es decir, que sirven para murales o pintar en la calle, porque el dibujo desaparecerá con el tiempo.

Consejo

Elegir bien el papel es fundamental cuando trabajamos con rotuladores. Si, por ejemplo, utilizas papel de fotocopiadora, los colores se correrán muchísimo, los bordes se difuminarán y perderán nitidez y la ilustración perderá luminosidad. Por ello, muchos fabricantes ofrecen un papel con un recubrimiento especial para que los colores no se corran. Quienes quieran trabajar en color sobre fotocopias, mejor que fotocopien sobre ese papel especial.

Las acuarelas

Lo primero y lo último que hace un artista son acuarelas.
WILLEM DE KOONING



Las acuarelas tienen una extraña reputación. Muchos las consideran pinturas para niños, un pasatiempo para el domingo o una técnica para aficionados; esta reputación es un disparate. Cualquiera que haya trabajado en serio con las acuarelas te lo confirmará: la acuarela es una técnica muy complicada y sofisticada.

Las acuarelas son una de las formas de colorear más antiguas. Están fabricadas a base de un aglutinante vegetal denominado "goma arábiga" (una resina africana), glicerina y miel. Son solubles en agua y se vuelven a disolver al mojarse. El atractivo de la técnica de la acuarela es su extraordinaria capacidad para crear veladuras y su carácter translúcido y delicado. Como sucede con todas las técnicas a base de veladuras, en las acuarelas el color del papel se utiliza como un color más de la imagen; es decir, no se utiliza el blanco, sino que se reservan zonas blancas y claras en la imagen. Esto requiere amplios conocimientos sobre el funcionamiento de la luz y las sombras,

ya que, para reservar las zonas blancas, se necesita tener una idea clara del comportamiento de la luz. Las acuarelas dejan muy poco margen para jugártela con ensayos y errores; una vez has cubierto el papel de color, resulta difícil quitarlo. Al pintar al óleo, por ejemplo, podemos aclarar una zona que nos haya salido demasiado oscura simplemente añadiendo blanco, pero en el caso de la acuarela, la cosa no es tan sencilla. A eso se suma que el agua empleada al pintar se extiende rápidamente por todas partes, pero nunca por donde nos gustaría que lo hiciera. Los colores se escapan al control directo del pintor.

Podríamos decir que, entre las técnicas pictóricas, la acuarela es la más anárquica.

Siempre hace un poco lo que quiere y eso no puede evitarse utilizando menos agua: cuando se trabaja con acuarelas no hay que escatimar en la cantidad de agua que empleamos.



La mejor manera de sacarle provecho al color de las acuarelas es aplicar finas capas superpuestas con abundante agua. Si nos quedamos cortos de agua o ponemos demasiada acuarela, el color perderá luminosidad, de ahí que sea necesaria mucha práctica para dominar la técnica, porque su carácter imprevisible la convierte en una de las técnicas pictóricas más difíciles.

La acuarela es complicada, pero, créeme, el esfuerzo merece la pena!

El primer y más importante consejo para empezar a trabajar con acuarelas es tener en cuenta que, pese a que existen muchas maneras de pintar con ellas, en el

fondo hay dos técnicas básicas: la de veladuras —trabajar superponiendo capas finas de color— y la aguada —trabajar con los colores húmedos, que vamos mezclando mientras están húmedos—. Todo el resto de técnicas se derivan de estas (o son una combinación de ambas). Sin embargo, hay que admitir que es necesaria cierta experiencia para practicar cualquiera de las dos. Veamos brevemente en qué consisten:

Veladuras

Se basa en el fenómeno de que, al aplicar capas delgadas de pintura, la capa inferior sigue siendo visible a través de las capas añadidas después. Uno puede imaginarse las veladuras como si fueran varias capas de papel de colores: el tono del color se oscurece con cada capa adicional. (En el mundo digital, podemos comparar esta técnica con el modo multiplicar de Photoshop.) Este efecto, que se utiliza para producir sensación de espacio y crear luces y sombras, se obtiene repintando, por ejemplo, ciertas zonas de la imagen con el mismo color después de que se haya secado la primera capa.

En resumen, en la técnica de veladuras vamos creando capas una a una, esperando a que se sequen y repitiendo el proceso en aquellas zonas que necesitan más color.

La ventaja de la veladura radica en que es fácil de aprender y permite un buen control.





Aguada

En esta técnica, los colores se mezclan entre sí al encontrarse en otras zonas con otros colores húmedos. Se puede hacer que las áreas de color choquen suavemente o aplicar un nuevo color en zonas ya humedecidas. Mediante una dosificación hábil y ayudándonos con el pincel, debemos intentar que las mezclas que resultan de este proceso den lugar al efecto deseado en la imagen. Es obvio que hay que contar con varios fracasos antes de dominar la técnica, pero con las acuarelas la práctica hace al maestro.

La gran ventaja de las veladuras es poder crear transiciones increíblemente suaves, por lo que es una técnica esencial para crear formas orgánicas, para la ambientación lumínica, el agua, las nubes o elementos similares.

En fin, que básicamente tenemos que aprender *dos* técnicas esenciales. Toda la técnica de la acuarela se apoya en los dos pilares de las veladuras y las aguadas, y si las dominamos habremos dominado la técnica.

Dependiendo del tipo de imagen que queramos, elegiremos una de las dos o ambas. Así, por ejemplo, en un cuadro se puede utilizar la técnica de la aguada para el cielo, mientras que podemos hacer la casa que aparece en primer plano con veladuras.

A pesar de todo, la acuarela sigue siendo una técnica anárquica. Es un poco caótica y necesitamos tiempo y paciencia para dominarla, pero es una gran técnica por muchos motivos: es relativamente barata y podemos ejecutarla en la calle (tanto en nuestro cuaderno de dibujo como para hacer apuntes) gracias a las prácticas cajas en las que se venden las acuarelas. Pero, ante todo, tiene unas cualidades especiales: es delicada y poderosa, ligera y bella, y es una de las formas más hermosas de jugar con el color. Así que, ¡venga, dale una oportunidad!



El *gouache* y la *témpera*

Gouache es una palabra que suena realmente extraña.

GONG LONG YU, ESTUDIANTE CHINA



El *gouache* y el temple (o *témpera*) son las auténticas abuelitas del mundo de las técnicas pictóricas. Fueron casi las únicas maneras de colorear una superficie existentes mucho antes de que apareciera el óleo o la acuarela (al menos en su forma portátil actual) y mucho antes del acrílico.

Para entender mejor de qué estoy hablando, vamos a repasar un poco de teoría sobre los materiales de pintura: ¿en qué se diferencian las distintas opciones?, ¿qué hace que el óleo sea óleo, el acrílico sea acrílico, y qué distingue un lápiz de colores de uno de cera? En realidad, la verdadera diferencia no reside en el color en sí, pues bastante a menudo el rojo de los lápices de colores, de unas acuarelas o de una tinta utiliza exactamente el mismo pigmento. La diferencia entre las diversas técnicas de pintura radica en el aglutinante, el material que mantiene unidos los pigmentos y asegura que no se desprendan de la imagen una vez secos. Las características de este aglutinante son las que definen las diferentes técnicas.

Vamos a analizar con más detenimiento el *gouache* y la *témpera* y sus aglutinantes. En origen, la pintura al temple utilizaba uno de los aglutinantes más básicos: el huevo. Desde la Antigüedad (e incluso en los retratos de las momias egipcias), todos los pintores utilizaban la *témpera*. Además del huevo, también se utilizaba la caseína, el almidón o alguna sustancia parecida, todo ello solubles en agua que, después de secarse y debido a las trazas de grasa que contienen, resultan relativamente resistentes al desgaste.



La témpora suele aplicarse en capas, y esto tiene la desventaja de que las transiciones suaves resultan muy difíciles de lograr. Por eso, su principal ventaja es su capacidad para realizar elegantes superficies monocromas, lo que explica que la témpora todavía se utilice muy a menudo, por ejemplo, en el ámbito escolar. Con todo, el problema de la témpora es que los colores cambian mucho al secarse, un rasgo negativo que comparte con el *gouache*.

Para empezar, en cuanto al efecto del color, el *gouache* no presenta grandes diferencias respecto a la témpora. De hecho, la pintura al *gouache* evolucionó de la témpora. También es soluble en agua, pero al volver a humedecerse se disuelve *un poco*. (Si hago hincapié en el “*un poco*” es porque realmente “*un poco*” es todo lo que lograremos disolverla.) Gracias a esta propiedad es posible trabajar con él de un modo más pictórico que con la témpora, que tiene un acabado más bien tosco. El aglutinante del *gouache* es el mismo que el de las acuarelas: la goma arábiga, la resina de la *Acacia seyal*, un árbol del norte de África. De hecho, podría decirse que el *gouache* no es más que acuarela con tiza.





La invención del *gouache* se remonta a la Edad Media y en sus orígenes se utilizaba para ilustrar libros.

La ventaja del *gouache* es que permite combinar dos maneras de pintar: el uso de veladuras y la aplicación del color mediante pinceladas espesas y pastosas.

Puede trabajarse como el óleo, como una técnica cubriendo, y también como la acuarela,

creando capas finas y transparentes. Después de secarse, el *gouache* ofrece una superficie de aspecto aterciopelado. Debido, entre otras cosas, a que al secarse se producen importantes alteraciones en el color y a que su preparación exige mucha prudencia y cuidado, tanto la témpora como el *gouache* han perdido gran parte de su atractivo ante los grandes avances de la pintura acrílica. Por otro lado, a la hora de conservarlas son mucho menos prácticas que esta última. De hecho, puedes mezclar las témporas y los *gouaches* como si fueran una ensalada.

GROSSMUTTER

All das
h

und ein kleiner Muchu

Sin embargo, muchos colegas valoran la témpera y, sobre todo, el *gouache*. Su aspereza, sus leves desconches, el componente azaroso y su evidente estilo retro han acabado convirtiéndose en puntos fuertes de estas técnicas. De hecho, especialmente si quieres lograr un efecto de "trazo a la antigua", prueba a trabajar con ellas. ¡Te sorprenderás!

Puede que el *gouache* y el temple sean técnicas viejas, pero siguen estando bien vivas.

Consejo

El *gouache* es un color natural y puede echarse a perder como la leche fresca. Por tanto, consérvalo en frascos herméticamente cerrados o utilízalo nada más abrirlo.



Pinturas al óleo

Las obras más caras son las mejores.

TOBIAS MEYER, DEPARTAMENTO DE ARTE CONTEMPORÁNEO DE SOTHEBY'S, PARA SPIEGEL

Durante mucho tiempo, la pintura al óleo ha sido considerada la pintura por antonomasia. Al oír la palabra óleo pensamos en nobleza, calidad y solidez; suena a valor y estabilidad. Si le hubiera preguntado a mi abuelita sobre el tema, me habría asegurado que una pintura al óleo *como Dios manda* es mucho más valiosa que, por ejemplo, un

dibujo a pluma, que la pintura al óleo es la mejor y la más difícil de todas las técnicas, la "disciplina reina"... Y es probable que mucha gente pensara lo mismo. Pero ¿es esto de verdad cierto?

Analicemos con detenimiento este medio milagroso: la pintura al óleo no es tan antigua como su reputación nos querría hacer creer. No apareció hasta finales de la Edad Media en el escenario pictórico que sus competidores —el *gouache*, la *témpera* y la *acuarela*— ya compartían desde la Antigüedad.

En el siglo XIV, fueron sobre todo los maestros holandeses (como Jan van Eyck) quienes sustituyeron la pintura al temple, la más común hasta la fecha, por esta nueva técnica que rápidamente pasó a ser la opción preferida de los artistas.

La pintura al óleo está compuesta de varios aceites, como el aceite de cáñamo o de linaza, la resina, la esencia de trementina



(o aguarrás vegetal) y, naturalmente, de pigmentos. Se vende en tubos (antiguamente el óleo se conservaba en pequeños globos hechos con vejigas de cerdo) y su consistencia recuerda un poco a la pasta de dientes. Puede utilizarse en capas opacas para cubrir la superficie del cuadro o en finas y translúcidas veladuras, y sus ventajas radican en sus estupendas propiedades pictóricas, su gran capacidad cubriente y sus colores intensos.

La desventaja de la pintura al óleo es que no es fácil de combinar con otros tipos de pintura.

En especial las pinturas a base de agua no encajan con esta técnica que repele el agua. Por tanto, casi siempre que se quiere combinar el óleo con alguna otra técnica, se lleva a cabo un proceso denominado "imprimación", que consiste en aplicar primero la técnica a base de agua (como por ejemplo, la pintura acrílica) y no pintar encima con óleo hasta que la capa inferior se haya secado.

Podemos pintar con óleo sobre casi cualquier superficie. Por supuesto, el soporte clásico, el lienzo, no suele ser lo más recomendable para las ilustraciones. Sin embargo, el óleo también se adhiere muy bien a las cartulinas de alto gramaje,



a la madera, al cartón compacto o a papeles gruesos y no demasiado absorbentes.

Por cierto, en la pintura clásica el lienzo no tenía que ser necesariamente blanco: la pintura al óleo permite una gran variedad de estilos debido a su gran poder cubriente. Es decir, que podemos imprimir toda la imagen con un color distinto del blanco (una idea altamente recomendable: ¡pruébalo! ;-)). Igualmente, también permite aplicar directamente la pintura sobre el lienzo, y al revés, las pinturas al óleo también se prestan a estilos de pintura planificados. Se puede trabajar a partir de un tono intermedio, empezar desde un tono oscuro e ir añadiendo tonos más claros, o bien construir nuestra imagen mediante la superposición de capas finas de pintura. En pocas palabras: las excelentes propiedades y el poder cubriente de la pintura al óleo justifican en buena medida su increíble reputación.



Sin embargo, no es oro todo lo que viene en tubos. La primera desventaja de la pintura al óleo se descubre nada más empezar a trabajar con ella: despidé un potente olor a esencia de trementina, un olor que no solo es preocupante: tanto la trementina como el disolvente nitrocelulósico con los que trabajamos y limpiamos los pinceles y demás materiales son tóxicos.

Además, la gran ventaja de la pintura al óleo es al mismo tiempo su gran defecto: se seca muy muy lentamente.

Para pintar cuadros —en especial la pintura más minuciosa y detallada—, esa lentitud es un claro punto positivo: permite al pintor trabajar muy despacio en su obra. Una pintura al óleo con capas gruesas de pintura tarda días en secarse por completo, a veces semanas o meses. Esos amplios plazos suponen una ventaja porque nos brindan mucho tiempo para desarrollar los detalles o hacer correcciones.

Por otro lado, el largo periodo de secado es una evidente desventaja cuando —como suele suceder con las ilustraciones— trabajamos por encargo con una inminente fecha de entrega.

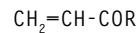
Es muy probable que los plazos de entrega y la pintura al óleo nunca lleguen a ser compatibles.

Por ello, para las ilustraciones que deben hacerse rápidamente (como cuando trabajamos para prensa, por ejemplo), la pintura al óleo resulta absolutamente inadecuada.

No obstante, cuando tenemos tiempo y trabajamos con un plazo amplio (por ejemplo, en general, en el ámbito editorial), la pintura al óleo es una técnica maravillosa que sigue contando con infinidad de incondicionales.

En conclusión: podríamos decir que, si disponemos de tiempo, mi abuela tenía más razón que una santa en su devoción por el óleo. Al menos por esta vez. :-)





Polímero estireno acrílico: así se denomina el secreto químico que revolucionó la pintura hace más de 60 años. En un principio, la pintura acrílica fue concebida para pintar paredes, y no llegó al mundo del arte hasta comienzos de la década de 1950. En comparación con la pintura al óleo, la nueva pintura, basada en la dispersión del material plástico, poseía la increíble ventaja de que podía utilizarse con agua; es decir, ya no apetaba a aguarrás.

Además, su tiempo de secado es mucho menor que el de la pintura al óleo. La pintura acrílica se endurece rápidamente y permite trabajar con agilidad. Por otro lado, se adhiere perfectamente a casi todas las superficies y puede aplicarse con un espesor de varios centímetros si es necesario. No es de extrañar que, con el tiempo, el nuevo material pictórico —pese a todas las reservas con las que los artistas recibieron inicialmente a la nueva “pintura plástica”— le haya robado el primer puesto a la pintura al óleo.







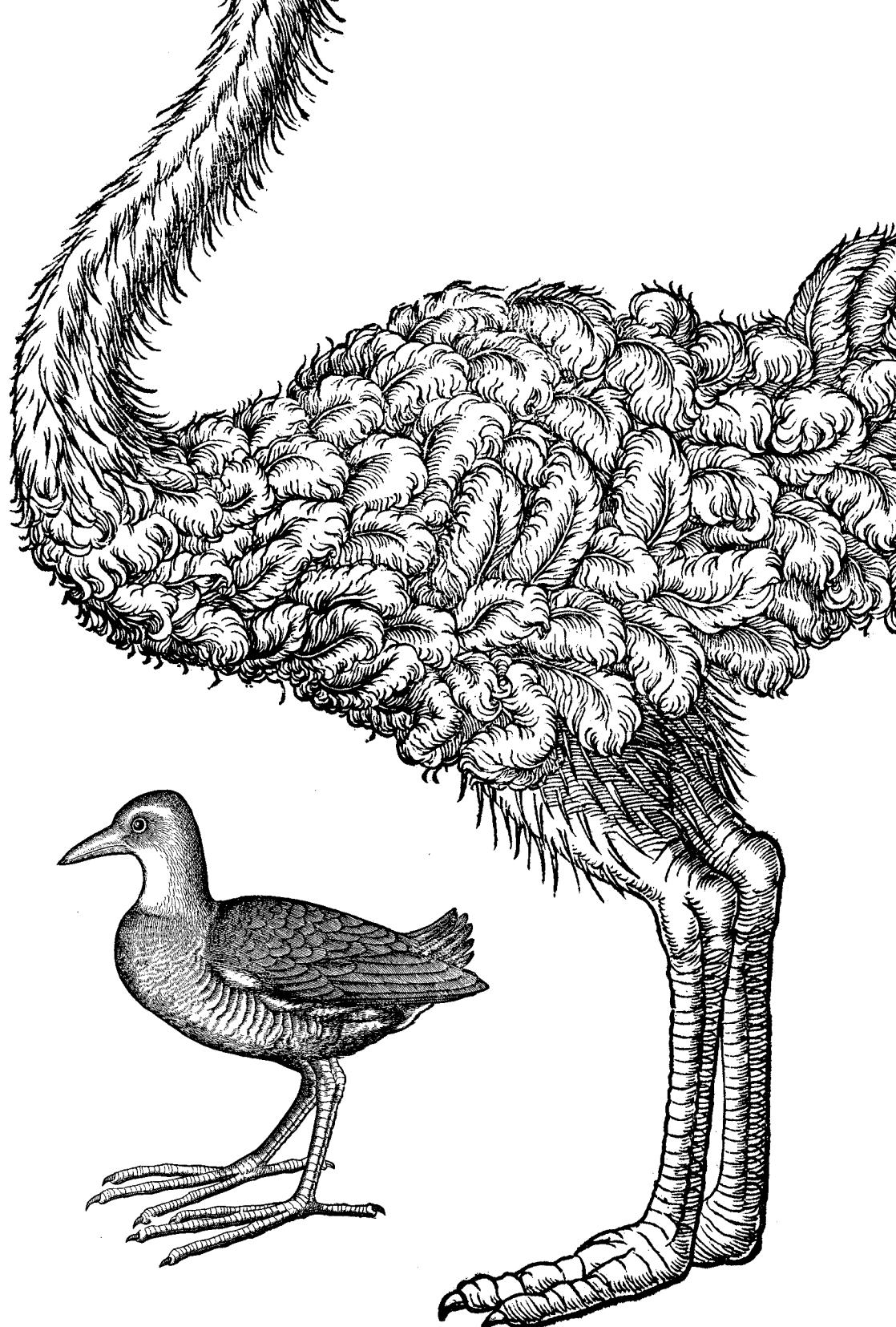
De hecho, a primera vista la pintura acrílica es muy similar al óleo. Tiene el mismo poder cubriente y la misma consistencia como de pasta de dientes que su pariente a base de aceite. La principal diferencia es su solubilidad en agua —el acrílico no se hace resistente al agua hasta que se seca— y su tiempo de secado, que es mucho más corto que el del óleo. La ventaja es que uno puede pintar varias capas unas encima de otras sin que se mezclen. La habitual imprimación de la técnica al óleo es innecesaria. Además, sus propiedades pictóricas son muy parecidas a las del óleo: es igualmente apropiada para aplicarla directamente con pinceladas, para trabajarla con técnicas de espátula y lija y para ir creando poco a poco la obra mediante la pintura de capas.

Al no oler y debido a su alta densidad de pigmento, la pintura acrílica es también excelente para los trabajos de veladuras y aguadas, en los que, al igual que con la acuarela, los colores se utilizan muy diluidos y se aplican húmedos sobre la capa anterior aún húmeda (no como la pintura al óleo, que si fuera utilizada de esta forma despediría un penetrante y molesto olor).

Su invención es un auténtico paso adelante para la pintura, comparable solo al descubrimiento de la pintura al óleo en el siglo xiv. Independientemente del tipo de ilustración, ya sea fotorrealismo, bocetos sueltos o un expresionismo luminoso de trazo grueso, la pintura acrílica puede utilizarse para casi cualquier cosa, y con una inversión de tiempo mucho menor que la pintura al óleo.

Es decir, que la pintura acrílica vale para todo. Versátil a la hora de combinarse con casi todas las técnicas de pintura y con una buena relación calidad-precio, la pintura acrílica es un todoterreno, de ahí su extraordinaria popularidad.





La xilografía

Realmente, el arte está en la naturaleza y quien pueda sacarlo de allí lo hará suyo.

ALBERTO DURERO



Tiene algún sentido practicar una técnica ancestral como el grabado en madera? ¿Acaso no podemos dedicarnos a la ilustración sin bajar a los sótanos de la artesanía medieval? Es cierto que pueden lograrse resultados muy similares con el esgrafiado y podemos imitar la estética de la xilográfía con el ordenador. Entonces, ¿tiene cabida una técnica tan antigua en un libro sobre ilustración? La respuesta es sí.

Me gustaría citar dos argumentos principales para apoyar mi elección. El primero:

Con una técnica que da lugar a una obra gráfica original, creamos valor.

Este es un tema importante para los creadores desde siempre, porque, al fin y al cabo, la pregunta sobre el valor de lo creado está en la base de nuestro arte. ¿Cuánto vale nuestra obra? ¿Está adecuadamente pagada y recibe el reconocimiento que merece?

Parte de la respuesta puede encontrarse en el original: una obra gráfica original tiene un valor de venta y, del mismo modo, un libro con ilustraciones originales tiene un valor de colecciónista. Y el segundo argumento, que me parece casi más importante:



Tiene algún sentido practicar una técnica

ancestral como el grabado en madera? ¿Acaso no podemos dedicarnos a la ilustración sin bajar a los sótanos de la artesanía medieval? Es cierto que pueden lograrse resultados muy similares con el esgrafiado

y podemos imitar la estética de la xilográfía con el ordenador. Entonces, ¿tiene cabida una técnica tan antigua en un libro sobre ilustración? La respuesta es sí.

Me gustaría citar dos argumentos principales para apoyar mi elección:

Los procesos inspiran nuestra imaginación.

Si siempre sabemos con antelación lo que va a salir de nuestro trabajo, entonces este tiene poco que ver con un proceso creativo. Gracias al azar y al descubrimiento, el proceso de creación amplía nuestros horizontes artísticos. Es decir, dominar viejas técnicas no es inútil y, además, ¡hacer grabados es divertido! Ahora, vamos a estudiar esta antigua —perdón, la xilográfía— con más detenimiento.

El grabado en madera o xilográfía es una de las técnicas gráficas más arcaicas que existen. Ya los antiguos pueblos de Oriente reproduían imágenes mediante esta técnica. La xilográfía, como la composición en plomo y el linograbado, es una de las llamadas "técnicas de impresión en relieve", que significa que lo que se imprime es la parte elevada. En realidad, podemos realizar este tipo de grabados en cualquier tipo de madera (menos el aglomerado y la madera de pino). Todo lo que necesitamos es una tabla de madera, unos cuantos formones o cuchillos bien afilados y un poco de tiza para el dibujo inicial.

Además —y esto es muy importante—, necesitamos algo para fijar la madera a la mesa, porque nunca debemos sostener la madera con una mano mientras con la otra manejamos el formón: este es el camino más rápido a las urgencias de un hospital. Las herramientas utilizadas para realizar xilogravías están terriblemente afiladas y se nos pueden resbalar de entre los dedos más deprisa de lo que uno piensa.



Consejo

Las herramientas utilizadas en la xilografía están extremadamente afiladas. Para evitar lesiones, debemos tallar siempre moviendo los formones hacia fuera y fijar nuestra plancha de madera con una mordaza o un tornillo de banco.

Por regla general, se elige una plancha con un espesor de 2-4 cm que pueda aplanarse o alisarse según nuestras preferencias. Y allá vamos: en primer lugar, trazamos nuestro dibujo preparatorio con tiza directamente sobre la madera. Quien lo deseé puede oscurecer previamente la tabla pintándola de negro, pues luego se ven mejor las partes que hay que tallar. La madera se talla hacia fuera, es decir, no en dirección a la madera, sino mediante dos cortes opuestos y en diagonal respecto a las líneas de impresión, con los que eliminaremos las zonas que no queremos que salgan impresas. Además de con formones, podemos trabajar con buriles o gubias con distintas puntas, como de cañón o pico de gorrión; es decir, herramientas cuya forma está diseñada para tallar viruta a viruta, tallar surcos, acanalar o hacer líneas en la madera.

Dependiendo de la madera, podremos realizar tallas más o menos detalladas.

El proceso empieza eligiendo el tipo de madera: las blandas se utilizan, por ejemplo, en las maravillosas filigranas de las xilográfías clásicas japonesas, mientras que los expresionistas preferían la dureza y la aspereza de la madera de conífera. La dirección del corte también desempeña un papel importante. Para trabajar con más detalle lo más apropiado es el corte "a testa"; es decir, en planchas cortadas transversalmente del tronco (de modo que se vean los anillos del tronco desde arriba). También conviene tener cuidado por si en la plancha aparecen, por ejemplo, nudos o las fibras del tronco. Al fin y al cabo, la madera es un material natural y tiene propiedades muy diferentes de, pongamos, el linóleo. Sin embargo, curiosamente, ahí reside precisamente su atractivo. Nuestro amigo el azar nos hace un guiño y deja que brote la creatividad. Y eso también sucede respecto al color, porque:

La xilografía no se limita en absoluto al blanco y negro.

Al contrario. Durante siglos se han creado grabados en madera coloreados, que pueden realizarse usando dos técnicas diferentes.

