

«LOS EDITORES TENEMOS EL RETO DE HACER QUE EL LIBRO ESTÉ MÁS EN LA CALLE»

Cuando Sergio Dahbar inició sus proyectos empresariales en la industria editorial venezolana era todo menos un novato. Veinte años de experiencia como coordinador y director de redacción, en periódicos como *El Nacional* y *Economía Hoy*, le proporcionaron el instinto para desarrollar contenidos de interés para los lectores, pero también le crearon esa obsesión por los aspectos financieros y logísticos que hacen posible la salida diaria de un medio de comunicación impreso. Con la revista *El Librero* el periodista se reconcilia con el hombre de negocios, en un proyecto cultural que arroja beneficios a lectores, librerías y sellos editoriales.

EL RECIENTE «Estudio del comportamiento lector, acceso al libro y lectura (2012)», auspiciado por el Centro Nacional del Libro (Cenal) con el propósito de identificar los modos como se relaciona la ciudadanía con la cultura escrita, reveló que 82,5 por ciento de los venezolanos lee algún tipo de publicación. El medio escrito más popular es el periódico (68,7 por ciento), seguido del libro (50,2), la revista (49,7), el soporte electrónico (40,9) y el texto escolar (31,7). Discriminados por sexo, 55 por ciento de los lectores son mujeres y 44 por ciento hombres. Las personas pertenecientes a la clase media, sea alta o baja, superan los índices de lectura de las de los otros estratos sociales (una coincidencia insospechada: los muy pobres y los muy ricos tienen en común lo poco que leen).

Ramón Piñango, Virgilio Armas Acosta y Rafael Jiménez Moreno, de *Debates IESA*, conversaron con el periodista Sergio Dahbar para conocer la situación actual del sector editorial venezolano, a partir de su juicio de empresario y promotor cultural, pero también de lector y escritor disciplinado.

¿Cómo empezó su relación con el mundo impreso, de los periódicos y los libros?

Empecé a trabajar a los diecisiete años porque quería tener mi propia plata. Cuando llegué a Venezuela busqué trabajo en el Centro Vasco y me contrataron como mesonero los fines de semana. Después de eso conseguí un empleo como vendedor de libros. Me encantaba visitar librerías, hablar con los libreros y vender libros.

A los meses, tras interrumpir mis estudios de Medicina, logré entrar en la Escuela de Comunicación Social de

la Universidad Central. Para mantenerme trabajaba como jefe de Prensa en la Editorial Ateneo de Caracas, pero la empresa entró en crisis. Hubo una reestructuración y quedé en la calle. Después Miguel Enrique Otero me ofreció ayuda. Un día me llamó para darme un puesto en el diario *El Nacional*, como pasante del *Papel Literario* y bajo las órdenes del poeta Luis Alberto Crespo, un excelente jefe, un tipo que no molestaba, no fastidiaba y dejaba hacer. Allí comencé a relacionarme con la producción de un periódico. Fue lo primero que hice.

¿Cuánto tiempo estuvo en *El Nacional*?

Veinte años, divididos en dos etapas. La primera etapa comienza en 1979 y termina en 1989, justo el año del Caracazo. Renuncié a la coordinación del *Papel Literario* en solidaridad con Luis Alberto Crespo, quien había sido despedido por la publicación de un artículo que se consideró inoportuno. No estuve mucho tiempo desempleado, porque conseguí trabajo en Monte Ávila, que dirigía Rafael Arráiz Lucca. Después participé en *Economía Hoy*, un nuevo proyecto periodístico, y en la fundación del Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (Cenac). Mi segunda etapa en *El Nacional* arrancó en 1996 y terminó en el año 2006. Durante esos diez años ocupé varios cargos: jefe de proyectos especiales, director de la revista dominical, director de revistas y director del periódico.

Al salir de *El Nacional*, funda *El Librero*...

Fundo el grupo editorial Cyngular, que publica *El Librero* y está detrás de la editorial La Hoja del Norte...

¿Cómo se le ocurrió la idea de *El Librero*?

