

LIBRERÍA Y CIUDAD



FOTO: ALBERT LÓPEZ

CONVERSACIONES CON NAIKE CASSELLINI, RICARDO ARTOLA Y DIANA HERNÁNDEZ EN EL ENCUENTRO NACIONAL DE EDITORES INDEPENDIENTES, 2016 [CASTELLÓN]

Con motivo del Encuentro Nacional de Editores Independientes [ENDEI] 2016 charlamos con Diana Hernández (Turner Libros), Ricardo Artola (Kailas Editorial) y Naike Casellini (El último Dodo).

PACO MARCO (KULT-UR): Lo que ha sido muy sorprendente en estos últimos años ha sido tanta crisis del libro y librerías cerrando y demás, y al mismo tiempo la aparición de editoriales pequeñas por todas partes, que han ido surgiendo en los últimos años y con catálogos interesantes, hasta el punto de que te es difícil saber de qué va cada una de esas editoriales. Y ésa es la función que para mí debería tener la librería clásica, donde tú ibas a buscar una cosa y aquella persona estaba informada y entusiasmada con el trabajo que hacía y acababa por ofrecerte otras cosas, ¿no? Y eso es lo que ha desaparecido un poco con las grandes cadenas de librerías o franquicias. ¿De qué manera vosotros pensáis que va a evolucionar esto?

NAIKE CASSELLINI: Yo por lo menos tengo claro que lo que pasa es lo mismo que ocurre con tiendas de ropa, por ejemplo, que no es algo sólo de los



libros. Nosotros a pesar de ser nuevos, bueno, relativamente, tenemos muchísimos lectores pero sobre todo aparte del libro físico que se puede encontrar en las librerías lo que vendemos lo hacemos online, ventas por internet. Y hay mucha facilidad ahora con eso de ponerse al ordenador y comprar un libro, una camiseta o cualquier cosa y me parece que eso crea luego un problema con el ámbito de las librerías pequeñas. No parece muy original lo que estoy diciendo pero nuestra experiencia con la editorial es así. Funcionamos mucho por internet y la gente casi ni necesita ese contacto directo con el vendedor, eso que decías tú antes de que la gente se lee las reseñas de un restaurante, de un libro...

«Hay mucha facilidad ahora con eso de ponerse al ordenador y comprar un libro, una camiseta o cualquier cosa y me parece que eso crea luego un problema con el ámbito de las librerías pequeñas.» NC

DIANA HERNÁNDEZ: ¿Te refieres a que vendes libros físicos por internet...? ¿Sabes qué porcentaje vendes por internet respecto a lo que vendes por librería?

NC: Pues sería como el 95 o 98%. Casi todo lo que vendemos es por internet.

ÁNGEL GIL CHEZA (KULT-UR): Esto me recuerda a un ensayo que escribió Jorge Carrión en 2013 titulado *Librerías*, donde hacía un análisis de cientos de librerías, y lo hacía un poco desde el punto de vista de que las librerías vertebraban de algún modo la vida cultural de la ciudad y se integraban en la geografía. Entonces, por lo que estáis diciendo, ese carácter vertebrador ya no sería indispensable porque ese porcentaje es muy alto. Quizá la librería como punto físico podría llegar a cuestionarse pero no como prescriptor porque al final la librería que necesitan las editoriales independientes es la librería que prescribe, la librería que orienta, ¿no? Y quizá el punto de venta físico no debería ser imprescindible Y eso atenta directamente contra el tema que nos ocupa que es la ciudad y la librería Si la librería física deja de ser indispensable para que una literatura de calidad llegue al lector y además prescrita, ¿en qué se convierte la ciudad?

DH: Ya, yo creo que hay un dilema moral en eso de vender por internet pero es complicado no hacerlo cuando es tan complicado llegar a los sitios donde tienes que tener los libros expuestos para venderlos. En qué se convierte la ciudad... necesitamos las librerías, las librerías indepen-



dientes, las librerías de prescriptores, las de lectores... las necesitamos, pero como el mercado es pequeño y es un negocio de calderilla hasta qué punto una editorial puede no vender los libros por internet para pagar lo que cuesta hacerlos. Está claro que las librerías son importantes y qué más quisiera yo que todos los libros pudieran llegar a las librerías pero es un problema propio del sistema. Bueno, pero estoy hablando mucho y quien tiene realmente un conocimiento del negocio es Ricardo que lleva mucho años.

