

EL PAÍS

EL PERIÓDICO GLOBAL EN ESPAÑOL

www.elpais.com

JUEVES 30 DE OCTUBRE DE 2008 | Año XXXIII | Número 11.461 | EDICIÓN MADRID | Precio: 1,10 euros



El arte jubila al intermediario

Los autores buscan el acceso directo al público **PÁGINAS 28 Y 29**



Vacaciones en la Complutense

La Universidad se ajusta al recorte de fondos **PÁGINA 30**

Los Ondas premian el ingenio

Triunfan 'El hormiguero', 'Aída' y el deporte de la SER **PÁGINA 49**



La cuenta familiar de Fabra registra decenas de ingresos sin justificar

Varios envíos al dirigente del PP duplican y hasta triplican su sueldo

FRANCISCO MERCADO
Madrid

La cuenta bancaria más personal del presidente de la Diputación de Castellón y líder provincial del PP, Carlos Fabra, la que compartía con su esposa en la sucursal más próxima a su casa, registra en los extractos de 2000 y 2001 numerosos ingresos en efectivo y cheques por decenas de miles de euros de origen desconocido, según los documentos de la investigación, a los que ha tenido acceso EL PAÍS.

Fabra y su esposa ingresaban en la cuenta sus nóminas, que no superaban los 4.200 euros (2.700 euros el político del PP y 1.500 su mujer), pero muchos meses había otros ingresos muy superiores (entre 12.000 y 18.000 euros por lo general).

Fabra está imputado desde 2004 por la denuncia de un empresario que supuestamente le pagaba a cambio de conseguir favores políticos. Anticorrupción investiga el origen de seis millones de euros que Fabra ingresó en cuentas de 20 entidades en Castellón. **PÁGINA 10**

Detenidos una alcaldesa socialista y cuatro ediles por simular un soborno

PÁGINA 11



LA GARRA DE MICHELLE OBAMA. En una larga campaña en la que las mujeres han tenido un protagonismo destacado —Hillary Clinton, Sarah Palin—, la esposa del candidato demócrata a la Casa Blanca, Barack Obama, no se ha quedado atrás. Michelle Obama apura los últimos mítines —en la foto, ayer en Colorado— y despliega toda su energía para lograr los votos necesarios para cambiar EE.UU. / AP **PÁGINAS 2 A 4**

Las bajadas de tipos provocan importantes subidas en las Bolsas

Bruselas presenta un plan de rescate a favor de la economía real

Las Bolsas saludaron ayer con importantes subidas la orientación a la baja del precio del dinero. La alegría compradora se extendió de Asia a Europa. En Madrid el Ibex 35 logró la segunda mayor subida de su historia, un 9,4%. Wall Street tuvo un leve retroceso, pero la víspera subió el 11% para celebrar con antelación la bajada de tipos, que ayer quedaron en el 1%, el nivel más bajo desde 2004. Mientras, Bruselas aprobó un plan de apoyo a la economía real. **PÁGINAS 18 Y 19**

El primer examen de Ciudadanía en inglés acaba con un 99% de suspensos

Un cuento persa en inglés y un cuadro de Klimt. Coméntalo. Resultado: suspenso general. La primera prueba de la asignatura de Educación para la Ciudadanía, que la Comunidad Valenciana obliga a impartir en inglés, se ha saldado con un 99% de suspensos. De 201 alumnos de tres institutos alicantinos, sólo aprobaron dos, que son de origen británico. **PÁGINA 30**

CONFESIONES DE LA REINA EN UN LIBRO POR SU 70º ANIVERSARIO

“Los gays pueden casarse, pero que a eso no lo llamen matrimonio”

Religión: “Se ha de enseñar: los niños necesitan una explicación del origen de la vida” ● **Aborto:** “En absoluto” ● **Marruecos:** “Hassan II intentaba tender trampas a mi marido” ● **Quema de fotos:** “Fue un disgusto. No nos queman a nosotros, queman trozos de papel. Ya se apagarán”

La Reina cumple el domingo 70 años. Pocas veces doña Sofía se ha pronunciado abiertamente sobre política, monarquía, asuntos de la familia real y otros temas de debate público en los 46 años que lleva

en España. En el libro *La Reina muy de cerca* (Editorial Planeta), escrito por Pilar Urbano, doña Sofía habla sin tapujos de la quema de fotografías de los Reyes en Cataluña, da su opinión sobre políti-

cos de la escena nacional e internacional y se pronuncia sobre violencia machista, religión y matrimonios homosexuales. Doña Sofía se muestra contraria al aborto y a la eutanasia. **PÁGINA 16**

