

# La traducción literaria

## Nuevas investigaciones



Iolanda Galanes Santos  
Ana Luna Alonso  
Silvia Montero Küpper  
Áurea Fernández Rodríguez  
(eds.)

EDITORIAL COMARES



Interlingua

Directores académicos de la colección:

EMILIO ORTEGA ARJONILLA  
PEDRO SAN GINÉS AGUILAR

Comité Científico (Asesor):

|   |   |
|---|---|
| ESPERANZA ALARCÓN NAVÍO Universidad de Granada            | MARIA JOÃO MARÇALO Universidade de Évora                              |
| JESÚS BAIGORRI JALÓN Universidad de Salamanca             | HUGO MARQUANT Institut Libre Marie Haps, Bruxelles                    |
| CHRISTIAN BALLIU ISTI, Bruxelles                          | FRANCISCO MATTE BON LUSPIO, Roma                                      |
| LORENZO BLINI LUSPIO, Roma                                | JOSÉ MANUEL MUÑOZ MUÑOZ Universidad de Córdoba                        |
| ANABEL BORJA ALBÍ Universitat Jaume I de Castellón        | FERNANDO NAVARRO DOMÍNGUEZ Universidad de Alicante                    |
| NICOLÁS A. CAMPOS PLAZA Universidad de Murcia             | NOBEL A. PERDU HONEYMAN Universidad de Almería                        |
| MIGUEL A. CANDEL MORA Universidad Politécnica de Valencia | MOISÉS PONCE DE LEÓN IGLESIAS Université de Rennes 2 – Haute Bretagne |
| ÁNGELA COLLADOS AÍS Universidad de Granada                | BERNARD THIRY Institut Libre Marie Haps, Bruxelles                    |
| ELENA ECHEVERRÍA PEREDA Universidad de Málaga             | FERNANDO TODA IGLESIA Universidad de Salamanca                        |
| PILAR ELENA GARCÍA Universidad de Salamanca               | ARLETTE VÉGLIA Universidad Autónoma de Madrid                         |
| FRANCISCO J. GARCÍA MARCOS Universidad de Almería         | CHELO VARGAS SIERRA Universidad de Alicante                           |
| CATALINA JIMÉNEZ HURTADO Universidad de Granada           | MERCEDES VELLA RAMÍREZ Universidad de Córdoba                         |
| ÓSCAR JIMÉNEZ SERRANO Universidad de Granada              | ÁFRICA VIDAL CLARAMONTE Universidad de Salamanca                      |
| HELENA LOZANO Università di Trieste                       | GERD WOTJAK Universidad de Leipzig                                    |
| JUAN DE DIOS LUQUE DURÁN Universidad de Granada           |   |

ENVÍO DE PROPUESTAS DE PUBLICACIÓN:

Las propuestas de publicación han de ser remitidas (en archivo adjunto, con formato PDF) a alguna de las siguientes direcciones electrónicas: eortega@uma.es, psgines@ugr.es

Antes de aceptar una obra para su publicación en la colección INTERLINGUA, esta habrá de ser sometida a una revisión anónima por pares. Para llevarla a cabo se contará, inicialmente, con los miembros del comité científico asesor. En casos justificados, se acudirá a otros especialistas de reconocido prestigio en la materia objeto de consideración.

Los autores conocerán el resultado de la evaluación previa en un plazo no superior a 60 días. Una vez aceptada la obra para su publicación en INTERLINGUA (o integradas las modificaciones que se hiciesen constar en el resultado de la evaluación), habrán de dirigirse a la Editorial Comares para iniciar el proceso de edición.

Imagen de portada: Panorámica de la Panificadora de Vigo. Fotografía de Iolanda Galanes

© Los autores

Editorial Comares, S.L.  
Polígono Juncaril  
C/ Baza, parcela 208  
18220 Albolote (Granada)  
Tlf.: 958 465 382

<http://www.editorialcomares.com> • E-mail: [libreriacomares@comares.com](mailto:libreriacomares@comares.com)  
<https://www.facebook.com/Comares> • <https://twitter.com/comareseditor>

ISBN: 978-84-9045-325-4 • Depósito legal: Gr. 1058/2016

Fotocomposición, impresión y encuadernación: COMARES

|  |     |
|--|-----|
| ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICAS . . . . .  | VII |
| PRÓLOGO. <i>Francisco Lafarga</i> . . . . .  | IX  |
| Nuevas investigaciones en traducción literaria. <i>Iolanda Galanes Santos y Silvia Montero Küpper</i> . . . . .  | 1   |
| I. Aproximaciones teóricas contemporáneas a la traducción literaria. <i>Luis Pegenaute</i> . . . . .   | 5   |
| II. Herramientas telemáticas para investigar en traducción literaria. <i>Ana Luna Alonso</i> . . . . .   | 31  |
| III. Políticas para la traducción de textos literarios. <i>Silvia Montero Küpper</i> . . . . .   | 53  |
| IV. Estrategias y procesos de internacionalización. Vender(se) y mostrar(se) en ferias internacionales del libro. <i>M.ª Carmen Villarino Pardo</i> . . . . .  | 73  |
| V. El traductor como agente cultural. <i>Áurea Fernández Rodríguez</i> . . . . .   | 93  |
| VI. La traducción literaria en España 1980-2015. <i>Carmen Francí Ventosa</i> . . . . .  | 115 |
| VII. La traducción literaria en el ámbito catalán (y un apunte sobre el aranés). <i>Pere Comellas Casanova</i> . . . . .                                       | 133 |
| VIII. La traducción literaria gallega contemporánea. Intratraducción y extratraducción. <i>Iolanda Galanes Santos</i> . . . . .                                | 153 |
| IX. La traducción literaria en el País Vasco. <i>Elizabete Manterola Agirrezabalaga</i> . . . . .  | 177 |
| X. Traducción de la literatura para niños en España. Evolución y tendencias en investigación. <i>Isabel Pascua</i> . . . . .                                   | 205 |
| XI. Recepción de novela policiaca contemporánea. Cuatro casos (Camilleri, Márkaris, Vargas, Leon). <i>Esther Morillas</i> . . . . .                            | 219 |
| XII. La traducción de la(s) narrativa(s) de género y poscolonialismo: la traducción de la literatura chican-a al español. <i>Nuria Brufau Alvira</i> . . . . . | 247 |
| XIII. Lecciones de economía poética. La traducción de poesía en Galicia, Euskadi y Cataluña (2010-2015). <i>María do Cebreiro Rábade Villar</i> . . . . .      | 271 |
| XIV. La traducción de obra dramática en España. Un modelo de análisis y algunos resultados. <i>Manuel F. Vieites</i> . . . . .                                 | 287 |
| A la luz de nuevas investigaciones en traducción literaria. <i>Áurea Fernández Rodríguez y Ana Luna Alonso</i> . . . . .                                       | 307 |
| BIBLIOGRAFÍA . . . . .   | 311 |

Finalmente, una política de la traducción que fomente el descubrimiento para facilitar la comprensión y aprehensión intercultural resulta necesaria en un mundo en el que internet y los medios de locomoción achican el mundo vertiginosamente. Estas posibilidades de acercamiento físico, realizadas a través de un mundo digital, no nos convierte en cosmopolitas, ya que ser ciudadana del mundo también pasa por un proceso de concienciación y percepción de alteridades en un sentido enriquecedor.

## Capítulo IV

### Estrategias y procesos de internacionalización. Vender(se) y mostrar(se) en ferias internacionales del libro

M.<sup>a</sup> CARMEN VILLARINO PARDO  
GALABRA, Universidade de Santiago de Compostela

En el campo académico encontramos cada vez más estudiosos como Casanova, Sapiro, Tardif/Farchy o Warnier<sup>1</sup> —entre otros— que analizan los desafíos de la mundialización de la cultura<sup>2</sup>, los intercambios simbólicos, los nuevos espacios de poder, las relaciones transnacionales, los nuevos modos de consagración emergentes o los cambios en las tareas del productor literario y cultural. Todas estas dinámicas pueden percibirse en las ferias internacionales del libro (sobre todo, a través del modelo de las de Fráncfort, Bolonia o Guadalajara), donde hay países que desarrollan estrategias políticas de diplomacia cultural y de *soft power* por medio de los programas asociados a la condición de «país invitado de honor» o «país-tema» para conseguir una acumulación de capitales (literario, cultural, simbólico, etc.) que mejoren su posición y nivel de legitimación/consagración en el escenario internacional.

El objetivo de este trabajo es analizar esos procesos observando dinámicas relativas al mercado mundial de la traducción y estrategias geopolíticas y geoculturales de

<sup>1</sup> CASANOVA, P.: *La République mondiale des lettres*, Seuil, París 2008 [Préface inédite. Édition revue et corrigée].

SAPIRO, G. (dir.): *Translatio. Le marché de la traduction en France à l'heure de la mondialisation*, CNRS Éditions, París 2008; SAPIRO, G.: «Mondialisation et diversité culturelle: les enjeux de la circulation transnationale des livres», en SAPIRO, G. (dir.): *Les contradictions de la globalisation éditoriale*, Nouveau Monde Éditions, París 2009; SAPIRO, G. (dir.): *Les échanges littéraires entre Paris et New York à l'ère de la globalisation*, CNRS y EHESS - Le MOTif, París 2010; SAPIRO, G. (dir.): *Traduire la littérature et les sciences humaines. Conditions et obstacles*, Ministère de la Culture et de la Communication, París 2012a.

TARDIF, J. y FARCHY, J.: *Les enjeux de la mondialisation culturelle*, Éditions Le bord de l'eau, París 2011.

WARNIER, J. P.: *La mondialisation de la culture*, Éditions La Découverte, París 2007 [Quatrième édition, entièrement refondue et mise à jour].