La primera técnica es la estampación con varias planchas de impresión que se obtienen mediante el procedimiento de transferencia: primero se crea una impresión de la primera plancha y se estampa la reproducción aún húmeda sobre una nueva plancha de madera del mismo tamaño que la primera, con la cara hacia abajo. De ese modo habremos transferido la impresión de la primera plancha (donde la imagen está invertida como en un espejo) a la segunda. A continuación, se puede utilizar la impresión como dibujo preparatorio a escala para tallar nuestra segunda plancha de color. Es decir, que cualquier otro color que deseemos añadir debe tallarse en una nueva plancha y el dibujo que deseamos estampar se va reproduciendo sucesivamente en la madera mediante el procedimiento de transferencia. La segunda técnica de impresión es todavía más fascinante y tan sencilla como ingeniosa: la "plancha perdida", una técnica que se puede llevar a cabo con una sola plancha. Para ello el proceso de estampación se realiza mediante la superposición continua de los distintos colores, yendo desde el color más claro al más oscuro.

Para empezar, es necesario entintar con el color más claro toda la superficie de la plancha de madera con la que queremos trabajar y hacer una primera copia. A continuación, con la gubia extraemos la madera de todas las superficies que deseamos que mantengan ese *primer tono*, creando la matriz. Cuando ahora pintemos la matriz con un *segundo color* más oscuro y sobreimpriamos la copia de la *primera plancha* con esta plancha de impresión, surgirá un segundo tono que encajará exactamente con el anterior, ya que las partes que hemos quitado con la gubia han dejado sin tocar el color que estampamos en primer lugar.





En resumen, que cada color se va tallando detrás del anterior en la misma plancha de madera. Con cada impresión adicional se superpone el color previo, y el tono original se conserva solo en los lugares desbastados antes de la siguiente ronda.

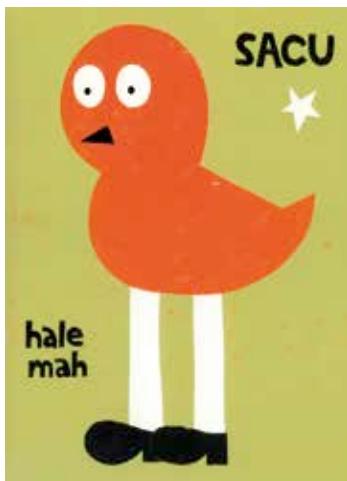
Este procedimiento puede repetirse tantas veces como se quiera, ya que, con cada nuevo tallado y sobreimpresión, se logran tonos cada vez más oscuros. Lo único que nunca se puede hacer con la técnica de la "plancha perdida" es volver a imprimir otra edición del mismo grabado con la matriz ya utilizada.

Por tanto, es necesario precisar por adelantado el número de copias que queremos, pues en el proceso de fabricación se

destruye la matriz. La impresión es muy sencilla: primero se entinta la matriz con un rodillo y luego simplemente se coloca una hoja fina de papel (por ejemplo, papel japonés o de seda) en la plancha. Ahora podemos transferir el color a la plancha presionando el papel contra ella. A veces es suficiente aplicar la palma de la mano, pero también es eficaz utilizar la parte trasera de un cucharón o un baren. Es posible imprimir más copias en las prensas de rodillos (como las de huecograbado) o en una prensa para libros.

Los medios de comunicación, tanto los antiguos como los nuevos, a menudo son catalizadores de los grandes cambios sociales. Por eso, si nos preguntamos sobre la importancia de esta técnica, lo natural es

mencionar que la xilográfia es una técnica que ha puesto en marcha y acompañado una revolución cultural en Europa. La historia de esta revolución comenzó hace unos 150 años, en el ambiente de los marchantes de arte y anticuarios que introdujeron los jarrones del lejano Oriente en las cortes y los salones europeos. La cerámica y la preciada porcelana son extremadamente frágiles, por lo que las piezas que venían de muy lejos y tenían que atravesar numerosas fronteras, desiertos, montañas y enlaces marítimos antes de aterrizar en los salones europeos tenían que embalarse con la máxima precaución. Los comerciantes japoneses y chinos decidieron utilizar antiguas xilograffías para proteger sus jarrones en los largos viajes.



Yasí, en forma de embalajes, llegaron a Europa multitud de coloridas estampas japonesas, vistas del monte Fuji, escenas de la vida cotidiana o incluso material pornográfico, como los grabados shunga. Aunque al principio no se les prestó atención y se tiraban, con el tiempo esas obras atrajeron el interés. De hecho, las xilogravías de lejano Oriente de artistas como Hokusai o Hiroshige, con sus inusuales composiciones y sus nuevas interpretaciones de la imagen, tuvieron un efecto casi magnético en la emergente modernidad europea. Inspirándose en las nuevas perspectivas y en el juego de colores, los artistas europeos empezaron a experimentar con grabados similares a aquellas xilogravías. La obra de pintores como Vincent van

Gogh, Paul Gauguin y Edvard Munch, y de muchos expresionistas alemanes, recibieron una poderosa influencia de los luminosos grabados de China y Japón. (En algunos de los cuadros de Van Gogh que representan interiores se ven incluso los grabados japoneses colgados en la pared.)

Realmente, la influencia artística de estas xilogravías es enorme, pues es muy probable que el trazo audaz y brillante de los clásicos modernos hubiera sido muy diferente sin el influjo de esas escenas de lejano Oriente.

Es decir, los grabados en madera japoneses —tras servir durante una época como insignificante material de embalaje— fueron el detonante que desencadenó la avalancha del arte moderno.

El collage

Creo más en las tijeras que en el lápiz.

TRUMAN CAPOTE



Consejo

Los collages no están necesariamente exentos de derechos de autor. Si vas a utilizar material ajeno, es necesario que pregunes antes. De manera general, el argumento legal es que un collage solo está exento de pedir autorización si las obras utilizadas para confeccionarlo carecen de la suficiente originalidad como para ser amparadas por la propiedad intelectual. Así que ¡cuidado!

Los collages nos ponen muy fácil tanto amarlos como hacerlos. Su primer atractivo reside en que es una técnica increíblemente fresca y moderna (aunque, como quien no quiere la cosa, fue creada hace más de un siglo).

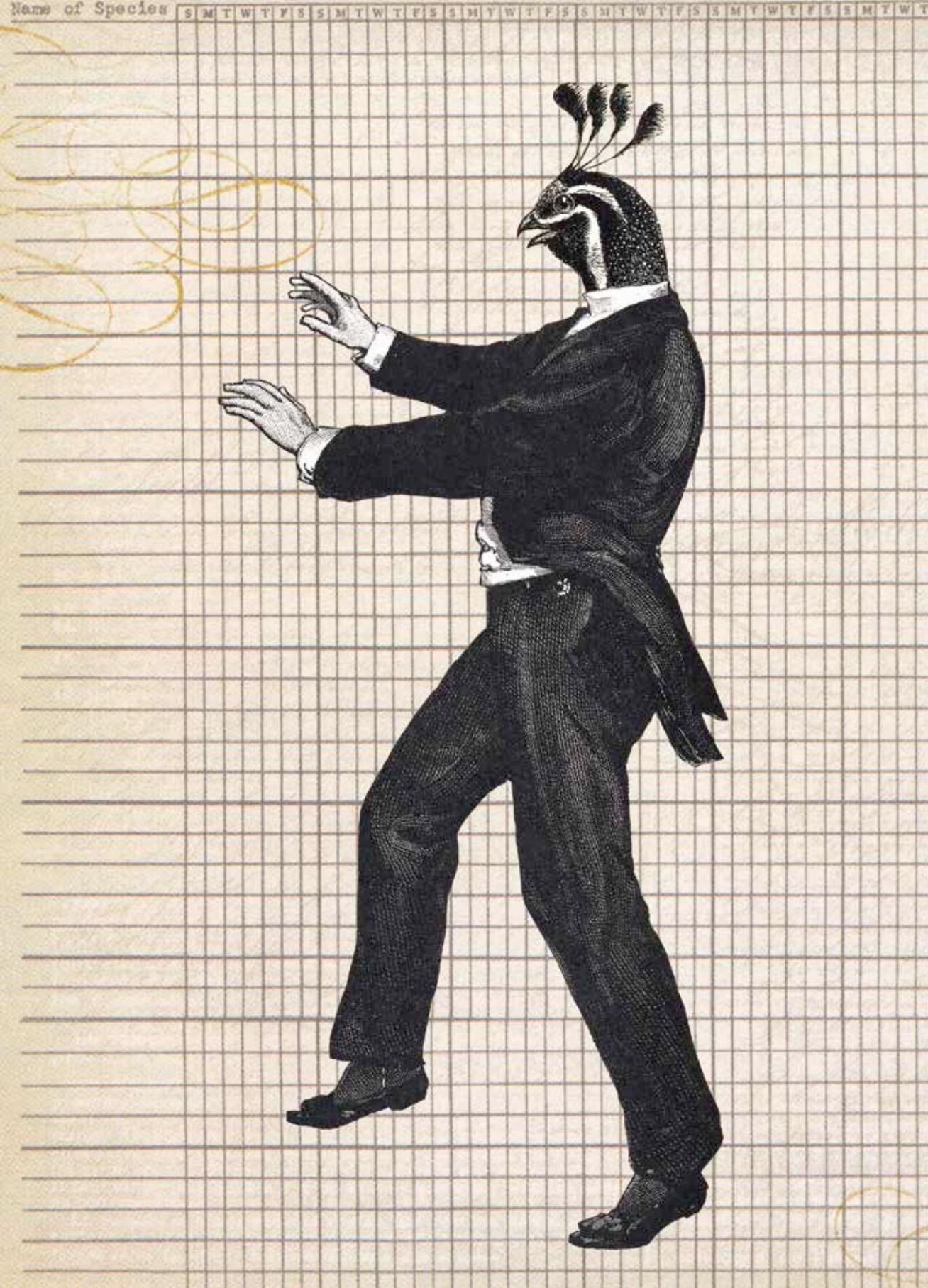
La palabra *collage* deriva del término francés *coller*, que significar 'pegar'. Cuando oímos la palabra *collage* nos viene a la mente una amalgama de los más diversos materiales: papel, telas, fotos, objetos encontrados y cosas de la vida cotidiana como entradas de cine, recortes de periódico, todo tipo de souvenires...

El *collage* es un medio muy entretenido que siempre tiene cierto carácter anárquico: en esencia, consiste en reunir fragmentos del mundo exterior con impresiones de nuestro mundo interior sin tener que generar la reproducción clásica de un motivo, lo que hace del *collage* una técnica fresca y contemporánea. No por nada nació en los albores de la modernidad. Los primeros collages aparecieron a principios del siglo xx de la mano de (¿a alguien le sorprende?) artistas modernos como Kurt Schwitters, Max Ernst, Pablo Picasso y John Heartfield, para quienes supuso una liberación de las limitaciones burguesas, una movilización de las fuerzas creativas del inconsciente.

Al mismo tiempo, con el *collage* se perseguía plasmar de una forma visual la sobrecarga sensorial de los nuevos tiempos. El *collage* era un nuevo concepto artístico con un fuerte componente lúdico que daba lugar a nuevos significados al situar las cosas en contextos totalmente diferentes. Además, el *collage* no busca crear una ilusión visual (es decir, una ilusión espacial o una perspectiva), sino que hace que el ojo se detenga en la propia imagen, lo que le confiere siempre una cierta cualidad abstracta.

En realidad, el *collage* encajaba perfectamente con la nueva modernidad, acelerada y rebosante de emoción. No es de extrañar que, desde sus inicios, el *collage* no haya dejado de ser actual y nunca haya pasado de moda.

Se podría incluso defender la tesis de que hoy en día vivimos en algo que podríamos llamar la "era del *collage*".



Gran cantidad de las imágenes con las que a diario nos bombardean los medios de comunicación poseen, al menos en parte, un carácter de *collage*. Nada nos parece más normal hoy que la fusión de los más dispares elementos, como por ejemplo la imagen y el texto, fusión que hace dos generaciones nos resultaba antinatural.

De hecho, los *collages* son omnipresentes: nos los encontramos en el arte de la cartelería, en la publicidad, en las campañas de todo tipo, en la prensa y en la ilustración de libros. Son una imagen familiar tanto en publicidad como en las bellas artes.

Además, la técnica del *collage* es un popular medio de expresión también en otras artes no visuales. Encontramos ejemplos de *collage* en la música, en el cine, en la literatura, el teatro, etc.

La fascinación del *collage* radica en su carácter lúdico y anárquico.

El *collage* deja traslucir todo el placer creativo que produce no solo en el espectador, sino también en el propio creador, un placer que comienza al recopilar

los materiales. La colección de fragmentos se nutre de las fuentes más diversas y remonta a los creadores a su ancestral labor de cazadores y recolectores: material de desecho, recortes de papel, restos de papel pintado, instrucciones de uso, fotos, fragmentos de imágenes, dibujos sin terminar, textos, bocetos, anuncios, papeles viejos y etiquetas nuevas y mil pequeñas cosas sirven como materia prima para nuestro *collage*. Puesto que los distintos elementos individuales proceden de fuentes diversas, es fácil juntarlos con otros elementos extraños para formar un nuevo conjunto. Así, por ejemplo, en el *collage* podemos combinar dibujos y pintura.



JIM COHEN

A eso se suma que las proporciones, los tamaños y los elementos visuales no tienen por qué ser colocados necesariamente en relaciones realistas. Precisamente ahí radica parte de su valor añadido como técnica ilustrativa. Además, el proceso de creación del *collage* es muy fluido, porque, a diferencia de lo que sucede con las técnicas puramente pictóricas o de dibujo, en un *collage* podemos jugar como deseemos con los elementos de la imagen. Esto hace del *collage* un estupendo (y sencillo) campo de experimentación para la creación de imágenes.

El método de ensayo y error es el punto de partida de todo *collage*.

Todo lo que necesitas es un cíter, unas tijeras y una barra de pegamento.

Quizás el *collage* nos llega tanto porque (por extraño que pueda parecer) se parece a nuestra forma de pensar; debe buena parte de su fuerza a su estructura asociativa y a cómo lo vemos surgir ante nuestros ojos mientras lo creamos. La imagen "clásica" describe el momento: un árbol, una casa, un paisaje, un protagonista, un escenario y un momento narrativo, lo que hace de las imágenes tradicionales una especie de instantáneas de la

realidad. Sin embargo, el *collage* carece de referencias definidas en cuanto al espacio y al tiempo. Describe menos nuestro modo de ver que nuestro modo de pensar. Entrelaza de manera intuitiva las distintas capas de la realidad, de una manera muy similar a como operan nuestros cerebros en el flujo de nuestros pensamientos (en este sentido, da lo mismo si hablamos de *collages* analógicos o digitales). Todos podríamos ser artífices de un paisaje, pero en un *collage* lo que tenemos en primer plano, por encima de todo, es la individualidad del propio artista. Cómo se describe lo individual y lo interiorizado en lugar de una "verdad objetiva" confiere al *collage* un carácter enormemente moderno. Así, en el *collage* la intuición y la individualidad se combinan con el instinto y la precisión creativa. No es de extrañar que esta técnica se haya mantenido vigente en el arte y la ilustración durante tanto tiempo.



Recorte de siluetas

Un precursor del *collage* es la técnica de recortar siluetas. Originaria de China, más tarde se utilizó en Alemania, sobre todo en los siglos xviii y xix. El papel se recorta para crear imágenes ornamentales o realistas y las siluetas resultantes suelen presentarse sobre un fondo que contrasta (por ejemplo, blanco sobre negro). Todavía hoy, esta técnica sigue empleándose de vez en cuando en el ámbito de la ilustración (especialmente como *collage* hecho a partir de papeles multicolores).

Ordenadores y diseño generativo

He visto cosas que vosotros, humanos, nunca creeríais.

RIDLEY SCOTT, *BLADE RUNNER*, 1982

Ceros y unos. ¿Cómo ha podido un proceso tan increíblemente simple revolucionar el mundo —y con él el visual— de un modo tan perdurable?

¿Y cómo funciona un ordenador en realidad? (Y con esto no me refiero a cómo se enciende :-).)

En un principio, la respuesta a esta pregunta parece sencillísima: un ordenador funciona de forma muy parecida a un interruptor. Pasa la corriente, no pasa la corriente, encendido, apagado, encendido, apagado, encendido, apagado.

Todo lo que aparece en la pantalla de tu ordenador no es más que un código de información sobre ese interruptor.

Sí, pero ¿cómo se convierte el “encendido y apagado” en una imagen, un texto, una peli porno o una ilustración?

Imagina una serie de interruptores, ocho, por ejemplo. Considerados como serie, cada uno de ellos podría estar en una de las dos posiciones distintas, encendido o apagado. Pues bien, a través de la combinación de los interruptores individuales se puede crear un código numérico cuyo significado varía dependiendo de la posición de cada interruptor. Dependiendo de en qué posición estén los ocho interruptores, estarás expresando una cosa u otra.



Según ese código, la letra A podría estar representada con la posición 00000001, la B con 00000010, la C con 00000011 y así sucesivamente. Es decir, que la información de nuestros ordenadores son símbolos codificados del estado de encendido/apagado. Hasta ahora, todo claro.

De hecho, los códigos numéricos no son un invento nuevo. Ya alrededor del año 1000 a. C. existían precursores basados en el mismo principio a partir del cual se creó el ordenador de hoy en día, como el ábaco, que fue inventado en India y China. No obstante, los fundamentos matemáticos en los que se basa la máquina que conocemos actualmente no fueron establecidos hasta el siglo XVIII, cuando Gottfried Leibniz descubrió el sistema de numeración binario, solo que la alternancia entre ceros y unos de nuestros ordenadores tiene lugar algo más deprisa que en esas primeras computadoras. Para ser exactos, tiene lugar muchísimo más rápido. Pensemos que en un MacBook actual esa alternancia puede darse hasta 2.300.000.000 veces por segundo.

La razón por la que los ordenadores necesitan ser tan rápidos tiene que ver en buena parte con las imágenes.

Las imágenes son precisamente las que mayor capacidad de procesamiento necesitan. Una calculadora no requiere casi nada de memoria, pero las imágenes se componen de decenas de miles de bits, pues la posición de cada píxel viene determinada igualmente mediante códigos binarios.

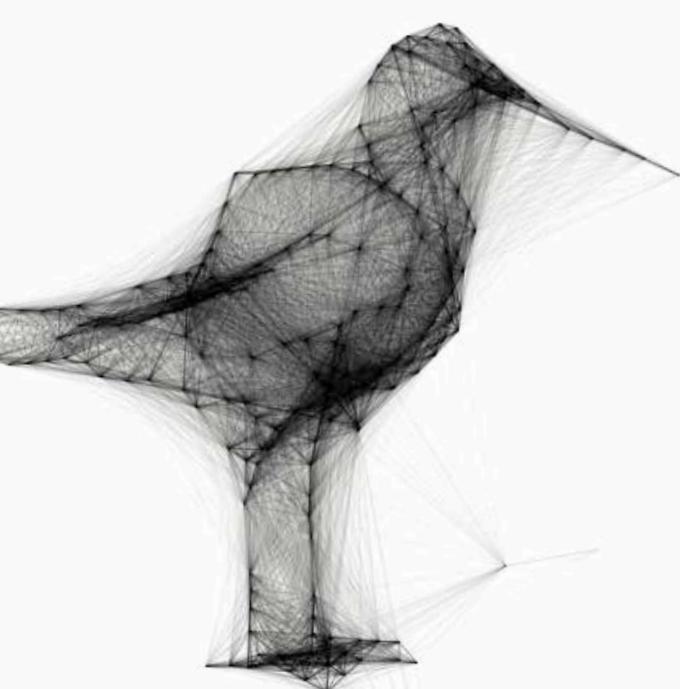
Para entender cómo aparecen las imágenes en los ordenadores, resulta útil fijarse en cómo funciona

una cámara digital. En principio, una cámara digital consta de una carcasa con una lente y un obturador, y en lugar de la tradicional película contiene una placa fotosensible (un chip de silicio). Este chip contiene millones de células fotosensibles que cambian su carga eléctrica cuando se exponen a la luz; es decir, cuando los fotones inciden en las fotocélulas se traducen a una carga eléctrica. Pues bien, cuando tomamos una fotografía, pedimos a cada fotocélula que nos diga su carga eléctrica, y la información se registra secuencialmente en una dirección especial. Como hemos visto, un ordenador solo puede memorizar valores eléctricos: ceros para apagado o unos para encendido.

En el caso de las imágenes, el proceso consiste en que una imagen se rasteriza y se divide en franjas, de modo que se reemplaza lo bidimensional por una información unidimensional vinculada a una dirección (el pixel n.º 7 tiene la información 0, el 8 un valor de 1...). A continuación, en el ordenador se vuelven a recomponer en formas bidimensionales.

De hecho, nuestro ojo funciona de forma semejante: para cada fotón hay una célula sensible a la luz (y al color) que la procesa de modo analógico; es decir, que de las retinas no parten nervios hacia el cerebro, sino que desde cada una de las células fotosensibles parte una conexión nerviosa hacia el cerebro.

Nuestro ojo ve los colores como una cámara digital: para el rojo, el verde y el azul hay una célula específicamente sensible (y otra para el blanco y el negro). Si solo estimulamos el rojo y el verde, se crea la impresión del color naranja, si se estimulan las tres células al mismo tiempo, se crea la impresión del color blanco, etc.



Si la información visual almacenada se muestra en un ordenador, este activará los píxeles correspondientes en nuestro monitor, encendiéndolos o apagándolos según la información, donde la luz se compone una vez más de tres puntos luminosos de color que, según la combinación, se mezclan dando lugar a distintos colores. Por tanto, tratamos con información lumínica que se traduce a un código numérico, y esto es aplicable a todas las imágenes, las películas y los juegos, y explica por qué como "creadores de imágenes" consumimos una cantidad inmensa de procesamiento y memoria. El número de códigos binarios necesario para armar el puzzle de una imagen o una película es astronómico.

Desde aquí hay solo un pequeño paso hasta la creación controlada por *software*, ya que, naturalmente, los códigos binarios, con su información sobre los píxeles, pueden reescribirse con gran facilidad.

Con el *software* controlamos directamente los píxeles y cambiamos sus parámetros, y con ellos, la imagen que componen, el texto o la información de color.

Estos cambios pueden realizarse de forma individual y personalizada, pero también se pueden elaborar pequeños programas informáticos específicos o utilizar códigos prefabricados que ponen en marcha estos cambios de los puntos de la imagen de forma automática e iterativa. Tales programas, como Processing o vvvv, generan imágenes según parámetros predefinidos. En estos casos se habla de "diseño generativo" (el ejemplo que aparece en esta página ha sido creado de este modo). En la actualidad, la mayoría de mis colegas trabajan con programas basados en píxeles o en vectores (de los principales exponentes, Photoshop e Illustrator, hablaremos en los siguientes capítulos), pero se está imponiendo cada vez más una combinación de diversos programas, porque todos tienen distintas ventajas que merece la pena aprovechar.

Así, por ejemplo, Painter es ideal para imitar el aspecto realista de las técnicas de pintura tradicional (óleo o acuarela), mientras que existen muchos programas 3D indicados para la construcción básica de las formas.

En el día a día, los ilustradores disponemos de interfaces "táctiles": prácticas herramientas digitales como tabletas gráficas, Wacom, Cintiqs, Inkling, iPads y compañía, que nos permiten pintar directamente sobre ellas con un lápiz o un pincel, o bien comunicarnos con programas informáticos de dibujo.

Computare proviene del latín y significa 'calcular'. Echando la vista atrás, resulta difícil hacerse a la idea de que en realidad la eclosión del ordenador se ha producido hace tan poco tiempo. Muchos colegas recuerdan todavía la aparición del primer ordenador a finales de la década de 1980 y con cuánta reverencia contemplaban aquellas nuevas máquinas que costaban como una casa.

No cabe duda de que el ordenador ha cambiado el mundo como ninguna tecnología lo había hecho desde hacía mucho tiempo, y, desde luego, en el mundo de las imágenes ha generado un cambio radical.

Photoshop

Yo soy uno de esos... que hacen soñar con cosas que usted nunca tendrá...
FRÉDÉRIC BEIGBEDER, 39,90



Todavía recuerdo la fascinación que sentía de pequeño cuando contemplaba las fotos, siempre en blanco y negro y borrosas, del monstruo del lago Ness. Me encerraba en mi habitación y me sentaba en la cama con un vaso de leche con cacao, papel y lápiz y me sumergía en mi fantasía favorita: convertirme en la primera persona en sacar a la luz pública a la misteriosa criatura. Construía trampas, diseñaba estaciones de observación para el monstruo y discutía acerca de la posibilidad de drenar toda el agua del lago con mi (muy paciente) padre.

Era el mayor fan del monstruo. Tenía una pequeña biblioteca sobre la mítica bestia escocesa compuesta por varios tochos pseudocientíficos (regalo de mi tía inglesa) llenos de teorías y fotos de gran valor. En la borrosa confusión del grano grueso de la imagen, ¿no era aquello una aleta? ¿no sobresalía claramente un cuello de entre el marasmo negro grisáceo de esa foto borrosa? Hace tiempo de todo aquello. Ya me he bebido la leche con cacao y ha resultado que (muy a mi pesar) no había ningún habitante en el lago.

Pero, sobre todo, las fotografías han perdido todo aquello que en su momento les confería fuerza probatoria, porque, por extraño que pueda sonar hoy en día, en el pasado las fotografías se consideraban evidencias, pruebas.

Y aunque entonces también había quien las manipulaba (cuando eran analógicas), no hace mucho las fotografías eran testigos de una verdad que en estos días ha pasado a ser tan dudosa como el propio monstruo escocés.

De hecho, hoy las fotos ya no demuestran nada, y esto se lo debemos a un programa que, a finales de la década de 1980, asomó su cabeza de los fondos de las aguas digitales.

Todo empezó en 1987, cuando el estadounidense Thomas Knoll, enfadado porque su nuevo Mac no reproducía la escala de grises, decidió diseñar un programa para resolver el problema junto con su hermano John, quien se dedicaba a la creación de efectos visuales para el cine. John utilizó ese programa en la película de ciencia ficción de James Cameron *Abyss* y Thomas continuó desarrollando el innovador programa Photoshop para Adobe.

Photoshop es hoy el programa informático de edición de imágenes más vendido del mundo (y el que más se piratea), y aproximadamente el 90 % de los

diseñadores profesionales lo utilizan. Podemos hacernos a la idea de la importancia del programa si consideramos que en la jerga del gremio se utiliza el palabro *photosopear* como sinónimo de "editar una imagen".

Aunque originalmente fue concebido solo como un programa para editar fotos, en pocos años alcanzó un desarrollo formidable:

Uno de los avances más revolucionarios de Photoshop fue el sistema de superposición de capas.