Aprovecha las condiciones especiales del Programa **Be a Saabist** y disfruta de un **Saab 9-3** por sólo **26.000€***



Be a Saabist.es

* Precio ofertado 26.000€. P.V.P. sin promoción: 30.672€ en Petróleo y Seguro para Saab 9-3 Sport Sedan. Linear Spares TID 150CV (44.150 con impuestos incluido en el precio ofertado. Incluye de matriculación y descuento promocional incluido. Oferta válida hasta fin de existencia. No acumulable con otras promociones. *Precio ofertado: consumo mixto desde 3,4 a 6,7 l/100km. Emisiones de CO₂ desde 147 a 179 g/km. Modelo visualizado Saab Turbo X.



Potencia y ecología



sociedad

El falso médico
ejerció en la
sanidad pública

Adiós al intermediario

Libros sin editorial, música sin discográficas, pinturas sin galeristas ● El autor busca ahora (y empieza a lograr) el acceso directo al público

JAVIER MARTÍN

A Joaquín Sabina seguro que le preocupa lo mismo que a Federico Aparici: ganar lo máximo con lo que produce. Uno *cría* canciones; el otro, naranjas; pero los dos reciben las migajas de lo que paga el consumidor. El resto se va aguando en la cadena de intermediarios.

Lo que desde siempre sufre el agricultor con sus tomates y sus cebollas también lo padece el productor de bienes culturales. Naranjaslola.com, Telechirimoya o Campodelech han modificado la cadena agrícola. El mundo de la cultura y el espectáculo comienza a despertar.

Radiohead publicó su séptimo álbum, *In rainbows*, el 10 de octubre. Sin discográfica que les atara, el famoso grupo británico colocó el disco en Internet. Sus fans lo compran al precio que estiman oportuno. En una semana se han descargado tres millones de copias, un éxito popular y, probablemente, un fracaso económico.

Shane Richmond, analista del diario británico *The Telegraph*, escribió sobre el fenómeno: "Las discográficas hicieron enormes beneficios sobrecargando el precio que pagaba el consumidor, y malpagando a los artistas. Ahora las discográficas no añaden nada a la cadena de valor de la música grabada. De hecho, actúan como una barrera entre los músicos y sus fans. Es la hora de salirse de ese sistema. Radiohead nos ha enseñado cómo".

Antes del último bis, los fans de 08001 tienen en la salida el disco calentito con la actuación. "El *merchandising* directo es lo que nos deja más margen porque nos saltamos intermediarios", explica Julián Urigoitia, líder de 08001. El grupo tiene su propia discográfica, Working Progress, en un intento de saltarse procesos. "Intermediarios siempre hay. Nada más fabricar el disco ya pagas a las SGAE, da igual que luego lo regales; tú pagas a las SGAE". 08001 no renuncia a ninguna forma de distribución: la tienda, las descargas desde su página o desde iTunes.

El ideal Yo me lo guiso, yo me lo como, lo practica Pere Meroño. "Fui a 10 editoriales y todas rechazaron mi libro. Entré en Lulu.com y me lo autoedité. El 80% del precio me lo llevo yo, el 20%, Lulu. Un trato justo".

Este funcionario rastreó la vida de Rosario Endrinal, la mendiga asesinada por chicos bien en un cajero de Barcelona, y escribió una biografía de la víctima, *El crimen del cajero automático*. Meroño ha valorado su libro de papel en 9,99 euros; el libro de bites, gratis. "Las compras apenas superan varias docenas", reconoce, "pero yo lo cuento todo junto, ventas y descargas gratuitas, porque lo que quiero son lectores".

Ciertamente hay miles de personas que se autoeditan en la Red, y muchos más que saldrán, pero luego es necesaria la promoción", explica Blanca Rosa Roca, editora de *Tigre Blanco*, último premio Booker. "¿Quién traduce? ¿Quién apuesta por un nuevo autor? No creo que vayamos a desaparecer".

El experimento de Meroño —saltarse intermediarios— lo puso en marcha Stephen King en el año 2000. Con el cambio del milenio, el escritor aterrizó a la industria editorial vendiendo en Internet su novela *The Plant*, a

un euro por capítulo, con carácter voluntario. Si pagaba el 75% de los lectores, escribiría el siguiente, y así hasta el final. King no llegó al segundo capítulo. Según *The New York Times* hubo 120.000 descargas del primer capítulo, y un 46% de pagos.