<sup>2</sup> Entendida aquí en sentido amplio, para referir los modos en que las personas observan y organizan el mundo o como intervienen en él. Véase EVEN ZOHAR, I.: *Papers in Culture Research*, Tel Aviv University, Tel Aviv 2010.

diferentes países, visibles en las ferias internacionales del libro. Para ejemplificar, nos serviremos, sobre todo, de las participaciones de Cataluña, Argentina y Brasil como invitados de honor en la Feria de Fráncfort, la más relevante del mundo en este ámbito (Torner<sup>3</sup>; Weidhaas<sup>4</sup>; Bayardo/Mihal<sup>5</sup>; Sorá<sup>6</sup>; Muniz Jr. y Szpilbarg<sup>7</sup>).

## 1. INTRODUCCIÓN

Las consideraciones relativas a distinciones entre nacional/mundial, centro/periferia o autonomía/heteronomía (en la perspectiva de Bourdieu) adquieren, en la actualidad, nuevas dimensiones en un nivel más amplio de globalización, al analizar dinámicas de campo. De hecho, en los últimos años se ha discutido bastante sobre la pertinencia o no de etiquetas como «literatura nacional» y «literatura mundial», a pesar de que en las décadas pasadas se ha asentado la idea —derivada, en buena medida, de las teorías de campo de P. Bourdieu— de que las fronteras nacionales y las fronteras de campo literario no tienen por qué coincidir<sup>8</sup>. Así, la noción de un campo literario internacional sugerido por Casanova<sup>9</sup> y las propuestas en torno a una teoría y concepción de literatura mundial<sup>10</sup> contribuyen a una perspectiva en que está menos presente la visión de literatura nacional<sup>11</sup>. El libro de P. Casanova *La République Mondiale des Lettres* (en su primera edición de 1999, la traducción para inglés en 2004 y la posterior reedición, revisada de 2008), trabajos publicados en los EE.UU. entre 2000 y 2006 —sobre todo por Franco Moretti y David Damrosch— y la constitución de la *World Literature Association* en Beijing, en 2011, han alimentado ese debate en relación con la idea de la literatura mundial, especialmente en el ámbito de los estudios comparatistas de los últimos años.

<sup>3</sup> TORNER, C.: «Frankfurt 2007: un universalisme de la traducció», en *Carrers de Frontera* vol. 2, Institut Ramon Llull, Barcelona 2008, pp. 20-25.

<sup>4</sup> WEIDHAAS, P.: *Una historia de la feria de Fráncfort*, Fondo de Cultura Económica, México 2011 [Trad. de BARICCO, C.].

<sup>5</sup> BAYARDO, R. y MIHAL, I.: «Argentina en la Feria del Libro de Frankfurt. Notas sobre política cultural», *Publicar*, n.º XIII, dic. 2012, pp. 9-29.

<sup>6</sup> SORÁ, G.: «El mundo como feria. In(ter)dependencias editoriales en la Feria de Frankfurt», *Comunicación y Medios* n.º 27, Universidad de Chile 2013, pp. 102-128.

<sup>7</sup> MUNIZ JR., J. DE SOUZA y SZPILBARG, D.: «Regimes de visibilidade no mercado editorial globalizado: Brasil e Argentina como convidados de honra na Feira do Livro de Frankfurt», 38.º *Encontro Anual da ANPOCS-GT02 – Arte e Cultura nas Sociedades Contemporâneas*, Caxambu, 27-31 de octubre, 2014.

<sup>8</sup> BOURDIEU, P.: «Existe-t-il une littérature belge? Limites d'un champ et frontières», *Études de lettres* n.º 4, 1985, pp. 3-6.

<sup>9</sup> CASANOVA, P.: *op. cit.*, 2008.

<sup>10</sup> Cf., entre otros, el especial de la revista *Ínsula* 787-788, *Literatura mundial: una mirada panhispánica*, coordinado por César DOMÍNGUEZ y Darío VILLANUEVA, de julio 2012.

<sup>11</sup> JURT, J.: «Champ littéraire et nation» (préface), en JURT, J. (ed.): *Champ littéraire et nation: actes d'une rencontre du réseau ESSE, pour un espace des sciences sociales européen*, Frankreich-Zentrum der Universität Freiburg, Friburgo 2007, pp. 9-35.

En la secuencia de esas lógicas, Gisèle Sapiro<sup>12</sup> analiza los flujos del mercado mundial del libro y, de modo particular, los de la traducción —de obras literarias y de libros técnicos de ciencias sociales y humanas—, observando que la circulación del libro en el espacio transnacional y el mercado de la traducción se rige por tres tipos «d'enjeux: économiques, politiques et culturels, qui s'articulent de manière variable selon la configuration socio-économique, géopolitique et culturelle»<sup>13</sup>.

Al trabajar con la idea de un mercado internacional de la traducción, Sapiro observa en el campo de la edición la multiplicación de instancias específicas (destacando las ferias internacionales del libro) que son, al mismo tiempo, uno de los elementos de unidad y parte de su estructura, mientras los agentes literarios —cada vez más visibles en la mediación— imponen «des règles professionnelles et des logiques commerciales»<sup>14</sup>. En su opinión, la creciente unificación del mercado mundial de la traducción y el papel desempeñado por las cada vez más numerosas ferias internacionales del libro han sido fundamentales tanto para el desarrollo del mercado editorial de diversos países —cuyos modos de producción eran todavía precarios y dependientes del campo del poder político— como para una intensificación de intercambios, de la que es buena muestra el creciente número de traducciones a escala internacional<sup>15</sup>. Las distinciones apuntadas con anterioridad se entrecruzan con otras —como las anotadas por Bourdieu<sup>16</sup> al señalar las diferencias entre el subcampo de gran producción y el de producción restringida— que pueden ser igualmente observadas y analizadas en los movimientos del mercado mundial de libros y traducciones, así como en los obstáculos que surgen en este tipo de procesos<sup>17</sup>. En este sentido, cabe apuntar que dentro de dichos intercambios, los productos incluidos en el llamado campo de producción restringida no tienen habitualmente un retorno económico inmediato, siendo, en general, editoras pequeñas e independientes las que se encargan de publicarlos en catálogos que suelen tener poco movimiento pero que, en buena medida, los singularizan<sup>18</sup>. Por ello, parecen prestar más atención a los capitales simbólicos que a los económicos —del mismo modo que los diferentes agentes intermediarios, en general, más próximos al ámbito de los primeros

<sup>12</sup> SAPIRO, G.: *op. cit.*, 2008; SAPIRO, G.: *op. cit.*, 2009 y SAPIRO, G.: *op. cit.*, 2012a.

<sup>13</sup> SAPIRO, G.: *Ibid.*, p. 275.

<sup>14</sup> SAPIRO, G.: *Ibid.*, 2009, p. 281.

<sup>15</sup> En este sentido SAPIRO, G.: *Ibid.*, 2009, pp. 275-301.

<sup>16</sup> BOURDIEU, P.: «Le champ littéraire», *Actes de la recherche en sciences sociales* n.º 89, septiembre 1991, p. 7.

<sup>17</sup> SAPIRO, G.: *op. cit.*, 2012a.

<sup>18</sup> Entre otros, VELASCO, S.: «Brasil para alemão ler», *O Globo*, 11/5/2013 y TORRES, B.: «Salão do Livro de Paris homenageia Brasil, mas crise ameaça divulgação da literatura nacional no exterior», *O Globo*, 17/03/2015 para el caso brasileño en los mercados alemán y francés —respectivamente—. Y, desde una perspectiva de análisis etnográfico, el exhaustivo trabajo de SORÁ, G.: *op. cit.*, 2013 sobre edición independiente en América Latina, especialmente al tratar el caso argentino en relación con la Feria de Fráncfort.

que al de los segundos<sup>19</sup>, si bien es cierto que recurren, con frecuencia, a ayudas de organismos públicos y/o privados<sup>20</sup>.

## 2. FERIAS INTERNACIONALES DEL LIBRO

Las ferias internacionales del libro funcionan, en cierto modo, como una metáfora (y, en partè también como metonimia) del campo editorial de un país en ámbito mundial: son un espacio de luchas de poder para conseguir posiciones de mayor centralidad, en un escenario de amplia repercusión internacional, para escritores/as, traductores/as y agentes literarios/as y para las instituciones (en el sentido del Neoinstitucionalismo de Hall y Taylor<sup>21</sup>, entre otros) que representan un país, ya sean ministerios de Cultura y de Exteriores, cámaras del libro, sindicatos del sector editorial o consorcios, por ejemplo.

No cabe duda de que la multiplicación de estas ferias es para el mercado internacional de la edición, también, una muestra de la estructura del mercado mundial de la traducción<sup>22</sup>. Así, el diferente carácter que han ido tomando las convierte en centrales para determinados campos, como ocurre actualmente con la de Fráncfort para el campo editorial.

Las diversas ferias, con modos propios de funcionamiento y en calidad de espacios «de representación teatral» donde se implican diferentes perfiles de participantes (individuales/colectivos, nacionales/internacionales, etc.), compiten por espacios de poder no solo en el mercado editorial internacional sino también en un supuesto escenario mundial de intercambios de capital simbólico. Pero son, además, un lugar de conflictos internos, en el cual se visibilizan las funciones y posiciones de las entidades y de los agentes involucrados en las dinámicas de los campos editorial y literario, ocupando posiciones de mayor o menor periferia o centralidad; como ocurrió, por ejemplo, con el papel que pasaron a ocupar los escritores o con las funciones del país homenajeado en la Feria de Fráncfort<sup>23</sup>.

Por todo ello, las ferias sirven, a modo de «termómetro», tanto para medir el estado de los campos editorial, literario y cultural de un país como el del campo del poder, político y económico. De ahí que, en este trabajo, entendamos estos eventos —más

<sup>19</sup> SAPIRO, G.: *op. cit.*, 2009, p. 284; DANTAS, M. PRAGANA y PERRUSI, A.: «Le reclassement d'une tradition: la traduction du français dans le marché éditorial brésilien», en SAPIRO, G. (dir.): *op. cit.*, 2012a, pp. 163-197.