Esta herramienta nos permite superponer y editar independientemente diferentes imágenes como si fueran láminas transparentes de acetato. Desde entonces, es posible aplicar a nuestros trabajos digitales complejas técnicas basadas en el *collage*.



De hecho, con Photoshop podemos generar o simular casi todas las técnicas y efectos visuales que queramos, lo que lo convierte en una herramienta sumamente versátil para los creadores. Photoshop es uno de los programas de edición de imágenes más potentes del mundo: permite rotar las imágenes, distorsionarlas, cambiarlas de color, modificarlas de manera proporcional, insertar o eliminar elementos visuales (como, por ejemplo, monstruos marinos ;-), pintarlas, copiarlas, aislarlas, etc.

Photoshop nos ayuda a reinventar las imágenes; es una paleta de pintor y una barra de herramientas todo en uno, una especie de “navaja suiza” de la edición de imágenes.

El programa es increíblemente polifacético y una herramienta indispensable para manipular o crear imágenes. Su gran capacidad resulta todavía más sorprendente si tenemos en cuenta que las posibilidades del programa comenzaron siendo desarrolladas únicamente como herramientas adicionales. En la fase inicial, Photoshop se componía sobre todo de funciones adicionales para crear imágenes. Sin embargo, con el aumento de

las funciones se desarrollaron numerosas extensiones, que con el tiempo han adquirido un estatus independiente. En la actualidad, bastantes colegas usan las antiguas funciones adicionales para el procesamiento de imágenes, como, por ejemplo, el *pincel* (antes una herramienta de corrección) o el *lazo* (antes una mera herramienta para seleccionar) exclusivamente para crear imágenes.

Por su parte, las funciones de capas han pasado a utilizarse para insertar estructuras o para pintar directamente. De hecho, lo emocionante del programa es su complejidad. Nos permite resolver problemas visuales de mil maneras distintas y encontrar soluciones siempre nuevas mediante la combinación de varias herramientas de edición.

Además, un programa como Photoshop es esencial para la fase de preimpresión. Las impresoras requieren que los archivos estén definidos con la máxima exactitud para garantizar una reproducción de alta calidad, y también ahí Photoshop se ha vuelto indispensable, pues el tamaño de la imagen puede editarse en un abrir y cerrar de ojos. Los ajustes de tamaño, los valores de tono y la corrección cromática pueden modificarse con un par de clics. Y cuando algún aspecto del original no nos convence del todo, Photoshop también es la herramienta para corregirlo.

Probablemente otra de las claves de su éxito sea que resulta muy difícil o imposible corregir errores en las ilustraciones analógicas, mientras que Photoshop cuenta con una función de historial gracias a la cual podemos retroceder paso a paso en el proceso de diseño (o simplemente presionando cmd + Z).

Ahora bien: las ilustraciones generadas digitalmente tienen una pequeña desventaja: a pesar de lo mucho que las herramientas informáticas facilitan el proceso de trabajo, al utilizar este método el original (vendible) deja de existir.



De hecho, Photoshop ha revolucionado no solo la edición de fotos y la ilustración, sino que ha transformado por completo nuestra manera de mirar las imágenes. Las fotografías han perdido su fuerza probatoria, algo aplicable no solo al mencionado monstruo del lago Ness. No deberíamos pasar por alto la magnitud de este cambio y cómo afectará a nuestra forma de ver el mundo a largo plazo. En todo caso, para nuestro campo, la ilustración, el efecto de Photoshop es enorme, y es posible que parte del éxito y del reconoci-

miento que la ilustración ha experimentado en los últimos años se deba también a la versatilidad de este programa. En comparación con la fotografía, las ilustraciones tienen la ventaja de que la mano de su autor todavía es reconocible; por la subjetividad del artista, por tener una escritura distintiva, al menos se sabe que detrás de la ilustración hay un ser humano que puede dar fe de la autenticidad de la imagen. Así, al menos *en mi imaginación* existe un monstruo que yo he creado.

Si hoy en día el dibujo está experimentando un importante renacimiento, probablemente se deba en parte a un programa originalmente inventado para mejorar la reproducción de la escala de grises.





Illustrator

Un dibujo muy bonito, Dave...

EL ORDENADOR HAL 9000 EN 2001: UNA ODISEA DEL ESPACIO, DE STANLEY KUBRICK, 1968

Las virtudes de Photoshop se basan en las ilimitadas posibilidades de edición de las imágenes formadas por píxeles. Este proceso de edición se lleva a cabo a través de la manipulación del color, el brillo y las propiedades de transparencia de los píxeles. El inconveniente (además de las limitaciones relacionadas con la dependencia de la resolución de los archivos) es que Photoshop no reconoce ningún objeto, por lo que no es posible seleccionar un área de imagen —una silla, por ejemplo— y asignarle un color diferente. Para poder hacerlo, es necesario aislar esta área —para Photoshop una silla tan solo es un conjunto de píxeles— mediante herramientas de selección.

Solo entonces podremos editar esta superficie de píxeles para, por ejemplo, cambiarla de color. Si anulamos la selección, la superficie vuelve a fundirse con los píxeles circundantes, que tendrían que volver a ser seleccionados para su posterior procesamiento. Y si bien es cierto que, a lo largo de los años, Adobe ha ido desarrollando métodos y herramientas para neutralizar estas desventajas, esa sigue siendo la diferencia fundamental entre Photoshop y los programas orientados a objetos, como Illustrator.



Illustrator pertenece desde 1987 a Adobe y, desde 2003, forma parte de Adobe Creative Suite, donde se combinan y compatibilizan los más diversos programas gráficos. Así, por ejemplo, se facilita enormemente el uso combinado, a menudo necesario y utilísimo, de Photoshop e Illustrator. Illustrator está orientado a objetos y basado en vectores. La técnica de vectores se basa en un invento que procede originalmente del ámbito de la automoción.

En la década de 1960, dos ingenieros franceses, Pierre Bézier, de Renault, y Paul de Casteljau, de Citroën, descubrieron de forma simultánea un modelo matemático con el que poder representar curvas de una manera bastante sencilla (y visualmente muy atractiva). Dado que Citroën mantuvo en secreto la invención durante casi una década, la curva lleva el nombre del ingeniero de Renault: "curva de Bézier".



Simplificando, el proceso puede describirse así: para representar una línea con píxeles, debemos rellenarla toda de puntos de imagen independientes, y ya te puedes imaginar la gran cantidad de datos que hay en una imagen tal. Ahora bien, es posible describir la misma línea con solo dos puntos: el punto de inicio y el final, lo que significa que en Illustrator todos los contornos pueden representarse con relativamente poco esfuerzo. Se necesita menos memoria y menos capacidad de procesamiento, y los dibujos se siguen pudiendo ampliar o reducir como deseemos. Además, las líneas pueden seleccionarse como objetos y se les pueden asignar las distintas propiedades de forma independiente. Las propiedades que podemos asignar a las líneas son grosor de línea, color y estructura, unas propiedades dinámicas y fáciles de corregir, lo que simplifica enormemente el trabajo práctico.

Illustrator también permite trabajar por capas, como Photoshop, gracias a lo cual podemos estructurar mejor los trabajos gráficos complicados. Asimismo, en caso necesario, podemos fijar las capas (algo muy útil si no quieres estropear sin darte cuenta alguna parte de la ilustración especialmente lograda) y siempre puedes reorganizarlas una y otra vez.

Las capas son de gran ayuda a la hora de crear diversas variantes de un dibujo.

Illustrator es compatible tanto con el modo de color RGB como con el CMYK, por lo que es perfecto no solo para las presentaciones en internet, sino también para la impresión.

Los ilustradores podemos utilizar dos métodos de trabajo: el primero consiste en escanear un boceto o un dibujo terminado y retocarlo con Photoshop, vectorizarlo en Illustrator y seguir trabajando la imagen; el segundo método consiste en crear el dibujo directamente en Illustrator, para lo que existen ciertas herramientas especiales de dibujo y de construcción, que también pueden utilizarse con rapidez y eficacia con una tableta gráfica.

Por cierto, Illustrator permite deshacer tantos pasos del proceso de creación de la imagen como deseemos, por lo que los ilustradores audaces no deben tener ningún miedo de arruinar su trabajo. Y en Illustrator también se puede aplicar el atajo cmd +Z en caso de emergencia.

Sobrevivir como ilustrador



HOLLERBAUM & SCHMIDT BERLIN N 62
HERMAN & FROITZHE



NN
HEIM

KLINGER

Fetichismo por los materiales

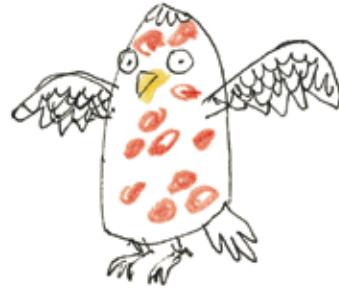
¿Lo mejor para tu arte?

Una cosa está clara: el quid de la cuestión es disponer de buen material, o al menos eso parece querer demostrar la oferta de una tienda media de materiales de artista. Ahora bien, como no pidas un préstamo, tu carrera de ilustrador no va a ir a ninguna parte. En dichos establecimientos encontramos pinceles de pelo de marta china que cuestan cientos de euros y papel de acuarela con un gramaje de 640 g (el papel hecho a mano de Boesner cuesta 12,80 € la hoja). Las tiendas de materiales de arte exhiben un fetichismo por los materiales que deja en ridículo los caprichos de un monarca inglés o un príncipe saudita. Por eso, la pregunta surge de forma natural: ¿de verdad necesitamos todo eso?, ¿no podemos hacer buenas imágenes sin ese costoso material por mucho que nos esforcemos?, ¿o hay esperanza en el dibujo más allá de las batallas de materiales? La respuesta, de hecho, es: menos es más.

Consejo

Por banal que pueda parecerle el consejo, invierte en una buena lámpara y en una buena silla que te proteja la espalda. A la larga, ese gasto se rentabiliza mucho más que comprarse un ordenador de última generación cada año y medio o hacer acopio de pinceles de pelo de marta natural.





Por paradójico que parezca:

Muchas veces, los materiales exquisitos pueden dificultar la ejecución de buenos cuadros.

De hecho, ese tipo de material tiene más probabilidades de desviarnos de nuestros objetivos creativos que de ayudarnos a alcanzarlos. Porque, ¿cómo va a ser útil, si ya desde el primer movimiento notas cómo te atormenta la idea de que tal vez no consigas que salga nada bueno? ¿Qué pasa si estropeas una hoja de papel que cuesta 12,80 €? Tampoco los cuadernos de dibujo hechos a mano, los blocs preencolados para acuarela y las cajas de colores de lujo te ayudan a dibujar con un trazo más suelto. Lo que sucederá, más bien, es que te asaltará la inquietud de si serás capaz de hacerle honor artísticamente al carísimo material.

Para que se relajen un poco, suelo aconsejar a los estudiantes de dibujo que empiecen comprando solo material barato. Un buen cuaderno de dibujo no debería costar más de 10 € y, al principio, no necesitas más que un lápiz, una pluma o un bolígrafo.

Por el contrario, el exceso de materiales no solo crea ciertas expectativas, sino que además te obliga a cargar con él, y al final puede suceder que sea el peso de tu maletín el que decida cuánto tiempo dedicas a buscar un buen motivo.

En resumen, hay buenas razones para hacer caso omiso de la superabundancia de productos de las tiendas especializadas, sobre todo en las etapas iniciales, y concentrarse en lo esencial.

Lo mismo sucede con el *software* y el *hardware*. En la era del “siempre nuevo y más grande”, mi recomendación puede sonar herética, pero los superordenadores y los programas de lujo todavía no son capaces de hacer buenas ilustraciones. El material caro no sustituye a las ideas, ni la potencia informática a la sensibilidad artística.

Por eso mi consejo es:

No te vuelvas loco. Menos es más.



El lugar de trabajo y el estudio

Hay dos cosas que no tolero durante las horas de trabajo.
Una es el alcohol y la otra son los hombres.

BILLY WILDER, *CON FALDAS Y A LO LOCO*, 1959

En la novela de Oscar Wilde *El retrato de Dorian Gray* aparece la descripción del estudio ideal: un espacio luminoso con unos enormes ventanales que dan a un amplio jardín, del que nos llega la fragancia a rosas del final del verano. Rayos de sol bailan por la estancia; algunas notas de piano, una taza de té y las inspiradoras musas complementan esa dulce atmósfera. Tal vez un sofá tapizado de terciopelo, un pintor en bata y el conjunto está completo.

Podría recomendarte sin más que, a la hora de elegir el lugar de trabajo, te guíes simple y llanamente por esto. Ahora bien, si por casualidad no encontraras un estudio de esas características, te aconsejo que te centres en los aspectos realmente importantes, porque, aunque posiblemente el olor a rosas no sea una mala influencia en nuestro flujo de trabajo, creo que la luz y el espacio son las cualidades más decisivas. De hecho, la elección de nuestro espacio de trabajo desempeña un papel fundamental, porque, después de todo, pasamos allí la mayor parte del día. Idealmente deberíamos evitar las mesas abarrotadas de cosas tanto como los patios traseros heladores, llenos de suciedad y poblados por vecinos ruidosos.

El lugar de trabajo debe ser
un lugar donde te sientas cómodo.

No tiene por qué ser un perfecto oasis de paz y felicidad, pero sí deberías asegurarte de que tiene un mínimo de buen ambiente. Desde luego, al principio de nuestra carrera hay que hacer algunas concesiones, pero que haya una cafetería agradable a la vuelta de la esquina o un bar para picar algo aceptable puede aumentar mucho la calidad del estudio. Por supuesto, muchas cosas dependen del gusto y de las circunstancias personales de cada uno. Sin embargo, quisiera dejar bien claro que, en mi opinión, no deberíamos considerar bajo ninguna circunstancia la opción de trabajar en la mesa de la cocina a largo plazo. En ocasiones, tener el estudio en casa puede parecer muy práctico, pero es necesaria una gran disciplina para trabajar allí realmente en serio.



En casa nos acechan múltiples distracciones, grandes y pequeñas. Corremos el riesgo de acabar haciendo mil tareas domésticas durante el tiempo que deberíamos estar trabajando. Una habitación convertida en estudio es lo mínimo; en un estudio externo nos será más fácil concentrarnos en lo que tenemos que hacer. La ventaja es evidente: la separación espacial facilita la separación entre trabajo y ocio, sin la que ninguno de los dos puede funcionar correctamente. A la pregunta “¿estudio compartido o sin estudio?” debería responderse, sobre todo cuando uno todavía es un principiante, “estudio compartido”. Lo cierto es que trabajar en casa para evitar pagar otro alquiler es ahorrar donde no deberías y, además, recuerda que tener unos colegas simpáticos, inspiración, desayunos en grupo y apoyo compensa con creces ese gasto.

Los estudios compartidos valen su peso en oro.

Allí nunca estás solo, tus colegas y tú os podéis ayudar y motivar unos a otros, y siempre tienes a alguien a quien pedirle opinión sobre tu trabajo. A muchos les resultará familiar este problema: cuando llevamos mucho tiempo trabajando en una ilustración, uno desarrolla “anteojas”, es decir, nos resulta cada vez más difícil juzgar nuestra creación y discernir por dónde deberíamos continuarla. También en este caso, un rápido vistazo de un colega o tomaros un café juntos ayuda a recuperar la distancia necesaria para volver al trabajo.

Además, de vez en cuando los estudios compartidos generan oportunidades laborales, porque es posible “venderse” de una forma totalmente diferente como grupo (por ejemplo, con una página web común, exposiciones colectivas, etc.), pero también porque podemos aceptar trabajos de colegas que tal vez necesiten ayuda o simplemente no son capaces de hacer frente al flujo de trabajo y deben pasárselo a otro algún encargo.



Por supuesto, tener un estudio compartido presupone que tenemos suficientes colegas con quienes compartirlo. En las grandes ciudades es relativamente fácil encontrar un espacio, ya que, por regla general, se trata de algo común y podremos encontrar ofertas echando un vistazo a los tablones de anuncios de las tiendas especializadas.

Sin embargo, en una zona rural la búsqueda será más difícil, aunque también allí existe la opción de compartir un lugar de trabajo con profesionales de campos afines, como diseñadores gráficos, arquitectos u otro tipo de diseñadores. De todos modos, lo más importante es que haya “química” con tus compañeros. Entre gente que no se lleva bien, tener la misma profesión no soluciona nada.

En general, se puede decir que conviene esforzarse en encontrar un lugar de trabajo con buen ambiente y, luego, tratar de sacarles el máximo provecho a sus posibilidades. Un buen ambiente repercute, por ejemplo, en la eficiencia del trabajo. Al mejorar las condiciones de trabajo, trabajamos más concentrados y generamos más dinero, de modo que la inversión en el alquiler del estudio se amortiza rápidamente. Te tiene que gustar tu lugar de trabajo. Si estás a disgusto en él, eso se reflejará en tus creaciones.

Por último, me gustaría acabar con el persistente rumor del "caos creativo" del artista. Me temo que, básicamente, se trata de una pura majadería. Por supuesto que hay artistas que trabajan en estudios indescriptibles (busca en Google fotos del estudio del pintor inglés Francis Bacon), pero lo que cabe sospechar es que esos creadores logran hacer su obra a pesar del caos y no gracias a él. Para decirlo claro, se trabaja mejor en lugares de trabajo ordenados y bonitos. Uno se pasa menos tiempo buscando algún material que necesita, por ejemplo, y, simplemente, se trabaja mejor si limpiamos de vez en cuando la mesa y la pantalla. Las pilas de cosas pendientes son una carga sobre nuestros hombros.

Ordena tu lugar de trabajo al terminar; verás cómo eso mejora tus capacidades.





El momento de presentar tu trabajo

Mi nombre es Bond, James Bond.

SEAN CONNERY, 1962



magínate que un día estás en un restaurante: luz de velas, música agradable y buena compañía. Ahora, imagina que viene el camarero, os trae los spaghetti ai frutti di mare que habéis pedido y al colocarlos en la mesa pone una cara de terrible congoja. Se queda ahí de pie con aspecto indeciso y anuncia tímidamente: "Bueno, esto no es más que una prueba, no la versión definitiva... Ya saben, los mejillones son difíciles de cocinar... Si quieren que cambie algo, solo tienen que decirlo... y, en fin, espero que les gusten de todos modos".

Intuyo que te llevarías el tenedor a la boca con menos ánimo que si el camarero solo te hubiera deseado buen apetito.

Lo que quiero decir con este ejemplo es que, como es natural, cómo se vende uno a sí mismo y su trabajo influye en el éxito profesional. Eso empieza por el hecho, que debería darse por supuesto, de que es imprescindible llegar puntual a las citas, independientemente de si es una presentación, una reunión informativa o una entrevista de trabajo. Añade algo más de tiempo a lo que hayas calculado que se tarda en llegar al lugar de la cita, porque siempre puede surgir un imprevisto, como perder el metro, por ejemplo. Pero lo más importante es cómo te comportas.

Seguro que puedes entender que alguien prefiera trabajar con gente simpática. Un poco de cortesía todavía no ha arruinado ninguna entrevista de trabajo. Desde luego, en estos temas lo principal son nuestras imágenes, pero la cordialidad construye puentes. Enseña siempre tu mejor cara, en especial si en algún momento las cosas no marchan del todo bien: acepta las críticas de manera constructiva y no te muestres demasiado complaciente si te elogian. Pero, sobre todo, es útil hacer un repaso a la actitud con la que vas a la entrevista.



¿Confías en que la entrevista irá bien o vas con el ánimo alicaído anticipando las críticas? En general, los ilustradores tendemos a quitarnos importancia y a ser modestos respecto a nuestra valía, y el momento de la presentación de nuestros trabajos es un momento delicado.

Todo el mundo ha vivido esta situación, ya sea en una conversación profesional en una feria, al pedir un trabajo, en una entrevista o en la presentación de un encargo: hasta que no nos dan el visto bueno, nos sentimos inseguros. ¿Cómo reaccionarán los interlocutores? En nuestra mente, el cliente estalla en lágrimas de alegría o le da un ataque de ira... Ya solo la variedad de posibles reacciones que nos imaginamos demuestra el alcance de nuestra inseguridad.

Y mi consejo, evidentemente, no puede ser otro que:

Mantén la calma.

En realidad, muchas veces esa misma crítica que tanto temes procede en parte de la inseguridad con la que presentas tu trabajo. La inseguridad hace que a menudo tendamos a mostrarnos como menos de lo que somos y caemos en la trampa —en una especie de reflejo inconsciente— de unirnos por adelantado al bando de los potenciales críticos. Es decir, que nos criticamos a nosotros mismos porque tememos las críticas.

Ese comportamiento es inútil y debemos aprender a controlarlo para no ser víctimas de él en el momento menos oportuno. No te beneficia nada tartamudear en una presentación, decir que "en realidad había intentado hacer otra cosa" o poner la excusa de que el dolor de muelas y la falta de tiempo te han impedido hacer el trabajo como habrías deseado.



Para decirlo en una sola frase: ese no es tu trabajo.

La crítica es trabajo del otro.

Por otro lado, eso no significa que debas mostrarte arrogante o perdonarle la vida a cada mínima corrección que te haga.





Es mejor asumir la incertidumbre del momento de la entrega como algo normal que forma parte del trabajo. Intenta adoptar una actitud sana, y con eso quiero decir simple y llanamente que seas amable, breve y objetivo.

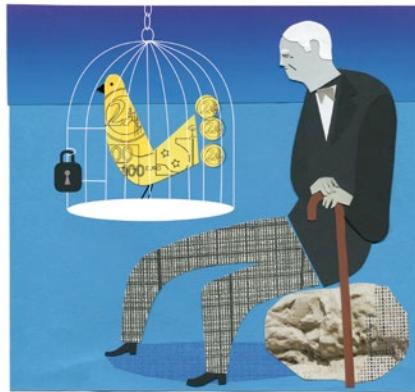
Al fin y al cabo, las presentaciones son solo una de las fases de la relación con el cliente. Son importantes para la venta y por ello debemos tomarlas en serio, pero tampoco debemos sobrevalorarlas, ni temerlas tanto que acabemos minusvalorándonos, ni tampoco llegar a creer que las cosas se consiguen con faroles.

Aprende a presentar tu trabajo con profesionalidad. Tus ilustraciones terminadas deberían funcionar incluso sin explicación. Después de todo, cuando las imágenes ya estén impresas no puedes ir detrás de todo libro o revista en los que aparezcan y explicar cómo debe entenderse la imagen en realidad.

Así que ¡valor!
(Y sí, ponte una blusa o una camisa y sécate las manos de los bolsillos.)

Visión para los negocios

¡Si supieras el poder que da el lado oscuro de la fuerza!
DARTH VADER EN *EL IMPERIO CONTRAATACA*, DE GEORGE LUCAS, 1980



Sé que puede parecer obvio, pero para poder sobrevivir como diseñadores debemos tener unos conocimientos básicos sobre cómo funciona el negocio. Y eso se debe, *precisamente* —nunca se puede repetir lo bastante—, a que es algo que no nos resulta fácil. La cosa funciona de esta manera. Los ilustradores nos dedicamos a hacer cosas hermosas. Pasamos mucho tiempo compartiendo nuestra creatividad e imaginación con el mundo y entretanto a menudo descuidamos cosas tan insignificantes como ganarnos la vida o pensar en los planes de pensiones. No se nos dan bien los negocios. La idea de que en realidad uno se hace artista porque “no se le dan bien los números” está mucho más extendida de lo que uno podría suponer. A veces casi parece que

esa actitud fuera una parte fundamental de nuestra idiosincrasia. El problema es que, naturalmente, a uno no se le suelen dar tan bien las cosas que evita como las que le gustan y a las que, por ese mismo motivo, se dedica con rigor y empeño. Eso no sería tan malo si el mundo de los negocios estuviera poblado por empresas honestas, generosas y desinteresadas. Sin embargo, basta echarle un vistazo a los temas principales de casi todos los foros sobre el tema de la ilustración para darnos cuenta de que la realidad es otra. Como decía Bertolt Brecht en *La ópera de los tres centavos*: “Desgraciadamente, en esta estrella, los medios son precarios y los hombres, brutales...”. Por eso mi consejo es dedicarle de vez en cuando tiempo a este tema y practicar.

Puesto que, por naturaleza, descuidamos nuestra visión para los negocios, deberíamos entrenarla de manera deliberada.

Puedes hacer de este tema un pequeño ejercicio: intenta regatear tan a menudo como sea posible. Vete a comprar a mercadillos o regatea en las tiendas. Aprende cálculo mental y todas las operaciones aritméticas básicas. Un buen ejercicio para practicar regularmente en el supermercado es sumar el precio de todos los productos según vamos poniéndolos en la caja o calcular de vez en cuando el porcentaje de una cantidad.

El olfato para los negocios no es un talento con el que se nazca, pero funciona un poco como un músculo: si lo ejercitas regularmente, aumenta.

Eso no significa que te tengas que pasar al "lado oscuro de la fuerza". No se trata de construir un imperio inmobiliario ni de convertirse en un sicario despiadado. Lo primero y principal que queremos y deberíamos lograr es hacer el mundo más bello con nuestro trabajo. Ahora bien, nuestras condiciones laborales deben ser las adecuadas, pues en un mundo más hermoso sigue siendo necesario comer. No descuides demasiado estas cosas. La visión para los negocios nos permite hacer mejor nuestro trabajo como artistas.



Letreros esmaltados,
hacia 1920

Concursos, proyectos propios y pruebas

Después del partido es antes del partido.

SEPP HERBERGER

Para evaluar si merece la pena participar en un concurso para ilustrar los productos o páginas web de una empresa, lo mejor es recurrir a un vidente. Un rápido vistazo a la bola de cristal y sabrás si los concursos y las pruebas merecen la pena o no. Pero si por casualidad no tienes a mano una bola de cristal, te puedo ofrecer mi opinión sobre el tema.

Yo intentaría, en primer lugar, poner el carro delante del caballo: ¿por qué, podrías preguntarte, organizan los clientes potenciales un concurso en lugar de simplemente coger el teléfono y llamarte? Si la respuesta es "porque todavía no me conocen", creo que tienes buenas razones para participar en el concurso. Si la respuesta es otra, creo que, si estuviera en tu lugar, me mostraría escéptico respecto a su utilidad.

Los concursos de ilustración suelen estar bastante mal pagados. Si se tratara de concursos de arquitectura o de los presupuestos de publicidad, en los que se barajan cifras millonarias, la situación sería muy distinta, pero cuando hablamos de los premios en metálico que suelen ofrecerse en nuestro ramo, hay que constatar que en ocasiones la participación en concursos parece más bien un acto desesperado que una estrategia comercial. Por lo general, el coste de participar en un concurso lo asumes tú y los gastos empiezan muy a menudo antes de recibir el encargo: por un lado, se te pide que inviertas tiempo y energía en algo que probablemente no te habría interesado de otra forma. Por otro, solo la bola de cristal sabe si obtendrás el beneficio que compensaría dichos desvelos.