RICARDO ARTOLA: No, yo lo que pasa es que nunca he creído en esta cosa ludita de los editores y tal... de decir no, todo es un desastre y vamos hacia cosas peores. Yo creo que todo está pasando a la vez, y es muy difícil en estos momentos, en general, no en los libros, saber qué está pasando, mucho más que en cualquier otro período de la historia porque es mucho más complejo, ¿no? Entonces, referido a esto pasan cosas buenas y pasan cosas malas, probablemente la desaparición de cierto tipo de librerías es indudablemente malo pero también el hecho de que... yo le decía Diana, ¿no?, mi frustración como editor, que yo comencé en el año 87 era que siempre había alguien que desde América escribía un comentario que decía qué libro tan interesante, dónde lo puedo encontrar, y yo sabía que no lo podía encontrar porque América es muy grande y es muy complejo, etc. Bueno, pues ahora eso con internet no ocurre, entonces ahora se verá si esa persona era siempre la misma [risas] y se quejaba o realmente con este nuevo sistema puede culminar sus necesidades... pero quiero decir que hay mucha más información en internet y puedo saber cualquier cosa en cinco minutos. Eso lo cambia todo. Antes de la era de internet, quiero decir, si yo me encuentro con Naike y quiero saber sobre su editorial me voy a mi librería de cabecera y pregunto qué hace y tal, y ahora lo puedo saber por internet. Hay cosas mejores y cosas peores...

Y luego por la ciudad, a mí me encantaría ir por Buenos Aires donde las librerías corrientes están abiertas hasta las dos de la madrugada, eso es una maravilla y que no pasa ni en España. O en Berlín, una librería de cuatro plantas abierta hasta las 12:00 de la noche, pero no es así...

DH: Esto nos lleva a un punto pensando en la ciudad y las librerías, hay una cosa volviendo al libro de Jordi, o la gente que ve el futuro porque yo no me traído la bola de cristal pero la gente que se dedica a estudiar la tendencia de las librerías de librero, de lector, librerías independientes como las que hay en Buenos Aires que se ve que es la ciudad con más librerías, que es una cosa que tiene que ver mucho con la cultura de la ciudad, se supone que la tendencia —y yo me la creo porque he estado en librerías



así— es, incluso en Barcelona y en Madrid, son lugares de encuentro, que no son sólo lugares para comprar libros sino para hablar de los libros... Muchas tienen bar, cafetería, este modelo anglosajón donde incluso hay sofás para que te echas a leer. Estoy pensando ahora en la Calders en Barcelona o en Tipos Infames en Madrid, que son mucho más que eso, son un club social para gente que no necesariamente se conoce. Y esto también es bonito, no podemos saber exactamente qué está pasando pero esto está pasando. Ahora, no tienen una gran cuota de mercado, eso está claro, pero creo que así como están saliendo muchas editoriales, bueno, de hecho salió un artículo en El País a principios de año, que no sé si sería para decirnos que el año iba a ser bonito, pero decía que el número de librerías estaba aumentando en lugar de disminuir que era lo que se suponía que estaba ocurriendo. El año pasado leí que cerraba una librería al día en España, claro, estaban contando las papelerías... cualquier sitio que vendiera un libro ya lo contaban pero...

RA: Es que sabes qué pasa... el mayor enemigo de la información es la pereza intelectual. A mí me hace gracia cuando cogen y dicen: vamos a hacer un artículo sobre editores y llaman a Jorge Herralde, a Ymelda Navajo... y dices, chico, que éste era viejo hace treinta años. Busca más por ahí. Yo tengo mi ego cumplido pero yo a eso le llamo pereza intelectual. Desde que Herralde fundó su editorial hace 50 años pues han surgido como tres millones quinientas veintisiete mil editoriales en español...

DH: Que no tienen esa marca ni ese nicho, perdón por las palabras tan feas. A ver, lo decía Luis Solano en una entrevista, de Asteroide, y él aún tuvo suerte y se lo supo montar, pero es muy complicado para todas esas editoriales que no son esa fiebre amarilla de Anagrama... cómo llegas... necesitas a las librerías.