En el año 2005, mi último año en *El Nacional*, sentí que mi trabajo como editor ya no tenía perspectivas de crecimiento profesional. Entonces, como un ejercicio personal, elaboré una lista de cosas que podía hacer una vez que renunciase al periódico. Se me ocurrieron tres ideas: crear una revista, montar una editorial o abrir una librería. Opté por la primera opción. Empecé a trabajar en el concepto de la revista. Los sábados me reunía, en el café Arábica, con un diseñador y un periodista. Me voy de *El Nacional* y en julio de 2006

Si el mundo de las revistas ofrece ganancias limitadas, el empresario debe poseer un fino instinto para capitalizar las oportunidades.

¿Dónde adquirió las habilidades para crecer dentro del mercado editorial?

Tengo que reconocer que para mí *El Nacional* fue una tremenda escuela en el tema de los negocios. En mi último cargo en el periódico yo me ocupaba de supervisar los contenidos, pero también tenía que estar pendiente de los balances y los estados financieros, la comercialización del diario y de los productos asociados.

¿Cuál es la principal diferencia entre un periodista y un editor?

Tanto el periodista como el editor tienen un aspecto en común: la creación de contenidos de interés para los lectores. La diferencia viene dada porque el editor se preocupa, además, por la viabilidad financiera del soporte escogido para publicar los contenidos: libros, periódicos, revistas...

En su condición de periodista-editor, ¿cómo enfoca la creación de contenidos?

Creo contenidos que estén relacionados con los libros. Mis contenidos tienen muchas maneras de salir a la calle, una de ellas es la revista *El Librero*. Otra, por ejemplo, es la edición de libros de investigación histórica o de crónicas periodísticas. Recientemente edité el libro *No es cuento, es historia*, a partir de unos guiones que había elaborado Inés Quintero para unos micros patrocinados por Banesco. La obra siempre estuvo allí, pero primero fue necesario que alguien plantease, tanto al banco como a la escritora, la conveniencia de reunir los micros, editarlos y sacarlos a la venta.

¿El editor puede llegar a ver un libro aun antes que la persona llamada a ser su autor?

Ocurre a menudo. Por ejemplo, yo le propuse a Alejandro Padrón que escribiera la crónica *Yo fui embajador de Chávez en Libia*. Este libro no existía, lo imaginé un día que estaba pensando en una nueva colección denominada Historias personales.

Alejandro Padrón, economista y dueño de una librería en Mérida (La Ballena Blanca), fue el primer embajador del gobierno de Hugo Chávez en Libia. Lo llamaron para el cargo por considerarlo un experto en el tema petrolero. Padrón estuvo en Trípoli hasta el año 2002, cuando rompe con el chavismo, regresa a Mérida y se dedica a su librería. Yo siempre conversaba con él. No tardé en apreciar el gran valor histórico y periodístico de sus anécdotas como funcionario diplomático. Entonces, le animé a escribir el libro para publicárselo.

En este caso específico, ¿qué le movió a publicar el libro? ¿El valor histórico del testimonio o la posibilidad de vender muchos ejemplares como consecuencia del derrocamiento de Gadafi?

Personalmente, creo mucho en que hay que publicar libros que sean significativos para la sociedad.



publico el primer número de *El Librero*. Fue una excelente época para los editores de revistas. Vendí muchos avisos. Por ejemplo, recuerdo que Santillana nos pagó por adelantado un año entero de avisos.

Cuando trabajó como periodista, ¿alguna vez se imaginó que se convertiría en un «hombre de negocios»?

No. Nunca.

Pero es un «hombre de negocios»...

Supongo que sí. Aunque muchas veces también he sido un hombre de «malos negocios». La persona que verdaderamente desea levantar una fortuna no debe meterse a la edición de revistas. Las revistas no son buenos negocios.

Tuvo que pensar no sólo en términos de lectores sino también en términos de mercados.

Exactamente. Esa experiencia también me ayudó a valorar la función que cumple una junta directiva. Yo me nutrí mucho de figuras como Moisés Naím, Carlos Oteyza y Heinz Sonntag, por mencionar algunos. Aprendí, por ejemplo, que es fundamental para el éxito de los proyectos que existan personas que desconfíen de las proyecciones y los supuestos de mercado. Estas personas «recelosas» son las que hacen que aparezcan en las reuniones los datos verdaderamente relevantes para un negocio. Además, son aquellos que exigen compromisos a los emprendedores y a los posibles aliados comerciales. «¿Tú estás dispuesto a hipotecar tu casa y tus bienes por el negocio que me vienes a vender?». Esa es la pregunta clave.