Por el contrario, para el cliente un concurso es un asunto bastante seguro: solo paga a quien gana; el resto se va con las manos vacías a pesar de haberle brindado a la audiencia una actuación espectacular. En resumen, los concursos son útiles sobre todo para los scouts, y su público objetivo son los estudiantes y los principiantes.

Puesto que te corresponde a ti hacer un esfuerzo por adelantado, deberías considerarlo en relación con el éxito esperado. Si no te gusta el tema ni tienes diseños acabados en el cajón que puedas utilizar, mejor piénsate dos veces si realmente quieres presentarte.

A veces es mejor invertir nuestro tiempo y energía en nuestros propios proyectos e ideas.

Merece la pena promover tus propios proyectos sobre todo en el mundo editorial y de la prensa. Los clientes suelen mostrarse interesados y abiertos cuando, por ejemplo, les presentas ideas en una feria. Economiza tu energía y concéntrala en lo que realmente te interesa.

En el caso de las pruebas de ilustración, la cosa no está tan clara. Las editoriales o las agencias piden de vez en cuando que hagamos una prueba si el cliente no está seguro de si tú o tu estilo sois los más apropiado para el trabajo. El cliente te pedirá, por ejemplo, que ilustres una página o un capítulo para un proyecto específico.



En cierto modo, podríamos describir las pruebas como unos pequeños concursos, pero con la diferencia de que tu nombre ya se encuentra entre los finalistas. En este caso te recomendaría —en especial en trabajos que puedan reportar mucho dinero o fama— que aceptes la propuesta, pues muchas veces merece la pena. Es comprensible que el cliente no quiera comprar a ciegas en el caso de personas que acaban de iniciarse en la profesión, por ejemplo.

Con todo, con las pruebas se corre enseguida el riesgo de trabajar gratis, sobre todo cuando el cliente solicita a varios ilustradores que hagan simultáneamente la misma prueba. En mi opinión lo justo sería asegurarse de que los trabajos que presentes son remunerados, aunque solo sea simbólicamente, por tres razones muy prácticas.

En primer lugar, la probabilidad de conseguir el trabajo *aumenta* si insistes en recibir una remuneración por los dibujos que entregas para la prueba: trabajar gratis no es profesional. Es decir, que si no pides un pago simbólico, estarás cantando a los cuatro vientos que eres un principiante.

En segundo lugar, si en caso de ser rechazado no exigies “gastos de cancelación” porque, por ejemplo, piensas que así estarás haciendo lo que esperan tus potenciales clientes, por regla general, conseguirás justo lo contrario, pues sin esos gastos eres esa persona que el cliente puede rechazar de forma gratuita. Eso es importante cuando tus competidores piden una cantidad si son rechazados. En ese caso, es fácil adivinar a quién rechazará el potencial cliente en caso de que todos los candidatos estén igualmente cualificados, aunque solo sea por ahorrar dinero.

Y en tercer lugar, lo natural es que, en el caso de ser rechazado a pesar de todo tu esfuerzo, al menos recibas un premio de consolación en dinero. Así que, ¡ánimo, que eso es mejor que nada!

La competencia

Todavía solo en el infierno, veo la mortífera sombra crecer.

GENESIS, AISLE OF PLENTY, 1973

Recuerdo muy bien que durante la carrera a menudo me consumían las dudas cuando observaba a mis compañeros: todo el mundo me parecía mejor, más espabilado y con más talento que yo. Ni haciendo un gran esfuerzo de imaginación podía pensar que, ante una competencia tan grandiosa, yo pudiera tener la más mínima oportunidad de hacer carrera como ilustrador. Curiosamente, todos mis potenciales competidores de entonces han admitido años más tarde haber visto la cosa exactamente igual, solo que *al revés*.

Para explicar este fenómeno, me gustaría llevarte a hacer una breve visita al mundo de la percepción. Por ejemplo, un sábado por la tarde el supermercado está a rebosar y, como siempre, hay muy pocas cajas abiertas. Te colocas con tu carrito en una de las colas y apenas te has puesto en la fila, esta se ralentiza y, como por arte de magia,

empieza a ir más despacio hasta detenerse por completo. Al instante, mientras esperas, ves como de pronto otras dos colas empiezan a avanzar a toda velocidad. ¿Deberías cambiarte de cola? ¡A cambiarse! Pero una vez más, tu nueva cola se estanca. Es como una maldición. ¿Una maldición? No, es estadística.

En realidad, las colas avanzan a la misma velocidad media. Sin embargo, en los promedios, siempre existen valores atípicos, y puesto que puedes ver cinco o seis colas al mismo tiempo, es más que probable que alguna de ellas se mueva más rápido. Curiosamente, por lo general prestamos una especial atención a estas colas. Las colas que son igual de rápidas o más lentas que la nuestras, son convenientemente ignoradas. El efecto es que siempre nos parecerá que en el grupo de competidores hay alguien que avanza más deprisa o con más éxito hacia la meta.





La competencia es un fenómeno extraño y la razón por la cual los demás a veces nos dan miedo es tan compleja como el miedo en sí. Una de las explicaciones es que solemos percibir a los otros y sus logros de forma distinta a como percibimos los nuestros. Eso se debe a que, por mucho que nos interese, nuestra relación con las obras ajenas no es la misma que tenemos con las nuestras. Cuando se trata del esfuerzo ajeno, podemos equivocarnos al juzgar lo fácil o lo difícil que le resultó a esa persona en concreto alcanzar ese resultado. Falta la información que da el proceso de creación, y por eso la primera impresión (y en el primer encuentro) nos resulta más potente. Todo cocinero sabe esto: si uno cocina un plato para sí mismo, resulta mucho menos sabroso que cuando nos lo han hecho otros. A eso se añade que todo el mundo se esfuerza por presentar su mejor cara ante los demás. Uno no publica sus fracasos en Facebook. En consecuencia, aunque en lo que respecta a nosotros tenemos muy en cuenta nuestros fallos, en el caso de los demás no los notamos tanto.

Visto desde la distancia, todo parece más atractivo. Además, nuestros propios éxitos nos afectan menos que nuestras debilidades; casi siempre los fallos nos preocupan más de lo que nos motivan los aciertos. Una cuenta bancaria al descubierto nos causa más inseguridad que la tranquilidad que nos produce una en positivo. Nos damos prisa en anotar los logros de los demás, pero si fueran nuestros posiblemente los registraríamos con muchas reticencias. En el caso de los demás solo vemos que han conseguido una publicación, mientras que cuando se trata de nosotros nos fijamos sobre todo en lo que no nos ha salido bien.

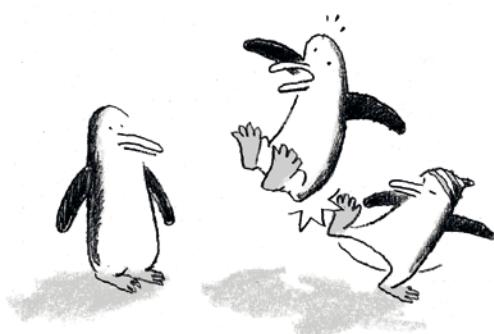
Es decir, que la competencia nos asusta, aunque las razones de este miedo quizás tengan menos que ver con la realidad que con lo que nos imaginamos.

“El césped siempre es más verde al otro lado de la valla”, dice un proverbio inglés.

Pero ¿es cierto esto?

No en vano un antiguo principio económico reza: “La competencia estimula los negocios”. Todos codiciamos lo que vemos, y solo si la ilustración es un tema presente en la mente de los demás, habrá un mercado para la ilustración. Es necesario crear mercados, así que no hay razón para temer a la competencia. Al contrario, que haya otros ilustradores tiene muchas ventajas: difícilmente podrías tener si no un estudio compartido, y con los otros ilustradores puedes intercambiar experiencias, aprender trucos y estrategias y formar asociaciones y gremios que nos hagan fuertes, mientras que solos seríamos débiles. En realidad, los pros y los contras como mínimo están a la par, y el mercado de todos modos suele ser mucho más grande de lo que suponemos. Si consideras la situación desde una perspectiva un poco menos beligerante, no solo te harás un favor a ti mismo, también conseguirás apoyo y buenos colegas donde habías imaginado encontrar solo competidores.

Por cierto, a pesar de todos mis miedos, he conseguido abrirme camino como ilustrador.





El trabajo en equipo

Queremos ser un pueblo único de hermanos.

JURAMENTO DE GUILLERMO TELL, DE FRIEDRICH SCHILLER

Hay trabajos que no te apetece nada hacerlos, al menos solo. Lo creas o no, no tienes por qué hacerlos. De hecho, lo más inteligente puede ser compartir los encargos. Solo tienes que saber cómo.

Los encargos siempre llegan de forma inesperada: ring, ring, “¿Tienes tiempo?”. Si tu respuesta es “no”, corremos el riesgo de que el cliente se disguste y después desaparezca definitivamente.

Compartir puede ser una manera de evitar tener que rechazar encargos, porque al repartir el trabajo ahorramos tiempo. También puede suceder que el trabajo solicitado supere tus capacidades técnicas o creativas, que la ilustración deba estar animada o ejecutada con una técnica de impresión exótica. Quizás nos pidan un volumen de trabajo que no podamos asumir o simplemente el encargo te resulte demasiado aburrido. Las posibilidades son infinitas, así que ¡a compartir! Verás que a menudo es una buena solución.

Entre los scouts, se dice: “Quien comparte no elige”. De hecho, lo primero que tienes que decidir es si quieres compartir de una manera justa o injusta. Por supuesto, puedes dividir el encargo a medias con tu colega o subcontratar a uno o varios ilustradores a quienes no les pagarás tan bien. Ambas opciones tienen ventajas e inconvenientes: si decides no compartir el trabajo a pachas, sino asumir más riesgo empresarial, es justo y conveniente recibir algo más de beneficio.

Es evidente que no hay nada malo en asignarse un margen como pago por la comunicación, la adquisición y la negociación con el cliente, pues en caso de que el trabajo salga mal, los plazos no se cumplan o se retrasen los pagos, eres tú el responsable frente a tus colaboradores, por lo que tiene mucho sentido calcular un pequeño plus de honorarios para eventualidades. Sin embargo, hay una cosa que debes tener en mente: si abusas con los beneficios al repartir, tienes que contar con que la relación con tus colegas se vea perjudicada.

A los colegas no se les estafa,
no hay discusión en este punto.





Cuando tus "compañeros de batalla" comparten estudio contigo, es de cajón que las ganancias se repartan entre los participantes, siempre y cuando se presuponga que todos los implicados generarán un rendimiento comparable. Además, sería deseable que no fueras solo tú quien consigue encargos para el resto cada cierto tiempo, sino que también ellos los consigan de vez en cuando. La justicia no es una calle de sentido único.

Yo aconsejaría no dar demasiados detalles a tus clientes sobre si compartes el encargo o cómo lo haces. Al fin y al cabo, te han contratado a ti y solo les generaría confusión tener que enfrentarse de repente a múltiples interlocutores. (Los trabajos muy amplios y complicados, como producciones de películas de animación, animaciones, juegos y similares son una excepción. En estos casos puede ser conveniente presentarse directamente al cliente como grupo para dejar claro que eres capaz de afrontar un encargo de esa magnitud solo gracias al trabajo en equipo.)

Al trabajar en equipo es primordial asegurarse de que repartir el encargo no vaya en detrimento de la calidad.

Ni que decir tiene que el que haya varias manos trabajando en algo no debe reflejarse en diferencias de estilo o calidad.

También aquí es decisivo cómo lo hacemos: los encargos no pueden dividirse como una barra de pan. Si en una misma imagen pintarais una figura tú y otra tu colega, la imagen resultante sería desigual. El trabajo en equipo será mucho más discreto si divides el trabajo en fases. Así, por ejemplo, uno puede ocuparse de los dibujos preparatorios, otro de entintar y un tercero de colorear. El encargo realizado mediante este método no solo quedará casi como si lo hubiera hecho "una sola mano", sino que requerirá mucho menos tiempo que si lo hicieramos solos.

La ventaja de que la ilustración vaya pasando de unos a otros es que el encargo resulta más entretenido y menos estresante que un trabajo individual. Ya se sabe, la unión hace la fuerza. Y no solo es más divertido, sino que además se acortan los procesos de toma de decisiones (¿qué te parece esto...?) e, idealmente, se adapta a tus capacidades.

La sabiduría popular dice: "Muchas manos en un plato hacen mucho garabato", pero un mero vistazo a la cocina de un restaurante medio basta para comprobar lo injusto que es ese dicho. Solo hay un único cocinero en un bar de tapas; en los restaurantes domina el trabajo en equipo. ¡Y normalmente uno se da cuenta de lo bien que puede funcionar ese esquema en la primera cucharada!



Problemas de comunicación

Los límites de mi lenguaje son los límites de mi mundo.

LUDWIG WITTGENSTEIN

i Entiendes a tus clientes? ¿Te entienden ellos a ti? No nos engañemos: a veces la comunicación con los clientes resulta bastante difícil. Para empezar, porque los interlocutores no hablan el mismo idioma. Es decir, hay ciertas cosas que se pueden describir muy bien con palabras, pero no pintarlas con pinceles. Esta falta de comprensión queda perfectamente clara leyendo las instrucciones que reciben a menudo los ilustradores, cosas del tipo: "Píntenos la nieve, pero no tan fría y con menos blanco, por favor".

No obstante, lo que me parece todavía más grave es el hecho demasiado habitual de que no parezca existir una visión compartida para proyectos colectivos complejos, y eso no se debe a la falta de visión. Por lo general, cada una de las partes involucradas sabe muy bien cómo debería ser el proyecto en su parcela de trabajo. Para explicarlo con el ejemplo de un libro: todos los que participan en el libro tienen diferentes prioridades. Así, por ejemplo, el autor quiere que sea un libro importante, la editorial, que la publicación tenga éxito, el editor, que sea aclamado por la crítica, el representante, que sea fácil de vender, el encuadrador, que sea sólido, y el ilustrador, una obra de arte. Es evidente: todos tienen muy clara su idea del libro, lo que no tienen, simplemente, es la misma idea.

"Es imposible complacer a todos", reza un frase en una casa medieval del casco antiguo de Lübeck.

A eso se suma el hecho de que todo el mundo aspira a llevarse el pedazo más grande del pastel de la fama y el dinero, y que todo el mundo quiere hacer un trabajo satisfactorio para sí. En consecuencia, se generan una multiplicidad de situaciones; al final, para ser un gran ilustrador hay que ser también un gran comunicador.

Sin embargo, la mayoría de problemas de comunicación pueden evitarse estableciendo de antemano acuerdos claros. No vaciles en preguntar hasta los más pequeños detalles, sin preocuparte del impacto en el cliente. Lo verdaderamente estúpido sería que, cuando el proyecto está

avanzando, fallara por cosas que podrían haberse evitado con una buena comunicación. Lo primero que hay que hablar con el cliente son las condiciones técnicas.

El tamaño del archivo y de la imagen, el volumen de trabajo y la programación deben quedar totalmente claros. Te sorprenderás al descubrir cuánto valora también esta claridad el cliente. Pero también temas un poco incómodos como el dinero, los plazos y las correcciones —o sea, todo lo que suele conllevar discrepancias— deben abordarse desde el principio con claridad y sin excesivos preámbulos. No sirve de nada evitar hablar de estos temas en aras de la paz y la tranquilidad; tarde o temprano tendrás que abordarlos y, en general, cuanto más tarde más difícil será. Por tanto, es conveniente esforzarse en utilizar un lenguaje claro y directo.





Eso no significa que nos debamos comunicar exclusivamente en una jerga legal. Al contrario, una buena comunicación implica saber utilizar el “tono” adecuado, y un poco de esfuerzo responsable nunca le ha hecho mal a nadie.

En lo que se refiere a los proyectos en sí, es inteligente comunicarse desde el principio no solo verbal, sino también visualmente. ¡No olvides que eres ilustrador! Sácales partido a tus habilidades esenciales y haz desde el principio bocetos expresivos e informativos. Cuando hablamos de imágenes que no podemos ver, es inevitable que se produzcan malentendidos. Mi pájaro no es tu pájaro, y seguro que el pájaro del cliente es otro diferente al nuestro. Por tanto, es esencial asegurarse de que las ilustraciones van por buen camino haciendo bocetos en la etapa de diseño. Las ventajas son claras: por un lado, implicas a tu cliente en el trabajo y le proporcionas un material con el que poder comenzar a planificar y a hacerse una idea del proyecto. Por otro, con esto consigues asegurar y proteger tu trabajo. Si hay alguna divergencia de opinión respecto a los bocetos, las correcciones son mucho menos laboriosas al principio (y las discrepancias resultan mucho más fáciles de resolver) que cuando los desacuerdos aparecen ante una carpeta llena de ilustraciones con meses de trabajo. Después de la fase de boceto, el cliente difícilmente criticará en un dibujo final lo que ya se mostraba en el bosquejo.

La ilustración es comunicación en estado puro. Los ilustradores explicamos, describimos y entretenemos a través de imágenes.

Las imágenes son un lenguaje que se percibe con los ojos. Por tanto, utiliza la comunicación para hacer tu trabajo tan eficaz como sea posible; así conseguirás que un encargo como “una nieve no tan fría y un poco menos blanca” pueda dar lugar a un resultado satisfactorio para ambas partes.

Estrategias de negociación

No obtengo lo que quiero,
y no me gusta lo que puedo tener.
FEHLFARBEN, PAUL IST TOT, 1980

Suena el teléfono. Un cliente. Me hacen un encargo y me dan información. Ya en los primeros cinco minutos llega el momento de la verdad: ¿cuánto costará? ¿Cuánto cuesta tu trabajo? ¡Bienvenido al bazar! O lo que es lo mismo, las estrategias de negociación son siempre difíciles. Por una parte, el trabajo te interesa, por otra, está claro que no quieras venderte barato. Un dilema.

Un pequeño consejo:
Si tu cliente responde “genial” en menos que canta un gallo, es que te has vendido demasiado barato.

Básicamente, uno necesita desarrollar un sexto sentido para intuir cuánto considera el otro que vale el trabajo. Al fin y al cabo, no quieras perder un posible margen de beneficio. Y de ahí surge la cuestión sobre cómo debemos calcular el precio de nuestro trabajo.



Por un lado, hay que tener en cuenta nuestro esfuerzo, pero por otro también es importante considerar el valor añadido que le otorgamos al cliente con nuestro trabajo. Ambos factores incluyen algunas incógnitas. Por eso, lo primero que hay que hacer es informarse sobre nuestro valor en el mercado. ¿Estás iniciando tu carrera o acabas de recibir el Premio Nobel de ilustración? También la situación laboral general en la que nos encontramos desempeña un papel importante. Si tienes una cartera llena de encargos —algo ya de por sí indicativo de tu valor de mercado—, es mucho más cómodo negociar. Por otro lado,



aunque acabes de terminar los estudios también tienes que ganarte la vida, porque es necesario pagar el alquiler, independientemente de cuánto trabajo tengas. Además, si trabajas gratis, no te beneficias ni tú ni nadie. En la práctica, el plan genial de abrirse camino en la profesión y labrarse una reputación aplicando tarifas de saldo casi siempre suele quedarse en agua de borjas. Las "prácticas gratuitas" no son algo de lo que poder presumir en tu currículum vitae. Y para más inri, el cliente al que hayas acostumbrado a los precios bajos te seguirá pidiendo que mantengas esa tarifa ("pero si la última vez era mucho más barato", dirá), por lo que a corto o medio plazo uno se acaba quedando estancado en el mundo de los encargos chollo y la competencia desleal.

Pero no solo tu valor, también debes aprender a calcular de forma realista cuánto puede permitirse "el otro lado". Si tienes un príncipe saudita al teléfono, probablemente podrás obtener un poco más de margen que si un músico callejero que no conoce nadie te pide una ilustración para la cubierta de su disco.

Dado que todos estos factores deben tenerse en cuenta, es aconsejable no dar ningún precio en la primera reunión. Es mucho más inteligente decir que antes de dar una respuesta al respecto necesitas hacer cuentas y que volverás a ponerte en contacto con ellos (porque puedes estar seguro de que se aferrarán como a un clavo ardiente a cualquier tarifa baja que sugieras sin pensártelo mucho).

Cuando ya hayas colgado el teléfono, ponte a hacer los cálculos con calma.

Por supuesto, si eres principiante, siempre puedes consultar a colegas con más experiencia o buscar proyectos similares en los foros.



Por otro lado, la asociación de ilustradores alemana (Illustratoren Organisation) ofrece a sus miembros unas tarifas con ejemplos en su página web. (Recomienda, por ejemplo, tomar como precio orientativo por hora 60 €. Después de deducir impuestos, restar los gastos de explotación, la cuota de autónomos y la del fondo de pensiones sigue siendo una tarifa aceptable.) También son convenientes los porcentajes de participaciones (por ejemplo, en el mundo editorial), siempre que se espere que la ilustración vaya a tener una amplia divulgación. Igualmente, pueden combinarse ambos modelos; es decir, un porcentaje y un anticipo no reembolsable.

Si temes perder un cliente por pedir un precio demasiado alto, siempre es útil formular tu tarifas de una forma ligeramente diferente. Frases como "en principio, calculo que el presupuesto será de x €" dan cierto margen de negociación y, en términos de estrategia de ventas, son preferibles a frases como "no pienso bajar ni un euro de x €". Además, deberías calcular tus tarifas siempre en consonancia con el ámbito de uso; es decir, ofrecer el mismo trabajo a diferentes tarifas dependiendo del uso que vayan a darle a la ilustración (probablemente, para un folleto de una obra de teatro infantil, por ejemplo, no necesitarás ceder los derechos para todo el mundo). Esto genera cierto margen de maniobra.

La tríada "bueno, rápido y barato" ha demostrado ser un modelo de negociación muy útil. Por regla general, explico a los clientes que rara vez una ilustración puede tener las tres propiedades, y casi nunca podrá combinar más de dos. La tercera propiedad desaparece de forma automática. Específicamente, eso significa que si una ilustración debe ser buena y rápida, no puede ser barata. Si, por el contrario, el cliente quiere que sea rápida y barata, entonces no será tan buena, y la combinación buena y barata excluye una ejecución rápida. No te quepa ninguna duda de que tus clientes te van a entender.

Las buenas relaciones comerciales son duraderas, y el objetivo debe ser alcanzar una situación en la que todos salgáis ganando: tú debes ser recompensado adecuadamente por tu trabajo y el cliente no debe sentirse engañado. Idealmente, todos deberían recordar satisfactoriamente la colaboración laboral, de lo contrario, el cliente no te volverá a contratar. Eso sería tan poco deseable a largo plazo como que tú quedes tan descontento con la baja remuneración que no quieras volver a trabajar para esa empresa.

GARE DU NEUSS

& Flohmarkt

jeden Samstag 9:00 - 17:00
Bahnhallen hinterm Neusser Bahnhof

KARL-ARNOLD-STR. 3-5

41462 NEUSS TEL: 02131.3694660

WWW.GAREDUNEUSS.DE

MAYER

El tiempo es oro

Tomemos las circunstancias como nos llegan.

WILLIAM SHAKESPEARE



“ El tiempo es oro”, reza el dicho, pero si lo pensamos detenidamente, el dicho es bastante tonto. Como sucede con muchas de esas frases memorables, se desmorona como un castillo de naipes al mínimo golpecito. El tiempo no es para nada oro. El tiempo es tiempo y, de hecho, es incomparablemente más valioso que el oro o el dinero. Trata de comprar tiempo de juventud o de vida en algún sitio. Te puedo asegurar que, llegado el caso, nadie se cambiaría por ti cuando tu *tiempo* se agote.

Lo único que sí se mantiene en pie en la relación tiempo y dinero es el tiempo trabajado, la relación entre trabajo y dinero. En realidad, el concepto de tiempo se podría eliminar si no fuera porque mientras uno trabaja, el tiempo pasa, y eso hace que el dicho sea tan revelador como, digamos, “las agujetas son oro”.

De todos modos, lo más probable es que el dicho provenga originalmente —como tantas cosas que nos suenan a “perlas de sabiduría”— de los tebeos del pato Donald. Seguro que Tío Gilito utilizaba la frase de vez en cuando para deshacerse de su sobrino Donald, ya que, ocupado con algo totalmente trivial (como pulir sus monedas de oro),

no podía permitirse distraerse por el tema del que quisiera hablarle Donald (como irse de vacaciones con sus sobrinos).

Si la frase no es aplicable al mundo real es porque el tiempo empleado es solo un factor a la hora de determinar el valor de una obra, especialmente en un trabajo tan especializado como la ilustración.

Las ilustraciones no son mejores o más valiosas porque dediques más tiempo a hacerlas.

Uno puede quedarse empantanado en una imagen y eso no hará que una ilustración fallida mejore. Y al revés, a veces la chispa puede saltar en un boceto rápido, en una idea ingeniosa, sin tener que pasarse siglos trabajando en el dibujo. Según la clásica ecuación de tiempo y dinero, ¿no debería venderse esa segunda ilustración más barata que la primera? Te sorprenderías de lo extendida que está esta idea. El mal consejo de Tío Gilito ha hecho mucho daño.

Seguro que sabes a dónde quiero llegar: el tiempo es solo uno de los factores que hay que tener en cuenta a la hora de determinar el valor de una obra, pero nunca el único. (¡Algunas cosas hay que decirlas más de una vez!)



Al contrario, no tiene sentido que el cliente pague por el tiempo invertido en una ilustración. Más bien, debería pagar una parte del tiempo necesario para llegar a ser tan creativo y experimentado como para poder hacer esa ilustración. ¿Por qué? Porque el poco tiempo que parecemos necesitar para realizar un buen dibujo suele corresponderse precisamente con el mucho tiempo que necesitamos invertir en aprender a tener tanta agilidad trabajando. La música es un buen ejemplo. Uno puede interpretar una pieza con asombrosa soltura, pero a menudo hay que dedicar toda la vida a dominar un instrumento.

Por eso es difícil entender que un dibujo aparentemente "rápido" no deba pagarse por su calidad, sino por el tiempo que tardamos en hacerlo. Lo que es válido para los protésicos dentales también debería serlo para los ilustradores. Somos profesionales y eso también debe pagarse. Acumular experiencia lleva tiempo, un tiempo que ya ha transcurrido.