AGC: Hace un tiempo leí —hoy buscaba el artículo pero no lo he encontrado— pero alguien se atrevía a hablar de miles, unos pocos miles de lectores exigentes en todo el Estado español. Si eso es así, si es un número de lectores que no crece... entonces cuantas más editoriales independientes más se parte el queso, ¿no? De algún modo, ¿sí?, ¿el número de lectores exigentes puede crecer, sobre todo en qué marco, en el marco de la ciu-

«Un editor publica diez libros, pierde dinero con cinco, empata con tres, gana un poco con uno y gana mucho con el décimo, y eso es lo que mantiene la estructura.» RA



dad como la conocemos o en el marco de la otra ciudad, la de las redes sociales?

RA: Hay una agente editorial que es Mónica Martín que dice que en España hay 10000 lectores que lo leen todo.

DH: A mí el distribuidor me ha dicho que son 600, que los tiene contados. [risas]

RA: Mira, hay pocas certidumbres en el mundo editorial, pero hay una que es cierta y que además ha atravesado los siglos... un editor publica diez libros, pierde dinero con cinco, empata con tres, gana un poco con uno y gana mucho con el décimo, y eso es lo que mantiene la estructura. Y eso le pasa a la mayor multinacional y le pasa a la editorial más pequeña, y eso sí es una verdad universal. Entonces va de eso la cosa, de tener la suerte, el tino, el olfato o lo que quieras de dar con eso. Y el que no lo consigue desaparece. Ésa sí es una certidumbre. ¿Cómo enlaza eso con la ciudad? Es que es redundante porque la ciudad es donde pasan las cosas, pero desde Jericó, que es la primera ciudad de la Historia del tres mil antes de Cristo. Entonces, es donde pasan las cosas. Y yo lo siento, y ésta es una tierra donde el campo es... y la agricultura... y es necesario y es imprescindible y es maravilloso y a todos nos gusta, ¿no? Pero es así...

PM: Evidentemente no se trata de desaparecer internet para que haya librerías, se trata de que sean compatibles esas dos maneras de relacionarse que también conforman ciudad. Él ha hecho referencia a que ese mundo de redes sociales también es una forma de ciudad.

DH: Como convivencia, sí.

AGC: Porque, ¿vosotros entendéis vuestros proyectos editoriales sin librerías, si llegara el caso?

«No hay que tener miedo al futuro ni a nada. No hay que, a mi juicio, confundir los gustos personales con el sistema, digamos... Mis gustos personales es que me gustaría que hubiera una librería en cada esquina. Y que cada una fuera de un tema.» RA

NC: No, la verdad es que no es lo que nos gustaría... el olor del papel, ver los libros, hablar con... pero depende siempre de la librería. Yo, por ejemplo, en Suiza voy siempre a una librería porque me encanta la mujer que hay allí. Y hablando con ella siempre me regala como ideas, cosas... ganas de leer libros que a lo mejor nunca habría considerado. Entonces,



yo creo en las librerías físicas, pero creo también que en estos momentos para llegar a las librerías... por ejemplo, nuestras novelas ya están en las librerías, pero el porcentaje de ventas... necesitamos internet para sobrevivir, con la esperanza de llegar a un punto en que podamos prescindir de internet. Tenemos lectores en América, y ahora mismo por logística necesitamos de internet, pero yo soy la primera fan de la librería física. Entonces, ¿cómo salir de la nada? No es tan fácil, pero para nosotros esta manera ha sido la única. No quiere decir que sea la elección justa o no, simplemente es un hecho para mí, en ese sentido... no sé si me explico...

«Lo que pasa es que internet es tan masivo, que parece imposible orientarse allí. Entonces el papel de un librero físico como prescriptor parecerá más importante, pero eso no quiere decir que no pueda haber librerías en internet...» DH

RA: Yo creo que sí... no hay que tener miedo al futuro ni a nada. No hay que, a mi juicio, confundir los gustos personales con el sistema, digamos... Mis gustos personales es que me gustaría que hubiera una librería en cada esquina. Y que cada una fuera de un tema. Sería mucho más cómodo... editores independientes, tal, no sé qué... Pero uno no puede imponer sus gustos personales. No hay que perder de vista lo que es un editor, un editor es un exégeta de lo que quiere la gente y pone en contacto cosas que decir con gente que quiere escucharlas, y eso es la teoría, luego eres más fino, menos fino, te dejas arrastrar... somos seres humanos, es así, es como decirle a un arbitro de fútbol que se equivoca, es un ser humano... Entonces, cómo separamos nuestros gustos de lo que debería ser nuestra función social, es muy difícil, es aquello de «un editor es aquél que no confunde su biblioteca con su catálogo». Esa frase encarna perfectamente lo que es esto.