Fotografía: Cincopuntos seis

¿Y renunciar al *best seller*?

Un editor debe tener en su catálogo libros que se vendan rápidamente, pero también tiene que publicar obras de aliento histórico. En La Hoja del Norte publicamos el libro *Un dragón en el trópico*, escrito por Michael Penfold y Javier Corrales. Es un libro que presenta una estructura muy académica y un lenguaje a ratos técnico. Pero, como editor, consideré clave tenerlo en mi catálogo. Sin embargo, de vez en cuando hay sorpresas: el libro de Inés Quintero, *No es cuento, es historia*, vendió tres mil ejemplares en un mes; es decir, se convirtió en el libro con el que sueña todo editor, porque permite costear los libros de difícil venta del catálogo.

¿Cuál es la conclusión? Que el trabajo editorial es mucho más complejo que hacer libros. Puede parecer una frase hecha, rápida, pero es real. Los sellos más importantes del mundo se caracterizan porque sus editores se preocupan por identificar las obras de fondo, aquellas páginas que van más allá de los asuntos coyunturales. Pienso, por ejemplo, en el caso de Beatriz de Moura, fundadora de la editorial Tusquets. Esta mujer empezó en su casa con un capital de 1.200 dólares. Cuarenta años después, su catálogo tiene más de tres mil títulos e incorpora cerca de setenta novedades por año. Ella publica apuestas seguras como las novelas de Haruki Murakami, pero también libros más «riesgosos». Es famosa la anécdota de la novela *Soldados de Salamina*, del escritor español Javier Cercas, obra relacionada con la guerra civil española. La editora Beatriz de Moura no esperaba vender más de tres mil ejemplares. Su argumento era que nadie quería hablar del franquismo. Resulta que terminó vendiendo un millón. Incluso, la novela fue llevada al cine.

Esta noción de riesgo puede resultar intolerable para grupos empresariales acostumbrados a los retornos altos y casi seguros.

En este punto, más que la noción de riesgo, el factor clave es la responsabilidad de un editor con una sociedad libre, acostumbrada al debate de las ideas. Como editor, siempre parto de la necesidad de estimular y promover la lectura. Esto puede sonar muy *hippie*, romántico, pero estoy convencido de que la gente sería mejor si leyera más libros. Esta idea me parece poderosa.

Hacer libros es lo que a mí me gusta, mi pasión. Un día, estando todavía en *El Nacional*, vi la biblioteca de

mi casa y me dije: «Sergio, si el libro es lo que te gusta, ¿por qué carajo no te dedicas a eso?». Reconozco que la pregunta me la hice tarde. Pasé veinte años de mi vida en el periodismo, lo cual, visto bien, tampoco fue una desgracia, porque el periodismo también me gusta mucho.

Aparte de los contenidos, el editor busca la viabilidad financiera de los proyectos. ¿Cómo ha hecho para alcanzar este objetivo?

En mi caso personal, esforzándome por mejorar la cadena de comercialización de la industria editorial. Trato de aportar ideas a todos mis relacionados. Edito libros, publico revistas para promocionar libros, apoyo a las librerías para que sean mejores, informo a los lectores acerca de las novedades editoriales...

¿El venezolano lee poco?

¿Compra libros?

Los venezolanos compran libros. En Colombia, el tiraje promedio de una edición es de quinientos a setecientos ejemplares. En Venezuela, el tiraje oscila entre dos mil y tres mil ejemplares. En cuanto a la lectura, hay un mito con respecto a las élites colombianas. Se las tiene por muy cultas, pero lo cierto es que los colombianos casi no leen. El promedio de lectura es un libro al año. En Colombia, muchas librerías corren el riesgo de cerrar porque no obtienen los márgenes adecuados de ganancia.

Colombia solamente supera a Venezuela en la tecnología de impresión y en la capacidad para producir materiales impresos. Por ejemplo, los colombianos se ganaron el contrato para imprimir las biblias para América Latina. En Colombia escasean las revistas de divulgación

«Los editores tenemos el reto de hacer que el libro esté más en la calle. La tendencia hacia la digitalización de los contenidos ayuda, pero siento que todavía falta conseguir el modo de ampliar el acceso de los grandes públicos al libro»

literaria. Las páginas de cultura de los periódicos colombianos son muy pobres, la mayoría se nutre de los cables de las agencias internacionales.

