

Conversación en la librería

Entrevista a Cristian De Nápoli

Alejandro Goldzycher y Mariano Vilar

Cristian De Nápoli (Buenos Aires, 1972) es licenciado en Letras, poeta, traductor, editor y librero. Su local, "Otras Orillas" (Mansilla 2974, CABA), es también un espacio de formación para poetas, libreros y lectores en general. Sus últimos dos libros son el ensayo *Los poemas y las cosas* (2025, Caleta Olivia) y los poemas de *Un tintineo al pasar* (2025, Salta el Pez). Alejandro Goldzycher y Mariano Vilar lo entrevistaron para aportar la mirada del oficio sobre la situación actual del sistema literario argentino.

* * *

¿Qué cambios estás notando en los últimos años respecto de cómo circula la literatura en la Argentina?

Un cambio que para mí es el más notorio, si uno piensa en los últimos 30 años, desde que empecé a recorrer librerías, y que quizás ya habrán notado, es que salen más títulos pero tiradas más chicas. Esto hace que pueda perder todo posible impacto un libro muy bueno porque salió con una tirada de 300 ejemplares. Es una dinámica que fue creciendo año a año en el mundo editorial. Ahora se publica más y cualquiera publica. Hoy pasa algo bastante impresionante en el mundo de los libreros, que es que llegan novedades que no se venden. No es que no las vendo yo: hablo con otras librerías y pasa lo mismo. Y eso pasa con la literatura argentina también. Llegan muchas novedades. La mayoría son literatura argentina y traducciones de habla inglesa.

Así las cosas, yo a veces me tengo que guiar por lo que me dijo un amigo o un colega o un escritor. Por ejemplo, Selva Almada hace un año me dijo: "Tenés que leer a Fernando Chulak". Es muy bueno. Pero, ¿quién lo leyó? Casi nadie. Es un caso entre muchos. Es un poco desasosegante eso.

¿Y cuál es tu criterio para elegir entre los libros que te ofrecen?

Yo siempre estoy leyendo, y trato de informarme sobre las novedades que no llego a leer. Además en las librerías en general tenemos preneros (un rol parecido al de los visitantes médicos) que hacen una tarea importante y que yo como librero no puedo desacreditar. Ante cada novedad vienen y te cuentan. "Mirá, este libro le puede gustar a la gente que le gusta Mariana Enríquez", etc. Te matchean. Es tanto lo nuevo, lo que se edita mes a mes, que ese trabajo es necesario para ponernos en una suerte de sintonía. Después, leo reseñas. Uno aprende a confiar en las reseñas, un género que antes yo, desde mi formación de Letras, miraba de reojo.

¿Cuáles son tus fuentes de reseñas principales? Hoy en día no hay tantas reseñas críticas. O son muy breves, o son reemplazadas por entrevistas a autores.

No es tan fácil encontrar buenas reseñas. Leo sitios web, las columnas de *Perfil*. En los diarios quedan pocas. Las reseñistas más activas son Hinde Pomenarić y Flavia Pitella. Yo desconfío de las dos, pero las leo. Son personas que escriben muy bien reseñas, pero que están demasiado insertas para mi gusto en la mecánica de prensa de las distribuidoras. No siempre me parece que sus elogios sean genuinos. Pero igual las sigo leyendo.

Algo que no sabía antes de tener una librería es que uno vende novedades. Yo pensaba que iba a vender, no sé, a Juan Rulfo. Pero no. Para mí es clave aprender a distinguir las novedades “de estación”, es decir, que duran tres meses, y las “de época”, aunque sea una época corta. Los de estación se van a pedir durante lo que dure la operación de prensa de la editorial. Después no resisten el boca en boca. Hay mucha gente compradora de novedades, pero después no siempre recomiendan lo que compraron. Una cosa linda en este mundo es que el boca en boca sigue pisando fuerte. El boca en boca es una institución hermosa en cualquier contexto. Pero hoy pasa a veces que mis colegas librereros repiten directamente las palabras de los preneros, lo que a mí me da un poquito de pudor. Pero el boca en boca sigue funcionando. Es lo que dirime finalmente. Y hay libros que gracias a eso se van convirtiendo en parte de un período, de una época.

¿Qué libros por ejemplo pertenecen a esta última categoría, que perduraron?