El fracaso de King o el voluntarismo de Meroño no ocultan dos hechos trascendentales en la nueva cadena de valor del libro. La mayor editora del mundo no se llama Mondadori, sino Lulu.com (en lo que va de año ha editado 281.416 libros, 9.325 en España); la mayor librería del mundo no es Fnac, sino Amazon.com (con 250.000 títulos); y la mayor distribuidora del mundo también será alguna de Internet. "Ahí sí que tendremos que hacer algo conjunto las editoriales españolas", dice Roca. "Un Amazon para la lengua española, alguien que te mande el libro a casa o donde te lo descargues en tu pantalla electrónica".

Dentro de una década, los ingresos por ventas de libros electrónicos superarán a los de papel, según el 40% de los editores encuestados en la feria de Frankfurt; algo que sólo piensa el 16% de editores españoles, según el estudio *Digitalización del libro en España*, realizado en octubre por Dosoce.com y Edición. Librerías (49%) y distribuidores (30%) serán los más perjudicados. "Todas las empresas que tengan como base la gestión de contenidos y su comercialización a través de intermediarios sufrirán una transformación de su modelo de negocio", vaticina Dosoce.

El arranque de Radiohead o de Meroño para saltarse barreras, lo tuvo hace unos meses el escultor Damien Hirst. Pasó, según explicó, de sus galeristas, y subastó obra en Sotheby's. "Acepto el desafío de vender así mi obra. El mundo está cambiando, y quiero saber adónde conduce este camino", dijo Hirst. Recaudó 140 millones de euros por 223 de sus obras. Por primera vez un afamado artista ofrecía obra reciente sin mediación del marchante.

"El rol del galerista no queda anulado por hechos como el de Hirst", dice Carlos Durán, presidente de los galeristas de Barcelona y propietario de la sala Senda. "El artista necesita al galerista para la difusión de su obra, para su validación; necesita el

La clasificación de Lulu.com

► Los libros más vendidos en el mundo:

- *Administering VMware's*.
- *Site recovery manager*.
- *A cappella Zoo, issue 1*.
- *Getting real: the smarter, faster, easier way to build a successful web application*.
- *Data recovery class color version*.
- *Granny' story*.

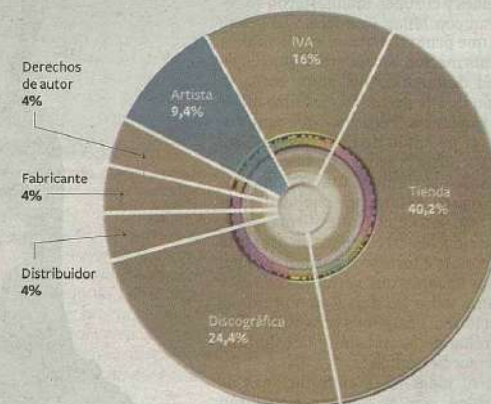
► En España:

- *Fotografía: un enfoque práctico*.
- *Conceptos básicos de hidráulica para bomberos*.
- *La escritura de Yahwe para la salvación*.
- *Proyecto CMPS4. Vol. II. Citrix. Guía práctica avanzada*.
- *Presentation Server 4.5. Guía práctica de referencia*.
- *Entre dos infinitos*.
- *Psicología y seducción. El arte de despertar: deseo, interés, enamoramiento*.
- *La Habana de mi corazón*.
- *Relatividad especial sin fórmulas*.
- *Via crucis para niños (y no tan niños)*.

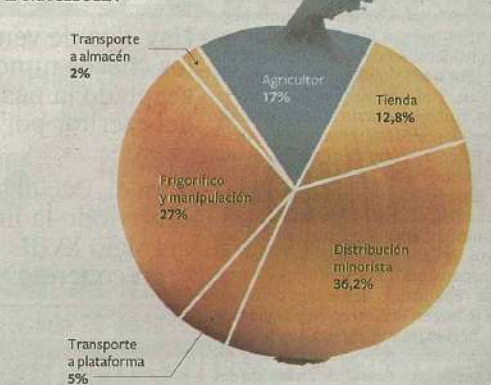


Desglose de precios

■ UN DISCO DE MÚSICA



■ UNA CEBOLLA





sociedad

'The Christian Science Monitor' se pasa a Internet



cultura

Veltroni: "Los años del terrorismo son nuestro Vietnam"



cultura

El 'rapero' Eminem rompe su silencio con un libro



trato personal, el ascendente, su cartera de clientes. El galerista no es sólo un exhibidor, también tiene un factor muy importante de representante".