<sup>20</sup> Son diferentes los casos en los que se analiza el papel de los agentes de traducción en algunos de estos procesos. Véase, por ejemplo, GALANES SANTOS, I.: «El agente de traducción en la recuperación de un sistema cultural. A propósito de Carlos Casares», en MONTERO DOMÍNGUEZ, X.: *Traducción e industrias culturales*, Peter Lang, Berna 2014a, pp. 35-48 y también en GALANES SANTOS, I.: «Carlos Casares y la traducción: obra dispersa e inédita», *Quaderns. Revista de Traducció* n.º 21, 2014b, pp. 183-198.

<sup>21</sup> HALL, P. A. y TAYLOR, R. C.: «As três versões do neo-institucionalismo», *Lua Nova: Revista de Cultura e Política* n.º 58, 2003, pp. 193-223.

<sup>22</sup> SAPIRO, G. (dir.): *op. cit.*, 2008.

<sup>23</sup> En este sentido WEIDHAAS, P.: *op. cit.*, 2011.

allá de su dimensión económica— como espacios de una nueva diplomacia, la de tipo cultural, y de acciones de *soft power* —o «poder blando»— para los diferentes sistemas literarios representados en ellas, en general, por países y editoras.

Desde que, en la última década del siglo xx, Joseph Nye acuñó el concepto de *soft power* —en el análisis de las políticas de los EE.UU.— para designar un modo de relación entre los países basado en la seducción de su cultura, de sus ideas y de su diplomacia (frente al poder militar o *hard power*), esta nueva visión fue asentándose cada vez más en el terreno de las relaciones internacionales<sup>24</sup>, con implicaciones en otros ámbitos.

Consecuentemente, los intercambios comerciales y culturales que siempre han tenido lugar en las ferias internacionales —de muestras, de exposiciones, del libro (y/o de literatura), etc.— han ganado nuevas dimensiones relacionadas con (la planificación política de) la acción cultural. Desde esa perspectiva, parece útil enfocar la presencia, en la actualidad, de los países en las ferias internacionales del libro en cuanto acción de política cultural y de diplomacia cultural (como han hecho Torner<sup>25</sup>, Dujovne y Sorá<sup>26</sup>, Viñuales<sup>27</sup>, Muniz Jr. y Szpilbarg<sup>28</sup> o Villarino Pardo<sup>29</sup>), y, por lo tanto, gana relieve e interés atender, en términos de análisis, al estatuto de país invitado, conforme muestran dichos trabajos sobre Cataluña, Argentina y Brasil con su condición de homenajeados en la Feria de Fráncfort en 2007, 2010 y 2013, respectivamente. Sin duda, analizar las participaciones en la Feria de Fráncfort nos ayudan a entender algunas de las estrategias y procesos de internacionalización literaria y cultural en el espacio transnacional contemporáneo.

<sup>24</sup> NYE, J.: *Bound to lead: the changing nature of American power*, Basic books, Nueva York 1990. El término se ha asentado y ha ido ganando matices. De hecho, a partir de la situación política y económica de la última década, el propio Nye lo define como:

Soft Power is Cultural Power Partly. [...] A country's soft power can come from three resources: its culture (in places where it is attractive to others), its political values (when it lives up to them at home and abroad), and its foreign policies (when they are seen as legitimate and having moral authority). (NYE, J.: «Think Again: Soft Power», *Foreign Policy*, 23/02/2006). Y: Soft power is the ability to affect others to obtain the outcomes one wants through attraction rather than coercion or payment. A country's soft power rests on its resources of culture, values, and policies. (NYE, J.: «Public Diplomacy and Soft Power», *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* n.º 616:1, 2008, p. 94).

<sup>25</sup> TORNER, C.: «Una diplomàcia cultural paradoxal?», *Via. Valors, idees, actituds* n.º 11, 2009, pp. 119-132.

<sup>26</sup> DUJOVNE, A. y SORÁ, G.: «Un hecho de política cultural: Argentina en la República Mundial de la Edición», en FAILLACE, M. (coord.): *Feria del Libro de Frankfurt. Argentina, País Invitado de Honor 2010*, Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto, Buenos Aires 2010, pp. 217-223.

<sup>27</sup> VIÑUALES, I.: *Diplomacia cultural: experiències argentines (ARI)*, Real Instituto Elcano. *Área: Lengua y Cultura-ARI* 64/2010, 08/04/2010.

<sup>28</sup> MUNIZ JR., J. DE SOUZA y SZPILBARG, D.: *op. cit.*, 2014.

<sup>29</sup> VILLARINO PARDO, M.<sup>a</sup> C.: «As feiras internacionais do livro como espaço de diplomacia cultural», *Brasil/Brazil* n.º 50, 2014a, pp. 134-154.

## 2.1. El (in)discreto encanto de la Feria de Fráncfort

En la actualidad, la Feria del libro de Fráncfort es considerada la más importante del mundo para el mercado editorial<sup>30</sup> y además es también reconocida como «el escaparate cultural por excelencia»<sup>31</sup>.

El estudio de la moderna Feria de Fráncfort y de su centralidad en el mercado editorial mundial, ampliamente tratados por quien fue su Presidente entre 1975-2000, Peter Weidhaas<sup>32</sup>, ha merecido la atención, entre otros, del antropólogo argentino Gustavo Sorá<sup>33</sup>, quien la define como «una feria con múltiples ferias en su interior, cada una de ellas condicionada por la totalidad del sistema». Sorá aborda, en diferentes trabajos —de autoría individual o compartida— los «rituales» que conlleva la elección de un país como invitado de honor y la (no casual) disposición física de los diferentes pabellones y stands dentro del recinto ferial. Sus propuestas de estudio sobre la Feria sirven de base de referencia para los —cada vez menos infrecuentes— trabajos sobre participaciones como país invitado de honor desde una perspectiva antropológica y sociológica, como demuestran, entre otros, Torner<sup>34</sup>, Bayardo y Mihal<sup>35</sup>, Muniz Jr. y Szpilbarg<sup>36</sup> o Villarino Pardo<sup>37</sup>.

Es evidente, por lo tanto, que el acceso a esa «plaza central» del mercado mundial de la edición y la traducción en condición de país invitado de honor implica una importante conquista de capital(es), aún mayor en el caso de determinados mercados y países. Están en juego intereses económicos y comerciales, pero también, aprovechando el escaparate que representa la cita alemana, la proyección de imagen-país en lo tocante a relaciones internacionales y de diplomacia cultural<sup>38</sup>. Un ejemplo de ello se encuentra en la consideración que mereció, en Argentina, su participación de 2010, que «fue visualizada como un evento extraordinario y la prensa local la denominó 'la gran vidriera'»<sup>39</sup>.

<sup>30</sup> En este sentido, DUJOVNE, A. y SORÁ, G.: *op. cit.*, 2010; BAYARDO, R. y MIHAL, I.: *op. cit.*, 2012.

<sup>31</sup> VIÑUALES, I.: *op. cit.*, 08/04/2010.

<sup>32</sup> WEIDHAAS, P.: *op. cit.*, 2011.

<sup>33</sup> SORÁ, G.: *op. cit.*, 2013, p. 114.

<sup>34</sup> TORNER, C.: *op. cit.*, 2008; TORNER, C.: *op. cit.*, 2009 y TORNER, C.: «Petita festa de la traducció de poesia catalana 2003-2010», en IRIBARREN I DONADEUS, T. y ŠKRABEC, S. (eds.): *Constel·lacions variables. Literatura en la societat de la informació*, Editorial UOC, Barcelona 2012, pp.115-144.

<sup>35</sup> BAYARDO, R. y MIHAL, I.: *op. cit.*, 2012.

<sup>36</sup> MUNIZ JR., J. DE SOUZA y SZPILBARG, D.: *op. cit.*, 2014.

<sup>37</sup> VILLARINO PARDO, M.<sup>a</sup> C.: *op. cit.*, 2014a.

<sup>38</sup> MUNIZ JR., J. DE SOUZA y SZPILBARG, D.: *op. cit.*, 2014 y VILLARINO PARDO, M.<sup>a</sup> C.: «Imagem e(m) exportação: exibição e negócio nas feiras internacionais do livro - o caso do Brasil», en BARBERENA, R. y CARNEIRO, V. (orgs.): *Das luzes às soleiras: perspectivas críticas na literatura brasileira contemporânea*, Luminara, Porto Alegre 2014b, pp. 57-83.

<sup>39</sup> En este sentido BAYARDO, R. y MIHAL, I.: *op. cit.*, 2012, p. 15. Esa metáfora, muy visual, había sido anteriormente usada en Argentina, por ejemplo, al mencionar la participación de Turquía en Fráncfort (REINOSO, S.: «Turquía aprovechó la gran vidriera de Fráncfort», *La Nación*, 19/10/2008 y, posteriormente, con motivo

### 2.1.1. Cabeza de cartel: protagonistas en Fráncfort

La invitación para la feria alemana —así como su aceptación— parte de negociaciones iniciadas por editores y continuadas por el Estado, evidenciando que se trata de «un evento entre empresarios culturales rubricado por ministros de Relaciones Exteriores»<sup>40</sup>. La proyección internacional que implica ser país invitado de honor en Fráncfort tiene también consecuencias en el propio país, ya que, como señala el antropólogo argentino, acentúa disputas internas en el campo editorial, en el campo político y, cuando menos, en las relaciones entre los dos campos. Ejemplificando, de nuevo, con la participación argentina, cabe subrayar que las divergencias entre el Estado Federal y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires se visibilizaron a través de políticas culturales, por veces, en paralelo (stands, programas de apoyo a la traducción u ofertas diferentes), resultando programaciones propias y separadas<sup>41</sup>.

¿Qué implica y qué significa participar en ferias internacionales del libro como País invitado de honor o «país-tema»?

Esa consideración, dependiendo de las ferias<sup>42</sup>, fue destacada en el caso de la de Fráncfort por Weidhaas (su presidente durante 25 años), quien explicó que se trata de una categoría inaugurada —en el caso del evento alemán— en la edición de 1988 con Italia —tras haber experimentado el modelo de escoger «temas centrales», como América Latina o África Negra—, contribuyendo, según él, a consolidar todavía más la feria en el escenario mundial y, al mismo tiempo, permitiendo asistir a los diferentes modos como los países seleccionados optan por ser representados y proyectados en términos literarios y culturales<sup>43</sup>. El autor también afirma que la Feria de Fráncfort se benefició con esas presentaciones de los diferentes países.