Cuando te vienen a pedir un libro de un autor o autora que no está atravesando ninguno de estos períodos de difusión publicitaria, pero aun así te lo vienen a pedir, ahí te da la pauta de que es un autor/a de época. No sé, desde Alejandro Zambra hasta Selva Almada. Ahora ella está atravesando un período de difusión con la novela nueva (*Una casa sola*), pero es una autora que se vende sostenidamente. Son libros que uno saca de la mesa de novedades y no se dejan de vender. Son autores que quizás un día dejen de ser autores de época y se vuelvan algo así como “nuevos clásicos”. Yo eso lo trabajo mucho en mi taller para librereros. Hacemos todo un circuito por los distintos libros que tenemos en la

librería, con criterios propiamente libreriles. Yo siempre digo: los libros que ocupan más espacio, son los que ocupan menos tiempo. Es una ecuación. Un best-seller ocupa mucho espacio pero no tiempo. Un clásico lo contrario: no lo voy a exhibir pero siempre va a estar. Pero en el medio hay un montón de cosas.

En el medio están estos libros que yo llamo “de época”, que pueden ser Almada, Zambra, Andruetto, Kamenszain, Cartarescu, Cusk, yo no sé si van a quedar. Puede que algunos en diez años los olviden rotundamente. Pero son libros que circulan con el boca a boca y con el prestigio sin necesidad de que ninguna editorial los foguee.

¿Y qué pasa con autores que marcaron una época hace 20 o 30 años sin ser exactamente clásicos? Pensaba por ejemplo en Abelardo Castillo.

Sí, me lo piden, por ejemplo, más que a Saer, lamentablemente. Además, vieron que hoy hay todo un universo de gente que escribe y que hay todo un conjunto de ediciones, un universo impreso alrededor de la escritura creativa. Abelardo siempre aparece ahí como un escritor para trabajar en un taller. Si no me equivoco él formó a Schweblin.

¿Y cómo ves la situación de la poesía?

Seremos entre cinco y diez las librerías en la ciudad que ofrecemos mucha poesía. Además se publica mucho. La poesía siempre se acomodó a las tiradas chicas, que es lo que hoy rige para buena parte de la narrativa. La poesía no tiene dificultades para eso, no tuvo que adaptarse. También, la poesía se acomoda muy bien al nuevo perfil de librerías de los últimos años. Fíjense que las librerías que se crean son librerías con

espacio para eventos. Yo en 2018 lo vi: no voy a abrir una librería si no tengo alguna o algunas salas para que pasen cosas. Ahora cualquier librería que se abra se abre con la idea de que pasen cosas. Y la poesía es de acontecer.

No es que los poetas sean grandes compradores de libros especialmente, pero bueno, dinamizan, llevan gente, y en un evento de poesía siempre algo se vende. Nosotros como libreros necesitamos estos eventos. Porque también vendemos poco, en general, es un rubro donde nadie hace mucha guita, al menos en la venta física. Los únicos que hacen guita son los que están muy bien posicionados en la venta online.

¿Vos tenés una visión pesimista u optimista sobre el futuro de las librerías?

Creo que es un rubro que se va a sostener. ¡Tiene más chance de caducar el libro físico que la librería! Porque las librerías se volvieron también un espacio para estar, para ir a actividades. Hoy pasa algo que nunca había pasado que es que las librerías en ciudades del interior del país, de 200.000 habitantes, se sostienen mejor que antes. Yo sigo a una que se llama "La singularidad del libro" de San Fernando del Valle de Catamarca, una ciudad muy difícil. Es la provincia con mayor porcentaje de población rural de Argentina. Pero se manejan muy bien en Instagram, tienen clubes de lectura en español, en inglés, en francés. Leen por ejemplo *El ojo de Goliat* de Diego Muzzio, que es una novela exigente, y vos ves en los videos que suben que son cuarenta personas ahí, con Diego conectado virtual proyectado en la pared. La gente quiere reunirse, es una cosa post-pandemia de querer salir como antes se iba más al cine o al teatro.

En la línea de la movida de gente que proyecta películas en la casa y arma grupos abiertos,

Las librerías, claro, somos los lugares naturales para alojar clubes de lectura. Además que nos gusta hacerlo y a la gente también. O sea, la gente se viste para ir a un club de lectura. Eso me parece maravilloso. Yo mismo empecé este año a dar uno porque, como las ventas estaban mal, dije: "Tengo que pensar otras cosas", ¿viste? Y estoy re contento. A corto plazo no creo que baje la demanda de eso. A largo plazo no puedo saberlo, pero...