Por supuesto, aun así debes considerar el tiempo al calcular tu presupuesto. Por un lado, tenemos que ganarnos la vida. Eso significa que tus horas de trabajo son proporcionales a los gastos ocasionados mientras llevas a cabo el trabajo: alquiler, seguros y gastos de mantenimiento. También es necesario incluir en el cálculo cuánto ganarías teóricamente con otro trabajo durante ese mismo periodo (este punto es importante sobre todo en los encargos que solo van a reportarte "fama y gloria" o cuando le haces un favor a un amigo). Ambas cosas se reflejan en la tríada ya mencionada de "bueno, rápido y barato".

Sin embargo, a la hora de calcular cuánto cuesta tu trabajo es mucho más importante determinar el valor añadido que genera tu actividad, y aquí entra en juego el factor de la calidad. Es decir, que hay que tener muy en cuenta los beneficios que se generarán con tu trabajo.



Pongamos que se producen unos beneficios de millones de euros porque tu idea es brillante. En ese caso, puede que el tiempo de trabajo invertido en formular la idea no sea el factor determinante para determinar tu retribución. La idea sigue siendo lo más importante. Sin embargo, normalmente, ese es un factor que no podemos medir con exactitud ni prever, ya que no podemos adivinar el futuro.

El diseñador neoyorquino Milton Glaser explicó en una ocasión que había concebido el famoso eslogan “I ❤ NY” durante un trayecto en taxi. Ahora bien, es más que probable que tuviera la papelera repleta de ideas descartadas.

Por eso, lo más razonable es firmar contratos que regulen de una forma sistemática el uso y los tipos de uso futuros de nuestras obras. Sin duda, un porcentaje es lo que tiene más sentido en lo que respecta a estas cuestiones. Y otra cosa más:

También debemos permitirnos *disfrutar* de un trabajo hecho con rapidez.

Demasiado a menudo creemos tener que trabajar en los encargos hasta deslomarnos, trabajar como burros, como quien dice, aun cuando en realidad podríamos acabarlos mucho antes, solo porque así sentimos que estamos siendo justos respecto a la tarifa que vamos a cobrar. Este comportamiento es neurótico y corresponde a una apreciación muy retorcida de nuestro propio trabajo, así que quítate la idea de la cabeza: dedícate a ti mismo el tiempo que has ganado con tu agilidad. Estoy seguro de que has adquirido tus habilidades dedicándoles tanto tiempo y energía que aún te queda un buen saldo. De cuando en cuando permítete un anticipo y la próxima vez dale antes al botón de “enviar”.



CORVIDAE

Corvus frugilegus

Nuestro precio

Él siempre tiene hambre, siempre quiere comer.
Siempre quiere vivir y dormir y olvidar...

DIE STERNE, UNIVERSAL TELLERWÄSCHER, 1994



En las negociaciones con los clientes, hay que tener claras dos cosas básicas desde el principio: que quieras que te paguen adecuadamente por tu trabajo y que quien te contrata quiere recibir tanto como sea posible por su dinero. Es probable que tus clientes sean hombres y mujeres de negocios y hayan estudiado administración de empresas; aunque no sea así, lo más probable es que tengan más dotes empresariales que tú, más experiencia en este tipo de discusiones y, además, menos que perder. En una palabra: que sean *negociadores*.

Como tal, conocen la famosa paradoja del "bueno, rápido y barato". Saben que "bueno" y "rápido" no puede ser barato, que "bueno" y "barato" no puede ser rápido y que "rápido" y "barato" no puede ser bueno, pero nunca lo admitirán delante de ti. Al contrario, su poder como negociadores es exigir lo imposible para que, cuando hagas lo posible, al menos des más de uno de los tres factores de la ecuación de lo que sería justo.

Para escapar de esa trampa, hay varias opciones: puedes leerse *El arte de la guerra* de Sun Tzu o al estratega italiano Maquiavelo para aprender a negociar mejor. Todavía más fácil sería intentar simplificar las cosas: en esencia, es suficiente (y esto es aplicable a casi cualquier negociación) que conozcas tu precio. Determinar tu precio te permitirá marcar un límite del que no bajarás la próxima vez que tengas que regatear.

Los negociadores de éxito siempre fijan de antemano un punto en el que pueden levantarse y cancelar la operación sin remordimientos.

Por cierto, una parte principal de cualquier estrategia de negociación es ser capaz de decir NO. Una disyuntiva clara entre "o esto... o lo otro" es mucho más eficaz que un "o esto... o... bueno, si no tampoco importa".

Como ya hemos visto, la asociación de ilustradores alemana, como otras asociaciones de profesionales del ámbito creativo, promueve una tarifa por hora de 60 € como mínimo.

De buenas a primeras, a muchos les parecerá una tarifa demasiado alta, porque, a excepción de los trabajos para publicidad, donde a veces se llegan a pagar entre 800 y 2.000 € al día, parece imposible que te la vayan aceptar en una negociación.

Sin embargo, es bien realista porque, según los datos del Instituto Nacional de Estadística de Alemania, eso es exactamente lo que cobra de media un empleado del sector terciario o de servicios en Alemania: 2.066,54 € netos al mes. A eso hay que añadirle las cuotas a la seguridad social, los gastos de desplazamiento, las dietas, la formación, las bajas por enfermedad (una media de ocho días al año), las vacaciones, los gastos de mantenimiento del lugar de trabajo, la electricidad, la calefacción y otros fungibles.

¿Por qué un ilustrador debería ganar menos que un trabajador especializado?

En resumen: los 60 € te garantizan poder llevar una vida típica de clase media alemana, pues con este dinero no solo tienes que pagar tus impuestos, sino también el alquiler de tu estudio y el material, los seguros, los fondos de pensiones y un largo etcétera.

Supón que tienes que entregar 20 dibujos sencillos y que te van a pagar 2.000 € por todo. Si necesitas una hora para cada dibujo (incluyendo la investigación, la edición digital, las correcciones, etc.), te llevas un buen pellizco. Si necesitas dos horas por dibujo, puede que ya no puedas permitirte tener hijos, irte de vacaciones, caer enfermo ni ir al cine. Si empleas cuatro horas por dibujo —y ahora nos vamos acercando a un tiempo más realista (para dibujos sencillos)—, entonces tu movilidad estará restringida (no podrás tener ni coche ni bono

de transporte, así que tampoco tendrás clientes de fuera), no podrás comprarte una casa ni pagarte un estudio externo y tendrás que ahorrar en comida. Tal vez, además de ilustrador trabajes de taxista o cuidando ancianos a tiempo parcial.





Ahora bien, recuerda que en la ilustración ¡no existen las tarifas por hora! La recomendación de las asociaciones profesionales es solo una referencia para que los jóvenes profesionales sepan a partir de qué límite pueden vivir de forma razonable de su trabajo. Es el límite a partir del cual —en caso de que fuera respetado de forma generalizada— ningún ilustrador tendría que buscarse una fuente extra de ingresos o vivir en condiciones precarias.

Sin embargo, esos “60 € la hora” son algo más que una utopía social, ya que, al fin y al cabo,

cada vez que se enfrente a una negociación sobre un trabajo, todo ilustrador debe tener en mente su propio modelo de lo “bueno, rápido y barato”. Cobrar menos debe significar o más tiempo o bajar la calidad; son cosas que pueden calcularse. Pero la base de cualquier cálculo debe ser una cifra de referencia. ¿Y qué nos impide basarnos en esa suma que ofrece como referencia el propio Instituto Nacional de Estadística?

Nos sale a cuenta determinar con exactitud cuál es nuestro precio.



¿Cuánto cuesta una ilustración?

No es culpa mía que mis cuadros no se vendan,
pero llegará un día en que la gente se dará cuenta
de que tienen más valor de lo que cuestan las pinturas.

VINCENT VAN GOGH

A

la pregunta de cuánto cuesta una ilustración se pueden dar dos respuestas, una corta y otra larga. Empezaré por la corta, que se basa en una encuesta realizada a ilustradores alemanes entre 2006 y 2013. Se trata de precios orientativos para ilustraciones que van de una ilustración "sencilla" a una "compleja". Por tu parte, deberías ayudar a determinar qué significa en la actualidad una tarifa según "la práctica comercial normal".

Las cifras mencionadas se refieren a Alemania, Austria y Suiza. Los clientes del mercado anglosajón suelen pagar mejor. Es importante tener en cuenta que los valores indicados en la tabla solo se refieren al derecho de uso; es decir, a un uso único en un número mediano (por ejemplo, una edición). Una cosa está clara: ¡no estás vendiendo tus dibujos! Los originales siguen siendo tuyos y los usos adicionales se deben pagar aparte.

Viñeta, pequeña, b/n (p. ej., diseño)	30-70 €	Postales/tarjetas de felicitación	300-600 €
Viñeta, pequeña, en color (p. ej., diseño)	50-150 €	Juego (tapa, tapete de juego, 10 cartas)	2.500-4.500 €
Ilustración independiente, pequeña	150-300 €	Puzzle	2.000-3.000 €
Ilustración independiente, grande	250-500 €	Ilustración para embalaje	800-1.200 €
Cubierta (p. ej., audiolibro)	500-800 €	Diseño de personajes	1.000-3.000 €
Cubierta (p. ej., libro)	500-1.000 €	Infografía para una revista	600-1.000 €
Cubierta (p. ej., libro), en circulación	800-1.500 €	Libro ilustrado, cartón (4-6 dobles páginas)	
Cubierta para prensa	1.200-1.500 €	Anticipo	2.000 € más 5-7 % del PVP
Página de libro de texto, sencilla	200-350 €	Libro ilustrado (12 dobles páginas)	
Artículo para prensa (p. ej., noticia de primera plana más tres ilustraciones independientes)	1.000-2.000 €	Anticipo	3.000-4.000 € más 5-7 % del PVP
Póster, uso reducido (p. ej., teatro infantil)	600 €	Libro artístico ilustrado para adultos	2.500-5.000 €
Póster, uso nacional	1.500-2.500 €	Libro juvenil ilustrado B/N Anticipo	
Póster de tipo busca y encuentra	3.000-5.000 €	2.500-4.000 € más 2-3 % del PVP	
Calendario, 12 páginas	6.000-9.000 €	Libro juvenil ilustrado, en color, laborioso	
Calendario de adviento	1.000-1.500 €	Anticipo	4.000-8.000 € más 2-3 % del PVP

La respuesta más larga exige unas cuantas observaciones. Proponer una cifra concreta puede acortar las negociaciones y ahorrarnos tiempo y nervios. No obstante, las cifras de la página anterior son solo promedios. No pueden aplicarse a todos los casos, porque ningún encargo es igual a otro y ningún ilustrador es igual a otro. (Por eso en el anterior capítulo hablaba de tarifas "adecuadas" y del "propio precio".)

Por regla general, los principiantes están algo peor pagados que los "profesionales".

De todos modos, puede decirse que, en realidad, solo hay dos posibilidades: o haces el encargo con la misma rapidez y calidad que un supuesto profesional, y entonces no hay ningún motivo para cobrar menos por el mismo trabajo, o trabajas de forma más insegura, inexperta y lenta que el "profesional", y entonces cobras menos porque



necesitas invertir más tiempo y energía en el trabajo. Lo fundamental es la calidad de tu trabajo, porque eso es lo que paga el cliente.

La cosa es así: es obvio que, a pesar de que aún no seas "famoso", quien negocia contigo no desea trabajar con los "famosos", porque de lo contrario no te habría llamado. (A menudo los profesionales con experiencia tienen una lista de encargos para varios años y no tienen tiempo.)

En esencia:

Todo es negociable.

Cuanto más consigas en la negociación, mejor para ti. De todos modos, la mayoría de clientes conceden los encargos basándose sobre todo en sus gustos y la confianza que le inspire el ilustrador en cuestión y no por unos euros de más o de menos. La palabra mágica es *adecuado*. Tus precios deben parecerle apropiados y tus ilustraciones deben parecerle apropiadas al cliente. En realidad, las buenas propuestas tienen la propiedad de hacer que todos los partícipes queden satisfechos.

Lo ideal es que el cliente vuelva y que tú estés deseando verlo.



IE'S HOSTELRY
THE
JOLLY BEGGA

Productividad y gestión del tiempo

¡Dios mío! ¡Dios mío! ¡Llego tarde!

EL CONEJO BLANCO EN ALICIA EN EL PAÍS DE LAS MARAVILLAS, DE LEWIS CARROLL, 1865



Por qué diantres algunos días no nos sale nada por mucho que nos esforcemos? El tiempo pasa, nos retrasamos y todo lo que logramos terminar es un adefesio para tirarse de los pelos. Nos levantamos de la silla, desayunamos, sacamos al perro, fregamos los platos, repasamos la lista de emails. Limpiamos. Primero el escritorio, luego el lugar de trabajo... Una pausa... Dormimos la siesta. Vamos de compras. Continuamos trabajando un poco la imagen. Nos quedamos descontentos con el resultado, nos tomamos un café con los colegas y volvemos a pelearnos con la ilustración, Facebook. Una idea repentina, la probamos, error, dudas renovadas, nuevo repaso a los emails.

Mil cosas.

Todas a la vez y no sacamos nada adelante.

A veces los días son así, inexplicablemente en vano, y los días ineficaces se convierten en semanas ineficaces. La solución radica en la gestión del tiempo, porque no solo nos bloquea el ya mencionado "miedo a la página en blanco", sino que en ocasiones también depende de cómo nos organizamos a la hora de trabajar. O más exactamente, cómo organizamos nuestro trabajo.

Para empezar, calma: si tienes ese problema, te puedo asegurar que no estás solo. Muy al contrario, es un problema que afecta a tantas personas que en los últimos años se ha investigado mucho sobre el tema de la eficiencia en el trabajo. Si sigues unas cuantas reglas, a partir de ahora dejarás de flagelarte cada dos por tres.





Consejo

Una buena ayuda a la hora de dividir el tiempo de trabajo son los audiolibros o las piezas musicales de larga duración. Por ejemplo, elige un número de capítulos o piezas musicales durante las cuales vas a llevar a cabo un trabajo de forma efectiva. Utiliza la música como referencia para organizar tu tiempo y no te tomes un descanso hasta que acabe (en lugar de hacerlo cuando suene la alarma de tu móvil, por ejemplo).

La primera y más importante: simplemente, ponte a trabajar. No malgastes energía enfadándote porque las circunstancias no están completamente a tu favor, porque ayer no lograste trabajar con la suficiente efectividad o porque quizás hoy todo te salga mal. Lo primero y más importante es empezar, así de simple. No te dejes abrumar por las pilas de trabajo. Trabaja con tesón y no intentes hacer mil cosas a la vez.

En el cuento “El estúpido anciano Yu Gong que mueve montañas”, el filósofo chino Lie Zi nos explica que la tenacidad y el aguante son los que nos conducen a la meta: Yu Gong empieza un trabajo, a pesar de que no parece tener la más mínima oportunidad de

llevarlo a término. Aunque hay suficientes motivos de duda, no duda. Al contrario, se dice que puede empezar haciendo una pequeña parte y que, por tanto, no debe preocuparse respecto a cómo y cuándo hará el resto. En el cuento de Lie Zi, Yu Gong consigue mover montañas simplemente empezando y continuando sin inmutarse. En esencia, esta historia nos revela los dos aspectos cruciales de la eficiencia: primero, que hay que empezar a trabajar, y segundo, que hay que dividir el trabajo en etapas, ya que el segundo (y fundamental) aspecto del trabajo eficaz es dividir el trabajo en partes más pequeñas. Así que hazte un calendario de trabajo y divide el encargo en partes factibles.

En este caso lo más conveniente es no marcarse los tiempos de trabajo de forma vaga y aproximada, sino, al contrario, ser muy concreto. Podemos utilizar horarios como los que se reparten en las escuelas de primaria. Una división de las horas del día para una ilustración X podría ser algo así: de 9:15 a 10:45, bocetos; de 11:00 a 12:30, dibujo preparatorio de línea; de 13:00 a 14:30 primera fase de color; de 15:00 a 16:30, detalles y acabado final; de 17:00 a 18:00 escanear, editar y enviar. Por tonto que pueda sonar, este tipo de planificación ayuda enormemente a desarrollar nuestro trabajo de modo eficaz.

Diversos estudios científicos han demostrado que los seres humanos son capaces de concentrarse bien durante unos 90 minutos seguidos. Asegúrate de planificar siempre una pausa cada hora y media, y también, por supuesto, de que la cumples. Un buen ritmo es, por ejemplo, 90 minutos de trabajo, 20 de pausa. Este método es más eficaz que matarte a trabajar durante toda una mañana para luego pasarte la tarde durmiendo. Y de manera gradual, puedes ir progresando de las unidades más pequeñas a las grandes. Prepárate programas semanales y, después, mensuales. Por un lado, los programas tienen la ventaja de que crean estructuras. Con este enfoque cada parte que terminemos supone un éxito en sí mismo, en lugar de considerar que solo alcanzamos el triunfo

cuando terminamos por completo el encargo. De este modo nos vamos recompensando con cada paso que damos y dejamos de hacer esfuerzos hercúleos por períodos demasiado prolongados.

Por otro lado, este tipo de programas son de gran ayuda a la hora de establecer prioridades. Evitan que nos distraigamos y contribuyen a que nos concentremos solo en el trabajo. Con un programa realista no nos pondremos a hacer, como siempre, mil cosas a la vez. Ya solo eso contribuirá enormemente a que cumplas los objetivos que te hayas fijado.

Casi todos los artistas de éxito trabajan siguiendo horarios estrictos.

Por el contrario, la hora a la que se trabaja tiene un papel secundario. Por ejemplo, Friedrich Schiller escribía sobre todo de noche, Thomas Mann por la mañana y Ernest Hemingway a mediodía. A veces es solo el concepto global el que ejerce un efecto estructurador: así, el famoso artista hamburgués Horst Jansen trabajó toda su vida según el lema: "Hacer una imagen cada día".

Ya verás, con un orden estructurado se trabaja y se vive infinitamente mejor.



Consejo

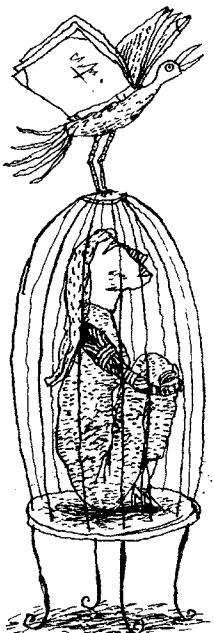
Desconecta el wifi mientras trabajas y revisa tus emails solo cada dos horas. Avanzarás el doble.



Sin aliento

¿Estrés? Yo solo conozco el *strass*, esas perlitas brillantes...

KARL LAGERFELD, 2013



De la falta de trabajo de la que a menudo se quejan los recién llegados al mundo laboral hay solo un pequeño paso hasta “no saber qué hacer con tanto trabajo”. Con demasiada frecuencia, la vida de autónomo se parece a una carrera de relevos en la que nada más llegar nos pasamos a nosotros mismos el relevo y echamos a correr hacia otra meta en la que solo nos esperan una nueva salida y un nuevo esprint. La raíz de este problema es el dilema que subyace en la naturaleza de todo trabajo por cuenta propia: la imprevisibilidad de los encargos: es imposible predecir si vamos a recibir un encargo ni cuándo ni a qué ritmo. Por supuesto, factores como la frecuencia con la que adquieres nuevos clientes, tu estilo, la situación económica general o tu propio valor de mercado desempeñan un papel. Sin embargo, no podemos predecir nada con certeza. Incluso a los profesionales más experimentados les asalta a veces el temor inconsciente de que ese nuevo encargo podría ser el último.

Por eso, la mayoría de nosotros tiende a aceptar más encargos de los que podemos asumir. Para empeorar la situación, no solemos valorar de forma realista cuánto tiempo tendremos que invertir en los encargos que se van apilando sobre la mesa. Lo de “puedo hacerlo” es más fácil de decir de lo que nos conviene, y si se da la circunstancia de que hace falta reelaborar el trabajo, pronto nos encontramos en una carrera desenfrenada de fecha de entrega en fecha de entrega. La cosa se pone verdaderamente fea cuando empezamos a llenar nuestra cuenta de ahorro de tiempo (que ya está en números rojos) con lo que nos parece más prescindible: ¡nuestro descanso!

Bastantes autónomos empiezan en un momento dado a “ahorrar” tiempo de ocio, fines de semana o vacaciones.

Esta costumbre es especialmente problemática porque, al quitarnos esos momentos dedicados al ocio, a la familia o los amigos, por lo general también nos quitamos las fuentes con las que solemos recargar nuestras pilas de energía. En lugar de vivir, empezamos a crear una vida “para después”, para un después en el que todo sea más seguro y más fácil... Pero normalmente ese después nunca llega. Caemos rápidamente en un círculo vicioso, subidos a una noria imparable en la que aceptamos encargos y más encargos, lo que no pocas veces desemboca en un desgaste profesional.



Y, sin embargo, el estrés tiene menos que ver con la modernidad de lo que se podría pensar. Es cierto que algunos avances tecnológicos lo favorecen, pero probablemente también sería estresante que, en lugar de recibir emails cada cinco minutos, nos llegaran cartas y una horda de carteros se congregaran ante nuestra puerta.

Ya en 1885, León Tolstói hablaba en su relato *¿Cuánta tierra necesita un hombre?* de la ambición, el estrés y la expansión autodestructiva. El campesino Pahom vive impulsado por el deseo de poseer y administrar más y más tierras. Va ampliando sus terrenos sin parar y cada vez está más exhausto. Un día le hacen una oferta: será suya toda la tierra que pueda recorrer a pie en un solo día. Pahom camina sin descanso desde el amanecer hasta el atardecer y, cuando llega la noche, se desploma y muere. Tolstói cierra su historia explicando cuánta tierra necesita una persona. La historia termina con las palabras: "Su criado empuñó la azada y cavó una tumba para Pahom, y allí lo sepultó. Dos metros de la cabeza a los pies era todo lo que necesitaba".

El estrés nos hace enfermar y nos roba la seguridad y la calidad de vida que creemos poder alcanzar consiguiendo más trabajo. Pero, una vez atrapados en la trampa del estrés, ¿cómo sacamos el hocico de allí?

Desde luego, el consejo de “simplemente trabaja menos” resulta muy fácil de dar (y puede que suene razonable), pero, en la práctica, no es realista. Es evidente que el trabajo mal pagado obliga a hacer horas extras y, además, en el mundo de la ilustración a menudo se trabaja con plazos muy estrictos, en especial en el campo de la prensa. Los periódicos y las revistas tienen que trabajar a un ritmo apresurado (con frecuencia siguiendo la actualidad) y a

menudo esperan que hagas los encargos de un día para otro o durante el fin de semana. A eso se le añade la idea, por desgracia no del todo falsa, de que puedes perder cada vez más clientes si rechazas sus encargos demasiado a menudo. (En caso de algunos anunciantes, el límite de tolerancia se alcanza si rechazas *una sola oferta*.) Entonces, ¿qué podemos hacer? Buena parte de la solución radica en establecer prioridades: si les das la misma importancia a todas las expectativas que hay puestas en ti, es probable que acabes no dándote importancia a ti mismo. Por tanto, a largo plazo es esencial determinar hacia dónde nos dirigimos.

Un primer paso que resulta vital es aprender la diferencia entre urgente e importante.

Ambos factores son buenas guías para tomar decisiones: los encargos *urgentes* tenemos que hacerlos pronto, los *importantes*, a largo plazo, y después hay cuestiones que son a la vez importantes y urgentes. Si aplicamos una jerarquía razonable, estas últimas son las que tendrían prioridad sobre las demás. En particular, es crucial analizar con claridad qué tenemos que hacer y en qué orden abordaremos los encargos.

No hay nada que estrese más que una pila de trabajo sin orden ni concierto. Lo desconocido tiene la desagradable característica de parecernos “más grande”, porque tiende a convertirse en una pantalla donde proyectamos nuestros miedos que, en su mayor parte, no son más que montones de decisiones aplazadas. En realidad, buena parte de lo que nos parece fundamental, si lo observamos con detenimiento, resulta insignificante, y, además, casi se hace solo. Algunos trabajos pueden delegarse, otros son más fáciles de lo que parecían y otros podemos dejarlos porque, simplemente, no son importantes; es decir, para matar tu estrés, lo importante es la claridad. De todos modos, el mundo de la ilustración es tan variopinto como una tienda de pueblo, y la mayoría de nosotros nos dedicamos a áreas de trabajo muy dispares. Organízate para poder alternar entre trabajos de plazos estrictos (prensa y publicidad) y otros más tranquilos (proyectos editoriales a largo plazo).

No te olvides de reservar tiempo para descansar entremedias. Si les dices a tus clientes con claridad cómo has planificado tu tiempo, a ninguno le parecerá mal y ambas partes podréis adaptarlos a los plazos de forma realista.



Lo más importante es no olvidarse nunca de cargar las pilas.

Lo hemos oído muchas veces, pero sigue siendo cierto: la vida social, el deporte y la alimentación sana tienen un efecto de compensación mucho más poderoso de lo que uno podría creer. Las mascotas, las aficiones, los amigos y la familia son aliados naturales contra el agotamiento. Hay que incluir en la rutina una noche de juegos de mesa, una cena en casa con amigos o un paseo en bicicleta de vez en cuando. De lo contrario, tu carrera absorberá toda tu energía y tendrás que acabar mandando la profesión a freír espárragos antes de que la profesión te mande a ti.



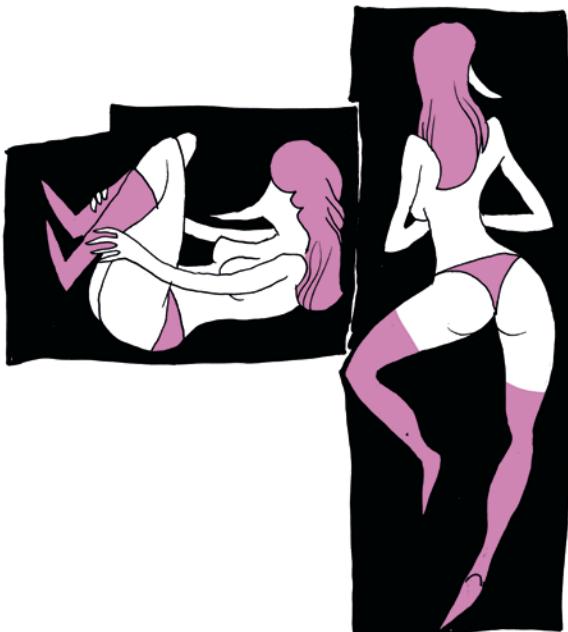
Otros ingresos

La tragedia que encierra toda experiencia es que no la adquirimos hasta después de haberla necesitado.