¿Cuál es el estado de salud de las librerías venezolanas?

En Venezuela una librería bien administrada no cierra. En Colombia no existen librerías como Tecniciencia y Nacho, cadenas que se destacan por su modelo de negocios centralizado y por

el uso de herramientas tecnológicas de vanguardia.

Es innegable que el dinero del petróleo ha permitido a la sociedad venezolana modernizarse en muchos aspectos. La llegada de las empresas petroleras ayudó a consolidar una industria editorial entre nosotros. También estimuló económicamente el surgimiento de importantes diseñadores gráficos. El diseño venezolano es reconocido unánimemente en el extranjero.

En Venezuela, sorprendentemente, la mayoría de los libros más vendidos tienen que ver con temas históricos. Los autores más populares son los historiadores.

Nuestro país ha sufrido mucho durante los últimos catorce años. De allí que resulte comprensible que el ciudadano busque en la interpretación del pasado las causas de sus males. Esto explica, por ejemplo, el éxito editorial de *La herencia de la tribu*, libro escrito por la psicoanalista Ana Teresa Torres, quien hace un análisis de los grandes mitos históricos del imaginario político venezolano.

La historia vende. ¿La política vende también?

Hay una cierta saturación del tema político, pero algunos títulos se siguen vendiendo. Incluso aparecen sorpresas editoriales. Por ejemplo, no hace mucho me equivoqué en la valoración que hice de un libro. Me llamó Diego Arria para proponerme la publicación y distribución de un escrito suyo. Leí el borrador. No compartía muchas de las ideas planteadas en el libro, pero decidí editarlo. Pensé que iba a ser un libro de venta difícil. Sin embargo, los lectores venezolanos tuvieron otra opinión. Se agotó una primera edición de

mil ejemplares. Actualmente está en imprenta una segunda edición de dos mil ejemplares.

Las editoriales oficiales han publicado una abundante bibliografía.

Monte Ávila publica mucho libro de afuera, sobre todo ensayos de los pensadores anticapitalistas de la llamada Escuela de Frankfurt, y también a muchos pensadores de la izquierda suramericana. En el caso de mi editorial, no hemos publicado

EN SUS PALABRAS

Nací en Córdoba, Argentina. Soy hijo único. Mi principal influencia fue mi madre, una maestra normalista. Ella era una gran lectora. Me transmitió el hábito, me recomendó los primeros libros y me dejó su biblioteca. Mi padre era un gran narrador oral, tenía la capacidad de hilar historias maravillosas. Ambos querían que me graduara de médico, porque pensaban que esa profesión garantizaba la estabilidad económica. Mis padres eran antiperonistas. Cuando llegué a Venezuela, en 1974, tenía diecisiete años. Hice las equivalencias de bachillerato. Presenté exámenes de Geografía, Historia de Venezuela y Moral y Cívica. Inmediatamente me inscribí para estudiar en la Escuela de Medicina. Entré en el curso propedéutico, una especie de filtro académico. Vi mucha matemática. Cuando se iniciaron las materias de Medicina me tocó visitar los hospitales. Me di cuenta de que no servía para eso. Veía sangre y me ponía pésimo. Entonces se me ocurrió editar un periódico para los estudiantes de la Escuela de Medicina. Lo llamé *Letras en la ciencia*. Era una cosa muy mala, pero tenía un gran interés para los estudiantes porque allí se publicaban modelos de ejercicios y exámenes, también caricaturas. Para ese momento, también trabajaba los fines de semana como mesonero en el Centro Vasco. Ahorré mi sueldo y las propinas. Regresé a Argentina y allá me di cuenta de que ya no encajaba. Mis antiguos amigos ya estaban en la universidad y cada uno tenía su vida. Vine a Venezuela y me preinscribí en Comunicación Social. Empecé a estudiar periodismo y comencé a trabajar en *El Nacional* de inmediato.

autores chavistas, porque lamentablemente no abundan los intelectuales que estén a favor de la revolución bolivariana. El autor chavista que se ponga a investigar en serio deja de ser considerado chavista por el poder.