Y volviendo al "sistema literario argentino", siempre se habló mucho de la proliferación de editoriales independientes en nuestro país. ¿Eso sigue siendo así en este momento? ¿Aparecen nuevos proyectos editoriales?

Ahora están muy mal. En este momento de retracción de consumo, donde todos elegimos en qué gastar treinta mil pesos —que es lo que nos cuesta todo: una pizza, una camisa en la calle Avellaneda, un libro—, lo que está pasando en los últimos dos años es que, por una necesidad de cuidar la plata, las personas nos volvemos más conservadoras en nuestros consumos. Y las editoriales más *indies* generalmente son las que más padecen esto. Porque la compra de un libro de *Entropía* o de poesía de, no sé, de Zindo & Gafuri, muchas veces es —y espero vuelva a ser— una compra, no te digo experimental, pero es una apuesta: "A ver qué onda". Bueno, yo recuerdo los primeros años de esta librería en los que vendía *mucho* de editoriales independientes, pequeñas. Y ahora todo lo contrario. Lamentablemente ahora la venta es conservadora. O sea, conservadora en el sentido de que, más allá de que el libro sea buenísimo

o no, la gente compra lo que está muy segura de que quiere leer. Y nadie agrega un segundo libro "para ver". Si se agrega un segundo libro es porque también lo tienen muy en la cabeza.

Y a eso se suma la descarga de libros online.

Sí, sí, totalmente. Es un fenómeno al que mucha bola no le doy porque no leo tanto en formato digital, pero sí, claro.

Y vos hablabas antes del boca en boca y de las reseñas, pero pensando en otros mecanismos de validación, ¿los premios literarios afectan las ventas? ¿Si gana el Premio Clarín alguien, eso produce un efecto o algún otro premio?

Un poco, pero no tanto. No tanto. El Premio Clarín no mueve la aguja. Pero el Premio Alfaguara, que es más prestigioso, un poco más. Cuando ganó el Premio Alfaguara Cristian Alarcón su libro anduvo bien, pero anduvo bien unos meses. Después no pasó el boca en boca, como digo yo —tampoco quiero abusar de esa fórmula, pero bueno— y no le fue tan bien como otros libros anteriores de Cristian Alarcón que se vendieron a largo plazo un poco durante años, como *Si me querés, quereme transa*. Ese sería un ejemplo de un libro que ganó un premio importante y no le interesó a nadie.

¿Y la exposición, o sea, *booktubers*, *bookstagrammers*, esa onda? ¿Seguís un poco esa línea para ver lo que se está discutiendo, o Twitter? Aparte de la gente de a pie.

Trabajo mucho Instagram. En Twitter nunca estuve, ni como persona ni como librero. Lo que veo en los *bookstagrammers* es que son muy

positivos en todo. Gente que espero que algún día se ponga una librería, pero no sé.

El formato *reel*, como todos sabemos, no da para el comentario crítico desarrollado.

¡Ah, no! ¡Eso ni hablar! Ni hablar. Sí, sí. De todos modos, creo que influyen. Creo que forman parte de esos meses en los cuales un libro anda bien por notas en los diarios, pero también por los *bookstagrammers*. Creo que influyen y creo que influyen en la venta en algún punto. Forman parte de ese período que es muy acotado donde un libro se vende porque está constantemente fogoneado. Pero después... yo hasta ahora no vi ningún *reel* que diga: "Encontré este libro que tenía en casa hace un año y me encantó". Me encantaría verlo y que me cierren la boca, pero hasta ahora no vi ninguno. Siempre están tirando algo que la editorial acaba de mandarles gratis.

Se suele decir que las principales compradoras de libros son mujeres adultas. ¿Esto es así en tu experiencia? ¿Notás cambios en ese sentido?

Alguna vez lo charlé con Cecilia Fanti. Todos los libreros estamos de acuerdo en que el 65% de nuestros clientes son mujeres. O sea, de cada tres libros que vendemos, dos los compran mujeres. Fanti tiene una teoría —con la que yo no estoy de acuerdo, pero que se la respeto—, que es que las mujeres hoy por hoy siguen, como hace muchos años, comprando los libros para el resto de la familia: para el hombre, para el hijo. Puede ser. Está bien. Yo creo que simplemente es que las mujeres hoy están más interesadas en hacer... que es un tema de la época.