DH: Por otra parte, el problema no es internet, se trata del filtro en internet, lo que importa es el filtro. Lo que pasa es que internet es tan masivo, que parece imposible orientarse allí. Entonces el papel de un librero físico como prescriptor parecerá más importante, pero eso no quiere decir que no pueda haber librerías en internet... conozco a una chica que está ahora mismo en Berlín montando una librería para libros en español para distribución me parece que en toda Europa, y en realidad ella quiere seleccionar sólo los libros que le parece que valen la pena y que hay que vender sólo que lo quiere hacer en una plataforma online y así ahorrarse un montón de costes... alquiler, etc. Ahora, es bonito y me parece que es posible



pero por otro lado es una fantasía porque precisamente hay tantas páginas en internet que no me parece imposible pero sí me parece muy difícil. Me parece muy difícil que la gente sepa orientarse y que haya buenos prescriptores en internet porque todo está en internet.

RA: La frase del debate es ésta, lo importante es el filtro...

AGC: Esto que decías me recuerda a una librería alemana que opera en Valencia, y que no tiene librería física. Se llama Heide Braun, tiene todos los libros en su casa, y tiene una cartera de clientes a los que lleva los libros en motocicleta, y les prescribe... hace el mismo papel que un librero pero sin tener un local, un punto físico. Y debe ser una cartera de clientes sólida porque ése es su trabajo, no tiene otra actividad. Entonces, claro, esta mujer también hace ciudad, más aún quizá o al mismo nivel que si tuviera la librería física, ¿no? Porque al final, el papel de la librería en la ciudad es también la cohesión cultural, la comunicación...

RA: El filtro del que estábamos hablando...

PM: Desde vuestro punto de vista ¿cuál es el reto y la oportunidad más interesantes que pueden surgir para vuestros negocios en este momento? ¿Qué es lo más complicado y qué es lo más atractivo?

RA: Yo creo que lo más atractivo es que el peaje de entrada en el sector ha bajado exponencialmente por todo el avance tecnológico. Hace treinta o cuarenta años para montar una editorial necesitabas una infraestructura que ya era un negocio, y hoy en día te lo puedes hacer tú todo, bueno, todo externalizando ciertas cosas, depende de la producción que quieras tener, claro. Si tienes cinco libros al año, evidentemente te lo puedes hacer todo, hasta diez, pero... quiero decir que todo lo puedes externalizar y todo lo puedes hacer muy de manera casera. Y eso es para mí una gran oportunidad. Y el reto es el de siempre, individualizar tu libro, conseguir que se hable de uno o de todos tus libros. Ése sería evidentemente el reto...

AGC: Hacer mancha y hacer marca, ¿no?

DH: Sí, pero además que los libros sean buenos, porque eso es más reto todavía que hacer marca y hacer mancha. Hay muchos libros idénticos entre sí, ¿no?

RA: Ya, a mí lo de los grupos... yo he trabajado toda mi vida en grandes grupos y es más difícil llevar la propia presión de los grupos que la propia presión del mercado. Quiero decir, los grupos establecen unos ratios,



unos presupuestos... si tienes un año bueno el año siguiente te exigen sobre el año bueno sin tener en cuenta que ha podido ser un año excepcional, ¿sabes? Es el abc de los grupos. Mientras que el problema de una editorial pequeña es otro. A mí no me parece tan difícil. Es decir, es muy difícil y puede ser muy fácil al mismo tiempo. Es algo contradictorio. Hacer buenos libros... pues si tienes la paciencia de un empresario que sostiene un proyecto así, pues no es difícil; si tienes que levantar cada libro con financiación pues sí, claro, es muy difícil.

PM: Y ¿cómo se consiguen buenos libros?

DH: Leyendo mucho.

NC: Con dificultad...

RA: Buscando, buscando... es una búsqueda.

PM: ¿Cómo se busca un autor?

RA: Yo después de muchos años por grandes editoriales y pasarme a editorial pequeña, tras reflexionar sobre lo que iba a hacer lo que me planteé fue que cada libro que hiciera tuviera una justificación, que es una pregunta sencilla, que parece una perogrullada pero que no lo es. Se te olvida. Entonces eso es como salir a navegar, pero no perder tu norte, que es muy difícil, porque en el mar te puedes guiar por el sol o por la estrella polar de noche, pero esa pregunta hacértela a ti mismo: ¿Esto qué me aporta en el catálogo y por qué estoy haciendo esto?

