

LA EXTRADUCCIÓN EN LA ARGENTINA

III

2010 – 2022

FUNDACIÓN
TyPA

TEORÍA Y PRÁCTICA
DE LAS ARTES

Fundación TyPA, 2023

Gabriela Adamo, Victoria Rodríguez Lacrouts

Con la colaboración de Victoria López Zanuso

ÍNDICE

Introducción	5
Un poco de historia	6
El Programa Sur	9
Un nuevo informe	10
Metodología	13
Sobre las fuentes consultadas	14
¿Dónde estamos hoy?	17
Argentina	17
Compra y venta de derechos: una tipología editorial	20
El mundo	23
El informe: estadísticas	27
Información general	27
Licencias vendidas	28
Lenguas traductoras	29
Países compradores	31
Editoriales compradoras	32
Autores más vendidos	33
Géneros más vendidos	35
El Programa Sur	36
Conclusiones y propuestas	39
Bibliografía	51

Introducción

¿Cómo llegan los autores y autoras argentinos a ser traducidos a otras lenguas? Esta pregunta que parece sencilla guió gran parte de los trabajos llevados adelante por el área de Letras de la Fundación TyPA a lo largo de más de veinte años. Se trata de una pregunta que esconde muchas variables y por eso, también, muchas respuestas. El proceso de compra y venta de derechos y la promoción de una literatura nacional al mundo es complejo, no tiene recetas únicas ni resultados unívocos.

Pero un elemento es, sin dudas, clave: será siempre imprescindible contar con la mayor información posible, completa y confiable, que permita interpretar situaciones dadas, idear planes de acción adecuados y evaluar resultados. Este trabajo busca ser un nuevo aporte en ese sentido: compartir y poner en circulación la información producida por nuestro relevamiento de datos, su ordenamiento y sistematización, con la esperanza de que estimule nuevas preguntas e investigaciones y, sobre todo, más y mejores prácticas de extraducción.

Un poco de historia

Cuando en 2009 tomamos la decisión de realizar un informe que nos permitiera conocer el estado de situación de los libros de autores argentinos traducidos a otras lenguas, casi no había mapas para seguir. Aquel trabajo inicial [Adamo, Añón, Wulichzer, 2009] se proponía, por un lado, recabar por primera vez datos concretos sobre una actividad específica de la industria editorial que, hasta entonces, había sido ignorada. Por el otro, quería mostrar el ámbito de la venta de derechos de autor como un campo de acción relevante no solo desde el punto de vista cultural, sino también económico. Para Fundación TyPA, contar con información concreta sobre estas dos caras del proceso de traducción era –y sigue siendo– una herramienta fundamental para poder intervenir creativa y constructivamente en la práctica de la venta de derechos entre los editores locales, así como colaborar con el armado de políticas públicas aplicadas a los libros de autores argentinos.

Por eso, en la primera parte, el informe se dedicó a cartografiar el mapa en el cual se insertaba la literatura argentina y a entender el lugar que ocupaban nuestros libros dentro de ese espacio real y simbólico que llamamos "mercado editorial". En aquel momento, marcos teóricos como el que proponía Pascale Casanova en su libro *República mundial de las letras* fueron fundamentales para pensar en las hegemonías culturales y lingüísticas que –globalización mediante– afectaban y siguen afectando el vínculo de la industria local con el resto del mundo y repercuten de manera directa sobre los números de nuestra

industria editorial. Ofrecimos, entonces, un breve recorrido teórico y reunimos una serie de informaciones dispersas, provistas por fuentes diversas, que permitieron hacer un análisis detallado del contexto internacional, haciendo foco en los cambios que atravesaron a la industria durante la transición de un siglo al otro.

Luego analizamos los procesos de compra y venta de derechos y documentamos una serie de prácticas profesionales que hasta el momento eran saberes dispersos en manos de editores y agentes experimentados, pero que no se habían hecho accesibles aún de forma sistemática para personas interesadas en ingresar a la actividad o para investigadores que buscaran estudiar el área con mayor precisión.

La sección central –y tal vez más original– de la investigación fue llevar a cabo el primer relevamiento de datos duros sobre los libros de autores argentinos traducidos a otras lenguas. Con la información provista por bases de datos de distintos lugares del mundo y una enorme cantidad de encuestas a agentes, editores y autores, se armó la primera serie de estadísticas sobre títulos y autores argentinos traducidos desde 2002 hasta 2008, que incluía nombres, lenguas, países de llegada y editoriales compradoras.

Con toda esta información, el equipo de investigación estuvo en condiciones de realizar propuestas concretas que pudieran aportar al proceso de compra y venta de derechos. Algunas de esas propuestas se llevaron a cabo y hoy se pueden ver sus efectos positivos. La mayoría está aún a la espera de vientos más propicios.

Como dijimos, se trata de un proceso complejo, tan lento como azaroso, y eso lo vuelve también muy difícil de sistematizar y evaluar. Sin embargo, **una de las conclusiones del primer informe fue que, a pesar de la casi nula atención prestada a los procesos de extraducción, la literatura argentina contaba con un lugar chico pero relativamente consolidado en el mundo de las traducciones.** Este lugar se debía, en gran parte, al prestigio –el capital simbólico– de autores clásicos como Jorge Luis Borges y Julio Cortázar y a la actividad esporádica pero eficaz de escritores viajeros que funcionaron como puentes y mediadores a lo largo del siglo XX. La esperanza y la propuesta del equipo de investigación era que, con un trabajo más profesional y sistemático, este lugar podía crecer y volverse más relevante tanto para los editores mismos como para los autores.

Cuatro años después del primer informe, la Fundación TyPA presentó un segundo relevamiento titulado *La extraducción en la Argentina. Interpretar silencios* [Añón, 2013], que daba cuenta de lo sucedido entre los años 2008 y 2012. Allí destacábamos que en 2010 Argentina fue invitada de honor a la Feria Internacional del Libro de Frankfurt, marcando un momento de intensa actividad en torno a la visibilidad y la venta de derechos de autores argentinos. Entre otros efectos de aquella invitación, se puso en marcha el Programa Sur de apoyo a la traducción para obras de autores argentinos, dependiente de la Dirección de Cultura del Ministerio de Relaciones Exteriores de la Nación. Un análisis comparativo entre ambos informes nos permitió concluir que, en el período, se había registrado un aumento leve pero sostenido en la traducción de autores argentinos. Creemos que

ese resultado fue, en parte, el efecto de la implementación de herramientas adecuadas, como la combinación del mencionado Programa Sur y los ya más de diez años de existencia de la Semana TyPA de Editores, entre otros.

El Programa Sur

Contar con un programa de apoyo a la traducción es un punto a favor importantísimo al momento de ofrecer una obra a un editor extranjero, y esta valoración fue confirmada por la mayoría de los profesionales entrevistados para este trabajo. Si bien el interés de una editorial por una obra obedece a factores de diversa índole –básicamente, una combinación de criterios de contenido y criterios comerciales–, en muchos casos, la existencia de un programa de estas características es una ventaja decisiva que puede ayudar a terminar de cerrar una venta.