Estudian, trabajan, van a talleres de lectura, a clubes de lectura. Los hombres votan a Adorni. O sea... es lo que yo creo, no sé. Tal vez sea un tema de la época. Para mí hoy por hoy las mujeres leen más. Puede ser que también compren libros para el marido, no lo voy a discutir, pero creo que no es esa la variable central.

¿Y se mueven más los libros de autoras que de autores?

Cuando yo empecé Letras en los noventa, todavía no pasaba. Ya los hombres éramos 20% del alumnado como mucho, pero todavía se leían hombres. Eso cambió. Ahora ocurre que, bueno, todo este nuevo *boom* que llamaron en su momento, ¿no?, de escritoras latinoamericanas, algunas de las cuales me parecen geniales, como Rivera Garza, la mexicana. Ahora también hay mucha más chance, de movida, de que un libro se venda mejor si está escrito por una mujer. *A priori*. Claro. Un desconocido... entre un Juan desconocido y una Juana desconocida, probablemente le vaya mejor a Juana, de partida.

Hoy en día pareciera que circula mucho libro de análisis político, pero de un tipo particular, como un tipo de ensayo, como los de Giuliano da Empoli o Mark Fisher también. O el de Tereschuk, *¡Progres del mundo!* No son los clásicos libros periodísticos sobre una figura política ¿Vos notás que hay un mercado de eso? ¿Hay un tipo de lector que busca este contenido político no tan enfocado en el análisis casi periodístico de coyuntura, sino más ensayístico?

Sí, sí, eso por un lado. Ese tipo de libro sobre políticos individuales sigue existiendo y probablemente es muy importante para las grandes editoriales en este sentido, que en este caso puede ser Carlos Pagni, que

cada tanto saca un libro, y muchos más. Es un tipo de libro que está en el borde de la política del presente y la historia de la Argentina, ¿no? Es un libro clásico, siempre se vende, en la Feria del Libro se presentan dos o tres... Pero, por otro lado, están estos libros que son un fenómeno más nuevo que los libreros no sabemos bien en qué sección poner. Yo les puse de nombre "Presente y futuro". Ahí van Mark Fisher, Da Empoli, que analizan el futuro inmediato, tratan de indagar el futuro inmediato en lo social, en los usos, en la inteligencia artificial, etcétera. Bueno, ya sea inteligencia artificial o sea líderes autoritarios, libertarios...

O nuevas derechas

Sí. Pero son libros que piensan el presente en relación con el futuro. Para alguien de mi generación, en los noventa las librerías eran al revés: era la clásica pared de marxismo. Eso desapareció en las librerías. ¿Viste ese cartelito que decía "Marxismo"? Bueno, desapareció en treinta años. A veces eran análisis de países que no conocíamos. Yo pienso en los orígenes de la editorial *Anagrama*, que hoy está netamente volcada a la narrativa. Pero los orígenes de *Anagrama* fueron cuatro o cinco años de ensayos marxistas duros. O sea, títulos como "Principios estructurales de la política en Indonesia". Y había compradores para esos libros. Eso ya desapareció.

Ahora eso se volcó más a esta preocupación por el futuro próximo, como se llama la colección de *Caja Negra*. El nombre está puesto así como guante, porque hay muchos libros por fuera de esa editorial que están pensando el futuro próximo.

Después otra veta que en ensayo fue fuerte hace diez años —ya estoy hablando de un tiempo más cercano, nada que ver con los noventa—: los libros de estudios de género. Pero ahora pasó algo interesante, que es como que las mujeres que militan ya no necesitan leer esos libros. Ya la época de leer a Federici, *Calibán y la bruja*, ocurrió.

Quizás en algún momento se sintió que ya había como una sobredosis de teoría de género innecesaria para pensar el presente, ponele. Entonces los libros de género, no te digo caducaron, pero menguaron fuerte. Menguaron fuerte con respecto a lo que era hace diez años e incluso cinco. Y eso no significa que los debates de género hayan menguado. No, están vivos, están hiperactivos.

¿Qué notás respecto de las edades de quienes compran libros?

