

Noticia originalmente aparecida en:

http://www.elmostrador.cl/modulos/noticias/constructor/noticia_new.asp?id_noticia=187866

14 de Mayo del 2006

Jordi Nadal, una de las cabezas del grupo Planeta "A la literatura no la puede estropear ni siquiera la industria editorial"

por **Ximena Jara**

Del grupo español Planeta, es uno de los ejecutivos más importantes de la industria editorial en Hispanoamérica. Realista, dice que la literatura es una excepción que surge de vez en cuando, y revela una sorpresa: Chile es un mercado atractivo en lo que a libros se refiere.

Es amable. Casi excesivamente amable. Saluda "a la española", con un beso en cada mejilla, y se sienta con tres dossiers diferentes de información editorial, además de su libro Meditando el management. Pide disculpas por el breve retraso y, momentos más tarde, vuelve a excusarse por una llamada urgente de Barcelona que debe atender; los negocios son negocios. Conversa en catalán con rapidez sorprendente, y sin desestructurar ninguna idea, en un orden mental envidiable. Los días de Jordi Nadal, aunque esté en Chile, son agitados; no en vano es una de las cabezas del grupo Planeta, el más importante en español y el séptimo a nivel mundial.

"Amo los libros, ¿sabes?", dice espontáneamente, y cuenta que antes de venir a Chile se pasó diez días tratando de comprar el último libro de Ryszard Kapuscinski Viajes con Heródoto, porque lo necesitaba para seguir viviendo.

Maneja con sorprendente presteza los datos de la industria editorial, y aunque asume que la labor primera de las editoriales es financiarse y vender, como cualquier empresa, se molesta profundamente cuando la crítica la reduce a mercenarios de las letras. Sabe que en algún lugar, entre las exigencias de venta y las estrategias de marketing, está la literatura. A veces.

La paradoja chilena

Es tercera vez que viene a Chile en un año y medio. Aunque parezca extraño mirado desde adentro, con todas las limitaciones del mercado local, con IVA no rebajado, con piratería y todo, Chile es el quinto o sexto mercado de América Latina –después de México, Argentina, Colombia y Venezuela- en ventas editoriales, superando incluso lo que correspondería esperar por distribución poblacional. En cada visita, revisa las publicaciones locales, estudiando posibilidades de que los autores de buenas ventas se editen también en mercados vecinos. Sin embargo, no se engaña: "El imperio es el imperio. La literatura anglosajona es la que tiene el grueso del mercado editorial del mundo".

-¿Cómo se explica que Chile sea un mercado atractivo en consumo de libros, si es sabido que se trata de un espacio limitado, pequeño?

-Es que, comparado con otros países latinoamericanos –y sin decir nombres-, se preocupa mucho de la educación. Y la gente compra libros; de hecho, el porcentaje del mercado es superior al porcentaje de su población. Se vende más que lo que correspondería por distribución poblacional.

-Y sin embargo, según nuestra encuesta de tiempo libre y consumo cultural, el 60% de las personas en Chile confiesan no haber leído ni un solo libro en los últimos doce meses. ¿Tanto lee el 40 por ciento restante?

--Creo que era Andy Warhol el que decía que podía entender que la gente no usase ropa interior supersofisticada, pero no podía entender que no la comprase. Mucha gente compra libros y no los lee, pero qué bueno que ese producto sea algo aspiracional, con lo que una persona intenta decir algo de sí mismo. Y mientras la gente crea en los libros, hay esperanza.

-Aunque no los lea.

-Bueno, si hay un libro en casa, alguien lo leerá.

La literatura: una rareza de las editoriales

-¿En qué parte de la ecuación entre el libro, el paralibro y la rentabilidad queda la literatura?

-La literatura tiene tanta vida que no la puede estropear ni siquiera la industria editorial. Los contadores de historias van a ser cada día más importantes, porque en la sociedad moderna del primer mundo muchas necesidades básicas están satisfechas; una gran parte de esa sociedad va a enfermar de tener todo lo superfluo y nada de lo esencial. En ese contexto, los contadores de historia van a ser cada vez más mágicos, porque tienen que ve con la capacidad de hacer que otros sientan algo. La literatura no va a desaparecer ni siquiera con una industria que la pueda pervertir parcialmente. Incluso Hollywood produce de vez en cuando películas maravillosas, como Million Dollar Baby o Crash. ¿Qué es para mí la literatura en el sector editorial? Lo mismo que Million dollar Baby o Crash para Hollywood.

-¿Una excepción?

-Sí, pero es una excepción que da sentido a la vida. Porque las cosas que dan sentido generalmente son excepcionales.

-Es duro escuchar de una persona que trabaja en la industria editorial que en esa área la literatura es una rareza.

-No; es como decir que es duro pensar que es excepcional el sentimiento amoroso, a pesar de que haya tantas telenovelas. Una cosa es la industria y otra, lo que es irreductible en el ser humano.

-Desde la literatura, sin embargo, hay una amplia crítica a la exclusiva política de vender que tienen las editoriales.

-Eso es falso. Hay colecciones maravillosas y libros maravillosos que han sido promovidos por la industria editorial. En la formación de la conciencia de los individuos, uno de los roles más necesarios, menos estudiados y menos reconocidos es la del sector editorial. No existe la cultura del siglo XX francés sin la editorial Gallimard, es impensable. Un grupo editorial muy importante publicó por primera vez Sin destino, de Imre Kertész, antes de que lo publicara luego un editor exquisito. En el mundo hispanoparlante hay editores y colecciones tan notables como el bosque del Amazonas, que renuevan el aire. Decir que las editoriales independientes publican sólo cosas buenas y los grupos, sólo malas, es falso. No hay nada tan matemático.

PDF extraído de la web de Jordi Nadal

www.jordinadal.com