El Programa Sur es una de las políticas públicas más sólidas y duraderas del sector cultural argentino. Desde sus inicios en 2010 hasta el año 2021 –el último con registros disponibles al momento de cerrar esta investigación–, ha llevado adelante un trabajo notable: colaboró en la traducción de aproximadamente 1137 obras, es decir, 103 obras anuales. No es poco. Luego de once años de sobrevivir a las turbulencias que suelen afectar a las políticas culturales nacionales, ha logrado el cometido de mantener un número anual de traducciones bastante estable. Y lo que no es menor es que, además, **hasta ahora, resulta la única**

fFuente de informaci3n medianamente organizada sobre ventas de derechos argentinos (por ejemplo, nos permiti3 tener un punto de partida m3s eficiente para la actualizaci3n de este informe).

Queremos remarcar una realidad que, aunque obvia, a veces se olvida: si bien los derechos de autor son bienes materiales y, como tales, se ven sometidos a transacciones comerciales por parte de entes privados que buscan maximizar sus ganancias, se trata tambi3n de bienes culturales. Y como tales, son objeto –o deber3an serlo– de pol3ticas p3blicas destinadas a fomentar su intercambio y crecimiento. Para ello, es fundamental contar con informaci3n ordenada del sector, que est3 abiertamente disponible para todos aquellos individuos y organizaciones, nacionales e internacionales, interesados en nuestra literatura, y el Programa Sur es una herramienta fundamental para lograrlo. Como veremos, tiene potencial para hacerlo a3n mejor.

Un nuevo informe

Quince a3os despu3s del primer informe y una d3cada despu3s del segundo, es hora de volver a actualizar la informaci3n. Como ya dijimos, estamos convencidas de que contar con informaci3n concreta y confiable es la herramienta b3sica para que tanto los actores privados como los p3blicos puedan desarrollar m3s y mejores estrategias a la hora de promover la traducci3n de autores argentinos a otras lenguas.

Si bien –como explicamos en la Metodolog3a– el acceso a los datos sigue siendo un trabajo arduo, lento y casi artesanal, esta

vez contamos con la existencia de la base de datos del Programa Sur y, también, con la ventaja única de poder consultar los dos estudios previos publicados por Fundación TyPA. Así, estamos en condiciones de trazar comparaciones, señalar interrupciones o continuidades y establecer horizontes de mediano plazo. Esta no es una característica común para los estudios culturales en la Argentina y nos alegra haber llegado a esta instancia.

Metodología

En este tercer estudio nos propusimos relevar las traducciones de libros de autores argentinos a otras lenguas realizadas en el período que abarca desde el año 2010 al 2022. Para ello recurrimos, igual que en los reportes anteriores, a cuestionarios y encuestas enviados a más de 600 editores, agentes y autores del país y del exterior. Además, esta vez contamos con la información provista por el Programa Sur y tuvimos acceso a la base de datos de ThreePercent (dependiente de la Universidad de Rochester, Estados Unidos), que recolecta las traducciones hechas al inglés.

Sin embargo, debemos aclarar que –a pesar de que pasó tanto tiempo desde el primer informe– la situación en cuanto a las dificultades en el acceso a la información se mantiene invariable. Los caminos siguen siendo múltiples, esquivos y muy descentralizados. La mayoría de las editoriales no sistematizan la información sobre las ventas de sus propios derechos y, cuando lo hacen, son reacias a compartir esa información. En algunos

casos, nuestros cuestionarios sirvieron de estímulo para que los editores repasaran su propio trabajo y armaran listas *ad hoc*.

En cuanto a las oficinas públicas o las cámaras del libro, no existe la costumbre de registrar estos datos (en los informes anuales de la Cámara Argentina del Libro, por ejemplo, figuran los libros que se traducen al castellano, pero no al revés). En parte por las múltiples complejidades que implica rastrear esta información, el libro argentino traducido queda en un limbo. Y, como veremos, se vuelve totalmente imposible rastrear datos monetarios; de hecho, hoy en día es imposible saber qué tamaño real tiene el mercado que estamos analizando.

Sobre las fuentes consultadas

- **Programa Sur:** si bien, como ya mencionamos, ofrece la única base medianamente ordenada y confiable del país, tiene varias limitaciones. La más importante es que, como es lógico, sólo incluye la información sobre aquellos libros que recibieron el subsidio, es decir, falta una cantidad de obras muy variadas que no recibieron (y/o ni siquiera solicitaron) el subsidio. Por el otro, la información incluida no está exenta de confusiones, duplicaciones y errores y requirió un cuidadoso trabajo de limpieza de los registros para volverse más exacta.

- **Base de datos ThreePercent:** se limita a libros traducidos al inglés que circulan en territorio estadounidense. Los registros aparecen con el año de publicación en aquella lengua, a diferencia del registro del Programa Sur, que lleva cuenta del año de venta del

derecho, no de publicación. Por esta incongruencia en una información clave de ambas bases, sumada a confusiones en torno a la forma de registro en la misma base del Programa Sur, decidimos no contabilizar las publicaciones por año, sino trabajar con el bloque entero de los doce años relevados.

- **Cuestionarios a editores, agentes y autores nacionales y extranjeros:** aunque todos ellos coinciden en la necesidad de contar con más información, en general no es fácil que editores y agentes compartan sus datos. Fue más sencillo recibir respuestas de parte de los autores mismos, así como de editores extranjeros. Suponemos, en parte, que eso se debe a que estos últimos tienen la información más sistematizada y que por eso les resulta más fácil compartirla.

- **Además, realizamos entrevistas en profundidad con un grupo reducido de editores y agentes.** En este caso, la intención era comprender mejor las tendencias y los cambios en el proceso, donde los hubiera.

Por lo antedicho, sabemos que trabajamos con una base de información limitada y parcialmente incompleta. Lo más probable es que haya más ventas de derechos de las que pudimos incluir en este informe, es decir, que los números reales sean mejores que los que se reflejan aquí. Pero confiamos en que las tendencias generales que señalamos se ajusten lo suficiente a la realidad como para ser, una vez más, útiles a la hora de pensar en más y mejores medidas de fomento.

¿Dónde estamos hoy?

Argentina

Los primeros dos informes ofrecen un panorama exhaustivo del contexto editorial argentino durante la primera década del siglo XXI; también, un recorrido por el desarrollo del sector durante la segunda mitad del siglo pasado y una puesta en contexto de la situación nacional en relación con otros países de América Latina y del mundo. No es nuestro propósito repetir esa información acá; como sigue siendo válida, recomendamos a quienes estén interesados que visiten los informes ya publicados, disponibles para todo público en la página web de Typa.

