



intuyo que muy poco.

El lector puede tacharme de romántico, pero nada me produce mayor satisfacción que encontrar una obra de cómic que creativamente pone patas arriba los estándares de una industria y abre nuevos caminos al lenguaje del noveno arte. Y me resulta dolorosamente obvio que si eliminamos al autor, matamos esta posibilidad.

El artista ha de comportarse como el loco. Porque solo las locuras, entendidas como algo diferente a lo comúnmente aceptado, tienen en su interior la fuerza necesaria para crear un cambio de paradigma que renueve e insuffle nueva vida a una disciplina.

### Legislación

Sin ser especialista en leyes, me parece de lógica elemental que la primera medida a tomar sea legislar para proteger a los creadores; y que el estilismo que le es propio a cada autor no pueda ser fagocitado con este descaro. Ignoro el modo en que ha de hacerse, e intuyo que no es sencillo legislar sobre algo tan difícil de acotar como es el estilo o sello que distingue la producción de un autor. Por ello, sirva este pequeño texto de llamamiento y que aquellos doctos en leyes que lo lean, comiencen a expresarse la sesera, buscando el camino para lograrlo.

Un segundo campo de batalla, en el que sí puedo aportar una opinión formada, es el de la educación. Creo que una de las cosas que me han hecho más feliz desde que alcanza mi memoria es disfrutar de la lectura de un buen cómic; y cuanto más sé de esta disciplina, más disfruto cuando me topo con una auténtica obra maestra. Urge pues que, por los más diversos medios, nuestro sistema educativo forme a las nuevas generaciones para poder disfrutar de algo tan maravilloso como es el cómic.

Las IA van copar el mercado con infinitas producciones de exigua calidad creativa, y no parece que sea una buena estrategia abandonar al individuo a su suerte para que distinga por ciencia infusa el grano de la paja. Parece mucho más coherente dotarlo de herramientas que lo formen y le permitan elegir con criterio.

Un lector bien preparado amará como yo amo la historieta y hará más difícil que se decante por un producto mediocre, por mucho que el mercado se lo venda como la última panacea del progreso, producida por una tecnología mucho menos inteligente de lo que su nombre nos quiere hacer creer.

# Marina Sanmartín: «Leer un libro es un acto de subversión»

► La escritora aborda la necesidad de las librerías, a partir de su propia experiencia

MIGUEL A. DELGADO  
MADRID

Marina Sanmartín ha pasado por casi todas las facetas del sector del libro. Escribe sobre ellos, como puede verse en sus seguidas colaboraciones sobre novela negra en ABC Cultural, pero también los ha escrito, los ha comunicado y los ha editado. Y también los vende, junto a sus socias de la librería Cervantes y Compañía, en el madrileño barrio de Salamanca. Esta última perspectiva es la que vertebra su nuevo ensayo, 'Desde el ojo del huracán', que estos días publica Ariel. El libro es un ensayo personal sobre la historia de las librerías, pero también de su propia trayectoria vital: «Es una autobiografía, porque la historia de cada uno va ligada a su pasión. Y la mía son los libros, algo que comenzó como por casualidad, y que ha acabado derivando en la librería». Una vertiente que, antes de desembocar en Cervantes y Compañía, la hizo pasar por todo tipo de establecimientos, desde grandes superficies a locales de venta de segunda mano. Porque si algo tiene claro es que no existe el único modelo de librería, y todos cumplen su función.

Reconoce que haber pasado por tantos puntos de la cadena del libro le ha hecho «más tolerante. Me ha facilitado ponerme en el lugar de los otros y comprender tanto al autor que viene a firmar con sus manías como al editor que piensa que su libro es el más importante, aunque yo reciba sesenta novedades diarias». Y también, a pesar de su amor por la página impresa, a desdramatizar los posibles conflictos porque, «por mucho que nos empeñemos en considerar que lo que hacemos es trascendental, en realidad es algo cotidiano que no va a salvar una vida, como hacen los médicos. Eso sí, el relato es también importante en la vida de una persona».

### Punto de inflexión

Este libro surgió en el momento en el que el confinamiento provocado por la pandemia amenazó con dar al traste con el proyecto en el que, junto con el resto de sus socias, se había embarcado poco antes: «Aquello supuso un punto de inflexión que obligó a las librerías a ponerse las pilas». Como muchas otras, descubrieron que podían vender a través de la web y utilizar las redes sociales para acompañar a sus clientes, que se habían quedado sin su referencia. «Los librereros nos convertimos en creadores de contenido, y esas emisiones a través de las redes nos salvaron, porque llenaron nuestro tiempo».



Marina Sanmartín, durante la entrevista // ISABEL PERMUY

Pero lo mejor estaba por llegar: cuando por fin pudieron abrir las puertas, aunque con restricciones, la respuesta del barrio, que había descubierto que era importante para ellos contar con una librería, superó las expectativas, algo que aún persiste: «Una librería es algo peculiar. Es un negocio, y eso me importa que no se pierda de vista: el espíritu del librero es el del comerciante y, para que la librería sobreviva, hay que tenerlo en cuenta. Pero, por otro lado, el material que se vende es como la pólvora, es material explosivo. Eso hace que el negocio adquiera una perspectiva humana y espiritual muy importante. Es la parte de la cadena del libro en la que es tan importante el libro como la gente».

Y es que, como afirma, «leer un libro es un acto de subversión, leerlo bien y hablarlo con el otro. Y muchas veces nos va a decir lo que no queremos oír. Por eso es tan importante, cuando llegamos a ese punto de choque, seguir leyendo. Las nuevas tecnologías y las inteligencias artificiales favorecen que solo nos llegue la visión del mundo con la que estamos de acuerdo. La lectura nos obliga no solo a enfrentarnos a lo que no co-

nocemos, sino también a lo que nos puede disgustar, y eso es fundamental».

A lo que no quiere dedicarle demasiada atención es a la gran amenaza que, una y otra vez, aparece cuando se habla del futuro de las librerías, y que no es otra que Amazon: «Estoy un poco cansada de que nos tengamos que definir contra el otro. Para bien o para mal, nuestra librería no tiene nada que ver con Amazon. Pero es que ninguna tiene que ver. Si las empresas son fallidas, es porque dejan de ser ellas mismas para intentar ser otra cosa». Por supuesto, hay que coger lo que ese gigante sí que sabe hacer: «Amazon tiene una cosa buena, y es que pides un libro, y en 24 o 48 horas ya lo tienes. Pues eso, yo también lo puedo hacer. Antes de la pandemia, pensábamos que el pequeño negocio no tenía acceso a la red, pero resulta que es algo fácil. Nosotros podemos acceder a lo que puede hacer Amazon, pero ellos no pueden acceder, por ejemplo, a que estemos aquí hablando de libros».

¿Por dónde pasa, entonces, el futuro? «Nuestra pervivencia está ligada a que logremos convertirnos en un lugar donde la gente quiera venir a descubrir cosas, más allá de sentirse obligados a la lectura. Y eso se hace vendiendo libros pero teniendo también una agenda muy potente, y no tener miedo de lo que está por venir. El reto de las librerías es asumir que el progreso no está reñido con el formato clásico del libro. Y lo haremos».

**«El reto de las librerías es asumir que el progreso no está reñido con el formato clásico del libro. Y lo haremos»**