FRIEDRICH NIETZSCHE

El primer experimento con el que intenté hacer del arte mi medio de vida tuvo lugar una mañana de verano, cuando era adolescente, en la zona peatonal de mi ciudad natal. Acompañado por un amigo y armado con una caja de colores pastel, me planté delante del Ayuntamiento y, apostado en una esquina, empecé a copiar *Tres estudios para una crucifixión* del borrachín y pintor inglés Francis Bacon. Por qué escogimos una obra de Bacon es algo que se me escapa. Supongo que tuvo que ver con una exposición sobre la que acababa de leer en la revista Art en una sala de espera. Además, la obra de Bacon nos pareció fácil de copiar. Sin embargo, nuestra prueba copiando la pintura resultó humillante.

Al parecer no éramos los únicos lectores del artículo, y enseguida nos dimos cuenta de que, en la década de 1980, los modernos no tenían todavía una conciencia de la clase media culta en nuestra ciudad. El fracaso se dividió en dos fases: mientras producíamos, el público se interesó más bien poco por lo que estábamos haciendo allí. “¿Qué se supone que estás pintando?” Dado que Bacon era mucho menos conocido que los girasoles, los payasos o los guernicas que suelen hacer los pintores callejeros, no hubo ningún tipo de efecto “ajá” y las figuras de la crucifixión inacabadas provocaron en los transeúntes muy escasa disposición a hacer un donativo. En la segunda fase, pasamos mucho tiempo sentados junto al cuadro acabado explicando una y otra vez por qué aquello era arte, explicación que tampoco hizo que nos dieran dinero, sobre todo porque quedó demostrado que, en términos de “causa digna de apoyo”, inspirábamos mucha menos ternura y compasión que la violinista que tocaba a 20 metros de nosotros. Para más inri, tuvimos un encuentro desagradable con un policía municipal que nos estuvo bombardeando a preguntas sobre licencias, permisos y otros papeles igualmente misteriosos para nosotros.





Parecía que todo estaba condenado al fracaso desde el principio, y cuando por la noche hicimos cuentas, se pusieron de manifiesto los tintes dramáticos del desastre. La correspondencia entre arte y dinero es más bien escasa (la prueba lo dejó claro). Probablemente mi carrera de ilustrador habría terminado ahí si más adelante no hubiera comentado el tema con consejeros más experimentados que yo. Por lo visto, habíamos cometido varios errores de bulto. No obstante, en la cosa en sí, en lo de "salir y hacer algo", no nos habíamos equivocado en lo más mínimo.

Y no solo eso: sobre todo la visión de que, como dibujante, uno puede ganar dinero fuera del escritorio era una idea prometedora.

No debemos subestimar la opción de obtener ingresos de actividades complementarias y, por tanto, merece la pena que reflexionemos sobre ello.

Como ilustradores podemos ganar dinero utilizando también nuestras obras en material impreso o páginas web (tranquilo, no te voy a recomendar que te pongas a pintar en la calle, ni siquiera unos girasoles). En realidad, la mayoría de nuestros colegas obtienen una pequeña pero muy significativa parte de sus ingresos bajo el epígrafe de "otros", que incluyen, para empezar, la venta ocasional de ilustraciones originales

u obras gráficas originales, como aguafuertes o xilogravías; hacer retratos o murales, dibujar en acontecimientos (por ejemplo, las bodas y las fiestas de empresa resultan muy rentables) o el cada vez más popular "registro visual", es decir, documentar visualmente reuniones y entrevistas en grandes empresas. Por último, dar charlas y clases se encuentra también en esta categoría. A eso se añade el campo que podemos llamar la "plaza del mercado", que consiste, por ejemplo, en abrir una tienda web, como han hecho varios colegas, donde vender camisetas con imágenes serigrafiadas, carteles, postales o manualidades para niños, etc. Si incluimos servicios gráficos como la creación ocasional de páginas web y similares, queda demostrado que el campo "otros" no es tan pequeño.

Sin embargo, las actividades complementarias son un arma de doble filo y es inadmisible que compensemos los posibles malos resultados de nuestras negociaciones con actividades secundarias. La combinación "ilustrador-camarero"—por desgracia bastante común— a la larga no es deseable. Por el contrario, si la actividad complementaria es una idea de negocios razonable y lucrativa, que se desarrolla orgánicamente como una ramificación de nuestras habilidades, tener este tipo de trabajo es más que aceptable.

En realidad, el trabajo de un ilustrador se parece bastante a la variopinta oferta de una tienda de pueblo.

Con todo, lo cierto es que la mayoría de nosotros tiene un campo principal de actividad, aunque incluso en nuestra actividad principal la oferta sea diversa. Puede que, sobre todo, nos dedicemos al mundo editorial, pero también nos surgen encargos de carteles, cubiertas de CD e ilustraciones para publicidad. El paso a "otros" no está en absoluto tan lejos como se podría pensar.

De hecho, a menudo el tema de las "actividades complementarias"—más allá de los ingresos adicionales—añade una agradable variedad a nuestro trabajo cotidiano. Al fin y al cabo, la ilustración es un campo enorme y la mayoría de nosotros somos ilustradores porque no queríamos encerrarnos en una aburrida oficina de alguna empresa ultraespecializada y porque somos creativos e ingeniosos. En realidad, una

pequeña actividad secundaria también podría ser parte de la respuesta a la pregunta "¿cómo puede uno vivir de la ilustración?": con "más"; es decir, con la ilustración y "el registro visual" o la ilustración y la enseñanza.

Por tanto, mi consejo sería abordar la cuestión con dinamismo y mirar de vez en cuando más allá de la ilustración pura y dura.

Si no perdemos la cabeza con lo de las actividades complementarias, sino que somos creativos al respecto, veremos qué enriquecedoras resultan, y no solo en el sentido monetario. Bueno, quizás es mejor que te olvides de la pintura callejera.



¿Cómo conseguir clientes?

No hemos ganado ningún Oscar a actor de reparto, ni siquiera nos han nominado.

No soy lo que estás buscando; soy lo que te está pasando...

BERND BEGEMANN, *ZWEIMAL Z. WAHL*, 1996

Se puede encontrar la respuesta a la pregunta que nos planteamos tantas veces: “¿Cómo hacerse un hueco en el mercado?” informándose, para empezar, de la situación general del mercado. De esta forma podrás dirigir tu trabajo en la dirección correcta. Pero ¿dónde puedo encontrar esta información? Ahora estás pensando: en Google, pero te equivocas, porque lo crucial para encontrar a tus clientes es “qué tipo de trabajo” haces y solo como resultado de ello surge el segundo paso, “adónde” lo envías. Para empezar, analicemos, pues, la visión general:

Normalmente, si queremos saber lo que produce un mercado, lo más fácil es mirar justo donde se produce. Para ello, en el campo de la ilustración editorial están las ferias del libro, donde puedes tanto hacer labores de investigación como hablar directamente con tus clientes. En este ámbito es especialmente importante la feria del libro de Fráncfort, pero también las ferias del libro infantil de París y de Bolonia. En las ferias puedes ponerte en las colas de las citas para ilustradores (recomendable) o esforzarte previamente en conseguir una cita personal para enseñar tus ilustraciones (que también es recomendable). Si lo que te interesa es el mercado de revistas y periódicos, puedes empezar por investigar: en todas las grandes ciudades hay una de esos enormes kioscos de prensa, por ejemplo, en la de la estación de trenes, donde se puede ver muy bien lo que está de moda. Las direcciones y quiénes son tus interlocutores ya lo averiguarás más adelante en internet.

Con solo hojearlas un poco, puedes ver inmediatamente qué revista o qué prensa escrita utiliza ilustración y cuál no. Además, de un vistazo puedes saber qué medios *te gustan* —un factor que no debe ser subestimado—, pero de eso ya hablaremos más adelante.

En el campo de los juegos merece la pena tanto visitar las ferias como realizar búsquedas en internet, y puedes llamar a los anunciantes y visitarlos sin más, mientras que el mejor modo de ponerse en contacto con las agencias, las empresas de acontecimientos, las de producción de audio o las productoras de cine es a través de contactos personales.

En resumen, el problema no son tanto las opciones, sino cómo actuemos al respecto.



CHRISTINE RÖSCH

La primera pregunta que se nos plantea ante la variedad de clientes potenciales (son más de los que pensamos) es si realmente tenemos que abordarlos a todos y si eso sería lo más conveniente. No es tan fácil contestar a esta pregunta, porque, en realidad, la estrategia de mostrar todo nuestro trabajo a todo el mundo es tan factible como presentar nuestras ilustraciones a una selección de clientes potenciales. En este

Evidentemente, los emails masivos aumentan el número de aciertos; además, al fin y al cabo, no podemos meternos en la cabeza de los clientes para saber qué quieren. A veces tiene sentido dirigirse a 50 personas a quienes no les interesa tu tipo de trabajo si al final llegas a dos a las que sí. En publicidad y prensa, hacer de vez en cuando un barrido general puede funcionar. Ahora bien, esta estrategia no debería generalizarse, porque no sirve para todos los clientes.



sentido, sobre todo te aconsejaría que aprendieras a determinar en qué situaciones es mejor enviar un email masivo y en cuáles emails específicos.

Empecemos por estas dos primeras opciones, pues ambas estrategias tienen sus ventajas: no cabe duda de que los medios electrónicos propician que se produzcan avalanchas de peticiones de trabajo, sobre todo porque con unos cuantos clics podemos adaptar nuestros portfolios digitales a las necesidades de los clientes (algo imprescindible es que les ahorres a las revistas femeninas tus ilustraciones técnicas de coches y a las editoriales científicas una propuesta para un libro infantil).

Al contrario, en muchos casos, este enfoque sería una auténtica estupidez. El problema de disparar a boleo siempre son los posibles daños colaterales. Por un lado, tienes que limitar tus recursos, porque no deberías dedicar todo tu tiempo y energía a pedir trabajo (supongo que, de vez en cuando, querrías incluso trabajar ;-)). Por otro, con una estrategia indiscriminada te arriesgas a "quemar" a la clientela si te excedes enviando emails: ¡irás directo a la carpeta de correo basura!

De hecho, esta estrategia no es aconsejable cuando tratas con áreas de dimensiones manejables (como son las editoriales o empresas de juegos). Los directores editoriales, los editores y los coleccionistas de arte hablan entre sí y en nuestra industria no es muy conveniente para la futura carrera ganarse la reputación de ser un pesado solo por haberte equivocado "a lo grande" con tus tácticas comerciales.

por un proceso inconsciente, la simpatía se basa casi siempre en la reciprocidad, y cuando a uno le gusta alguien es correspondido. Es como si percibíramos a qué grupo de personas pertenecemos, y esto también es aplicable a nuestro campo. De hecho, el fenómeno del gusto funciona de manera muy parecida y podríamos decir que el gusto es una especie de *simpatía visual*; es decir, también el interés es casi siempre mutuo en el mundo de la ilustración.

Además, uno también necesita tener una piel bien gruesa para ese tipo de peticiones de trabajo a saco (y la avalancha de rechazos que inevitablemente conlleva), y los ejemplares de la especie *illustrator* suelen carecer de este rasgo evolutivo. Por eso, lo más útil es saber de antemano qué editorial o agencia son las más "apropiadas" para tu tipo de trabajo. Para averiguarlo, puedes basar tu búsqueda en una regla muy simple.

El interés casi siempre es mutuo. Por ejemplo, cuando conocemos a alguien nuevo, resulta fácil averiguar qué impresión le estás causando al otro: solo tienes que preguntarte quién te cae mejor a ti, con quién te gustaría pasar más tiempo. Te sorprenderías:

En la práctica significa que casi siempre sucede que quienes fabrican, publican u ofertan cosas que te interesan, a menudo, tendrán un gusto similar al tuyo, de modo que es probable que tus ilustraciones despierten su interés. Y, al contrario, pronto constatarás que la editoriales que publican libros que te parecen más bien feos y carentes de atractivo visual no te van a proponer que ilustres para ellas. El gusto, como la simpatía, casi siempre es mutuo. Por tanto, confía en tu olfato.

Manda tu currículum a los sitios donde encuentres productos que te gusten.

No lo dudes: el amor, al menos el *visual*, es correspondido más a menudo de lo que piensas. :-)



Consejos sobre el portfolio

Hay cuatro necesidades humanas básicas:
el alimento, el sueño, el sexo y la venganza.

BANKSY

El portfolio es la tarjeta de visita de un ilustrador. Los clientes decidirán si quieren trabajar contigo o no a partir del contenido de tu portfolio, así que detengámonos a analizar cuáles son las cualidades que debe reunir un buen portfolio.

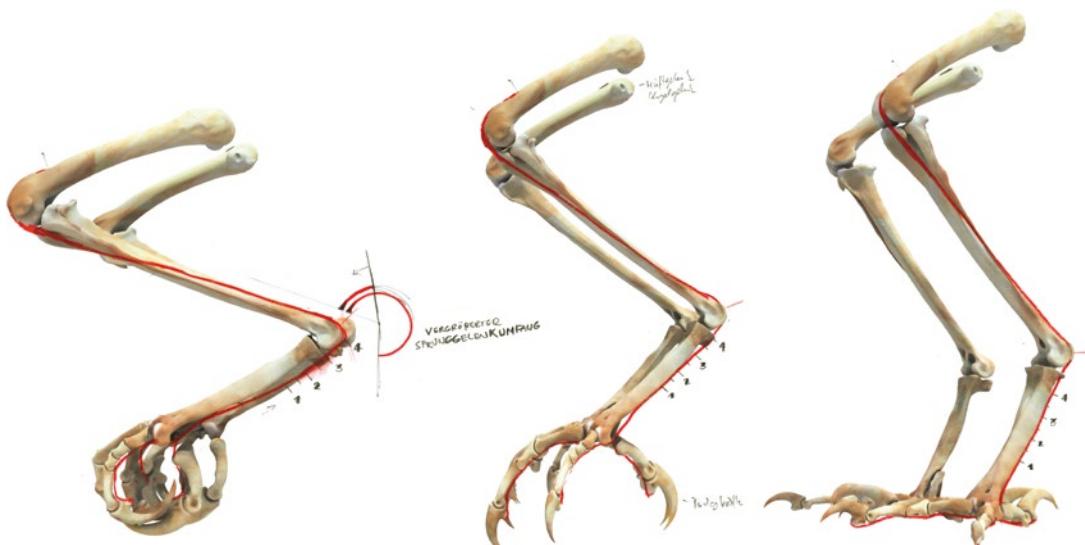
Comencemos por el aspecto exterior: "El tamaño no importa", como se suele decir. Un error clásico de principiante es presentar un portfolio que podría servir para solicitar una plaza de profesor en la universidad. Los portfolios no tienen por qué ser armastostes gigantescos. Al contrario, si vas a llevar tu portfolio a la feria del libro, lo mejor es que tenga unas dimensiones maneja-

bles. Un formato entre A4 y A3 es el más aconsejable. Si al apoyar tu portfolio sobre los libros, el estand de la feria se parte en dos, seguro que dejas un recuerdo indeleble en el trabajador de la editorial, y sospecho que no demasiado bueno.

Lo que sí es importante es que hasta el portfolio más funcional sea atractivo y cuidado.

Si presentas tus ilustraciones en un viejo archivador repleto de fundas transparentes difícilmente motivarás a tus clientes a valorar ese trabajo (cuando parece que ni siquiera tú mismo

lo valoras). ¡Venga, que tu portfolio sirva para añadir un toque de elegancia a tu presentación! Una de las mejores opciones es que te lo fabrique un profesional (no racanear en este punto). En casi todas las ciudades importantes (o en internet) puedes encontrar talleres de encuadernación. Allí podrás elegir entre cientos de colores, prestaciones y formatos, ajustar la cantidad de fundas de acetato a tus necesidades e incluso estampar tu nombre en la cubierta. El precio de un portfolio personalizado depende de sus dimensiones y prestaciones, pero en la mayoría de los casos es razonable.





Consejo

No te olvides nunca de escribir tu dirección en la cubierta del portfolio ni de tener tarjetas de visita de sobra para tu interlocutor (en las que, idealmente, hayas incluido una ilustración tuya junto a la dirección).

Ahora examinemos el interior de nuestro portfolio. Seguro que te estás preguntando: "¿Podría meter unas cuantas ilustraciones más?". Bueno, que no sea ni demasiado fino ni demasiado grueso. En mi opinión, 20 dobles páginas deberían bastar para describirte a ti y a tu estilo. Sobre todo, tienes que estar preparado para defender tu trabajo y, por eso, mejor incluir menos ilustraciones en tu portfolio que diluir una buena impresión con trabajos que no te convenzan del todo.

En el pasado, la costumbre era pegar las imágenes sobre un papel negro. Sin embargo, te aconsejaría utilizar papel blanco para evitar crear una orla tipo "esquela"; el negro "pesa" demasiado. Del mismo modo, te desaconsejaría emplear papel de colores. Los colores influirían inevitablemente en tus obras y no necesariamente de manera positiva.

Lo que sí es muy conveniente es añadir un sistema o un diseño para clasificar las ilustraciones. Por cierto, no pierdes nada por incluir el nombre del cliente o del proyecto (presumir de tener contactos importantes funciona siempre ;-)) junto a las imágenes. No obstante, asegúrate de que la tipografía que utilices para ello no compita con las imágenes, sino que encaje de forma orgánica con ellas. Lo más

recomendable es desarrollar un patrón de base y utilizarlo de manera homogénea y uniforme en todo el portfolio para que quien lo examine pueda entender rápidamente dónde encontrar la información y las distintas secciones.

Sería estupendo que tu portfolio sirviera como ilustración de tu forma de trabajar.

Incluir algunos bocetos y diseños o pasos intermedios resulta muy útil para explicar con claridad cómo abordas tus trabajos.

Además, es una buena idea presentar las ilustraciones en el contexto en el que han sido o van a ser utilizadas. Si, por ejemplo, fotografías objetos tridimensionales, una imagen de un libro abierto o pones las imágenes en relación con el texto que tenías previsto utilizar en el proyecto, el cliente verá al instante qué aspecto tendrán tus ilustraciones en contexto. Este efecto puede afinarse en la maquetación general o utilizando páginas dobles (¡hay que sacarles partido a las páginas dobles!).



Cuando te pongas a seleccionar tu propia obra, probablemente te tiente la idea de colocar tus imágenes favoritas al principio.

Un buen consejo es que te guardes algunas para el final. Por supuesto, tu portfolio debe comenzar con una de tus ilustraciones favoritas (eso hará que empieces la entrevista con una sensación de confianza en ti mismo), pero la presentación no debe perder fuerza a medida que se pasan las hojas. Probablemente, lo más inteligente sea mostrar la "mejor" imagen la primera y la segunda mejor al final.

Para empezar, piensa tu portfolio como una secuencia de páginas individuales. Pon todos los trabajos uno al lado del otro y observa cómo funciona la secuencia. Para una entrevista en persona, lo ideal es que la serie de imágenes esté ordenada por temas. No olvides presentar tu trabajo de forma variada: tras una serie de retratos podrías tal vez poner un animal, después uno o dos animales, luego tal vez podrías incluir un dibujo del natural, etc. Porque ¿sabes qué?

Un portfolio también tiene que ser entretenido.

Bien, ya tenemos la idea básica. Ahora queda abordar la cuestión de cómo llenar el portfolio de forma razonable: ¿tiene sentido tener listo un portfolio diferente para cada tipo de cliente o sería mejor intentar confeccionar uno general que nos sirva para todos? La respuesta es: prioriza. De hecho, no es muy práctico combinar tantos estilos como podemos en un único portfolio, en especial en las ferias, pues los clientes ven demasiados. No debes olvidar que tu objetivo es pedir trabajo; lo que tiene más sentido es que tu portfolio tenga una intención clara. Siempre es conveniente que cuando alguien lo examine, pueda percibir de inmediato que es fruto de una decisión consciente: debes poder reconocerte en tu portfolio.

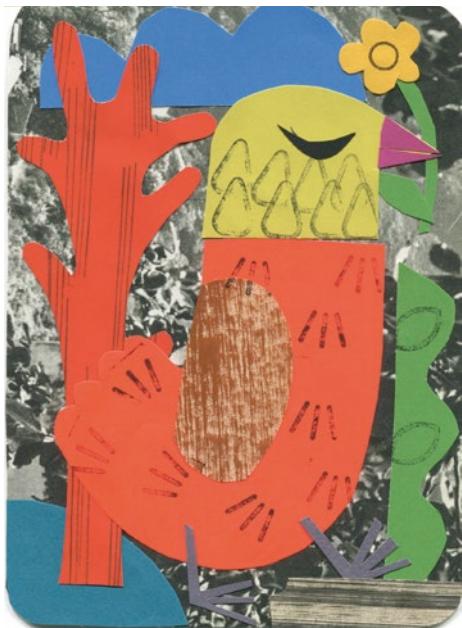
Tu portfolio debe representarte; es decir, debe representar el estilo con el que quieras conseguir el trabajo. De otro modo tendrás el problema de tener que sucumbir a ese estilo en otras ocasiones. (En el peor de los casos, te verás obligado a hacer un trabajo que no te interesa nada, de modo que tendrás que pasar por el aro en todos los siguientes encargos.) Para evitarlo, diseña tu portfolio de modo que te gusten de verdad los encargos que puedan ofrecerte. Si lo que más te gusta es cocinar comida vegetariana, no deberías pedir trabajo en un asador de carne.



Todo esto nos lleva a que, en realidad, solo deberías buscar a tus posibles clientes en los lugares adecuados. Está claro que un portfolio lleno de ilustraciones de prensa para adultos tiene muy poco sentido en la feria del libro infantil de Bolonia, del mismo modo que un portfolio de ilustraciones para libros infantiles no pega nada en una entrevista con una editorial científica. Más vale que estudies bien a tus posibles clientes. Si sacas a bailar a los clientes adecuados, no te darán calabazas.

Consejo

Nunca incluyas originales en tu portfolio. Es cierto que a veces los colores se ven mejor cuando utilizamos técnicas manuales, pero este argumento difícilmente compensaría una posible pérdida. Las reproducciones son perfectas para una entrevista de trabajo.



Portfolios digitales

Alá no cuenta los días que pasamos cazando.

PROVERBIO ÁRABE



Los portfolios digitales siguen básicamente las mismas leyes que los físicos que uno lleva bajo el brazo cuando va a pedir trabajo en persona. La diferencia principal es que nosotros no estaremos al lado del cliente para comentar nuestro trabajo mientras este lo considera. De ahí se derivan una serie de diferencias, ventajas y desventajas. De todas ellas, la más importante es esta:

Los portfolios que envíes deben ser capaces de hablar por sí solos.

Para empezar, la rotulación debe verse con claridad. También puede ser útil dotar al portfolio de un sistema de guía o un diseño que facilite el acceso y la navegación y ayude al cliente a orientarse en él mientras examina tu obra. Esto puede hacerse mediante colores, sistemas de clasificación por grupos o de miles de formas más. En esencia, tu objetivo es que el diseño transmita con claridad tu estilo sin hacerles la competencia a las propias imágenes. Lo más recomendable en este caso es utilizar una maqueta de diseño sencillo y con carácter informativo.

Puesto que no podrás comentar tus obras, también sería interesante que las ilustraciones no apare-

cieran solo como imágenes, sino que de vez en cuando se pudieran ver tal como aparecen en el producto acabado (es decir, incluir fotos de revistas, etc.). Después de todo, tus clientes "piensan" en productos. En la práctica, una fotografía de esas características dice más que mil palabras.

Para la selección de las imágenes, debes confiar en ti y en tu gusto. Los portfolios digitales deben plantearse igual que los físicos y las presentaciones: deben mostrar la imagen que deseas dar de ti y de tu trabajo y no solo pretender generar las cosas que supones que tus clientes quieren ver. En realidad, es imposible adivinar lo que esperan los demás, de ahí que solo puedo aconsejarte que no des palos de ciego, sino que incluyas en tu portfolio aquellas imágenes que realmente sientas que te representan.

¿Y cómo hacer que tu portfolio llegue a tus clientes? No tendría sentido que tu trabajo fuera a parar a manos de los becarios. Los editores de imagen en prensa, los coleccionistas de arte, los lectores de las editoriales o los propios editores son tus interlocutores. Para lograr llegar a ellos, es necesario realizar algunas pesquisas previas. Lo mejor es llamar antes e informarse de quién es la persona responsable.



Cuando la oportunidad lo permite, es conveniente consultar

también qué tipo de archivos de portfolio prefiere el cliente. Las editoriales y agencias utilizan una amplia gama de sistemas y es inteligente averiguar por adelantado cómo van a archivar tu trabajo. Algunos quieren JPG, otros PDF y unos terceros copias impresas o bocetos junto con sus respectivas versiones finales. Al fin y al cabo, los clientes son personas y, por tanto, muy diferentes entre sí. Simplemente, pregúntales.

Por cierto, un portfolio digital no debería pesar demasiado. La respuesta a la pregunta de si es aconsejable enviar un archivo adjunto de 15 MB por email es un rotundo no. Un enlace que conduzca a una descarga es mejor que un adjunto gigante. Todo lo demás sería una especie de correo basura no solicitado y sin duda produciría el efecto contrario del que quieres conseguir. También en el caso de los portfolios digitales, es mejor ser moderados respecto al volumen. Lo mejor es centrarse

en confeccionar el "portfolio adecuado" y diseñar una versión aligerada (por regla general con 15 páginas es suficiente).

Queda saber cuál de las dos opciones es mejor: ¿el portfolio digital o el físico?

La respuesta es que probablemente ambos. La mayoría de las veces lo más aconsejable es enviar de vez en cuando alguna cosa en papel junto a tu portfolio digital. Puede ser un folleto o una postal, pero, en general, una pequeña selección de ilustraciones impresas es suficiente. Un detalle clave en estos envíos en papel es que indiques en la carta que los clientes se pueden quedar los trabajos. De esta manera, te aseguras de que pasan a sus archivos (¿para qué te sirve que te los devuelvan? Tú ya conoces de sobra tu trabajo:-)).

En lo que se refiere a los portfolios enviados —ya sea en formato electrónico o copias impresas—, tienes que cerciorarte bien de que tu nombre y email aparecen en todas las páginas. Basta una pequeña línea al margen. Pudiera suceder que solo impriman y archiven unas pocas páginas de tu portfolio y, de este modo, seguirían teniendo tus datos. A veces una postal con un único motivo bonito es suficiente como recordatorio de nuestro trabajo, aunque también unos folletos más elaborados son bien recibidos.



Si eres un principiante, es buena idea hacerte un cuadernillo para presentarte a ti y a tus ilustraciones.

Puede tratarse de un simple folleto, un tríptico o una colección de postales. No tiene que ser como el *Quijote*; unas cuantas páginas en un formato manejable bastarán. Si enviamos nuestro cuadernillo por correo postal a departamentos editoriales y agencias, no tiene por qué salirnos más caro que la cuota de un archivo o un anuario de ilustradores y resulta mucho más eficaz. El dinero que invertimos en nosotros mismos siempre está bien empleado. Y los cuadernitos que no mandes, puedes regalarlos en ferias o dejarlos como tarjetas de visita. Te sorprendería saber cuántos de estos formatos conservan los clientes.