Sin embargo, vale la pena retomar brevemente el punto de partida de cada uno. **El primer informe (2002-2008)** partía de tierra virgen: no existían aún el Programa Sur ni otro tipo de apoyos sistemáticos a la traducción de autores argentinos y

casi no se hablaba del tema entre los editores locales. Por eso, concluimos que los resultados de nuestra investigación indicaban la existencia de un interés espontáneo y a la vez potente por la literatura argentina en el mundo. En ese momento, propusimos que si, sin ningún tipo de fomento, había números interesantes para mostrar, entonces había potencial para encarar un programa de estímulo que aumentara las ventas de derechos al exterior.

El segundo informe (2008-2012), ya con más de cinco años de existencia de la Semana TyPA de Editores y dos del Programa Sur, pareció confirmar esta primera hipótesis: la extraducción de autores argentinos había aumentado un 35% con respecto al período anterior¹, con un pico lógico en el año 2010 cuando, como señalamos, Argentina fue País Invitado de Honor en la Feria de Frankfurt. La pregunta clave en aquel momento era si el aumento se debía simplemente a aquella coyuntura favorable o si la tendencia se mantendría a futuro.

En cuanto al contexto económico de los primeros informes, los datos estuvieron enmarcados por la debacle económica y financiera que tuvo su centro en la crisis mundial del 2008, sumada a los vaivenes específicos de la economía y la política argentinas. La década larga que estamos analizando ahora atravesó sus propias subidas y bajadas, pero se caracteriza – sobre todo hacia el final– por procesos de devaluación y tasas de

1. Si bien en valores totales este 35% de aumento no parece tan considerable (son 35 licencias más vendidas por año) señala, al menos, una tendencia que se sostiene.

inflación cada vez más enloquecidas. Los costos de los insumos se dispararon, el precio del papel se ha vuelto casi prohibitivo, el pago de importaciones implica burocracias inimaginables, y todos estos costos y complicaciones afectan al resto de la cadena de producción editorial y también, claro está, a los intercambios con vendedores o compradores internacionales. Por supuesto, la pandemia que atravesó al mundo entero durante el 2020 tampoco puede ser ignorada. Todos estos factores modifican, entorpecen y frustran iniciativas vinculadas al mundo editorial en general y a la internacionalización de autores en particular.

De acuerdo al informe anual de la Cámara Argentina del Libro, a mediados de la década pasada se inicia un período complejo para el mundo editorial local: se registra una reducción abrupta en las tiradas, que caen de 128 millones a 83 millones. Sin embargo, la caída no es tan drástica en la publicación de novedades: desde 2016 en adelante, el promedio fue de 6800 títulos por año aproximadamente. En 2020, año del inicio de la pandemia, ese número bajó a 5100, pero volvió a remontar en 2021: todavía en pandemia –aunque más "dominada"–, llegó a más de 6000. Este dato es importante porque habla de la producción intelectual propiamente dicha: en el país se sigue produciendo mucha literatura y, a nuestro entender, de la buena. Eso es signo de salud, a pesar de todas las dificultades que tiene que enfrentar el sector.

Estamos convencidas de que, más allá de todas las complejidades locales, la Argentina ofrece un escenario editorial vital y repleto de oportunidades. Como lo señala también un informe preparado en conjunto por la Cámara Argentina del Libro, la

Dirección de Asuntos Culturales del Ministerio de Relaciones Exteriores y el Centro de Estudios y Políticas Públicas del Libro de la UNSAM, trabajar sobre la venta de derechos de autor se vuelve aún más importante, ya que "desarrollar mercados externos les permite [a las editoriales] superar los límites y sobrellevar mejor las crisis de su propio mercado" [Ostroievsky, 2021, pág. 23].

Compra y venta de derechos: una tipología editorial

En el primer informe, *La extraducción en la Argentina*, ofrecimos una sistematización detallada del proceso de venta para derechos de traducción. Para este trabajo, volvimos a revisar el proceso –sobre todo, a través de las entrevistas en profundidad– y no detectamos mayores cambios. Por lo tanto, en ese sentido, seguimos remitiendo al primer estudio para quienes estén buscando un primer acercamiento al tema.

Donde sí pudimos percibir un cambio es en la variedad de formas institucionales que las diversas editoriales fueron encontrando para ocuparse de la venta de derechos. Entendemos esta complejización como una característica positiva: hay un interés –o, al menos, necesidad inevitable– de ocuparse del tema y tanto editores como autores y agentes fueron generando maneras distintas de lidiar con él, en especial, maneras distintas de trabajar en conjunto. En este apartado presentamos un resumen –una breve tipología– de estos distintos modos de vinculación y una muy acotada descripción de sus características centrales. Resulta interesante destacar que los formatos no son exclusivos

de determinado tipo de editoriales (todas las independientes actúan así, todas las multinacionales, asá), sino que los encontramos mezclados y combinados. Esto señala que aún no cristalizaron formas enteramente satisfactorias y que cada editorial va haciendo, todavía, "lo que puede".

1. Editoriales que venden en forma directa: se trata de editores activos, que piensan sus catálogos para la traducción, proponen textos, buscan clientes, viajan y responden profesionalmente a todo tipo de consultas. Tratan de mantener los derechos de traducción, pero, dependiendo de su tamaño y/o de la importancia del autor, no siempre pueden. Por este motivo, hay veces que se ven obligados a compartir o directamente ceder las ganancias a agentes pre-acordados por los autores, situación no exenta de rispideces.

2. Agencias internas o departamentos de derechos dentro de las editoriales: es una estructura que surgió en los últimos diez años dentro de las editoriales más grandes. En general, se trata de uno o dos empleados dedicados full-time a la representación de un grupo reducido de autores de la casa. Muchas veces terminan generando el mismo efecto que las agencias más grandes: por distintos motivos trabajan sólo con los autores más exitosos, dejando al grueso del catálogo a la deriva.

3. Editoriales que se asocian con agencias para "territorios complejos": editores que suelen trabajar bajo el primer modelo, pero que en determinados casos (territorios que consideran

interesantes y con potencial para sus libros, pero que –ya sea por barreras lingüísticas, culturales o geográficas– sienten que no pueden atender bien) se asocia con agentes que trabajan profesionalmente esos países.

4. Editoriales que delegan en agencias: se trata de editores que sienten que no están en condiciones de ocuparse de la venta de derechos de sus autores y eligen delegar su catálogo entero en una agencia (con excepción, claro está, de autores que ya tengan un agente propio). De este modo y a través de un proceso de tercerización, pueden ofrecer un servicio completo a sus autores sin sobrecargar al equipo propio. La calidad del servicio dependerá, obviamente, de la forma de trabajo de la agencia.

5. Agencias: lo más común es que los agentes manejen los contratos completos de sus clientes; es el modelo económicamente más rentable. El problema es que a veces las agencias se limitan a vender los derechos para la lengua original del autor (español, en nuestro caso) y tampoco logran mucho en el área de traducciones, convirtiéndose más en un problema que una solución para las editoriales locales.