La cuestión etaria en una librería es importante. Por ejemplo, algo que yo viniendo de Letras no conocía, que es, por ejemplo, con la franja de lectores muy adultos —más de ochenta— que leen para ejercitar la memoria. Que es otra cosa para la que uno, que viene de una formación universitaria, no está preparado ¿no? O sea, gente que quiere libros fáciles. Y tienen todo el derecho a tenerlos. Libros que no tengan saltos temporales ni nada por el estilo, ya sea novela policial o romántica... Bueno, eso es una cosa que uno descubre como librero y obviamente son clientes que amamos, me sé los nombres. En las librerías independientes nos conocemos los nombres de los clientes, porque somos librerías de clientela. Entonces bueno, busco para esa gente las novelas más sencillas. Eso por un lado.

Está, por otro lado, la franja etaria opuesta. Yo de entrada aposté, por mi tono de redes sociales —que es más descontracturado y más canchero, ponele—, a los lectores jóvenes. O sea, a un segmento de 20 a 35 años. Ese segmento hoy la tiene difícil, porque tienen muy baqueteados sus ingresos. Gente que gana setecientas lucas, o sea, que no puede comprar un libro de treinta mil pesos. A mí me mandan mails diciéndome: "Cristian, estoy en la lona pero ya voy a volver". Es duro, aunque es lindo que te avisen, te sentís apreciado.

Mencionaste a los lectores mayores que leen para ejercitar la memoria. También a los lectores jóvenes que por sus limitaciones económicas se vuelven más conservadores en sus consumos. ¿Percibís que la literatura se está volviendo más conservadora? ¿Hay lugar para la experimentación todavía?

Yo creo que si en algún momento bajó la importancia de la experimentación en la literatura, no hay que buscarlo en el pasado inmediato ni en este contexto particular de caída del consumo que tenemos en Argentina. Creo que en todo caso es un fenómeno que tiene un par de décadas, al menos. En el caso de estos últimos años, lo que veo por un lado es una testarudez notable de los escritores que siguen apostando, no sé si a estructuras muy complejas, pero sí a una forma de complejidad. Y veo, por otro lado, que a las soluciones fáciles no les va tan bien tampoco. En el caso de la literatura argentina, hay un mundo muy estricto, muy limitado de narradores que escriben novelas cien por ciento convencionales. Tenés a Florencia Bonelli, la Rivero, Gloria Casañas... y no mucho más.

A las novelas que se quieren acercar a un paradigma, digamos, más sencillo, no les va tan bien. Creo que cuando el mercado es débil, es débil también para la literatura convencional, incluso más que para la literatura experimental. ¿Se entiende lo que digo? O sea, en este momento es un mercado débil, y lo que más lo resiente es justamente lo contrario a la literatura experimental

Claro; está estudiado incluso en el mundo, no solo en Argentina, esta suerte de *middlebrow* ¿no? Mariana Enriquez es un buen ejemplo. Esa literatura que puede ser leída y disfrutada por un lector “formado”, pero que también se abre a un público más amplio, incluso masivo. Con algunas diferencias, me da la impresión que Schweblin también entraría un poco en esa categoría: podemos dar su literatura en Puan y al mismo tiempo sentimos que no busca a poner en tensión los límites de lo literario. Quizás Pablo Farrés pueda pensarse como ejemplo de alguien que está más al borde, ¿no? Pero tampoco parece que se leyera tanto.

No, claro.... Tiene un par de entusiastas. Katchadjian, que es un experimentalista más simpaticón, más sentimental, tiene sus adeptos. Pero te puedo mencionar un grupo de autores, de narradores argentinos que en los últimos diez años se asentaron y que es gente que escribe con su complejidad, aunque sin la matraca de la experimentación. Hernán Ronsino, por ejemplo, es un autor que está asentado. Hace tres años que no saca novelas y se sigue pidiendo. En el caso de Selva Almada, a mi juicio, es donde mejor se da.

Y en el caso de Mariana Enriquez, a mí me gusta mucho desde un criterio, ¿cómo llamarlo...? Como mejor que sea ella y no otro. Creo que Mariana

Enriquez tiene una cosa genuina. Tiene una formación en el periodismo que puede ser algo bueno a veces y tiene un perfil de lectoras jóvenes, veinteañeras, a las que —a su manera— trata de no hacérselas del todo fácil. Plantarse de alguna manera y decir "bueno, esto no, esto no me gusta". Es crítica, a su manera, para un público lector generalmente joven. Me gusta que sea crítica.