DH: Eso está muy bien, porque si no te estás obligando a hacer una joya de la literatura en cada libro. Eso está claro, y es algo en lo que estaba pensando cuando dijiste lo de la cantidad de lectores exigentes... y es que hay una confusión de entrada, a ver, en formato libro, no todo lo que está contenido en un libro es literatura y no sé si debe ser así, no sé si tenemos que pensar todo el tiempo en los lectores que quieren leer al premio Nobel, pero a éste y no al otro, porque además el otro no merece el premio [risas]. Así no se sostiene el negocio...

RA: Sí, hay mucho divismo en el sector, yo en eso voy a contracorriente... quizá estemos hablando de más, nos van a crucificar [risas]... Yo no creo en esa pose, es un trabajo... tampoco es un trabajo más, pero yo el divismo éste de los Barral, de los Herralde, de los Beatriz de Moura... pues lo siento, no...



DH: Pero fíjate que en catálogos como el de Tusquets o el de Anagrama vas a encontrar muchos libros que son para un público amplio, es decir, que no son para el lector más exigente y eso no quiere decir que sean malos, no, al contrario, hay que verlo de la otra manera. Leer es un esfuerzo, leer es difícil... Habría que relajarse un poco más...

RA: ¿Ves como hay que hablar con otros editores que no sean siempre los mismos? [risas] Pero a mí me parece perfecto Herralde...

DH: Es enorme, yo estoy enamorada...

RA: Pero, claro, es como si dices: voy a hacer una entrevista a grandes futbolistas, Messi y Cristiano Ronaldo, y el año siguiente, Messi y Cristiano Ronaldo... pues te dirán lo mismo. No creo que piensen algo distinto ahora que hace un año ni que hace diez...

PM: Nosotros, precisamente, el hablar con vosotros es por ver qué otra mirada hay de cara a la edición y de qué manera podía ser más atractiva para lo que nosotros pensamos que debería ser la ciudad. De qué manera podría mejorarse el entramado de las relaciones en la ciudad...

DH: Yo tengo una idea clarísima pero que pasa por la ayuda estatal. Yo no sé si España es un país que pueda permitírselo, cuando hay recortes en tantas otras áreas, pero imagínate lo que sería si hubiera ayudas como las que hay en Francia para las librerías, por decir algo.

«No sé si España es un país que pueda permitírselo, cuando hay recortes en tantas otras áreas, pero imagínate lo que sería si hubiera ayudas como las que hay en Francia para las librerías...» DH

NC: Sí, en Francia hay muchas ayudas.

AGC: También ahí, la idiosincrasia de cada país es un poco definitoria para esto, ¿no? Yo quería comentaros acerca del sello de calidad de las librerías, que es algo que viene institucionalizado en este país por medio del Ministerio de Educación y Cultura junto a la Federación de las Cámaras de Libros. Quizá algo tan institucionalizado hace que el lector no le preste mucha atención. ¿Creéis que es importante este sello de calidad? ¿Va a ser decisivo para que las librerías tengan ese estatus de marca, de distinción, o al final el lector que conocéis atiende más a las librerías que se forjan una trayectoria propia de trabajo, de ganarse el prestigio poco



a poco?, porque claro, el lector local, o sea el lector nacional es bastante peculiar, como toda la sociedad, quizá el modelo francés, en este sentido, podría funcionar o no... Quizá es un arma de doble filo que desde estamentos oficiales se intente abanderar la calidad de las librerías y puede que tenga un efecto revés.

RA: Yo creo en las librerías —como en los editores, como en todo— que trabajan año tras año y se crean una reputación y que tienen unos clientes producto de las buenas recomendaciones, lo otro pues bueno, si luego les dan un sello, pues que se lo den pero que...

DH: Si yo supiera que ese sello realmente refrenda es algo que está bien y que vendrá con el tiempo, yo por ahora me fío si voy a una librería que me gusta y veo el sello de esa librería...

PM: Es lo de siempre, la forma en que se hacen esas ayudas en un país u otro difiere lo suficiente no lógicamente por idiosincrasia sino también porque hay intenciones, metidos ya en los temas de corrupción de este país nuestro; si cualquier ayuda oficial de una editorial del tamaño que fuera o una librería del tamaño que fuera implica un clientelismo, en el peor sentido de la palabra, no es forma de hacer esa ayuda.