6. Autores que venden por su cuenta: son casos muy aislados, en donde se alinean unos pocos autores ideológicamente comprometidos con esta modalidad o –más común– autores que logran contratos esporádicos de traducción gracias a sus vínculos internacionales personales o profesionales. En muchos casos terminan siendo los procesos más eficaces.

Como dijimos, no se trata de modelos "puros" sino que, en general y no importa el tamaño o tipo de la editorial, aparecen en combinaciones mixtas.

El mundo

En la última Feria del Libro de Londres se llevó adelante un panel² que reflexionaba sobre la relevancia cada vez mayor de la literatura traducida en los catálogos editoriales internacionales. Los panelistas –entre ellos, dos traductores británicos de larga experiencia y conocedores del mercado de la lengua española, Peter Bush y Daniel Hahn– se refirieron al prejuicio habitual de las editoriales angloparlantes, aferradas a una idea no comprobada de que la literatura traducida no vende bien. Sostuvieron que este preconceito sigue siendo un problema para la publicidad y el marketing, pero que en los últimos años diversas personas y organizaciones vienen trabajando para revertir esa percepción. La búsqueda de apertura y diversidad iniciada, sobre todo, por editoriales independientes, hoy se va transmitiendo a otras áreas del sector.

Así, una investigación reciente³ realizada por la consultora Nielsen y publicada por los organizadores del Man Booker

2. <https://publishingperspectives.com/2023/04/at-london-book-fair-translation-markets-expansion-challenges/>

3. <https://publishingperspectives.com/2023/04/london-book-fair-the-bookers-new-data-on-translation-buyers/>

International Prize –el premio más importante del mundo para la literatura traducida– sostiene que en 2022, en el Reino Unido –tal vez uno de los mercados históricamente más resistentes a la traducción–, el consumo de ficción traducida aumentó en un 21% con respecto al año anterior. Aporta datos demográficos relevantes, como que la mayor cantidad de lectores de esta literatura son personas jóvenes (menores de 35 años) y que el 53% de los compradores encuestados prefiere "lecturas exigentes".

Fiammetta Rocco, gerenta general del premio, sostiene que hay tres razones para estos resultados: la gente viaja más y por la tanto siente más curiosidad; el éxito de las series extranjeras de las plataformas de streaming también alimenta ese interés; y cada vez hay más pequeñas editoriales prósperas que se dedican casi exclusivamente a publicar literatura traducida, generando nuevas audiencias⁴. Además, las nuevas formas de circulación de la información sobre libros en redes sociales –donde ya no importan tanto las clasificaciones tradicionales como la nacionalidad del autor o de la editorial, donde los mediadores entre libros y lectores son nuevos tipos de "recomendadores"–, hace que las fronteras nacionales se desdibujen y dejen de ser relevantes. Sobre todo, son los más jóvenes los que sostienen que leen "literatura" y no se preguntan –o no les importa– si está o no traducida. Según este informe, las lenguas más compradas por editoriales de Gran Bretaña son el francés, el ruso, el alemán, el

4. <https://readingagency.org.uk/news/blog/why-we-promote-literature-in-translation.html>

italiano y el noruego, con las traducciones del español ocupando el sexto lugar.

Más allá de cierta superficialidad en parte de estas explicaciones, la tendencia positiva para la recepción de traducciones se repite en diversos artículos y análisis, y no deja de ser un contexto prometedor para nuestro cometido.

El informe: estadísticas

PERÍODO RELEVADO: 2010-2022

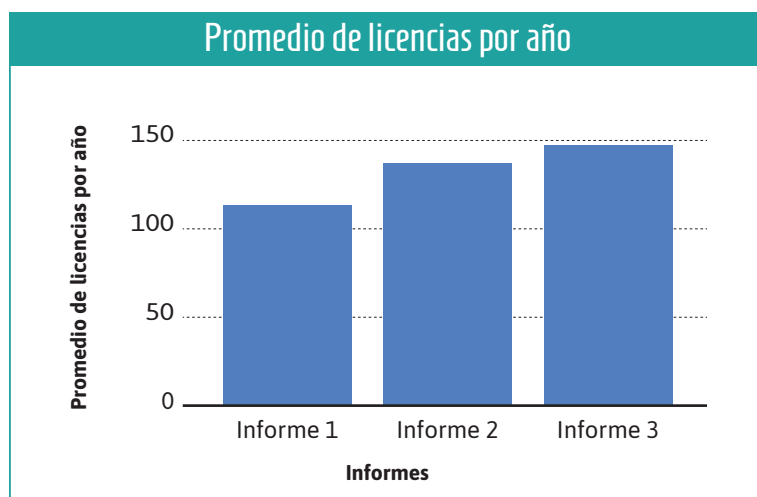
- **TOTAL DE LICENCIAS VENDIDAS: 1787**
- **PROMEDIO ANUAL: 149**
- **TOTAL DE TÍTULOS VENDIDOS⁵: 1224**
- **PROMEDIO ANUAL: 102**
- **RATIO LICENCIAS/TÍTULOS: 1,4**

En el período relevado, sólo 4 títulos vendieron más de 10 licencias y sólo 32 títulos lograron vender 5 o más licencias. Más aún: apenas el 22% de los libros vendieron dos licencias o más; el resto, solo una. Este ratio tan bajo entre licencias y títulos

5. Recordamos que una licencia es el permiso de traducción de un título, que puede venderse a varias lenguas. Por eso siempre habrá más licencias vendidas que títulos (*Rayuela* es un sólo título, del cual se vendieron decenas de licencias).

señala una dispersión muy grande –muchos títulos con pocas licencias vendidas por cada uno–, es decir, el esfuerzo puesto en promocionar y vender cada título no se multiplica o, en términos comerciales, no escala. En este sentido, un ratio bajo complica la rentabilidad del negocio. Es urgente pensar estrategias que permitan aumentar significativamente este indicador.

LICENCIAS VENDIDAS

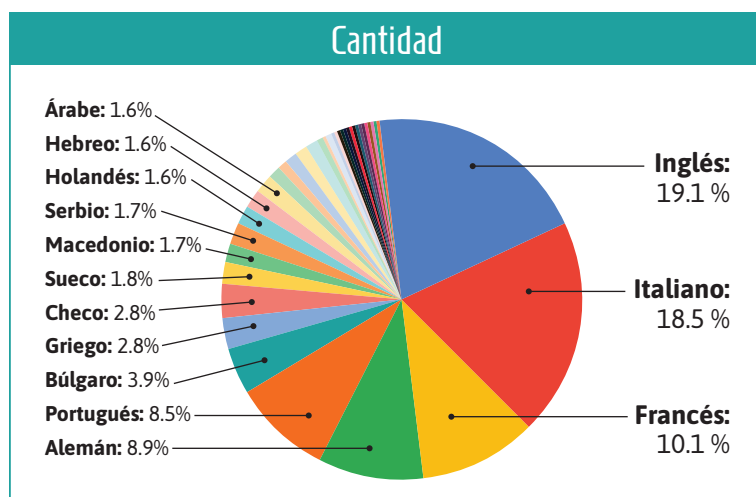


La cantidad de licencias vendidas por año muestra una tendencia sostenida de crecimiento. En los casi quince años que pasaron desde el primer estudio, el promedio aumentó de 117 a 149, que, si bien no es tanto en números absolutos, significa un 27% de crecimiento proporcional.