Pienso que tanto en el mundo intelectual chavista como en el mundo intelectual opositor hay mucho miedo. Abunda quien teme publicar un texto que critique a sus dirigentes, porque piensa que será aislado o execrado.

¿Qué le preocupa del mercado venezolano?

Lo más preocupante es la falta de librerías. Muchas veces cuando las personas visitan una librería y preguntan por un título determinado se encuentran con la desagradable sorpresa de que nadie sabe darles una información correcta o nadie les brinda un comentario orientador acerca de la lectura. Sin duda, los dueños de las grandes cadenas de librerías tienen mucho que mejorar en este aspecto, porque los clientes merecen contar con la mejor atención posible. En cuanto a las oportunidades de nuevos negocios, pienso que llegó la hora de ensayar con librerías «temáticas». La gente de la librería infantil *Sopa de letras* ha innovado en este sentido. Pero en Caracas hay lectores suficientes para probar suerte con una librería de novelas policíacas, por ejemplo.

¿El libro electrónico es una oportunidad o una amenaza?

Pienso que el libro tradicional y el soporte

electrónico pueden terminar por complementarse. Ya hemos tenido ejemplos de cómo la irrupción del libro electrónico y la nostalgia de los lectores por el papel se han combinado para producir algunos récords de venta. Es el caso de la *Enciclopedia Británica*, cuyos últimos tres mil ejemplares se agotaron en un día (a pesar del alto precio: 1.400 dólares) debido a que la casa editora anunció su decisión de publicar los contenidos únicamente por el soporte digital.

En los países iberoamericanos el libro electrónico no se impondrá rápidamente, porque en internet escasean los libros en español. La digitalización

«Si algo he aprendido con la revista *El Librero* es que hay más gente interesada en los libros de lo que uno pudiese suponer. Hay muchas personas que viven en silencio su pasión por cierto tipo de lecturas y por determinados autores»

de obras es muy cara y el único país de nuestra comunidad idiomática que podía llevarla a cabo era España, pero esa economía entró en crisis.

En función de las nuevas tendencias del mercado, ¿qué idea tradicionalmente asociada al mundo del libro debería ser superada?

La idea de que el libro sólo puede venderse en una librería. Hay muchas personas que no entran a las librerías, tienen miedo a permanecer mucho tiempo en este tipo de tiendas, porque las ven como una especie de templo,

que exige cierta formalidad en el vestir y solemnidad en el actuar. A muchas personas les gustaría comprar libros en el quiosco, con su pancito bajo el brazo, en ropa de domingo, sin tanta pose intelectual, sin que nadie lo juzgue porque compró un libro de autoayuda o una novela de Paulo Coelho.

Los editores tenemos el reto de hacer que el libro esté más en la calle. La tendencia hacia la digitalización de los contenidos ayuda, pero siento que todavía falta conseguir el modo de ampliar el acceso de los grandes públicos al libro. Yo sueño, por ejemplo, con llevar a la práctica una franquicia de *El Librero*. La idea sería la siguiente: aprovechar el público cautivo de muchos centros comerciales para montar quioscos manejados por personas de la tercera edad. Esta iniciativa es una manera de acercar el libro al gran público y, también, una forma de reinsertar a los adultos mayores en la actividad productiva.

¿Qué lección le ha dejado la experiencia de *El Librero*?

Si algo he aprendido con la revista *El Librero* es que hay más gente interesada en los libros de lo que uno pudiese suponer. Hay muchas personas que viven en silencio su pasión por cierto tipo de lecturas y por determinados autores.

Lo bueno de *El Librero* es que no discrimina a ningún lector, no condena a ningún género.

Les cuento una anécdota. Cuando visitaba a grandes empresas para ver si conseguía algunas pautas publicitarias, en más de una ocasión me pasó que las secretarías me pedían un ejemplar

de cortesía de *El Librero*. Fueron estas mujeres, que no estaban en el público original de la publicación, las que me enseñaron que no estaba editando una revista para un grupito elitico y minoritario. Hay mucha gente que lee. ¿Cómo se explica entonces que las ventas del libro *Sangre en el diván*, de la periodista Ibeyise Pacheco, supera ya los cincuenta mil ejemplares? Esta es la verdad: en Venezuela hay mucha gente que le interesa la suerte del libro. ■