Para algunos de los diferentes macrofactores que integran un sistema literario —en la concepción de Even-Zohar<sup>44</sup>— es una oportunidad de visibilizar las dinámicas actuales de producción, circulación y recepción de la producción literaria actual. En la perspectiva de quien ocupaba la presidencia de la Câmara Brasileira do Livro en 2013, implica:

1. Oportunidade única de mostrar a cultura do país no exterior;
2. Destaque para a produção editorial no mundo;
3. Grande exposição na mídia internacional;
4. Oportunidades de crescimento dos negócios, não apenas com a Alemanha, mas mundialmente<sup>45</sup>.

de la propia condición de País Invitado de Honor en el Salón del Libro de París en 2014. Accesible en: <http://www.diariodecultura.com.ar/literatura/el-salon-del-libro-de-paris-gran-vidriera-para-la-literatura-argentina/>.

<sup>40</sup> SORÁ, G.: *op. cit.*, 2013, p. 104.

<sup>41</sup> BAYARDO, R. y MIHAL, I.: *op. cit.*, 2012.

<sup>42</sup> En el caso del Salón del Libro de París, cuya primera edición fue en 1981, esa categoría se creó en 1989. En 2010, cuando se conmemoraba la trigésima edición, se rompió la tradición de escoger un país como invitado de honor y el SL homenajeó a los «escritores» (60 franceses y 30 extranjeros).

<sup>43</sup> WEIDHAAS, P.: *op. cit.*, 2011.

<sup>44</sup> EVEN ZOHAR, I.: *op. cit.*, 2010.

<sup>45</sup> PANSA, K.: *Frankfurt 2013: Brasil Literature, Guest of Honour*, 2013.

Podemos entender las ferias internacionales como un espacio únicamente de intercambios económicos, una feria para el mercado editorial, pero coincidimos con el antropólogo brasileño Felipe Lindoso<sup>46</sup> en que cada vez se trata más de un evento de tipo cultural. Como evidencian los casos referidos y que sintetizan Bayardo y Mihal<sup>47</sup>, tratando el caso argentino, al explicitar las tensiones existentes en función de intereses de «negociación comercial literaria» o de «difusión cultural internacional».

Son varias las disputas que entran en juego, como muestra Gustavo Sorá<sup>48</sup> para el caso de Fráncfort. El autor observa la relación entre lo nacional y lo internacional y presenta la Feria como espacio de rituales «de publicidad», en el que se producen disputas para hacer más visibles las culturas y los nombres destacados de diferentes sistemas literarios y del mercado editorial mundial, concluyendo que, más allá «da cor internacional das feiras, estas son eventos netamente nacionais»<sup>49</sup>. Pascale Casanova propone introducir la noción de «capital literario nacional» al mismo tiempo que defiende que «les littératures nationales ne sont [...] pas [...] l'émanation d'une identité nationale, elles se constituent dans la rivalité [...] et la lutte littéraire, toujours internationales»<sup>50</sup>.

La Feria de Fráncfort es también una ocasión en que, como señalan Muniz Jr. y Szpilbarg<sup>51</sup> diferentes mercados no centrales «se proyectan de modo singular en un espacio altamente jerarquizado». Fráncfort representa un mercado central de valor(es) y de capital(es), en cierto modo, «un Wall Street del mercado editorial mundial», uno de los espacios de legitimación y poder, con connotaciones diferentes a las que, desde una visión francófona y dualista, Pascale Casanova atribuye a París —en cuanto centro de un «espacio literario mundial», su «República Mundial de las Letras»—, presentada como «bolsa de capital literario internacional»<sup>52</sup> donde conseguir parte del capital que la autora asocia, en el plano de la tradición nacional, con «tiempo acumulado, transformado en recursos»<sup>53</sup>. En la misma línea, G. Sapiro afirma que París y Nueva York son

dos centros del mercado mundial de la traducción, con una clara función de mediación y de consagración, dado que «ce qui est traduit en anglais ou en français, langues véhiculaires, a plus de chances d'être traduit en d'autres langues»<sup>54</sup>.

En ese escenario de Fráncfort y en la última década, los homenajeados han sido Corea (2005), India (2006), la Cultura Catalana (2007), Turquía (2008), China (2009), Argentina (2010), Islandia (2011), Nueva Zelanda (2012), Brasil (2013) y Finlandia (2014), mientras la edición de 2015 fue protagonizada por Indonesia. La lista está mayoritariamente compuesta por países que representan economías y mercados editoriales emergentes —entre los cuales se encuentran India, Brasil<sup>55</sup> y China, por ejemplo, del grupo de los denominados BRICS<sup>56</sup>— y/o que muestran universos lingüísticos y tradiciones culturales diversas, distintas e incluso distantes.

A efectos de ejemplificación de lo ocurrido en los últimos años y como muestras de acciones de política cultural de los respectivos gobiernos y, más específicamente, de diplomacia cultural y *soft power*, nos referimos a las participaciones en la *Frankfurter Buchmesse* de Cataluña, Argentina y Brasil. Se trata, en los tres casos, de mercados editoriales muy activos y asentados, que se entendían merecedores del reconocimiento visibilizado a través de su (s)elección como país homenajeadado. Así lo reconoce, en el caso de Cataluña, Jané<sup>57</sup> al considerar que «jugaba a favor el prestigio, el peso y la influencia internacional de Barcelona como a centre editorial»; y así lo entendieron las autoridades de la Generalitat de Catalunya, en cuya opinión la invitación evidenciaba, además del prestigio de la lengua y la literatura catalanas, tanto el trabajo de internacionalización de instituciones de cultura (entendemos que en referencia clara al Institut Ramon Llull) y de traducciones como la fortaleza del campo editorial catalán<sup>58</sup>. De hecho, la Comunidad Autónoma de Cataluña lidera, junto con la de Madrid, el mapa de la edición del Estado español —según se recoge en los informes sobre *El sector del libro en España* correspondientes a 2011-2013 y 2013-2015<sup>59</sup>— destacándose por poseer una estructura

<sup>46</sup> LINDOSO, F.: «O Brasil em Frankfurt em 1994» (1, 2, 3, 4, 5, 6), 03-11/10/2011.

<sup>47</sup> En este sentido BAYARDO, R. y MIHAL, I.: *op. cit.*, 2012, pp. 22-23.

<sup>48</sup> SORÁ, G.: *Traducir el Brasil. Una antropología de la circulación internacional de ideas*, Libros del Zorzal, Buenos Aires 2003.

<sup>49</sup> SORÁ, G.: «Os editores e a República mundial das letras. As feiras do livro como feito social e como obxecto sociológico», *A trabe de ouro* n.º 57, en-mar 2004, p. 60.

<sup>50</sup> CASANOVA, P.: *op. cit.*, 2008, p. 58. Su perspectiva incluye —en una visión que consideramos reduccionista y que la autora justifica aludiendo a criterios prácticos de análisis— una división entre «les littératures majeures» o «les plus anciennes» (entendidas también como sistemas literarios más autónomos, en las relaciones entre producción literaria y condiciones políticas de la nación) y «littératures émergentes» o «littératures mineures» (con menor grado de autonomía en relación con una definición nacional).

<sup>51</sup> MUNIZ JR., J. DE SOUZA y SZPILBARG, D.: *op. cit.*, 2014, p. 9.

<sup>52</sup> En este sentido MILO, D.: «La bourse mondiale de la traduction: un baromètre culturel», *Annales* n.º 1, 1984, pp. 2-115.

<sup>53</sup> CASANOVA, P.: «La guerre de l'ancienneté», en CASANOVA, P. (dir): *Des littératures combatives. L'internationale des nationalismes littéraires*, Raisons d'agir, París 2011, p. 15.

<sup>54</sup> SAPIRO, G. (dir): *op. cit.*, 2010, p. 6.

<sup>55</sup> Según Sapiro (SAPIRO, G.: *op. cit.*, 2012b, p. 19), se trata de un país de América del Sur «classé 'émergent' et occupant une position relativement dominée mais en ascension sur le marché mondial de la traduction comme dans d'autres domaines».

<sup>56</sup> En este sentido GOLDSTEIN, A. y LEMOINE, F.: *L'économie des BRIC. Brésil, Russie, Inde, Chine*, Éditions La Découverte, París 2013.

<sup>57</sup> JANÉ LUGÉ, J.: «L'impacte de la Fira de Frankfurt a Alemanya», en IRIBARREN, T. y ŠKRABEC, S. (eds.): *Constel·lacions variables. Literatura en la societat de la informació*, Editorial UOC, Barcelona 2012, p. 156.

<sup>58</sup> Accesible en: <http://www.frankfurt2007.cat/@esp/premsa/detalleNoticiad822.html?xml=/docs/20070606/0041.xml?seccio=premsa> [Consulta 10/07/2015]; o TORNER, C.: *op. cit.*, 2008, p. 22.

<sup>59</sup> Accesibles, respectivamente, en: [http://www.mcu.es/libro/docs/MC/Observatorio/pdf/Sector\\_Libro\\_2011\\_13\\_sept13.pdf](http://www.mcu.es/libro/docs/MC/Observatorio/pdf/Sector_Libro_2011_13_sept13.pdf) y <http://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/dms/mecd/cultura-mecd/areas-cultura/libro/mc/observatoriolect/redirige/estudios-e-informes/elaborados-por-el-observatoriolect/sector-libro-abril2015.pdf>.

de «proyección global» que se caracteriza por un mayor volumen de obras publicadas, de tirada media y de traducciones.