En contraposición, se redujo el ratio licencias/títulos, que en el primer informe era de 2,6 y hoy es de 1,4. Este cambio implica que la dispersión de títulos aumentó, o sea, que el efecto multiplicador o de escala se redujo y, como dijimos, eso no ayuda a la viabilidad del negocio. Sin embargo, desde otro punto de vista, esta dispersión puede leerse como una mayor diversidad en los libros, autores y editoriales que llegan a ser traducidos. Con la mirada puesta en la bibliodiversidad, sería una cualidad positiva (aunque, claro, lo ideal sería poder vender muchas licencias de muchos y diversos títulos y autores).

LENGUAS TRADUCTORAS

Total de lenguas traductoras: 49



Las cinco lenguas más traductoras fueron el inglés, el italiano, el francés, el alemán y el portugués. Estas cinco lenguas componen el 65% del total. El resto de los idiomas muestra un comportamiento mucho más disperso: la media es de 10 licencias traducidas por cada uno. Vemos entonces que se consolida la concentración de las traducciones hacia pocos idiomas que, además, son todos "centrales"⁶. En los informes anteriores, el indicador para estas lenguas fue similar, oscilando entre el 60 y el 70% del total.

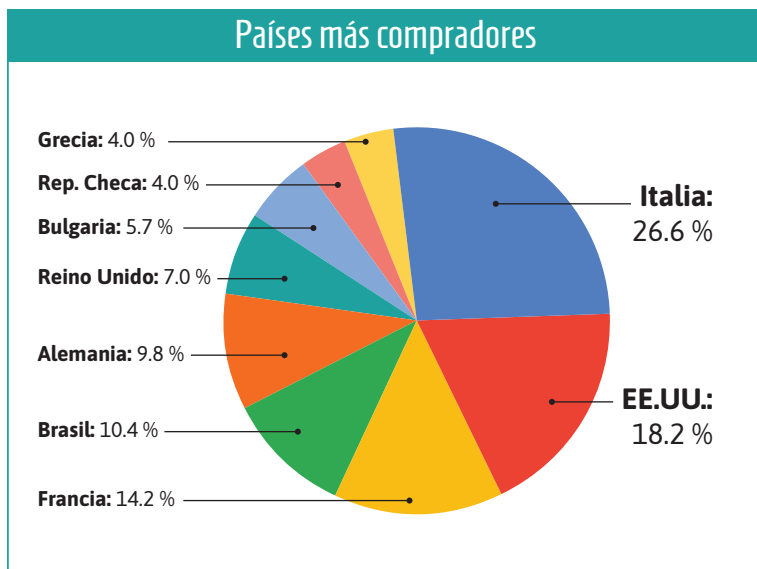
Lo que sí llama la atención es el crecimiento de las traducciones al inglés, que pasó del quinto puesto en el primer informe al primero en el actual, más que duplicando su porcentaje de participación. Este dato resulta coherente con los comentarios resumidos en el punto III. En cuanto al portugués, para la Argentina sigue siendo muy importante el mercado brasileño, ya que la mayoría de las traducciones hechas a esa lengua corresponden a editoriales del país vecino.

Entre las lenguas "menores", Rumania y Grecia se mantienen firmes desde los primeros relevamientos y aparecen otras como el búlgaro y el checo. Hay muchas preguntas interesantes para desplegar a partir de esta información, como, por ejemplo, qué pasa con las casi inexistentes traducciones al chino.

6. Seguimos acá la clasificación de Pascale Casanova, más allá de los reparos presentados en los informes anteriores.

PAÍSES COMPRADORES

Total de países que compraron derechos de autores argentinos: 59



Los cinco países que más licencias compraron son: Italia, Estados Unidos, Francia, Brasil y Alemania. Todos estos países compraron más de 100 licencias en el período, casi el 55% del total. A su vez, la mitad de esa porción fue comprada por Italia y Estados Unidos.

Las conclusiones para este apartado están en línea con las mencionadas en el punto anterior (Lenguas traductoras).

EDITORIALES COMPRADORAS

Total de editoriales compradoras: 746

Las 10 editoriales más compradoras fueron:

- Edizioni Sur (Italia)
- Edizioni Arcoiris (Italia)
- New Directions..... (Estados Unidos)
- Open Letter..... (Estados Unidos)
- Charco Press..... (Reino Unido)
- La Dernière Goutte (Francia)
- Meander Publishing (República Checa)
- Asphalte Éditions (Francia)
- Fili D'Aquilone..... (Italia)
- Colibri (Bulgaria)

El gran número de editoriales compradoras refleja el problema de la dispersión. Sólo el 11% compró y publicó cinco libros o más. Casi el 60% de editoriales compró un sólo libro. Una hipótesis posible es que, en general, las compras no resultan rentables y por lo tanto no hay interés en continuar. Sería interesante analizar los casos de las editoriales más compradoras –especialmente, el notable trabajo de las dos casas italianas, Edizioni Sur y Edizioni

Arcoiris, así como el de Open Letter en los Estados Unidos⁷– para entender cuáles son los factores que posibilitan su compromiso a largo plazo.

AUTORES MÁS VENDIDOS

Total de autores que vendieron derechos de traducción: 564

Los 5 con más licencias vendidas:

Julio Cortázar..... 65

César Aira..... 50

Claudia Piñeiro..... 40

Roberto Arlt..... 40

Ricardo Piglia..... 39

Es indudable el peso de la obra de Cortázar como representante de la literatura argentina, ya que sigue ocupando el primer puesto en cuanto a licencias vendidas, igual que en el primer

7. Nos alegra señalar que los fundadores/editores de Open Letter y Sur (Marco Cassini y Chad Post, respectivamente) fueron participantes de la Semana TyPA de Editores en el año 2008 y 2013. Notamos también que Open Letter tradujo sin solicitar subsidios al Programa Sur y que Edizioni Sur sólo pidió subsidios para un tercio de sus traducciones. Es decir, el efecto de la capacitación y el contacto directo con el mercado local pareciera ser tan o más importante que el apoyo monetario. Sin duda, ambas herramientas sumadas son altamente efectivas.