Por último, quisiera tocar brevemente el tema de las respuestas. Muchos recién llegados a la profesión se quejan de que después de los primeros envíos sucede realmente muy poco. Ese silencio nos crea inseguridad, pero es muy posible que no tenga nada que ver nosotros. A menudo se debe a la lentitud del proceso de toma de decisiones en el otro lado. Por eso, toda vehemencia es poca a la hora de recordarte la importancia de permanecer al pie del cañón.



Es decir, deberías, por ejemplo, volver a llamar a la editorial pasado un tiempo y preguntar si les ha llegado el portfolio y si les ha gustado. Nada de timidez en este momento. Los valientes serán recompensados. A largo plazo, puedo asegurarte que la cosa se vuelve más fácil con los años. Cuando lleves un tiempo presente en el mercado, los clientes ya te conocerán, y entonces tus publicaciones serán tus mejores portfolios. Pero ahora, piensa: en algún lugar hay unas personas que

están buscando exactamente lo que tú puedes ofrecer, personas que, por desgracia, no te conocen. La misión de un buen portfolio será lograr que eso deje de ser así.

Agentes y representantes

Coge el dinero y corre.

ALAN MOORE

La pregunta de si merece la pena contratar a un agente para que represente nuestro trabajo puede responderse sin temor a equivocarse con un "depende".

Cuando uno firma una alianza y, sobre todo, una alianza que es más bien un matrimonio de conveniencia, lo hace para compensar las deficiencias de uno con las fortalezas del otro. Por tanto, antes de tomar una decisión deberías plantearte esta pregunta: ¿los representantes hacen por ti algo que tú mismo no podrías hacer? Asume ese socio al que vas a implicar en tu proyecto un porcentaje del trabajo que justifica el coste? Analicemos más de cerca los pros y contras.

En el mundo germanoparlante, existen infinidad de agencias de ilustración. La mayoría son empresas formadas por una o dos personas que trabajan sobre todo en los campos de la publicidad y la prensa. Desde hace un par de años, existen también algunas agencias especializadas en el libro infantil. Las agencias suelen conseguir sus encargos gracias a contactos personales con clientes, contactos que van consolidando con el trato continuado. A la posibilidad de que nos consigan trabajos gracias a sus contactos se suma la incorporación en un fichero actualizado, la presencia en internet y la publicación de folletos y, en algunos casos, incluso de anuarios.

La eficiencia de las agencias es un tema de acalorado debate entre los ilustradores.

También en este caso es aplicable el dicho: no hay dos agencias iguales. Como me gusta decir, en especial las agencias más conocidas realizan un excelente trabajo representando a sus clientes. Coordinan las reuniones de información, te comunican los problemas del encargo y prestan a "sus" ilustradores un servicio regular y bien pagado. Además, pueden revisar los contratos y ocuparse de que nos abonen nuestros honorarios en caso de que

tengamos dificultades con algún pago. En definitiva, protegen y promocionan a sus clientes y prestan servicios bastante útiles por el porcentaje que solicitan por su trabajo. Ciento es que precisamente las agencias "buenas" son remisas a incluir en su portfolio a todos los ilustradores que desean trabajar con ellas. Prefieren ilustradores con un estilo distintivo y vendible. La clave a ese respecto es esta: las agencias venden lo vendible. Así, surge la paradoja de que a menudo las agencias solo representan a aquellos ilustradores que, por su reputación y por su estilo fácil de recordar, no tendrían demasiadas dificultades para entrar en el mercado. Ahora bien, también es obvio que las agencias necesitan mantener una cartera con un volumen manejable y que ellas mismas tienen que hacerse un nombre. Por todo ello, y sobre todo para los recién llegados, formar parte de una agencia de buena reputación realmente merece la pena.





El porcentaje medio exigido por la mayoría de las agencias se encuentra entre el 15 y el 25 % de los ingresos procedentes de aquellos trabajos en los que hacen de intermediarias (en algunos casos el porcentaje llega incluso a un tercio). De buenas a primeras, puede parecernos mucho, pero también aquí es necesario hacer distinciones: no es raro que lo que te cuesta el agente sea nada más y nada menos que el dinero extra que hayas ganado gracias a que ellos negocian mejor que tú. Sobre todo en encargos para publicidad, el margen de negociación puede ser muy grande y muy pocos colegas conocen suficientemente los entresijos del negocio como para saber valorar con exactitud el potencial de cada uno de los encargos.

A menudo, la habilidad del agente compensa el 25 % que puede costarnos.

De todos modos, en algunos casos el porcentaje no es tan elevado, en especial en el mundo editorial y de los medios de comunicación, donde casi siempre

existe una especie de porcentaje fijo. En este caso, los agentes tampoco pueden obtener un porcentaje superior y deberás descontarte realmente el 25 % de tus honorarios.

Además, es importante saber que muchas agencias funcionan con acuerdos que el ilustrador debe estudiar con detenimiento. Son comunes las cláusulas que establecen un compromiso exclusivo y a largo plazo con las agencias (generalmente de dos años y más), durante los cuales la agencia se asegura los derechos de representación exclusiva de sus clientes. Las agencias argumentan al respecto que incluyen esas cláusulas porque en las primeras etapas han tenido que "ir haciendo crecer" a los respectivos ilustradores. Sin embargo, no pocas veces esta dependencia lleva a los ilustradores a situaciones muy difíciles.

Siempre que la agencia consiga buenos trabajos, no habría mucho que objetar; pero si no es el caso, la cosa enseguida empieza a torcerse. Muchas agencias se reservan una comisión también en aquellos trabajos en los que no han mediado, en encargos derivados de trabajos con clientes captados en el pasado.

Mi consejo sería aclarar lo máximo posible las condiciones del contrato. De lo contrario, es fácil que la colaboración con una agencia dé lugar a conflictos. Para evitarlo recomendaría sobre todo aplicar una "regla sobre antiguos clientes"; es decir, incluir en el contrato una cláusula que especifique que todos los trabajos que realices para clientes anteriores a la firma del contrato no tendrán comisión para la agencia.

Los agentes de confianza cobran solo el porcentaje de aquellos encargos que realmente hemos obtenido gracias a su mediación.







Consejo

Como con todos los contratos, también cabe recordar que los contratos con las agencias no son nada más que la transcripción de los términos y condiciones de la relación comercial y, por tanto, pueden negociarse. Ten cuidado de no caer en ninguna trampa si te ofrecen un contrato previamente formulado y aprovecha tu margen de maniobra para estipular las condiciones.

En general, las agencias han perdido importancia desde la llegada de internet, al igual que los anuarios, por el fácil acceso que se tiene a las imágenes. A menudo, hoy se pueden obtener acuerdos más ventajosos en las negociaciones con las agencias que hace años. En especial, hay que estar prevenidos ante posibles trampas: entre otras cosas, los acuerdos con los agentes deberían ser rescindidos con un preaviso de tres meses, es importante incluir unas reglas sobre antiguos clientes y comprobar que no nos impongan un coste adicional desproporcionado por los anuarios.

Otra posibilidad sería también que solo necesitaras los servicios de una agencia para un campo específico de tu negocio. Por ejemplo, un representante puede ser especialmente útil en áreas en las que te resulte más difícil contactar con clientes potenciales. El mercado exterior es un buen

ejemplo de ello. En el entorno anglosajón, en Reino Unido y en Estados Unidos, el modelo más común es trabajar a través de agencias, y en ese caso tiene sentido utilizar sus servicios.

Digamos que ya conoces a la mitad del mundillo del mercado editorial, pero de vez en cuando te gustaría hacer algún encargo en publicidad. Para este nicho, sin duda sería deseable buscar la colaboración de un agente.

Solo tiene sentido contratar a las agencias cuando de verdad las necesitamos.

No obstante, tan pronto como tu representante muestre escasa iniciativa y te veas obligado a recurrir a la autopromoción en la mayoría de casos, puedes dejar de trabajar con la agencia y vender tu trabajo por cuenta propia mediante tu portfolio digital. En conjunto, quédate con esta idea: “depende”. Todos somos distintos e igualmente distintas son nuestras necesidades y posibilidades.





Archivos de ilustración

Mamá te tendrá bajo sus alas; no te dejará volar,
pero podría dejarte cantar.

PINK FLOYD, *MOTHER*, 1979

Además de los agentes, quienes se dedican a buscarnos clientes, hay otra gente que presta servicios en nuestro mercado y que compite con ellos en la promesa de conseguirnos encargos. Los archivos y los anuarios de ilustración atraen a los ilustradores con la oferta de facilitarles la fastidiosa labor de captar nuevos clientes. En la mayoría de los casos el trabajo de los archivos consiste en presentar tus imágenes en lugares donde se reúnen los clientes (por ejemplo, en ferias) o enviar tus ilustraciones en forma de un anuario a clientes potenciales.

Por desgracia, lo que a primera vista puede sonar estupendo, analizado en detalle presenta algunos inconvenientes: para empezar, en general este tipo de presentación tiene tarifas dolorosamente caras, tarifas que, al contrario que con las agencias, hay que abonar siempre, y no solo cuando nos consiguen un

trabajo. En el mundo de los ilustradores se debate mucho sobre la utilidad de estos archivos, y más cuando a estos últimos no les interesa demasiado estudiar de una manera neutral la eficacia de su oferta. No obstante, su propia existencia sirve para demostrar que, al menos para ellos, el modelo de negocio sí funciona (probablemente no te interese abrir otro archivo, pero sí saber si te merece la pena inscribirte en ellos como ilustrador).

Para conocer mejor el tema, es útil echar un vistazo a foros y blogs donde los ilustradores exponen sus experiencias.

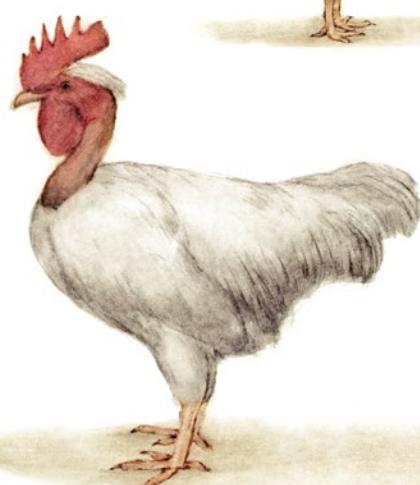
En resumen, las opiniones están divididas, pero, aunque hay colegas que de vez en cuando consiguen encargos a través de los archivos, hay que decir que, en un porcentaje abrumador de los casos, la respuesta fue *no, nein, njet, nej, não, hayir, NXX, non*.



Todo esto se debe ante todo a la naturaleza de los encargos que se generan a través de los archivos: entre los colegas a menudo se escucha decir que se trata principalmente de trabajos mal pagados que han ido a parar a los archivos por esa misma razón, porque en el "mercado principal de trabajo de la ilustración" se consideraban "difíciles de colocar". Además, se suele criticar la estructura del modelo de negocio: los archivos ingresan beneficios en todos los casos, independientemente de si han conseguido encargos o no. Por ello, tampoco les interesa garantizar la calidad de sus representados, sino más bien conseguir el mayor número posible. De hecho, el sistema de selección en estos archivos es caótico. Muchos colegas dicen que la inicial de su apellido influye más en las peticiones de trabajo que el propio trabajo en sí. Al parecer, los ilustradores con apellidos que empiezan por A reciben bastantes más encargos que aquellos cuyos apellidos empezaban por X, Y o Z.

El lema de casi todos los archivos es "cantidad en lugar de calidad", y esto va en detrimento de la calidad.

En general, uno tiende a suponer que al participar en una exposición, por ejemplo, si uno es el "mejor" de los artistas expuestos, su obra destacará por encima del resto. Nos viene inmediatamente a la cabeza la idea de que al estar rodeado de competidores más débiles uno va a ser "descubierto". Por el contrario, la experiencia demuestra que para nada es útil ser el rey de los ciegos. Nos contagiemos de lo que nos rodea, así que si presentas tus obras en una exposición con otros colegas de menor calidad, también tu trabajo parecerá peor, mientras que unos buenos vecinos contagiarán tus obras con su halo positivo.





No se trata en ningún caso de un fenómeno exclusivamente óptico o estético. Tu obra probablementeatraiga menor atención si está en una exposición mediocre porque, como es natural, a las malas exposiciones va menos gente que a las buenas. Lo mismo es aplicable a los anuarios y los archivos. En concreto, estos últimos suelen buscar a sus clientes entre los colegas semiprofesionales, sin experiencia.



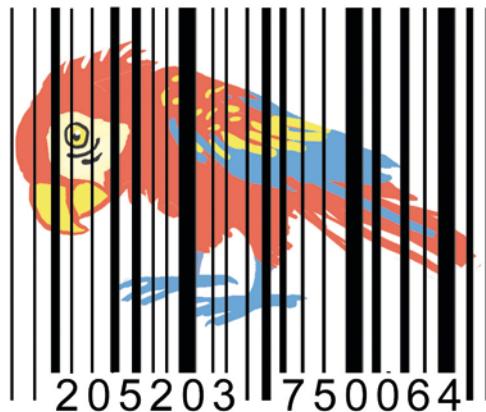
Puede que estés gastando tu dinero para desaparecer en un marasmo de malas ilustraciones.



El archivo no tiene ningún problema con todo esto, pues su fuente de ingresos son las cuotas y no la obtención de clientes. La razón por la que, a pesar de todo, los archivos disfrutan de cierta aceptación (por ejemplo, entre las editoriales de libros infantiles) es menos la calidad que la comodidad. Los archivos ayudan a que los clientes potenciales echen una ojeada rápida a un montón de trabajos para separar la paja del trigo. Los clientes (por ejemplo, los editores de libros infantiles) se ahorran tener que decirle a la cara a los ilustradores que nos les interesan para su proyecto. Por supuesto, esto es conveniente para los clientes, porque pueden elegir las ilustraciones que más les gustan sin dedicarles tiempo a los ilustradores.

Llevándolo al extremo, este modelo puede provocar el obsceno fenómeno de que, sobre todo en el caso de ilustradores noveles, se pague a los archivos precisamente porque allí no se arriesgan a obtener críticas sobre la calidad de su obra.





En pocas palabras: los archivos son más útiles para los clientes, pero están subvencionados por los ilustradores, de ahí que debas utilizarlos con precaución, por muy presentes que estén en las ferias.

A menudo pasa algo parecido con los anuarios, aunque no siempre, razón suficiente para analizarlos también con cuidado.

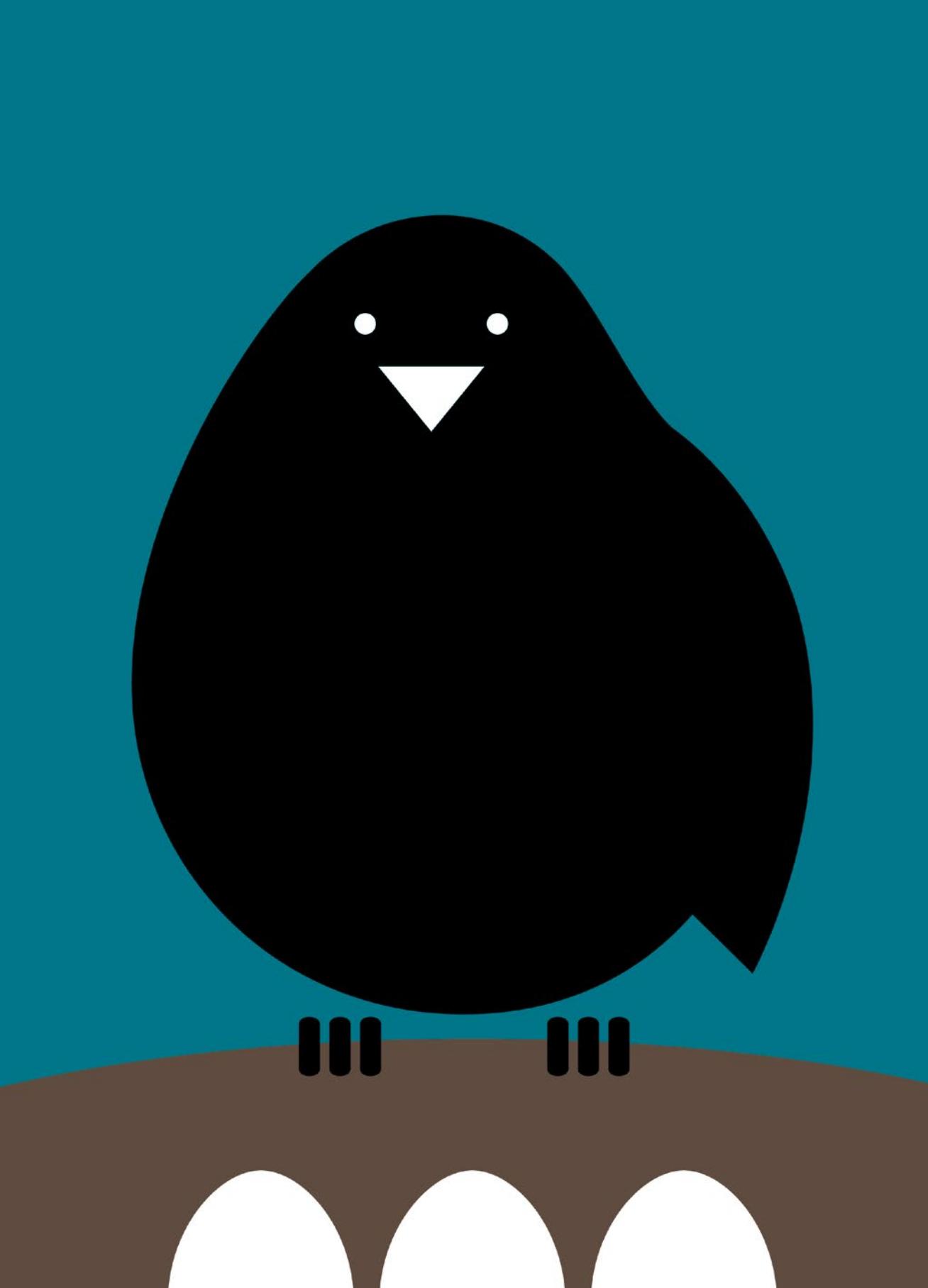
De hecho, todo depende del catálogo del que estemos hablando. Resulta que, al contrario que en la mayoría de archivos, la selección de ilustradores en los catálogos es muy cuidadosa, pues, por lo general, se elaboran mediante jurado. Esto se debe en parte a los costes de impresión y de envío de los ejemplares de muestra, pero sobre todo a la pérdida de reputación a la que se arriesgarían muchos anuarios si solo apostaran por la cantidad. Así, algunos anuarios, especialmente en el mercado anglosajón, resultan muy prácticos. De hecho, no pocas carreras internacionales han comenzado con publicaciones en revistas como 3x3.

Por otro lado, también es evidente por qué los anuarios son especialmente útiles para las relaciones comerciales con el extranjero: la mayoría de los archivos de ilustración nacionales que

presentan tu trabajo suelen llegar exclusivamente a personas con las que tú mismo podrías hablar con un poco de esfuerzo de tu parte. Sin embargo, no está tan claro que consiguieras llegar a una revista de la costa este de Estados Unidos. Eso hace que los anuarios a veces resulten aliados muy útiles para comercializar nuestro trabajo, sobre todo porque el coste de ser incluido en los catálogos de prestigio suele ser razonable. En esencia, respecto a los archivos y anuarios es aplicable lo mismo que respecto a las agencias:

Puede ser útil formar parte de un archivo, pero solo si es capaz de generar encargos de clientes a los que tú mismo no podrías acceder.

En caso contrario, deberías invertir tu dinero en otra parte, por ejemplo en envíos personalizados o en la cuota de socio de alguna asociación profesional, pues también esas asociaciones suelen tener archivos o publicar anuarios. Además, en estos casos puedes estar seguro de que tu cuota se invierte en servicios que realmente te benefician (como, por ejemplo, defensa jurídica), en lugar de desaparecer en la cuenta de una empresa privada.



PRICE \$3.50

MAY 13, 2002

THE NEW YORKER



BASE
MAN

Proyectos propios

Entonces será mejor que empieces a nadar o te hundirás,
como una piedra, por las veces que cambian.

BOB DYLAN, *THE TIMES THEY ARE A-CHANGIN'*, 1964

Para decirlo de una manera sucinta: en las artes, la iniciativa propia siempre es buena idea. No importa si escribimos un cómic o un libro de cocina, si creamos *pop-ups*, un juego o llenamos una guía de viajes con dibujos hechos *in situ*... ¡Combinar nuestro talento con nuestros intereses siempre da sus frutos!

Míralo de esta manera: bastante a menudo, cuando nos enfrentamos a un nuevo trabajo, nos planteamos si el tema realmente nos interesa (y bastante a menudo nos vemos obligados a hacer grandes concesiones en ese sentido). Sin embargo, nuestros proyectos propios siempre encajan con nuestros gustos ;). Uno no se plantea proyectos propios sobre algo que no le interesa.

No es ninguna coincidencia que quienes llevan adelante sus propios proyectos sean a menudo los que más éxito tienen.

Todo empieza con la combinación entre imagen y texto: muchos ilustradores famosos son tan conocidos por sus imágenes como por los textos que las acompañan. Los ilustradores que escriben sus propios libros (por ejemplo, en el campo del libro infantil) a menudo son quienes producen los resultados más convincentes.





En el fondo, la ilustración no consiste más que en el placer de contar historias con imágenes y, por eso, la mayoría de los ilustradores tiene cierto talento narrativo (a menudo aún por descubrir).

De dibujar a narrar no hay más que un paso, pues ambas artes están emparentadas. De hecho, numerosos escritores tienen algún tipo de formación visual (por ejemplo, Cornelia Funke, la autora de *Corazón de tinta*, estudió Ilustración en Hamburgo).

Y al igual que sucede de la imagen a la palabra, también hay solo un paso de la idea al proyecto. Las animaciones, los pop-ups, los juegos y otros muchos artilugios ilustrativos ofrecen un rico campo para los más aventureros. Además, atrevernos a dar ese paso nos beneficia desde muchos puntos de vista: adquirirnos un estatus diferente al no trabajar siguiendo instrucciones ajenas y acometemos nuestros "propios temas" con más pasión, algo que acaba reflejándose en la calidad del trabajo. No cabe duda de que al ver un proyecto se nota con cuánto cariño o hastío lo hemos hecho.





Por regla general, los proyectos propios son buenos porque son importantes para nosotros.

Por cierto, tampoco podemos ignorar que, al ser publicados, los proyectos propios están mejor remunerados. Por ejemplo, en el ámbito editorial, los honorarios se duplican.

Es bien conocido que los editores de libros infantiles agradecen mucho si, junto con tus ilustraciones, les ofreces también una historia que las acompaña, al igual que las revistas, las editoriales de juegos, de libros juveniles, de cómic o de libros de regalo.

Además, de ese modo el éxito está garantizado, porque, aun cuando desde el punto de vista económico quizás no nos hayamos forrado, habremos hecho algo que nos interesa de verdad. ¿Cuántas veces creamos unas imágenes preciosas para que los demás sueñen con ellas y tampoco nos reportan grandes beneficios?

Sobre todo con los proyectos propios, hacemos algo para nosotros, y puede que ese sea el mayor de los beneficios.

Trabajos para comer y doble identidad

Yo mismo todavía me comprendería
si prefiriera verme grande y solitario,
pero vi a tales personas desde cerca
y me dije: eso tendrás que reprimírtelo.

BERTOLT BRECHT, *LA ÓPERA DE LOS TRES CENTAVOS*, 1928

? Una cursilería de color rosa para un libro de contabilidad? ¿Una figura simpática para una tienda de cocinas de lujo? ¿La fachada de una casa para un arquitecto? ¿Lani la oveja lanuda se va por el mundo? Bienvenido a la realidad del mundo de la ilustración. De hecho, la pregunta es: ¿cómo lidiar con encargos que no nos entusiasman? ¿Son bienvenidos o los aceptamos con grandes reparos? No es de extrañar que la mayoría de nosotros tengamos ciertas reservas con aquello que solemos llamar lacónicamente "trabajos alimenticios". Al fin y al cabo, todos queríamos ser un poco artistas y compartíamos el deseo de trabajar en el mundo del arte y la creatividad.



No tengo nada en contra de ganar dinero, pero ¿con cosas que no son nada interesantes? No nos engañemos: los trabajos alimenticios hieren nuestro orgullo y rápidamente nos sentimos degradados. Por otro lado, ¿por qué demonios no vas a aceptar trabajos alimenticios? Porque igual de fácil que nos resulta decir que uno debe ser fiel a sí mismo y que nunca debería vender su alma al primer diablo que se le cruza, nos cuesta entender por qué eligiendo la carrera de ilustrador debemos necesariamente estar condenados a ser unos artistas del hambre. Somos pocos los que solo tenemos clientes guays con encargos guays y solo un par de colegas han sido bendecidos con la herencia de una tía rica. Entonces, ¿un trabajito para una empresa de azulejos? ¿Es la vanidad una estupidez? La solución se encuentra en el término medio: pues claro que no pasa nada por dibujar una mascota monísima para una tienda de cocinas o por vivir de unos unicornios rosas durante un tiempo (al menos, seguimos dibujando, y no trabajamos para la industria armamentística). Sobre todo al principio, las concesiones son gajes del oficio.

El factor decisivo es no instalarse definitivamente en una cadena interminable de concesiones.



De hecho, los trabajos alimenticios deben servir solo para dicho propósito. Lo mejor es imaginar de nuevo el modelo de tríada:

Un trabajo puede reportarnos fama y gloria, generar dinero y divertirnos.

Que los tres factores de la tríada sean positivos es algo que no sucede demasiado a menudo. En la mayoría de los casos, uno de los tres domina y, en proporción directa, los otros dos salen peor parados, así que hay que contar con que un trabajo que nos reporta fama y gloria (un cómic o algo similar) no esté demasiado bien pagado. Y al revés, podemos aceptar que un encargo que nos genera importantes beneficios nos divierta menos, o que otro realmente interesante nos lleve una cantidad inusual de trabajo.

En resumen: claro que estamos dispuestos a hacer concesiones, si como mínimo uno de los tres factores funciona como es debido. Una cuestión importante es que, en realidad, estos factores influyen entre sí. Si todos tienen un lado negativo, hay algo que no funciona. Y ahí tenemos la respuesta al tema de los trabajos alimenticios: deben estar bien pagados, y ahí reside la clave de la motivación con la que abordarlos.

Por regla general, cuanta más responsabilidad conlleve un trabajo, cuanta más curiosidad, diversión e ideas propias aportes a un encargo, más divertido te resultará hacerlo. Y cuando te diviertes trabajando, cuando abordas un encargo con entusiasmo y ánimo lúdico, puedes hacerlo todo. Sin embargo, cuando no tienes ni interés ni curiosidad por experimentar, trabajar se hace muy cuesta arriba. La motivación lo es todo, y justo eso es lo que les falta a los trabajos alimenticios; su única motivación posible es el dinero.