Por su parte, Brasil y Argentina<sup>60</sup> son dos de los países latinoamericanos donde la edición de libros se consolidó de manera más efectiva —liderando el *ranking* por número de títulos producidos entre 2005 y 2009 y de puntos de venta en librerías— y que, coincidentemente, han ido marcando presencia como Invitados de Honor en diversas citas internacionales del sector editorial. Su paso destacado por Fráncfort —y también por las ferias de Guadalajara, París y Bolonia— sugiere que ambos países «foram já capazes de construir para si uma história de trunfos econômicos e simbólicos, ocupando, assim, posições de relevo na periferia do sistema editorial mundial»<sup>61</sup>. La importancia de ambas industrias editoriales y su diferente dimensión está avalada por datos del Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (CERLALC) —cuyo último informe disponible corresponde al primer semestre de 2014—, según los cuales, en 2013, Argentina había editado el 14,3% de los títulos registrados en el área, mientras Brasil fue responsable de nada menos que el 44,2%, erigiéndose en el más grande de América Latina. De hecho, el mercado editorial de Brasil<sup>62</sup> se sitúa entre los diez primeros del mundo<sup>63</sup> y se encuentra marcado, en la actualidad, por lógicas de tipo capitalista<sup>64</sup> e incorporado a dinámicas de carácter global<sup>65</sup>.

Las presencias en Fráncfort —un «polo de institucionalización»<sup>66</sup>— de Cataluña, Argentina y Brasil como País Invitado de Honor merecieron foco mediático y fueron objeto de análisis, con debates ya habituales en este tipo de citas<sup>67</sup> sobre la pertinencia o no de inversiones (elevadas) para apoyar esa representación y sobre qué nombres incluir o excluir. Aspecto este que suscita siempre discusión, tal vez porque se perciba que, además

<sup>60</sup> Según Sorá (SORÁ, G.: *op. cit.*, 2013, p. 107) «una de las singularidades del caso argentino es que se trata de un mercado editorial que ha evolucionado, a lo largo del siglo xx, prácticamente sin apoyos estatales».

<sup>61</sup> MUNIZ JR., J. DE SOUZA: *Ibid.*, p. 2.

<sup>62</sup> Cf. CAMARA BRASILEIRA DO LIVRO Y SINDICATO NACIONAL DOS EDITORES DE LIVROS (CBL-SNEL): *Produção e vendas do setor editorial brasileiro*, Fundação Instituto de Pesquisa Econômica, São Paulo 2014. La reciente publicación del *Ranking Global del Mercado editorial para 2014*, organizado desde 2007 por el consultor austríaco Rüdiger Wischenbart a iniciativa de *Livres Hebdo*, muestra el peso de algunas de esas editoras, cuyos ingresos superan los 150 millones de dólares (NETO, L.: «FTD volta ao ranking das maiores editoras do mundo», *Publishnews*, 26/06/2015).

<sup>63</sup> Se trata del proyecto para conocer el ranking mundial de mercados, patrocinado por la International Publishers Association —IPA— con apoyo de la London Book Fair y de la BookExpo America, por parte del consultor Rüdiger Wischenbart (CARRENHO, C.: «Brasil fica em 9.º lugar em ranking global de mercados editoriais», *Blog do Publishnews*, 08/10/2012).

<sup>64</sup> Según DANTAS, D. y PERRUSI, A.: *op. cit.*, 2012, p. 195, caracterizado por «oligopolisation, concentration et inégalité».

<sup>65</sup> Véase FOUCES GONZÁLEZ, C.: *La traducción literaria y la globalización de los mercados culturales*, Comares, Granada 2011a.

<sup>66</sup> DUJOVNE, A. y SORÁ, G.: *op. cit.*, 2010.

<sup>67</sup> MUNIZ JR., J. DE SOUZA y SZPILBARG, D.: *op. cit.*, 2014, p. 8.

de definir la manera de estar para la ocasión, se trata de construir un modo de «permanecer», a través de la entrada —en cierta manera— en algún canon. Esto, al menos, es lo que muestran las reflexiones de Muniz, Jr. De Souza y Szpilbarg<sup>68</sup> sobre las presencias brasileña y argentina o las de Torner<sup>69</sup> en relación con la participación catalana a través del trabajo «Frankfurt 2007: cap a un cànon literari dialògic?», donde se interroga con respecto a si una «institució pública com l'IRL ha de definir el que pot aparèixer com um cànon de la literatura catalana?». Refuerza esta perspectiva la publicación —por parte del Institut Ramon Llull catalán— del texto de Harold Bloom para la Feria de Fráncfort sobre Llull y la tradición catalana —en inglés, alemán, catalán y castellano<sup>70</sup>.

Tres años después de haber sido Invitada de Honor en la Feria del Libro de Guadalajara<sup>71</sup>, la Cultura Catalana lo fue, en 2007, en la de Fráncfort<sup>72</sup>, donde se presentó con el eslogan «Cultura Catalana: singular i universal»<sup>73</sup> para fomentar el proceso de internacionalización de la diversidad cultural catalana<sup>74</sup>. El Director del Programa literario de la cultura catalana en el evento destacó la singularidad de Cataluña, como «país que és i no és»<sup>75</sup>, en su condición de invitada de honor —puesto que, como recuerda Jané<sup>76</sup>, desde 1988 únicamente con Flandes, en 1993, y el Mundo Árabe, en 2004, se había roto la tónica general— y subrayó que se carecía de la visibilidad «que da el reconocimiento internacional como nación»<sup>77</sup>. No por casualidad, la visibilización aparece como uno de los principales objetivos de los diferentes programas destinados a la internacionalización de la producción literaria y cultural catalana, antes, durante y después del encuentro de Fráncfort<sup>78</sup>, desde una posición que Torner<sup>79</sup> define como

<sup>68</sup> MUNIZ JR., J. DE SOUZA y SZPILBARG, D.: *Ibid.*, p. 26.

<sup>69</sup> TORNER, C.: *op. cit.*, 2009, p. 127.

<sup>70</sup> BLOOM, H.: *Ramon Llull and Catalan Tradition. Ramon Llull und die Katalanische Tradition. Ramon Llull i la Tradició Catalana. Ramon Llull y la tradición catalana*, I. R. L, Barcelona 2006 [Trad. UDINA, D. (catalán), BUBE, T. (alemán), ALOU, D. (castellano)]. Prólogo: LLOVET, J.].

<sup>71</sup> Accesible en: <https://www.fil.com.mx/invitado/catalana.asp> [Consulta: 07/07/2015].

<sup>72</sup> Toda la información relativa a esa participación (programas, dossieres de prensa, discurso inaugural de Quim Monzó, lista de autores, logos y publicaciones, sobre todo, *Carrers de Frontera. Passatges de la cultura alemanya a la cultura catalana*, en catalán y alemán, y *Ser traduït o no ser. Informe PEN / IRL sobre la situació internacional de la traducció literaria*, en catalán e inglés). Continúa accesible en: <http://www.frankfurt2007.cat/> [Consulta: 07/07/2015].

<sup>73</sup> Para el logo, véase: [http://www.frankfurt2007.cat/img\\_logos/poster\\_fran07.jpg](http://www.frankfurt2007.cat/img_logos/poster_fran07.jpg) [Consulta: 07/07/2015].

<sup>74</sup> Accesible en: <http://www.frankfurt2007.cat/cat/fira/objectius.shtml?seccio=fira> [Consulta: 07/07/2015].

<sup>75</sup> TORNER, C.: *op. cit.*, 2009, p. 125.

<sup>76</sup> JANÉ LLIGÉ, J.: *op. cit.*, 2012.

<sup>77</sup> TORNER, C.: *op. cit.*, 2008, p. 21.

<sup>78</sup> Según TORNER (*op. cit.*, 2008, p. 24), el público alemán pudo, con el trabajo hecho por Cataluña en 2007 (en cuanto a traducciones, programaciones literarias y culturales, etc., además de los días específicos de la Feria de Fráncfort) incorporar «a la seva visió d'Europa una identitat com la catalana, estranya a les categories del discursos hegemònics».

<sup>79</sup> TORNER, C.: *op. cit.*, 2009, p. 126.

paradójica, por tratarse de «La diplomacia cultural d'un país sense ambaixades, doncs, ha d'assumir de manera plena la seva paradoxa».

#### a) *Vestirse para Fráncfort*: estrategias de internacionalización

La participación en este tipo de ferias y/o salones (especialmente en la condición de País Invitado de Honor) como un modo de diplomacia cultural y de *soft power*<sup>80</sup> para los diferentes países se evidencia, también, en la 'representación' de esa oportunidad. Así entendemos el papel como responsable de la organización en Fráncfort 2007<sup>81</sup> del Instituto Ramón Llull, un organismo público que integra la red de institutos culturales Literatura Across Frontiers, funcionando, en cierto modo, como una embajada cultural<sup>82</sup> y cuyos objetivos son «promover en el exterior los estudios de lengua y cultura catalanas en el ámbito académico, la traducción de literatura y pensamiento en catalán y, en general, la producción cultural catalana de otros ámbitos»<sup>83</sup>.

Bien diferentes son los casos de Brasil y Argentina. En el país andino, el responsable fue el *Comité Organizador para la participación Argentina en la Feria del Libro de Fráncfort Edición 2010* (COFRA)<sup>84</sup>, creado específicamente para la ocasión tras la Declaración de la participación argentina en la Feria como «De Interés Nacional», mediante el Decreto 1316/08 firmado por la —entonces— presidenta Cristina Fernández de Kirchner (Bayardo y Mihal 2012). COFRA dependía del Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto<sup>85</sup> —también conocido como Cancillería—, estaba presidido por la embajadora Magdalena Faillace —nombrada en la Resolución 1607— e integró diferentes instituciones «de primer nivel del Estado nacional junto a entidades mixtas, privadas y del tercer sector», involucrando en la organización «relaciones exteriores, comercio internacional, comunicación, cultura y turismo» para una mayor efectividad en los objetivos de las políticas culturales, tal y como señalan Bayardo y Mihal<sup>86</sup>, para quienes la centralidad de la Cancillería «aparecía como una forma de priorizar el comercio internacional y la visibilidad del país en el exterior», a través del organismo dispuesto para tales fines. Cabe referir, también, que el citado Comité fue el responsable del Programa Sur (PROSUR) de apoyo a la traducción de autores/as argentinos a otras lenguas, con el que, por primera vez, se dotaba al país de estas herramientas —ya presentes en numerosos países—, colocando como objetivo inicial (pero no único) Frán-

<sup>80</sup> VILLARINO PARDO, M.<sup>a</sup> C.: *op. cit.*, 2014a y VILLARINO PARDO, M.<sup>a</sup> C.: *op. cit.*, 2014b.