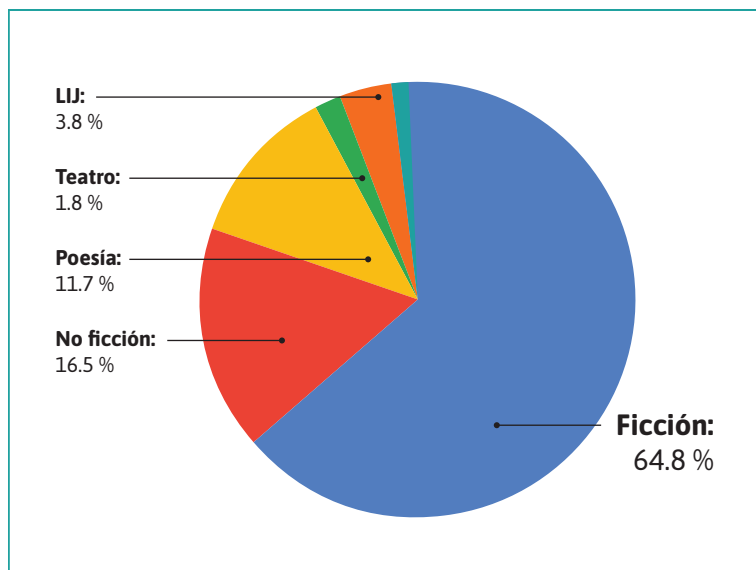
informe. En cuanto a Aira, ya ocupaba el segundo puesto de títulos vendidos, pero no el de licencias; en ese sentido, los datos actuales lo muestran como un caso de éxito, ya que su agente parece haber logrado la difícil tarea de vender más licencias⁸.

En general, desde lo cualitativo, seguimos observando una mezcla de autores clásicos con autores más nuevos que han demostrado, también, mucho éxito comercial en el mercado local (los casos de Claudia Piñeiro, Samanta Schweblin, Mariana Enríquez, etc., que reemplazan a nombres como los de Guillermo Martínez, Tomás Eloy Martínez o Pablo de Santis en el primer informe). Es interesante rastrear el caso de autores que van pasando de la categoría de "fenómenos nuevos" a instalarse con una venta más sostenida, como el mismo Aira o Ricardo Piglia.

En relación con lo cuantitativo, se repiten las tendencias señaladas: sólo el 16% de los autores vendieron 5 o más licencias en el período, mientras que la mitad apenas logró vender una licencia. En línea con lo que comentamos en el apartado anterior, esta situación explicaría el hecho de que las agencias y las editoriales elijan concentrarse en la promoción de pocos autores, más rentables, y reclama, desde ya, otro tipo de medidas del sector para respaldar la diversidad cultural.

8. Sabemos que la obra de Aira se compone, también, de una interminable cantidad de títulos y que esto ayuda a su venta. Sería interesante hacer un análisis de este caso en particular.

GÉNEROS MÁS VENDIDOS



El género más traducido por lejos es la ficción (novelas y cuentos). Como sosteníamos en trabajos anteriores, pensamos que la extraducción de ensayos y libros de no ficción de autores argentinos tiene mucho potencial, pero hay que dedicarle políticas específicas ya que su venta y difusión suele ir por carriles diferentes [Adamo et al, 2009].

Lo mismo sucede con el área LIJ, que –debido a las limitaciones estadísticas que señalamos en la metodología– posiblemente ocupe una porción mayor a la que se refleja en este estudio.

Cada género viaja gracias a distintos tipos de agentes, ferias, plataformas y redes de contacto. Sería muy recomendable poder hacer estudios específicos para cada sector⁹.

EL PROGRAMA SUR

Cantidad de subsidios otorgados en 11 años: 1137

Las 5 editoriales extranjeras que más subsidios recibieron son:

Edizioni Arcoiris	25
Edizioni Sur	22
La Dernière Goutte	17
Fili D'Aquilone	15
Meander Publishing	14
RUNA	13

Desde el año 2010, cuando fue implementado, el programa otorgó subsidios a 530 editoriales. El 10% recibió cinco subsidios o más.

Las tres primeras editoriales de esta lista figuran, también, entre las más traductoras del total (Editoriales compradoras).

9. En Fundación TyPA hicimos algunas experiencias de segmentación, que incluyeron catálogos especializados y semanas de editores destinadas a editores de no ficción y de LIJ. Se pueden tener en cuenta como información precursora.

Vale señalar que Edizioni Sur recibió 25 subsidios pero publicó 67 títulos, es decir, más de la mitad fue inversión propia total. Las otras cuatro –Arcoriris, La Dernière Goutte, Meander y Runa– invirtieron a lo sumo en uno o dos títulos por fuera de los subsidiados. Es interesante destacar en este punto que Open Letter, quinta en el ranking total (21 títulos publicados), no tiene un solo subsidio otorgado. También, que ni New Directions ni Charco Press, que figuran entre las 5 editoriales más compradoras, están entre las que más subsidios recibieron.

Del total de editoriales traductoras relevadas en este informe, el 71% recibió al menos un subsidio. El resto –214 editoriales en total– tradujo sin recibir apoyos. Como señalamos en la metodología, estos datos son parciales: hasta que no se logre una sistematización de la información que vaya más allá del Programa Sur, no estaremos en condiciones de evaluar el panorama completo.

Conclusiones y propuestas

¿Qué nos dicen estos datos sobre el estado de la traducción de autoras y autores argentinos a otras lenguas? ¿Y qué cambios específicos se registran en relación con los estudios anteriores? A continuación, resumimos los puntos que nos parecen más relevantes y cerramos el informe como lo hemos hecho en las versiones anteriores –siguiendo la intención que Fundación TyPA trae grabada en su nombre–: con una serie de propuestas prácticas que puedan ser discutidas abiertamente y esperamos, poco a poco, implementadas.

El dato central del informe es la confirmación de que la cantidad de licencias vendidas sigue creciendo año tras año. A la vez, si consideramos este crecimiento en números absolutos, queda claro que se trata de un incremento pequeño. Esto es esperable en un mercado chico que, además, muestra una fuerte tendencia hacia la dispersión: hay pocas licencias vendidas por título, es decir, se genera poca escala y, por lo tanto, resulta más difícil convertir a los intercambios en negocios rentables.

El hecho de que la mitad (o incluso un poquito más) de los autores haya vendido una sola licencia y que las editoriales compradoras no hayan vuelto a apostar por estos autores, permite entender la lógica comercial detrás de la decisión de agencias y editoriales que se concentran en trabajar con un grupo reducido de autores más "rendidores". No estamos justificando este proceder para todos los casos, pero sí creemos que se trata de una realidad que hay que tener en cuenta del modo más franco posible a la hora de generar políticas que impacten en el sector.

Por lo pronto, sería interesante profundizar en los motivos y realidades de esta situación. Por ejemplo, pensamos que esta dispersión se emparenta con una característica típica del mercado editorial general –el escaso nivel de reimpressiones en relación con los títulos nuevos publicados¹⁰– y sería productivo rastrear similitudes y diferencias. También sería enriquecedor tratar de entender mejor los motivos por los cuáles tantos editores extranjeros compran uno o dos títulos y luego, aparentemente, desisten de continuar con la traducción de libros argentinos. Pensamos que lo más productivo sería comenzar por el otro extremo y analizar los casos exitosos, el de las editoriales que exhiben compras sostenidas –especialmente, el notable trabajo de las dos casas italianas Edizioni Sur y Edizioni Arcoiris, así como el de Open Letter en los Estados Unidos–, para evaluar

10. Como figura, por ejemplo, en este análisis de Guillermo Schavelzon: <https://elblogdeguillermoschavelzon.wordpress.com/2023/06/27/la-dificultad-para-publicar-la-principal-preocupacion-de-los-escritores-ineditos/>

por qué en estos casos las traducciones sí parecen funcionar.