Por eso, debemos enfrentarnos a este tipo de trabajos de modo que no sintamos que perdemos el tiempo. Aplicar la fórmula "trabajo mientras me dé para comer, por el dinero que necesito" es caminar derecho hacia la esclavitud. Idealmente, con un trabajo alimenticio debes generar mucho más: el valor añadido obtenido debe ayudarte a desarrollar capacidades para llevar a cabo las ideas creativas que dejaste abandonadas durante el tiempo en que cumplías con el encargo. El consejo, por tanto, es: cógelos, sí, pero no a expensas de otros trabajos creativos, sino en su beneficio. Utilízalos para realizar tu gran proyecto de cómic, por ejemplo.

Consejo

Crea un seudónimo para estos trabajos alimenticios. Si quieras dibujar cursilerías de color rosa, adelante, pero el seudónimo evitará que, a la larga, esas cursiladas arruinen tu reputación.

¡Aquí estoy!

Nunca pertenecería a un club que admitiera como socio a alguien como yo.

GROUCHO MARX



Recibí una lección temprana sobre la confianza en uno mismo durante un viaje escolar a finales de la década de 1970.

Un autocar repleto de alumnos de sexto curso de regreso tras la visita a la presa del lago Éder, una excursión al campo con posterior recorrido por la frontera entre las zonas de ocupación. Niños haciendo ruido, 16:30.

En la parte trasera del autocar, todos rodeábamos al héroe de clase, un líder con plena confianza en sí mismo, radiante, alegre y con un rostro nimbado por unos encantadores rizos: el centro indiscutible del grupo. Yo, con escasa confianza en mí mismo y miembro suplente dentro la jerarquía escolar, me sentía orgulloso de poder sentarme a su lado y participar en la escena. Contábamos chistes,

charlábamos y nos refámos. El gracioso príncipe atendía a sus súbditos y todos estábamos pendientes de sus palabras. Una broma tras otra. Envalentonado por la inusual cercanía al poder, decidí probar mi suerte en una pausa del discurso: contaría un chiste que sabía que me granjearía el respeto y reconocimiento de todos. Me lancé y... me estrellé. ¡Nadie se rió! Silencio desconcertante entre el público. ¿Había contado el chiste en voz muy baja?

Pero entonces sucedió algo asombroso: el héroe me robó el chiste. Lo repitió prácticamente como si lo hubiera inventado él... y, para mi sorpresa, todo el mundo se echó a reír a carcajadas.

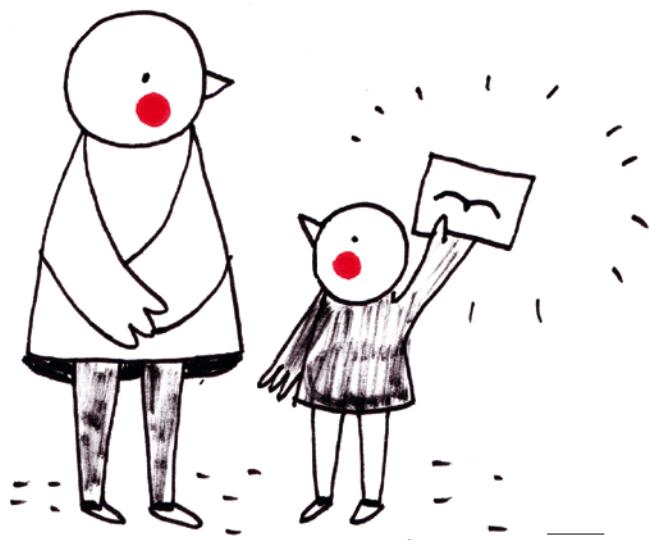
“Porque algunos están en la oscuridad y otros están a la luz y vemos a los que están a la luz y a los que están en lo oscuro, no”, dicen en la *Ópera de los tres centavos*.

La confianza en uno mismo, el reconocimiento y la afirmación son temas muy difíciles para muchos artistas, y no solo en lo que se refiere a la remuneración, al reconocimiento traducido en dinero. Es un tema difícil en general. El reconocimiento (o la lucha por conseguirlo) es uno de los motores más importantes de nuestro trabajo, aunque a menudo no somos del todo conscientes de ello. Lo que llamamos "ambición" es a menudo solo el deseo de ser oído, visto y reconocido. Al mismo tiempo, por desgracia, el reconocimiento es justo la argolla de la nariz por la que nos podemos dejar arrastrar en nuestra carrera profesional si no nos andamos con ojo, pues muchas veces en el deseo de reconocimiento subyace el deseo inconsciente de reparar a través del arte todas las humillaciones pequeñas y grandes que han empañado nuestras biografías. La realidad innegable de que a veces aceptamos de buena gana honorarios claramente ridículos a menudo se basa en ese anhelo de reparación.

La actitud de querer obtener atención y reconocimiento a cualquier precio nos hace ser vulnerables al chantaje.

El fenómeno no es nuevo: es habitual que los artistas asuman papeles de *outsiders* (tal vez simplemente para evitar competir con personas alfa, a quienes, digámoslo así, les gusta llevar la voz cantante :-)) para reivindicar desde los márgenes. Sin embargo, con el tiempo ha ido surgiendo toda una industria que vive precisamente de este tipo de personas: portales como Tumblr nacen únicamente del deseo de los seres humanos de obtener atención y reconocimiento. Internet está lleno de artistas... de artistas solitarios, y merece la pena reflexionar sobre ello, dado que casi podría considerarse un fenómeno social. Un primer síntoma sería la gente joven que se deja despellejar en programas

de televisión por gente que nadie querría conocer o cuya opinión a nadie le importaría un pimiento en circunstancias normales. Pero la cosa no se limita solo a esos ámbitos: en nuestra industria no es raro ver cómo algunos ilustradores son esclavizados con la mera insinuación de que en algún momento —para que aguanten el tiempo suficiente— podrán conseguir un puesto al mando (manadas de becarios sin sueldo del campo del diseño podrían contarnos un par de cositas sobre el tema). Algunos clientes parecen casi convencidos de que nos harían un favor si nos dejaran trabajar para ellos. Y los déficits descritos se utilizan claramente para mantener bajos los precios y los salarios.





Length 3 ft.
Wingspan 3 ft.
Tail feathers
Height 2 ft.

Black-necked Booby or Sula Bird
Sula dactylatra
See a small drawing

La cosa no sería tan terrible si todos nosotros —es decir, toda la industria— fuéramos una gran comunidad solidaria. Sin embargo, por desgracia a menudo nos enfrentamos a estos sacrificios en la más completa soledad.

¡Porque resulta que todos los que han tenido algo que ver con los productos que nosotros creamos ganan dinero con ello!

Ningún redactor, ningún fabricante de papel y ningún editor, ningún impresor y ningún vendedor trabaja gratis. Y evidentemente tampoco hay motivo alguno para que lo hagan, ya que con sus productos se genera dinero.

La confianza en uno mismo se tiene o no se tiene. O, mejor dicho, es algo que nadie nos puede enseñar, y ahí radica parte del problema. Si sucumbes a la tentación de compensar tus déficits afectivos a través del arte y la atención asociada a este (mamá no me quería lo suficiente, así que, para compensarlo, ahora todo el mundo me tiene que querer), es obvio que tu única opción es hacerte estrella del rock o vivir en la más profunda desesperación. Por desgracia, la mayoría suele conseguir solo lo segundo.

Porque la falta de confianza en uno mismo y en su trabajo es precisamente uno de los principales problemas (quizás el mayor) al que deben enfrentarse muchos artistas. Al mismo tiempo, el desesperado deseo de querer “conseguirlo a toda costa” impide encontrar una solución realista al dilema. Entonces, ¿qué hacemos?

Sin duda lo más importante es conocerse un poco más a uno mismo. Enfréntate a tus demonios, pregúntate: ¿qué es lo más importante para mí y en qué campos puedo alcanzar felicidad y satisfacción sin que me tomen el pelo? (Los profesionales nos pueden aconsejar, y no supone ninguna vergüenza,

sino que es una gran idea buscar ayuda cuando notas que has vuelto a tropezar con la misma piedra.) Por cierto, algo que me parece muy necesario es aprender a ver la profesión de una manera más pragmática.

El hecho de querer recibir elogios es completamente natural, pero solo de elogios y reconocimiento no se puede vivir.

En este sentido, a mí siempre me ayuda imaginar cómo se enfrentan en otras profesiones a las cuestiones del rendimiento, el reconocimiento y los negocios. Por ejemplo, puedo poner la mano en el fuego de que el carnicero de la esquina se indignaría mucho si le propusieras pagarle sus productos con reconocimiento en lugar de con dinero, por más que luego le prometieras: “Si me como esta salchicha delante de tu tienda, serás famoso. Todo el mundo verá cómo disfruto de la salchicha y entonces podrás cobrársela más cara al próximo cliente”.

Tampoco tu casero dejaría que vivieras gratis en su piso solo para que otros inquilinos puedan ver que la casa es un buen lugar para vivir. ¿Qué pasaría si la próxima vez que fueras a un restaurante pidieras cinco platos, los probaras para poder elegir uno y quisieras pagar solo ese?

A veces es útil imaginar cómo reaccionarían en profesiones “normales” ante ofertas que aceptamos a veces incluso de buen grado. (Por cierto, aprende de sus reacciones cómo debes responder a esas propuestas.) El paso siguiente, por supuesto, sería asegurarnos de cambiar *nuestra* conducta en tales situaciones.



¿Te arrepientes alguna vez de no haberte metido de aprendiz en un banco?

El sol ya se ocultó y a oscuras nos dejó,
pero no nos importa, porque nosotros somos la luz.

CANCIÓN TRADICIONAL DE LOS SCOUTS



Te arrepientes alguna vez de no haber entrado a trabajar en un banco? ¡Ay, Dios!
Claro que la vida de artista no siempre es fácil, pero recuerda que es la que tienes y que cada momento vivido pasa y se pierde para siempre.

Esa es la razón por la que hacemos arte. El arte nos brinda la oportunidad de ralentizar por un instante el tiempo que se nos escapa entre los dedos.

Al hacerlo, lo cargamos del momento del hacer. Creamos un pedazo de perdurabilidad, logramos que nuestra visión del mundo permanezca mientras el tiempo se esfuma a nuestro alrededor. Cada segundo que pasa es una ganancia o una pérdida. No malgastes el tiempo que tienes de vida. El trabajo que hacemos a veces es difícil, prolíjo y mal pagado, pero es hermoso.

No te arrepientas de no haber entrado a trabajar en un banco.

Si hubieras entrado a trabajar en un banco, en el peor de los casos podrías despertarte un día y darte cuenta de que no has hecho nada más que dinero. Los ilustradores, por el contrario, hacemos algo nuevo, añadimos algo al mundo en lugar de consumir algo del mundo. Hacemos el mundo más hermoso y más lleno de significado.

Ilustrar significa iluminar.
¡Haz que brille!

SO **HAPPY**
to HAVE A
FRIEND
—
LIKE
YOU



En la portada de un libro solo aparece el nombre del autor, pero en realidad debería incluirse también el de todos aquellos sin los que el libro no habría sido posible. Me gustaría dar las gracias a todas las personas que me han ayudado de alguna forma, con su asesoramiento y asistencia, pero también con su paciencia, sus tés y alguna cena que otra, sin quienes este libro nunca se habría terminado o habría sido mucho más tonto.

Ante todo me gustaría expresar mi agradecimiento a los colegas que pusieron sus ilustraciones a mi disposición sin dudar un instante y me enviaron todos los pájaros que ahora habitan esta obra. Sin vosotros habría sido un auténtico coñazo y solo vuestro arte hace que el libro tenga sentido. ¡Gracias! También quiero dar las gracias a mis estudiantes de la Fachhochschule de Münster, porque ellos también han contribuido con algunos pájaros.

Y por supuesto, mil gracias a mis amigos, que me recondujeron una y otra vez al buen camino. Gracias por su paciencia, pero también por sus despiertas inteligencias, a Aljoscha Blau, Andreas Bornemann, Johannes Frank, Marcus Herrenberger, Dieter Jüdt, Nora Marleen, Wiebke Lang, Rüdiger Quass von Deyen, Andreas Rauth, Meike Staats y Thomas Winckler.

Mi agradecimiento también a la Illustratoren Organisation (IO), que me ha apoyado en todo momento, a su junta directiva y, en particular, a Juliane Wenzl y Tim Weiffenbach, quienes me dieron grandes consejos y sugerencias y deben perdonarme por bombardearlos a preguntas.

En especial, me gustaría aprovechar esta ocasión para expresar mi agradecimiento al vicepresidente de la IO, Jens R. Nielsen. A lo largo de muchos

meses, Jens ha compartido conmigo su experiencia y conocimientos especializados (sobre todo, en lo que respecta a las complicadas cuestiones legales), y puedo decir que buena parte de este libro se debe a él.

Gracias de corazón a Christiane Steen, que ha revisado minuciosamente todos los capítulos, corrigiendo errores ortográficos y aligerando mi galimatías, y que me acogió en su cocina de Hamburgo con buena comida y veladas deliciosamente entretenidas.

También me gustaría dar las gracias a mis editores Karin y Bertram Schmidt-Friderichs por sus ingeniosas ideas y por su amistad, pero también por mostrar tanta pasión y dedicación por la ilustración; al equipo de la editorial Hermann Schmidt y por supuesto a las dos asistentes Katja Gendikova y Pia Neumann, que también han contribuido al éxito de este proyecto. Mi agradecimiento también a Karoline Deißner por su meticulosa corrección de pruebas y a Sandra Mandl, Sabine Romanowsky y Jule Schlegel, quienes han pulido al máximo el libro en sus etapas finales.

Por último, me gustaría agradecerle una vez más a mi familia y a mis amigos su paciencia y dar las gracias a todos aquellos que no he mencionado pero que fueron importantes en el proceso de creación de este libro.

*De hecho, este es vuestro libro y mi participación en él es pequeña.
Yo solo lo he escrito.*

**¡Mil gracias por vuestra ayuda!
¡Mil gracias a todos!**

Índice de los ilustradores

a

- Claus Ast **74**
Atak **105, 198**
John James Audubon **184, 212**

b

- Kono Bairei **116**
Hans Baltzer **81, 83, 146, 182–183**
Gary Baseman **204**
David von Bassewitz **85**
Lou Beach **27, 29**
Orit Bergman **37, 138, 189**
F. W. Bernstein **75**
Larissa Bertonasco **19, 118, 147, 179**
Aljoscha Blau **81, 100–101, 102–103**
Jörg Block **191**
Claudia Boldt **208–209**
Jutta Bücker **40**
Nadja Budde **12, 13**
Timothy Bush **98, 196**

c

- Noah Carev **186–187**
Jim Cohen **119, 120**
Els Cools & Oliver Streich **223**

d

- Sonja Danowski **200–201**
Henrik Drescher **174, 175**
Jean Manuel Duvivier **216**

e

- Elke Ehninger **17**
Tom Eigenhufe **19**
Wolf Erlbruch **22–23**

f

- Anke Feuchtenberger **72, 73**
Max Fiedler **28, 36, 54, 55, 159, 173, 178**

g

- Hannes Gaab **176–177**
Katja Gehrmann **38–39**
Conrad Gesner **48, 112–113**
Erhard Göttlicher **79**
Katharina Grossmann-Hensel **151, 177**

h

- Astrid Haas **206–207**
Claudia Hahn **88, 104**
Katharina J. Haines **36, 203**
Olaf Hajek **35, 138–139**
Stefanie Harjes **16**
Kristina Heldmann **24, 190**
Ute Helmbold **89, 90–91**
Lars Henkel **48, 125, 127, 128**
Marcus Herrenberger **56–57**
Herbert Holzing **36**
Daniel Horowitz **46**
Dorothea Huber **32–33**
David Hughes **82, 84, 160, 162**

j

- Bernhard Jäger **80**
Omar Jaramillo **99**
Hendrik Jonas **5, 108–109**
Dieter Jüdt **58, 59, 193**
Alexandra Junge **7, 18**
Frederik Jurk **214**

k

- Katja Kamm **31**
Keren Katz **69**
Saskia Keultjes **210, 211**
Constanze von Kitzing **110**
Martin Kleingräber **126**
Julius Klinger **132–133**
Roman Klonek **114, 117, 134**
Sebastian Koch **18**
Steffen Kreft **206**
Tobias Krejtschi **165**
Gregor Krisztian **92, 94–95**
Nora Krug **206–207**

l

- Silke Luise Langner **52–53**
Till Laßmann **66, 141**
Jonas Lauströer **14–15, 50, 62–63, 83, 161, 156–157, 158, 185**
Max Ley **18**
Carolin Löbbert **148**
Stephan Lomp **129, 131**

m

- Marie Charlot Manzewski **221**
Nora Marleen **26, 64**
Ann Marshall **162**
Lorenzo Mattotti **8–9**
Sylvain Mazas **122**
Marco Mazzoni **71**
Möbius **197**
Bernd Mölck-Tassel **150**
Anne Möller **166–167**
Jörg Mühle **149, 169, 171**

n

- Daniel Napp **96, 99**
Pia Neumann **224**
Jens R. Nielsen **94**
Robert Nippoldt **192**
Falk Nordmann **30–31**

Meike Staats **42**

- Ralph Steadman **44–45**
Anja Stiehler **172**
Detlef Surrey **186**

o

- Bernhard Oberdieck **70**
Andrea Offermann **121**

t

- Einar Turkowski **65**

p

- Sarah Palisi **10–11**
Nele Palmtag **25, 180**
David Polonsky **202**
Claudia Pomowski **21**

u

- Tomi Ungerer **78**

v

- Sarah Varon **43**

r

- Arthur Rackham **153**
Geffen Refaeli **199**
Wiebke Rauers **41, 194**
Boris Röhrl **88**
Christine Rösch **51, 140, 160, 161, 170, 181**
André Rösler **154–155**

w

- Franziska Walther **136, 137**
Tim Weiffenbach **130**
Juliane Wenzl **135**
Sascha Westphal **20**
Sabine Wilharm **76**
Saskia Wragge **111**
Stephanie Wunderlich **143, 164, 188, 195**

s

- Franziska Sacher **67**
Merav Salomon **205**
Felix Scheinberger **2–3, 61, 68, 86, 115, 124**
Nesrin Schlempp-Ülker **93**
Christian Schlierkamp **106**
Alexander Schmalz **87, 90**
Jörg Schultz **34**
Reinhard Schulz-Schaeffer **107**
Takeuchi Seiho **116**
Annika Siems **37, 108**
Nina Spranger **142**

z

- Lisbeth Zwerger **97**

Página de créditos

No robarás.

ÉXODO, CAP. 20, VERS 15: SÉPTIMO MANDAMIENTO

PÁGS. 105 Y 198

Atak, de Twain, Mark,
Der geheimnivolle Fremde,
Carlsen, Hamburgo, 2012.

PÁG. 116

Kono Bairei, de Seiho,
Takeuchi, *One Hundred
Birds*, colección de
Thomas Müth.

PÁG. 204

Gary Baseman, de "To
My Mom", *The New Yorker*,
Nueva York, 2002.

PÁGS. 27 Y 29

Lou Beach:
www.loubeach.com.

PÁG. 37

Orit Bergman: imagen
promocional.

PÁG. 138

Orit Bergman, de
Molly Mollo, Edition du
Rouergue, Arlés, 2013.

PÁGS. 208-209

Claudia Boldt, proyecto
de libro ilustrado para la
NordSüdVerlag, Zúrich,
2014.

PÁG. 223

Els Cools y Oliver Streich,
de Schami, Rafik, *Der
Schnabelstehe*, nueva
edición de 2013 © 1995
NordSüdVerlag AG,
Zúrich.

PÁGS. 174 Y 175

Henrik Drescher:
www.hdrescher.com.

PÁG. 17

Tom Eigenhufe:
www.eigenhufe.de.

PÁGS. 72 Y 73

Anke Feuchtenberger, de
*weh.weh.weh.superträne.
de y Die Hure H. wirft den
Handschuh*.

PÁGS. 28, 36, 54, 55, 159, 173 Y 178

Max Fiedler:
www.mexer.pigsell.com.

PÁGS. 38-39

Katja Gehrmann,
de *Piraten und andere
Grünschnäbel*, Carlsen,
Hamburgo, 2004.

PÁGS. 151 Y 177

Katharina Grossman-
Hensel, de *Mukulele*,
Sauerländer Verlag,
Fráncfort.

PÁGS. 206-207

Astrid Haas, de *Brehms
Tierleben: Die Vögel*, libro
objeto, edición propia,
2011.

PÁGS. 36 Y 203

Katharina J. Haines:
www.haines.de.

PÁGS. 35 Y 138-139

Olaf Hajek:
www.olafhajek.com.

PÁG. 16

Stefanie Harjes, de
Vogeldame schönfärbend,
2013.

PÁG. 36

Herbert Holzing,
de *Krabat*, volumen
ilustrado de gran
formato, Thienemann,
Stuttgart, 2005, así
como edición estándar
con tres capítulos con
ilustraciones a ambos
lados.

PÁGS. 32-33

Doro Huber:
www.dorohuber.de.

PÁGS. 99

Omar Jaramillo: omar.
paint@gmail.com.

PÁGS. 5 Y 108-109

Hendrik Jonas:
www.hendrikjonas.de.

PÁGS. 7 Y 18

Alexandra Junge, de *Vom
Fischer, der ein Künstler war*,
Mixtvision, Múnich, 2011.

PÁG. 18

Sebastian Koch:
www.sebkoch.de.

PÁG. 165

Tobias Krejtschi, de
Wipfelwärts + Wurzelwärts,
Peter Hammer Verlag,
Wuppertal, 2012.

PÁGS. 52-53

Silke Luise Langner:
www.BirdsAndInsects.wordpress.com.

PÁG. 18

Max Ley: illu@max-ley.de.

PÁG. 148

Carolin Löbbert:
www.carolinloebbert.de.

PÁGS. 8-9

*Il mistero dell'antiche
creature* © Lorenzo
Mattotti.

PÁG. 197

Arzach, de Moebius © 1976
Humanoids, Inc.,
Los Ángeles.

PÁGS. 166-167

Anne Möller, de
*Rotschwänzchen – was
machst du hier im Schnee*,
Atlantis, Zúrich, 2003.

PÁGS. 149, 169 Y 171

Jörg Mühle, de *An
der Arche um Acht*,
Sauerländer Verlag,
Fráncfort.

PÁG. 94

Jens R. Nielsen:
www.illustratorenorganisation.de.

PÁG. 192

Robert Nippolt:
www.nippoldt.de.



PÁG. 121

Andrea Offermann,
bocetos para *Thiucery de J.*
A. White, Harper Collins
Publisher, Nueva York.

PÁGS. 10-11

Sarah Palisi, *Die Angst vor
dem weißen Blatt.*

PÁG. 199

Geffen Refaeli:
www.geffenrefaeli.com.

PÁGS. 154-155

André Rösler:
www.der-roesler.de.

PÁG. 106

Christian Schlierkamp,
águila de piedra Arras
de la cetrería Rudolph
Pauels a tamaño natural.

PÁG. 142

Nina Spranger:
www.ninaspranger.de.

PÁGS. 44-45

Dodo, de Ralph Steadman
© 2012, Ralph Steadman.

PÁG. 65

Einar Turkowski, de
*Als die Häuser heimwärts
schwebten*, Mixtvision,
Múnich, 2012.

PÁG. 78

Tomi Ungerer, *Sans
titre*, Pour le 50ième
anniversaire de L'America
Institute of Graphic
Arts, 1966, Lavis d'encre
de Chine et d'encre
de couleurs sur papier
cartonné 70,7 x 54,7 cm
© Diogenes Verlag AG,
Zúrich, publicado en *Tomi
Ungerer. Eine Retrospektive.*
Fotografía: Musée de
la ville de Strasbourg,
Martin Bernhart.

PÁG. 76

Sabine Wilharm, de
Trichtervogel, edición
propia, 2009.

PÁG. 97

Lisbeth Zwerger, de
Die sieben Raben de los
hermanos Grimm © 1981
Verlag Neugebauer Press,
Salzburgo/Múnich.
Nueva edición de 2008
de NordSüd Verlag AG,
Zúrich.

Sobre el autor

Felix Scheinberger nació el 14 de enero de 1969 en Fráncfort. La batería le interesaba más que la escuela y, en lugar de sacarse la secundaria, tocó en grupos de punk hasta los 22 años. Tras superar una prueba de acceso específica, entró en la Facultad de Diseño de Hamburgo, donde estudió ilustración y, nada más acabar, se puso a trabajar por cuenta propia. En los últimos diez años, ha ilustrado más de 50 libros, ha colaborado regularmente con diversos periódicos de prestigio, ha recibido diversos premios, ha sido profesor en Maguncia, Hamburgo, Jerusalén y Münster y con Atréverte *con el cuaderno de dibujo y Acuarela para urban sketchers*, ambos libros publicados por la Editorial Gustavo Gili, les ha redescubierto a infinidad de creativos el dibujo a mano, los lápices y las cajas de acuarela. Felix Scheinberger vive en Berlín y es profesor de Ilustración en la Fachhochschule de Münster.



Título original: *Illustration. 100 Wege ein Vogel zu malen*,
publicado por Verlag Hermann Schmidt, Maguncia, 2018.

Diseño de la cubierta: Toni Cabré/Editorial Gustavo Gili, SL
Ilustraciones de la cubierta y la contracubierta: Alexandra Jung,
Sebastian Koch, Silke Luise Langer y Max Ley

Texto: Felix Scheinberger
Traducción: Teresa Martín Lorenzo
Diseño gráfico: Pia Neumann, Felix Scheinberger
y Bertram Schmidt-Frigerichs

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley. Diríjase a Cedro (Centro Español de Derechos Reprográficos, www.cedro.org) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra.

La Editorial no se pronuncia ni expresa ni implícitamente respecto a la exactitud de la información contenida en este libro, razón por la cual no puede asumir ningún tipo de responsabilidad en caso de error u omisión.

© Felix Scheinberger/Verlag Hermann Schmidt, 2014

© de la traducción: Teresa Martín Lorenzo
y para esta edición:

© Editorial Gustavo Gili, SL, Barcelona, 2018

Todos los derechos reservados

ISBN: 978-84-252-3101-8 (PDF digital)

www.ggilis.com

Editorial Gustavo Gili, SL
Via Laietana 47, 2º, 08003 Barcelona, España. Tel. (+34) 93 322 81 61
Valle de Bravo 21, 53050 Naucalpan, México. Tel. (+52) 55 55 60 60 11

PIA NEUMANN