<sup>81</sup> JANÉ LUGÉ, J.: *op. cit.*, 2012.

<sup>82</sup> TORNER, C.: *op. cit.*, 2008, p. 21.

<sup>83</sup> Accesible en: <http://www.llull.cat/catala/quisom/quisom.cfm> [Consulta: 07/07/2015].

<sup>84</sup> Accesible en: [http://www.infoleg.gov.ar/basehome/actos\\_gobierno/actosdegobierno20-4-2009-3.htm](http://www.infoleg.gov.ar/basehome/actos_gobierno/actosdegobierno20-4-2009-3.htm) [Consulta: 07/07/2015].

<sup>85</sup> BAYARDO, R. y MIHAL, I.: *op. cit.*, 2012; SORÁ, G.: *op. cit.*, 2013.

<sup>86</sup> BAYARDO, R. y MIHAL, I.: *op. cit.*, 2012, p. 17.

cfort 2010, donde el slogan escogido para proyectar la imagen del país fue «Argentina, Cultura en Movimiento».

Esa participación argentina, fuera del eco mediático, fue fundamentalmente analizada, desde la perspectiva de acciones del Estado, «en cuanto hecho prácticamente inédito en la historia de la cultura nacional»<sup>87</sup>, de política cultural<sup>88</sup>, refiriendo los aspectos organizativos y de planificación de esta 'embajada cultural temporal', trabajados desde que en 2007 fue firmado el acuerdo que definía ese protagonismo en la feria alemana, y considerando los modos de visibilidad del mercado editorial, en comparación con el caso brasileño (Muniz Jr. y Szpilbarg 2014). Precisamente, estos enfatizan la necesidad de analizar la dimensión global del mercado editorial en la actualidad, en que la actividad de los diferentes agentes implicados (editores, autores, traductores, agentes literarios...) se ve condicionada por decisiones de compañías multinacionales, «pelos diagnósticos e recomendações de órgãos supranacionais como a UNESCO e a CERLAC; e pelas negociações feitas em 'aduanas' culturais como Frankfurt, Barcelona, Londres, Bolonha e Guadalajara»<sup>89</sup>.

En el mismo año 2010 en el que Argentina protagonizaba la Feria de Fráncfort, Brasil firmó, a través de su Ministerio da Cultura (MinC), el acuerdo para convertirse en Invitado de Honor en 2013<sup>90</sup>. Pero no se trataba de un país debutante, ya que había disfrutado de esa distinción en 1994. El momento del país, tanto en lo interno como en lo externo, era muy diferente (Oliver; Suppo y Villarino Pardo)<sup>91</sup> y la participación sin duda lo reflejó, tanto por medio de una programación que parecía querer marcar esas diferencias, como, sobre todo, en opinión de Lindoso, a través de «a postura do governo brasileiro e das entidades do livro»<sup>92</sup>. Así, fue creado un comité organizador

<sup>87</sup> SORÁ, G.: *op. cit.*, 2013, p. 107.

<sup>88</sup> DUJOVNE, A. y SORÁ, G.: *op. cit.*, 2010, pp. 217-223; SORÁ, G.: «Editar la nación. Bicentenario argentino en Frankfurt», en BATTICUORE, G. y GAYOL, S. (orgs.): *Tres momentos de la cultura argentina: 1810, 1910, 2010*, Prometeo – Editorial de la Universidad Nacional de General Sarmiento, Buenos Aires 2011, pp. 153-181; BAYARDO, R. y MIHAL, I.: *op. cit.*, 2012, pp. 9-29.

<sup>89</sup> MUNIZ Jr., J. DE SOUZA y SPILBARG, D.: *op. cit.*, 2014, p. 5.

<sup>90</sup> Véase «Brasil será o homenageado na Feira Internacional do Livro de Frankfurt 2013», 04/10/2013. Accesible en: <http://www.brasil.gov.br/cultura/2013/10/brasil-sera-o-homenageado-na-feira-internacional-do-livro-de-frankfurt-2013> [Consulta: 10/07/2015].

<sup>91</sup> OLIVER, I.: «Megaeventos esportivos e relações internacionais como estratégias de atração turística», *Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo*, vol. VII, n.º 1, 2012, pp. 1-19; SUPPO, H.: «Reflexões sobre o lugar do esporte nas relações internacionais», *Contexto Internacional* n.º 2, vol. 34, dic. 2012, pp. 397-433; VILLARINO PARDO, M.<sup>a</sup> C.: *op. cit.*, 2014b, pp. 57-83.

<sup>92</sup> LINDOSO, F.: *op. cit.*, 2011; DE SANT'ANNA, A. ROMANO: «Antes, durante, depois de Frankfurt», *Estado de Minas*, 26/10/2013. Coincidimos con la apreciación, destacando además proyectos concretos como el Programa Brazilian Publishers, resultado de una alianza entre la Câmara Brasileira do Livro (CBL) y la Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex Brasil). Accesible en: <http://www.brazilianpublishers.com.br> [Consulta: 10/07/2015].

a través de una fórmula interministerial<sup>93</sup>, dejando clara la responsabilidad conjunta de los ministerios de Cultura y Relaciones Exteriores<sup>94</sup>. La dirección del grupo recayó en el Presidente de la Fundação Biblioteca Nacional (FBN), como responsable de esta institución dependiente del MinC, que ha tenido un papel destacado en los recientes procesos de internacionalización de la literatura brasileña, particularmente durante la presidencia de Galeno Amorim<sup>95</sup>, en la que se presentaron los nuevos (y más ambiciosos en presupuesto y objetivos) programas de apoyo a la traducción de textos de autores/as brasileños/as para otras lenguas y a su circulación en el exterior, marcando significativos avances con respecto a los existentes en el país desde inicios de la década de 1990.

La participación de los organismos de carácter estatal en este tipo de dinámicas asociadas a la exposición de la cultura propia, a través de la literatura y del libro<sup>96</sup>, en escenarios internacionales ha hecho que, en diversas ocasiones, su trabajo haya sido entendido, en cierto modo, como el de agentes (agencias) literarios(as) interviniendo en las lógicas del mercado. En este sentido puede ser interpretada la creación de algunas revistas que integran este tipo de estrategias, asumiendo cada vez más la traducción, como señala Marta Dantas<sup>97</sup>, como «uma troca desigual e assimétrica entre culturas, podendo constituir-se, entre outros dispositivos, numa operação de consagração ou de acumulação de capital literário». Entre ellas se encuentran la catalana *Transfer* o la brasileña *Machado de Assis Magazine*. Publicada por primera vez en 2006 e integrada en la red europea Eurozine, *Transfer. Journal of contemporary cultura*<sup>98</sup> es una co-edición del Institut Ramon Llull catalán y Publicaciones de la Universitat de València, que presenta, con periodicidad anual, textos en inglés (procedentes de revistas culturales en catalán) sobre diferentes aspectos de debate de la cultura catalana actual, tiene como principales objetivos programáticos «promover la difusión exterior del pensamiento contemporáneo de expresión catalana, favoreciendo el diálogo entre los autores del ámbito cultural catalán y los autores de otros países» y, de modo más concreto, «contribuir a la proyección internacional de aquellas publicaciones periódicas en catalán que

apuestan por participar —con ambición y rigor— en los principales debates de ideas del mundo de hoy»<sup>99</sup>.

La revista *Machado de Assis Magazine. Brazilian Literature in Translation/Literatura Brasileira em Tradução* es una iniciativa de la FBN —en coedición con diversas instituciones, públicas y privadas<sup>100</sup>— creada en 2012 para publicar traducciones de textos de autores/as brasileños para otras lenguas (fundamentalmente, inglés y castellano en varios números), ofreciendo vías para superar algunas de las barreras derivadas del hecho de estar en lengua portuguesa<sup>101</sup>, en un mercado mundial de la traducción en el cual el inglés ocupa una posición de máxima centralidad<sup>102</sup>, por un lado, y considerando que el español es una lengua que representa un espacio de mercado importante para el libro brasileño<sup>103</sup>, especialmente en el MERCOSUR, por otro lado. La revista se presenta ya desde el número 1 como un escaparate de textos (y productores) literarios dirigido a lectores internacionales, como señalaba «From Brazil to the World/De Brasil para el Mundo», título del primer editorial —firmado por el entonces Presidente de la FBN, Amorim—, en un momento en que Brasil «despunta como potencia mundial» y atrae la atención de muchas personas que procuran conocerlo y comprenderlo. Así, partiendo de la premisa de que para ello no hay «nada más apropiado que recurrir a la cultura y, en particular, a los libros y a la literatura», la revista se concibe en forma de aproximación o introducción al complejo panorama brasileño y funciona, en buena medida, como una agencia literaria, aunque con otros criterios, reglas y objetivos. Conforme ilustra el hecho de que, en el apartado «About the Magazine/Sobre la Revista» se pueda leer que: «Authors, editors, scouts and literary agents may download texts from the online edition, along with information about the different writers and right holders»<sup>104</sup>.

El lanzamiento del número 6 ocurrió en marzo de 2015, con motivo del homenaje a Brasil en el Salón Internacional del Libro de París, presentando como principales nove-

<sup>93</sup> La «Portaria Interministerial MinC/MRE n. 2», 11/10/2012.

<sup>94</sup> Accesible en: [http://www.cultura.gov.br/legislacao/-/asset\\_publisher/siX11QMnIPZ8/content/comites-comissoes-e-grupos-detrabalho/10937](http://www.cultura.gov.br/legislacao/-/asset_publisher/siX11QMnIPZ8/content/comites-comissoes-e-grupos-detrabalho/10937); [http://www.maxpressnet.com.br/Conteudo/1,539125,Governo\\_cria\\_Comite\\_Organizador\\_do\\_Brasil\\_na\\_Feira\\_do\\_Livro\\_de\\_Frankfurt\\_2013\\_539125,1.htm](http://www.maxpressnet.com.br/Conteudo/1,539125,Governo_cria_Comite_Organizador_do_Brasil_na_Feira_do_Livro_de_Frankfurt_2013_539125,1.htm) [Consulta: 10/07/2015].