Más allá de estas dificultades, queremos aclarar que **estamos convencidas de que la compra y venta de derechos de traducción sigue siendo un área en la que vale la pena invertir**: por motivos culturales, desde ya, pero también por razones económicas, ya que todo suma en una industria que –como la editorial– se maneja con ventas individuales acotadas.

Más allá de estas cuestiones específicas, el mayor problema que volvemos a encontrar en nuestros relevamientos sigue siendo la falta de información concreta y confiable. Es verdad que hoy contamos con la base de datos del Programa Sur –que no existía cuando hicimos el primer informe–, pero ya señalamos que adolece de una serie de problemas que sería óptimo solucionar¹¹. Por otro lado, la mayoría de las editoriales continúa sin registrar su propia información de una forma sistematizada y fácil de compartir. Así, llegar a conclusiones generales como las que presentamos en este informe sigue siendo una tarea de paciencia artesanal.

Peor aún es el panorama cuando se trata de averiguar información sobre valores de facturación: aquí, el avance ha sido nulo, tanto en fuentes públicas como privadas. **Resulta completamente imposible acceder a información de cualquier tipo sobre los montos que se pagaron por los diversos contratos y, por lo tanto, no hay forma de llegar a definir el dato fundamental: cuál es el valor real del mercado de traducciones a otras lenguas.**

11. Ver detalles en el apartado Metodología.

Más allá de la facturación, la falta de información de impacto económico es generalizada. Reina la confusión en torno a los procesos administrativos y económicos y todo el mundo le teme a las trabas ininteligibles que conlleva. Creemos que un análisis claro y abierto de estas complejidades –como las formas de pago y cobro de divisas, el efecto de los diversos tipos de cambio, etc.– es un primer paso necesario para poder buscar soluciones. Mientras tanto, este panorama confuso hace que muchos editores elijan no involucrarse.

El problema de la falta de información, enfatizamos, es endémico tanto en las instituciones públicas como en las empresas privadas. Urge un trabajo colaborativo entre ambos sectores y es frustrante ver cómo, una y otra vez, se traba o abandona cualquier iniciativa en este sentido.

Desde lo cualitativo, **la gran mejora comparativa que detectamos entre los tres informes es que la idea de compra y venta de derechos fue adquiriendo peso propio**. Hoy, al menos, forma parte del horizonte de acción tanto de editores como de autores. A diferencia de las primeras entrevistas realizadas más de una década atrás, ya no hace falta explicarle a nadie cómo funciona esa parte del negocio ni qué ventajas potenciales tiene¹².

Sin embargo, sigue siendo una preocupación de baja prioridad, a la que le gana de mano cualquier acción que conduzca a la

12. Pensamos que, en parte, esto es efecto del trabajo sostenido de instituciones que, como Fundación TyPA, no sólo se ocuparon de la visibilización internacional de autores argentinos sino, también, de la capacitación de editores argentinos.

venta directa y rápida de ejemplares. Más allá de que el trabajo a mediano y largo plazo que implica la venta de derechos no es un fuerte de la economía argentina, la situación se complica si pensamos que todas las dificultades que aparecen a la hora de exportar libros físicos también influyen y traban la venta de licencias¹³. Como lo han expresado varios editores consultados, aunque la intención de ocuparse del tema existe, la realidad "los pasa por encima" y es poco lo que finalmente llegan a hacer.

Por último, queremos volver sobre la cualidad específica de los derechos de autor en tanto bienes materiales y, a la vez, culturales. Es en este cruce donde suelen emerger las tensiones más fuertes entre los diversos agentes involucrados. Está claro que, según cuál sea el aspecto que se decida privilegiar –el económico o el simbólico–, las medidas variarán: no es lo mismo apoyar una editorial chica en su condición de PyME que buscar que "los mejores autores" de determinado género estén presentes, por ejemplo, en un festival internacional. A veces, incluso, estos objetivos pueden estar en franca oposición.

Por este tipo de motivos hay muchas políticas bienintencionadas que terminan quedando a mitad de camino y no satisfacen ninguna de las necesidades planteadas. La realidad es que, en la mayoría de los casos, tratar de abarcar ambos lados de la cuestión con una misma medida es imposible. De ahí la importancia de definir claramente las áreas a apoyar, a través de un

13. Parte de estas problemáticas están bien documentadas en el informe de Ostroievsky et al (págs 24-25)

debate honesto en el que se logre deslindar los diversos intereses. Si bien la mayoría de estos intereses son genuinos, no se pueden defender con las mismas medidas. **Un debate amplio debería ser capaz de generar una lista de objetivos y prioridades, que luego podrán ser atendidos por distintas entidades con planes más ajustados y, por lo tanto, mucho más efectivos.**

Una política que logró esta claridad y que, por lo tanto, ofrece una estructura coherente, logra su cometido y es reconocida por todo el sector es el Programa Sur. No hay dudas de que se trata de una herramienta exitosa, que hay que mantener y, en todo caso, ampliar. A la vez, como con toda política que se sostiene a lo largo de varios años, hay ajustes que sería bueno hacer para aprovecharla aún más y que, además, no resultan costosos. Los listamos en la sección de Propuestas.

La compra y venta de derechos de traducción no sucede en el vacío, sino que está estrechamente vinculada con desarrollos globales. En ese sentido, parecen despuntar tendencias de inclusión e interés por las traducciones que pueden resultar auspiciosas para nuestro cometido. El aumento llamativo de traducciones de libros argentinos al idioma inglés parecería sostener esta hipótesis.

Por otro lado, este trabajo releva datos cuantitativos que abarcan a más de 700 editoriales en 59 países, que permiten plantear una serie de preguntas sobre el funcionamiento de determinados mercados que sería sumamente importante rastrear. Entre ellos, profundizar en lo que sucede en los Estados

Unidos¹⁴ o, a la inversa, lo que "no sucede" en otros mercados prometedores como China. En las Propuestas detallamos algunas de estas posibles líneas de investigación.

Un último comentario tiene que ver con la situación de las agencias literarias en el país, en la que se constata un desarrollo negativo: había pocos profesionales radicados en la Argentina, pero incluso ellos terminaron desistiendo y hoy todos los derechos son manejados por agencias de otros países (la mayoría, con sede en España, y el resto con representantes en los Estados Unidos, Gran Bretaña y Alemania). La observación empírica a lo largo de estos años demuestra que, en efecto, resulta financieramente imposible sostener los costos de una agencia en un lugar tan distante a donde se encuentran los clientes.

No estamos en condiciones de evaluar el efecto de esta realidad, solo queremos señalar el estado de la situación y proponer que, en el futuro, se profundice el análisis.