RA: Yo para las librerías, ¿sabes en qué creería más? Tengo entendido, no lo sé, que en Alemania tienen unos másteres de libreros espectaculares que hacen que las librerías alemanas sean pues como pasa con los coches alemanes y con tantas cosas alemanas... Entonces crear un máster, hay muchos másteres de edición en España y no hay ninguno para libreros. Es llamativo, ¿no? Y dices ¿por qué no?

DH: Pero perdón, yo creo que estas ayudas —las de Francia, que fueron las que puse como ejemplo— son ayudas que se dan a todas las librerías, quiero decir que el problema claro es el clientelismo. El problema es si uno recibe y el otro no. Y porque estaba tratando de vincularlo con el tema que nos tiene aquí hoy que es el de la ciudad y las librerías en la ciudad. Y digo, bueno, la ciudad, ¿quién manda en la ciudad y quién tiene los recursos y puede ayudar en algo, pero es verdad que el problema es de formación, pero bueno, si las librerías tuvieran más presupuesto podrían pagar más a los libreros y los libreros se podrían formar y dedicar a otras cosas.

RA: Yo a un dependiente de una librería entiendo que hay que pagarle más y hay que exigirle más, o sea que lo siento, ya sé que las metáforas con las pescaderías no están de moda pero una vez que has aprendido



cuáles son los pescados y demás no es lo mismo que con los libros, que no hay dos libros iguales, ¿no?

PM: Está claro que tiene que haber una voluntad política de quien gestiona la ciudad para decidir qué es interesante e importante para esa ciudad y para el ciudadano. Y que haya librerías en determinados lugares, en vez de que desaparezcan y haya McDonald's...

DH: Exacto, que no permitan esa cosa que hemos visto tanto, que cierre una librería porque les han subido de repente el alquiler de tal manera que sólo se puede montar allí una tienda de...

RA: Yo que soy menos partidario de las ayudas que Diana, por ejemplo, yo sí haría ayudas en el sentido de...

DH: Alquiler protegido, por ejemplo...

RA: Claro, imagínate que la ciudad tiene unos locales emblemáticos con los que no saben qué hacer, que yo creo que es una cosa que ha pasado mucho en España en estos años, que se han rehabilitado locales, pero se les ha olvidado rellenarlos, y eso ha pasado con las librerías, se han gastado dinero en reformar un sitio precioso, y luego ves las estanterías semivacías y se te cae el alma a los pies. ¿En cuántas ciudades españolas hay un local, por lo menos uno, que lo tienen muerto de risa y que pueden propiciar que la iniciativa privada monte ahí una librería con un alquiler...?

DH: Protegido...

NC: Con respecto a eso de la ciudad, estaba pensando ahora en las ferias o presentaciones de libros... lo que falta luego es una respuesta de la gente, que al fin y al cabo es lo fundamental, porque yo estuve en muchas presentaciones de libro que no había nadie, el entrevistador, la persona que presentaba el libro y dos personas más que se encontraron allí a lo mejor casualmente, y eso es un poco difícil. Y creo que son iniciativas que dan vida a la ciudad y que pueden ser interesantes, pero claro, cuando no hay respuesta...

DH: Sí, esto no es Alemania, la gente no paga para ver a los autores leyendo, claro.

PM: Pues habrá que pensar en cómo conseguimos eso, ¿no? ¿O ya tiramos la toalla...?



RA: No, no, para nada... haciendo la lectura atractiva...

DH: Yo vengo de Blackie Books, y es una editorial que siempre ha publicado libros como para mucha gente, y esto había personas a las que les molestaba, como si hubiera libros a veces demasiado fáciles, pero mira, también era una labor de fomento de la lectura, si me apuras... En realidad era un catálogo que tenía cosas muy literarias pero que tenía otras cosas más accesibles, y ¿cuál es el problema? Lo que quiero decir es que un libro que sea entretenido no necesariamente es malo por eso. ¿Cuál es el problema si un libro encima es entretenido? ¿Cuál es el problema con el humor?, por ejemplo. Ese prejuicio que hay de que si un libro es humorístico, bueno, en España quizá no tanto, pero hay un prejuicio en el mundo occidental de que si un libro es entretenido, entonces, es tonto. ¿Por qué? Si el humor es evidentemente un signo de inteligencia.