Rosina Gómez-Baeza, directora del Centro de Arte Laboral de Gijón, no cree en la eliminación de ninguno de los eslabones de la cadena comercial del arte. "Más bien se complementan. Las subastas van bien para obras concretas y para determinar el valor de una obra o del artista. La galería tiene una función fundamental de promoción y descubrimiento de nuevos valores".

Iban Navarro cuelga sus cuadros en Artelista.com. "No le dije a mi marchante que lo había hecho, pero cuando se enteró tampoco se molestó mucho. Vendiendo más en galería; Internet es mejor para contactos. Me ha salido un marchante en Miami y ofrecimientos de varias galerías para exponer".

Artelista, a diferencia de portales como ArteLibre o PicassoMio, no es un almacén de obra,

sino un lugar de contactos entre la oferta y la demanda. "El proceso de venta se hace fuera de la página, al margen nuestro", explica su director Óscar Ribas. En Artelista se exponen 311.000 obras de casi 50.000 artistas. Gracias a su intermediación, desde que abrió Artelista en 2004 se han vendido 32.454 obras, la mayoría en torno a los 300 euros.

"No cobramos a ningún particular. En el futuro abriremos un espacio para que expongan las galerías, que serán las que paguen por estar aquí. Es un modelo de negocio tipo freemium, unos pocos pagan por el resto".

Desde hace ocho años Iban Navarro vive de su pintura. "No hay mejor herramienta de contacto para un artista que Internet. También las ganancias son mayores en Internet. Aparte del envío del cuadro, el resto de la venta es limpio. En las galerías se quedan entre el 25% y el 35%, aparte de los gastos de promoción".

El cine más próximo a tu casa se llama YouTube. Entre miles de películas ahora proyecta la penúltima de Wayne Wang, *La princesa de Nebraska*. En las salas españolas recogió excelentes críticas y 3.000 especta-

res. Por YouTube han pasado 165.000; gratis, eso sí.

"Internet es la ventana del cine independiente", dice el realizador Nacho Vigalondo. "Es impensable acceder a televisión y a otros medios con continuidad y constancia. Cada vez hay más dinero para unas pocas películas y menos para el resto".

Diez productores, distribuidoras y exhibidoras españolas se lo han visto venir y se han unido para montar su propia sala en Internet, Filmin.es. Ahí se estrenó, a la vez que en la calle, *Un tiro en la cabeza*, de Jaime Rosales. "Nuestra intención no es competir con los cines", explica Jaume Ripoll, portavoz de Filmin, "sino seguir la vida natural de la película: la sala de cine, luego el DVD y ahora Internet".

No habrá leyes ni fronteras que paren a Internet. Como dice Vigalondo, "Internet no es una opción; es una necesidad". Los naranjeros Aparici lo entendieron hace 10 años. "Gracias a Internet ahora nos queda libre el 20% del precio final".

Un joven escucha, gratis, un disco descargado a través de Internet. / CRISTÓBAL MANUEL

+ EL PAÍS.COM

► Participo

¿Usa Internet para comprar y evitarse intermediarios?

EXPO ZARA GOZA 2008

Primeras ventas en España. Bases publicadas en la web. Explotación limitada a 40.000 unidades.

AHORA PODRÁS ELEGIR DÓNDE VER LA TELEVISIÓN

TV PORTÁTIL 9" + DVD + TDT

¡RESÉVALA YA!

99€

Consigue con EL PAÍS esta TELEVISIÓN PORTÁTIL de 9" con DVD y TDT

Ahora podrás disfrutar de esta televisión portátil de pantalla panorámica LCD de 9" en todas partes. Tan fácil de llevar que podrás ver todos tus DVD y toda la programación que te ofrece la TDT cuando y dónde te apetezca. Además quitando el pie extraíble, podrás utilizarla como DVD portátil para el coche.

RESERVAS POR TELÉFONO* 905 446 333

RESERVAS POR SMS** 5900

INFORMACIÓN ADICIONAL*** 807 517 752

* Coste total de la llamada 1,10€ desde fijo IVA incluido y 1,84€ desde red móvil. IVA incluido. ** Coste total del envío de SMS 1,20€ más IVA. *** Coste por minuto al teléfono de información adicional 1,16€ desde red fija y 1,51€ desde red móvil. IVA incluido.



Para más información: www.elpais.com/televisorportatil o 902 11 91 11

EL PAÍS