<sup>95</sup> Fue sustituido por Renato Lessa en marzo de 2013, en pleno proceso de organización de las participaciones en Fráncfort y en Bolonia en 2014 —con Brasil también como Invitado de Honor. Accesible en: [http://www.bn.br/portal/?nu\\_pagina=123](http://www.bn.br/portal/?nu_pagina=123); <http://www.machadodeassismagazine.bn.br/new/index.php> [Consulta: 10/07/2015].

<sup>96</sup> Véase, por ejemplo, el capítulo de MONTERO KÜPPER, en este mismo volumen (cap. III).

<sup>97</sup> DANTAS, M. PRAGANA: «Tradução, Trocas Literárias e (a) D(i)versidade Editorial», *Traduzires* n.º 1, 2012, p. 72.

<sup>98</sup> Accesible en: <http://transfer.llull.cat> [Consulta: 10/07/2015].

<sup>99</sup> Accesible en: [http://www.llull.cat/espanyol/actualitat/transfer\\_journal\\_galeria.cfm?id=9&numero=01&any=2006](http://www.llull.cat/espanyol/actualitat/transfer_journal_galeria.cfm?id=9&numero=01&any=2006) [Consulta: 10/07/2015].

<sup>100</sup> Ministério das Relações Exteriores de Brasil, Imprensa Oficial do Estado de São Paulo e Itaú Cultural. Accesible en: <http://www.machadodeassismagazine.bn.br/> [Consulta: 10/07/2015].

<sup>101</sup> VILLARINO PARDO, M.ª C.: «O espaço do sistema literário brasileiro contemporâneo nos intercâmbios culturais transnacionais», en DALCASTAGNÈ, R. y AZEVEDO, L. (orgs.): *Espaços possíveis na literatura brasileira contemporânea*, Zouk Editora, Porto Alegre 2015, pp. 265-286.

<sup>102</sup> HEILBRON, J. y SAPIRO, G.: «La traduction littéraire, un objet sociologique», *Actes de la recherche en sciences sociales* n.º 144, 2002c, pp. 3-5.

<sup>103</sup> Cf. GUEDES, L.: «Literatura brasileira em tradução: a trajetória de livros brasileiros traduzidos ao castelhano», en DE LUCENA B. P. y DELGADO, G. E. (orgs.): *Anais do Simpósio Internacional sobre Literatura Brasileira Contemporânea*, Fórum dos Estudantes, Universidade de Brasília, Brasília 2013, pp. 107-117.

<sup>104</sup> Accesible en: <http://www.machadodeassismagazine.bn.br/new/aboutsobre.php?edicao=Edi%C3%A7%C3%A3o%2001> [Consulta: 07/07/2015].

dades la edición únicamente electrónica de la revista y la inclusión de textos traducidos también al francés<sup>105</sup>.

Brasil y Cataluña se suman, así, a otros países que también han adoptado medidas para apoyar intercambios culturales de tipo transnacional, con la perspectiva de reorientar las políticas de exportación e incluso la responsabilidad de tareas tradicionalmente asociadas al espacio de la diplomacia<sup>106</sup>. Esos programas para internacionalización —sobre todo en el caso de los direccionados a apoyo a la traducción y la circulación de escritores, y como ya analizaron comparando los casos brasileño y argentino Muniz Jr. y Szpilbarg (2014)— suelen implementarse en el momento de participaciones en eventos como la Feria de Fráncfort y muestran una tendencia que «cresce proporcionalmente à 'globalização' da economia»<sup>107</sup>.

b) *Después de Fráncfort*: la(s) feria(s) continúa(n)

Del mismo modo que es habitual asistir a polémicas que preceden la participación de invitados de honor en Fráncfort y que se suele evidenciar un interés amplio en los medios y en el sector editorial<sup>108</sup>, hay un tema que también concita mucha atención: y después de Fráncfort, ¿qué?

Los impactos derivados de esa participación suelen reflejarse (y medirse) en la cuestión de imagen-país<sup>109</sup> y en el volumen de traducciones, fortaleciendo procesos de internacionalización; razón por la cual los diferentes agentes involucrados reclaman la necesidad de continuidad en las inversiones por parte de instituciones públicas.

El año en que Cataluña, Argentina o Brasil fueron protagonistas en la Feria del Libro de Fráncfort se ha elevado el volumen de traducciones, sobre todo al alemán, aunque no exclusivamente. Torner<sup>110</sup> y Jané Lligé<sup>111</sup> observan que se produjo una «explosión»

<sup>105</sup> El hecho de que sean traducidos para inglés y español (y, más recientemente, francés) da pistas de la orientación del público de destino. Todos los números pueden ser consultados en formato electrónico abierto en: <http://www.machadodeassismagazine.bn.br/new/index.php#> [Consulta: 07/07/2015].

<sup>106</sup> De acuerdo con SAPIRO (*op. cit.*, 2008, p. 12), «l'emprise croissante de la logique marchande sur les échanges culturels internationaux a contraint les États à réorienter leurs politiques d'exportation». Menciona, de modo concreto, las ayudas a la exportación del libro y a la traducción que tendrían el doble objetivo de favorecer los intercambios económicos y de frustrar los efectos de la «marchandisation dans le domaine du livre».

<sup>107</sup> SORÁ, G.: *op. cit.*, 2003, p. 222.

<sup>108</sup> SORÁ, G.: *op. cit.*, 2013, p. 103, se señala, a propósito de reuniones preparatorias para la participación argentina, que —en abril de 2010— «el mercado editorial argentino bullía alrededor de la gran oportunidad internacional. Todos los actores del mundo del libro, fueran o no a Frankfurt, sincronizaban miras en dirección hacia Europa».

<sup>109</sup> Véase CARRILLO, C. (ed.): *La literatura catalana després de Frankfurt*, Edicions Andana, Vilafranca el Penedès 2008; VILLARINO PARDO, M.<sup>a</sup> C.: *op. cit.*, 2014b, pp. 57-83.

<sup>110</sup> TORNER, C.: *op. cit.*, 2012.

<sup>111</sup> JANÉ LLIGÉ, J.: *op. cit.*, 2012.

de traducciones de libros catalanes al alemán y a otras lenguas<sup>112</sup>, en 2007, pero también constatan que no decayó en los años siguientes<sup>113</sup>. En Brasil y Argentina también se confirma ese aumento asociado a las respectivas fechas y, en los tres casos, las cifras posteriores de traducciones a otras lenguas se muestran altas. Ello es resultado, en buena medida, de la continuidad de los diversos programas: en Argentina considerados «como política de Estado»<sup>114</sup> y en Brasil reforzados por la idea de que, asociado a estos procesos y políticas de internacionalización, el mercado editorial brasileño, tradicionalmente visto como comprador<sup>115</sup> de derechos autoriales en estos eventos, empezase —sobre todo a partir de programas como *Brazilian Publishers*<sup>116</sup>— a ser considerado también mercado exportador<sup>117</sup>.

En opinión del Director del Programa literario catalán de 2007, Fráncfort significó una «gran fiesta de la literatura catalana»<sup>118</sup>, en la que la traducción (y, en la sombra, los traductores) resultó una pieza imprescindible para que muchos alemanes descubriesen una literatura europea que desconocían y, sobre todo y que considera fundamental, «és que —ho diuen les bones xifres de vendes, l'assistència masiva als actes literaris centrats en la lectura pública i les nombrosíssimes critiques en la premsa general i especialitzada— l'han descobert com a lectors»<sup>119</sup>.

Los flujos de traducción<sup>120</sup> constituyen un proceso de transferencia cultural<sup>121</sup> y son considerados, en estos intercambios transnacionales de productos literarios, elementos o marcas de capital económico, literario, cultural y simbólico<sup>122</sup>.

<sup>112</sup> Dos meses después de la Feria de Frankfurt, a finales de 2007, se habían vendido alrededor de 250.000 libros de autores catalanes en Alemania. Véase TORNER, C.: *op. cit.*, 2012, pp.115-144. Para contrastar esas dinámicas y el volumen de cifras, puede verse, también, el capítulo de COMELLAS en este mismo volumen (cap. VII).

<sup>113</sup> Accesible en: <http://www.llull.cat/> [Consulta: 07/07/2015].

<sup>114</sup> MUNIZ JR., J. DE SOUZA y SZPILBARG, D.: *op. cit.*, 2014, p. 12.

<sup>115</sup> Es el país de América Latina que más traduce (DANTAS, D. y PERRUSI, A.: *op. cit.*, 2012, p. 169).

<sup>116</sup> Accesible en: <http://www.brazilianpublishers.com.br>. Véase VILLARINO PARDO, M.<sup>a</sup> C.: *op. cit.*, 2015, p. 271.

<sup>117</sup> PANSÁ, K.: «As vozes dos brasileiros ganharam o mundo», *Câmara Brasileira do Livro. Relatório Anual 2013*, 2014, pp. 6-7.

<sup>118</sup> De hecho, TORNER: *op. cit.*, 2012 dedica un trabajo específico a los flujos de traducción de la poesía en relación con otros géneros de la producción literaria catalana entre 2003 y 2010.

<sup>119</sup> TORNER, C.: *op. cit.*, 2008, p.20.

<sup>120</sup> Cf. HEILBRON, J. y SAPIRO, G.: *op. cit.*, 2002c, pp. 4-5.

<sup>121</sup> BOURDIEU, P.: «Les conditions sociales de la circulation internationale des idées», *Actes de la recherche en sciences sociales* n.º 145, dic. 2002, pp. 3-8. Texto que reproduce la conferencia proferida por Bourdieu en 1989 en la Universidad de Friburgo, donde señala que el sentido y la función de una obra extranjera «sont déterminés au moins autant par le champ d'accueil que par le champ d'origine» (p. 4).