También viene a la mente el caso de Camila Sosa Villada, que en su momento fue como un boom...

Y que después parece que se está quedando... Pasó lo mismo con Dolores Reyes. *Cometierra* se vendió muy bien. Con *Miseria* la gente dijo "no". El otro día me contaron que la serie de *Cometierra* fue un fracaso que hizo que los escritores que viven de hacer guiones para series ahora estén asustados. Esta serie se hizo en México, que es distinto a Argentina. Los chicos de la trama son de una escuela privada, nada que ver. Más tipo de élite. Y fue un fracaso rotundo, lo que significó que se cancelara el presupuesto de un montón de series, basadas en libros de otros escritores, que iban a venir después.

¿Cuál es el tipo de relación que ves o el impacto que tiene la academia sobre el mercado literario en la actualidad. ¿Vos ves que ahí haya un diálogo o una sinergia, o circulan un poco por separado?

No veo que exista el menor impacto de la academia en el mercado literario actual. Y tampoco veo diálogo. Esto último siempre existió y quizás sólo esté en merma actualmente por azar o por algo provisorio. Quiero decir, siempre hubo académicos especialistas en literatura que se movían entre la universidad y el periodismo, como ponele Beatriz Sarlo

hasta hace poco, y publicaban reseñas de nuevos escritores, reseñas que se leían, se comentaban y generaban un diálogo y una cierta difusión de esos autores reseñados. Hoy esa figura académica no está. Lo tenés, sí, a Martín Kohan, profesor en Puan y escritor en los diarios, ¿pero vos leíste columnas de Martín Kohan? No reseña a nadie, sólo habla de sí mismo, de los cafés que toma, de las cosas que le gustan, no le presta atención a nadie, es él montado a la ola de lo que le pasa.

Esto tal vez se relaciona —en Puan, en la UNA, en espacios académicos— con una búsqueda de más literatura del yo, por vía de textos que por lo menos para mi formación son secundarios, pero que ahora parecen ser primarios. Cartas de escritores, como Virginia Woolf. Me pasa que vienen estudiantes a comprar las cartas de la Woolf y que no leyeron *Las olas* ni ninguna de sus novelas. Y yo pienso: "¿Eran tan importantes para Woolf las cartas?".

¿Y por ejemplo Cabezón Cámara, que en Puan se lee mucho?

Sí, claramente es una autora de época, es una autora que ya no necesita prensa para vender. Hoy ya está en una situación en que no necesita prensa.

¿Y César Aira? ¿Te lo piden o ya no tanto?

Poco, pero sí. Lo mismo que otros un poco epígonos de Aira, como Bizzio o Guebel. Son autores y libros que siempre nos pueden pedir. Al haber tantas cosas en una librería te pueden pedir mil cosas.

Para cerrar: vos das curso para librereros, talleres de formación... Si tuvieras que resumir una idea fuerte que tratás de transmitir a los librereros, ¿cuál sería?

A mis colegas no les diría nada; son todos muy duchos, muy hábiles. A alguien que quiere ser librero, le diría que es un trabajo muy peculiar. La gente cree que es muy bohemio y tiene su lado pesado. Cargar libros, ingresar novedades que quizás no vas a vender. Es mucho trabajo de compu, toda la parte fría de la gestión...

Pero también está la otra parte. Cuando ustedes llegaron yo estaba hablando con Mari, otra clienta que conozco bien. Las librerías independientes tenemos clientes, insisto mucho en eso. Conocemos a los clientes, tenemos mucha memoria de sus gustos. Obviamente, también entra gente que no es cliente. En todo caso, ser librero implica estar preparado para la conversación y el entusiasmo. Prepararte para trabajar con una clientela que tenés que conocer. Y después, bueno, otras cosas: tener memoria visual es importantísimo. Saber dónde está cada libro. Incluso más que memoria de leer, memoria de ver.

En los ochenta, cuando era chico, había un formato de grupo pop que en la industria musical se llamaba *fire and ice*: dúos como Erasure, Pet Shop Boys o Giorgio Moroder con Donna Summer. Un dúo donde había un integrante que era como pura extroversión y sentimiento, y que cantaba y bailaba, y atrás de él siempre había un tipo gris muy aparato apretando los botones del sintetizador con cara de orto. Bueno, ser librero es tener que ser esas dos cosas en un mismo cuerpo.