14. Que, además, fue elegido como mercado destacado por el Programa de Internacionalización del Libro de la Cancillería.

PROPUESTAS

1- Consensos:

- Organizar un encuentro abierto y colaborativo para identificar los distintos intereses sectoriales, proponer un orden de prioridades y asignar áreas responsables que puedan, luego, desarrollar medidas específicas y medibles.

2 - Información:

- Debatir seriamente sobre posibilidades y alternativas para contar con la información económica de la compra y venta de derechos. Entendemos que es un tema delicado y que seguramente haya que diseñar una serie de mecanismos que garanticen la privacidad y/o anonimidad de los datos. Por eso mismo, proponemos que sea una medida independiente, no vinculada al Programa Sur ni otros en curso.
- Sistematizar los pasos administrativos e impositivos implicados en la compra y venta de derechos y el correspondiente pago y cobro. Capacitar a los editores al respecto y compartir la información a través de las Cámaras del Libro.
- Diseñar e implementar una base de datos autogestionada que vaya más allá de los registros del Programa Sur y que permita que cualquier editor, agente o autor pueda cargar los datos de sus propios contratos de venta. Entendemos que un programa así requerirá trabajo de concientización y compromiso, sobre todo, del sector privado. Pero puede armarse de modo realmente simple y, si se comunica bien,

los editores entenderán que se los está ayudando a ordenar y sistematizar su propia información.

3 - Algunas sugerencias con respecto al Programa Sur:

- Optimizar la información de la base de datos: ser más rigurosos y sistemáticos con los registros, unificar parámetros y completar "agujeros" de información.
- Sumar más categorías al pedido de información para los postulantes al subsidio, que luego permitan ampliar las bases de datos. Por ejemplo: traductores extranjeros, género, año de publicación. Con estas nuevas bases, se podrán idear otro tipo de acciones como, por ejemplo, reuniones virtuales con traductores interesados en la literatura argentina.
- Poner las bases de datos a disposición de los profesionales del área y hacer reuniones periódicas en las que se comparta su contenido. En grupo y sumando los distintos intereses, es más fácil que surjan ideas creativas para aprovechar mejor una información que, en sí, es muy potente. Sugerimos sumar y consolidar información provista por otras instituciones, como la FEL, la FED, las Cámaras, los festivales y la misma Fundación TyPA.
- Implementar seguimientos a los subsidios entregados, al menos por sectores (lenguas, países, géneros, etc). Con esta información se podrán evaluar los efectos –tanto aciertos como dificultades– y tomar decisiones más ajustadas en cuanto a qué y cómo informar, subsidiar, acompañar, etc.
- Utilizar el Programa para experimentar con posibles acciones alternativas. Por ejemplo, si uno de los problemas para la rentabilidad es la falta de continuidad en las traducciones, se

podría hacer una prueba piloto que dé prioridad a editoriales que decidan comprar los derechos para un segundo libro de un mismo autor. Para evitar que esta propuesta sea entendida como contraria a un apoyo bibliodiverso de autores, hay que pensar en un marco temporal y presupuestario definido, que no acapare todos los recursos y permita llevar a cabo una evaluación ajustada. Otra opción sería poner el foco en las ventas autogestionadas por los autores.

4 - Editoriales extranjeras:

- Son las destinatarias y socias principales para la compra y venta de derechos, por lo que hay que cuidarlas dentro de lo que permitan los escasos recursos locales. Por ejemplo, se puede poner en valor el compromiso de las que más traducen y otorgar un premio simbólico, que no implique dinero pero sí visibilidad en los medios internacionales.
- Si hubiera más recursos, proponemos apoyar a aquellos editores internacionales que ya están tomando el riesgo de traducir a autores argentinos y que demuestran un interés sostenido. Por ejemplo, subsidiar viajes de autores traducidos u otros aportes para la prensa y la comunicación de esos libros. Otra opción, más compleja de organizar pero muy potente, es el lanzamiento de un premio al mejor libro de autor argentino traducido a otra lengua.
- Hay que seguir pensando cuál es la mejor manera de proveer información sobre las publicaciones argentinas. Aún no contamos con fuentes de información unificadas para el exterior, que deberían estar disponibles en inglés o ser bilingües. Es recomendable desarrollar una plataforma de

información pública más amigable en la que se puedan integrar los programas mencionados (desde los subsidios de Sur hasta las invitaciones de la FED), ver todos los libros que fueron traducidos gracias al programa Sur, acceder a la lista de Key Titles y otros catálogos similares, etc.¹⁵

- En esta misma línea, es recomendable contar con más personas que puedan fungir como representantes de la literatura argentina, desde los agregados culturales de las embajadas hasta académicos que viajen y otro tipo de profesionales itinerantes. Desarrollar un abanico de herramientas que faciliten su trabajo y algún sistema de retribución.

5 - Áreas de investigación para profundizar:

- Casos puntuales de éxito: editoriales.
- Casos puntuales de éxito: autores.
- Análisis generales por países (en los que se detecta crecimiento, como los Estados Unidos, o en los que llama la atención la escasa penetración, como China)
- Estudios específicos por sector, especialmente LIJ y ensayos o no ficción.
- Relevamiento de la situación de las agencias literarias.

15. Luego de investigar varias páginas internacionales, llegamos a la conclusión de que la de Corea (<https://www.ltikorea.or.kr/en/main.do>) es la más completa y sencilla de navegar.

BIBLIOGRAFÍA:

ADAMO, Gabriela; Añón, Valeria; Wulichzer Laura: *La extraducción en la Argentina. Venta de derechos de autor para otras lenguas. Un estado de la cuestión 2002-2008*. Publicaciones Fundación TyPA, 2009.
https://www.tyapa.org.ar/es/publicacion_let3.php

AÑÓN, Valeria: *La extraducción en la Argentina. Interpretar silencios (2008-2012)*. Publicaciones Fundación TyPA, 2013.
https://www.tyapa.org.ar/es/publicacion_let6.php

BOOKER PRIZE FOUNDATION: *Generation TF: who is really reading translated fiction in the UK, abril 2023*.
<https://thebookerprizes.com/the-booker-library/features/generation-tf-who-is-really-reading-translated-fiction-in-the-uk>

FUNDACIÓN TyPA: *25 ensayos argentinos para descubrir*. Publicaciones Fundación TyPA, 2009.
https://www.tyapa.org.ar/es/publicacion_let2.php

OSTROIEVSKY, Heber (coord.): *Plan estratégico de internacionalización del libro argentino*. CEPPL-UNSAM, 2022.

Fuentes consultadas:

El blog de Guillermo Schavelzon:

<https://elblogdeguillermoschavelzon.wordpress.com/>

Programa Sur:

<http://programa-sur.cancilleria.gob.ar/>

Publishing Perspectives:

<https://publishingperspectives.com/>

Three Percent Database:

<http://www.rochester.edu/College/translation/threepcent/translation-database/>