<sup>122</sup> Y, en estos últimos años, se verifica que las actividades relacionadas con la Cultura aparecen cada vez más como estratégicas dentro y fuera de estos países. Cf. entre otros, los Informes que disponibiliza la Cuenta Satélite de Cultura del Ministerio de Cultura argentino en: <http://sinca.cultura.gob.ar/sic/estadisticas/>

Heilbron y Sapiro definen el sistema mundial de las traducciones como «un ensemble de relations fortement hiérarchisées», en el cual se constata tanto que los flujos de traducción van, fundamentalmente, del centro hacia la periferia —y no en sentido contrario— como que las dinámicas entre lenguas periféricas pasan, en numerosos casos, por la intermediación de un centro. Cuanto más central es una lengua, más tiene la capacidad de funcionar como lengua de intermediación; añadiendo que:

En général, plus une langue est centrale dans le système de traduction, moins on traduit dans cette langue. Alors que les pays dominants 'exportent' largement leurs produits culturels et traduisent peu dans leur langue, les pays dominés 'exportent' peu et 'importent' beaucoup de livres étrangers, par la traduction notamment<sup>123</sup>.

### 3. CONSIDERACIONES FINALES

La pérdida de prestigio o de poder de un país y de su lengua en el escenario internacional tienen consecuencias en el ámbito de la traducción<sup>124</sup>, como muestran, entre otros, el trabajo de Dantas y Perrusi<sup>125</sup> en relación con el «declínio» de la influencia de la lengua y la cultura francesas en el mundo (y, en concreto, en Brasil). Del mismo modo, pero en sentido contrario, el creciente interés despertado por un país en el ámbito internacional se evidencia en una mayor visibilidad en términos de liderazgos políticos y de estrategias de diplomacia cultural y *soft power*, entre las que se incluyen las participaciones en Fráncfort y otras ferias y/o salones, así como las acciones de apoyo a esos procesos de internacionalización<sup>126</sup>.

Se constata, por lo tanto, que, en la actualidad, las ferias internacionales del libro, en general,

- Evidencian la internacionalización de los poderes de las industrias culturales.
- Constituyen espacios centrales para el mercado mundial de la edición y de la traducción.
- Funcionan como una metáfora (y en parte también como metonimia) del campo editorial de un país en ámbito internacional.

csc/index.php; o el *Plano da Secretaria da Economia Criativa* del Ministério da Cultura de Brasil (2011-2014). Accesible en: <http://www.cultura.gov.br/documents/10913/636523/PLANO+DA+SECRETARIA+DA+ECONOMIA+CRIATIVA/81dd57b6-e43b-43ec-93cf-2a29be1dd071>; o los datos del Institut d'Estadística de Catalunya —de la Generalitat de Catalunya— y de su Anuario en: <http://www.idescat.cat/> [Consulta: 07/07/2015].

<sup>123</sup> HEILBRON, J. y SAPIRO, G.: *op. cit.*, 2008, p. 30.

<sup>124</sup> Sapiro observa que los flujos de traducción, aunque en relación, no pueden ser reducidos ni a un imperialismo económico ni son consecuencia automática del tamaño de un mercado editorial o de una lengua (SAPIRO, G.: *op. cit.*, 2009, p. 284).

<sup>125</sup> DANTAS, D. y PERRUSI, A.: *op. cit.*, 2012.

<sup>126</sup> Véase, para el caso brasileño, VILLARINO PARDO, M.<sup>a</sup> C.: *op. cit.*, 2014a y MUNIZ JR., J. DE SOUZA y SZPILBARG, D.: *op. cit.*, 2014.

- Ganan protagonismo como escenarios para el ejercicio de la diplomacia cultural y del *soft power* (o poder blando).
- Compiten por espacios de poder en el mercado editorial internacional en un supuesto escenario mundial de intercambios de capital simbólico; y
- Escenifican disputas por acúmulos de diversos tipos de capital.

Podemos afirmar que esos aspectos, presentes en todas ellas, cobran importancia diferente en función del énfasis que los varios modelos de feria ponen en cada uno de ellos. Ahora bien, es indudable que la condición de «País invitado de honor» en Fráncfort, Bolonia, Guadalajara o París permite un acúmulo visible de capitales, especialmente de tipo simbólico, en el espacio transnacional de las relaciones literarias, culturales y políticas. Porque el capital simbólico, que mide el 'volumen de reconocimiento, de legitimidad y de consagración acumulados' entre pares<sup>127</sup>, a pesar de su intangibilidad resulta perceptible a través de algunas referencias de tipo material o inmaterial e incluso, dado el caso, transformado en capital de otro tipo (por ejemplo, económico o político)<sup>128</sup>.

Para conseguir ese capital simbólico puede decirse que —usando una metáfora<sup>129</sup>— Fráncfort representa el Himalaya, pero tanto o más interés que alcanzar esa cima tiene ascender un número significativo de 'ochomiles'. Así, parece correcto pensar que si la cultura catalana fue protagonista en Fráncfort 2007, tal vez se deba en parte a que lo haya sido previamente en la Feria de Guadalajara en 2004. A su vez, Argentina, invitada de honor en Fráncfort en 2010, lo fue en 2014 tanto en el Salón del Libro de París como en la Feria de Guadalajara, en este caso por segunda vez. Mientras, Brasil, más activo en este tipo de eventos, protagonizó, además de Fráncfort y solamente en los últimos cinco años, las ferias de Bogotá (2012), Bolonia (2014) y el Salón del Libro de París (2015), donde repetía condición.

Se observa como estas participaciones se han convertido en apuestas estratégicas de políticas a corto y medio plazo que, entendemos, utilizan la cita de Fráncfort en algún caso como 'aduanas'<sup>130</sup> y, en otros, como un escalón (no aislado) que permite avanzar en determinadas dinámicas y procesos de internacionalización de la cultura de un país. Porque, como recuerda Carles Torner<sup>131</sup>, tras ser invitado de honor en Fráncfort, al año

<sup>127</sup> DURAND, P.: «Capital symbolique», *Socius. Ressources sur le littéraire et le social* 2014.

<sup>128</sup> Siendo una dimensión difícil de cuantificar, los recursos de tipo simbólico no suelen aparecer incluidos en la elaboración de los sistemas de indicadores culturales (CARRASCO ARROYO, S.: «Medir la cultura: una tarea inacabada», *Periférica* n.º 7, 2006, p. 19), pero podrían establecerse modos objetivables a través de determinados parámetros. Véase también BUSTAMANTE, M. y SYMMES, C.: «Estructura y dinámicas de un capital simbólico transnacional. Condiciones sociales del ingreso de la diversidad cultural en Chile», *Revista del Museo de Antropología* n.º 6, 2013, pp. 91-106.

<sup>129</sup> Que agradezco especialmente a mi colega M.<sup>a</sup> Felisa Rodríguez Prado, generosa lectora de este texto.

<sup>130</sup> SORÁ, G.: «Frankfurt y otras aduanas culturales entre Argentina y Brasil. Una aproximación etnográfica al mundo editorial», *Cuadernos de Antropología social* n.º 15, Buenos Aires, ene/jul 2002, pp. 125-143.

<sup>131</sup> TORNER, C.: *op. cit.*, 2012, pp.115-144.

siguiente «tornes senzillament a ser un més, sense accés als espais que la fira reserva per al convidat d'honor», aún reconociendo que los contactos y el trabajo hecho<sup>132</sup> en la Feria pueden ofrecer oportunidades para colaboraciones y nuevas invitaciones que brinda el 'escaparate de Fráncfort', objeto de deseo «latente para cualquiera que haga libros, tal como una peregrinación a un lugar santo para un fiel creyente»<sup>133</sup>.

## Capítulo V

### El traductor como agente cultural

ÁUREA FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ  
Grupo BITRAGA, Universidade de Vigo

#### 1. EL TRADUCTOR/LA TRADUCTORA DE TEXTOS LITERARIOS

En su discurso de ingreso en la Real Academia Española leído el 27 de enero de 1985 —es decir, a mediados de la década en la que se inicia una actividad traductora sin precedentes en España en general y en las Comunidades históricas con lengua propia, en particular—, el traductor y profesor don Valentín García Yebra subrayaba el papel que ha desempeñado la actividad traductora y, por consiguiente, el oficio del traductor/a a lo largo de la historia de la humanidad para favorecer no solo el enriquecimiento de las lenguas sino también el intercambio cultural o la interculturalidad y la interliterariedad:

La traducción ha sido desde hace milenios uno de los procedimientos más importantes, acaso el más importante, para la propagación de la cultura, para la creación y el desarrollo de nuevas literaturas y para el enriquecimiento de las lenguas utilizadas para traducir<sup>1</sup>.

Una vez analizado el papel de las editoriales gallegas en otro estudio<sup>2</sup>, queremos adentrarnos, en esta ocasión, en la labor del traductor/a y su capacidad como iniciador/a no solo en la lengua gallega sino también en los idiomas peninsulares con el propósito de visibilizar, dignificar su labor y explicar el papel que los traductores literarios han desempeñado como agentes importadores y propagadores de literaturas desconocidas o poco conocidas hasta el momento en los distintos campos literarios del Estado español y cuya difusión ha contribuido al desarrollo y al enriquecimiento de las literaturas en las cuatro lenguas de la España plural. Pretendemos acercarnos a la relación que mantienen estos agentes con los demás miembros de su grupo, buscar las tendencias producidas

<sup>1</sup> GARCÍA YEBRA, V.: *Traducción y enriquecimiento de la lengua*, RAE, Madrid 1985, p. 13.

<sup>2</sup> Cf. FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, Á.: «El sector editorial gallego y la traducción literaria», en LUNA ALONSO, A. et al. (eds.): *Literaturas extranjeras y desarrollo cultural. Hacia un cambio de paradigma en la traducción literaria gallega*, Peter Lang, Berna 2015, pp. 63-81.

<sup>132</sup> La idea de trabajo previo y de red de contactos suele ser enfatizada (Véase BAYARDO, R. y MIHAL, I.: *op. cit.*, 2012, p. 14).

<sup>133</sup> SORÁ, G.: *op. cit.*, 2013, p. 118.