

Frankfurt y otras aduanas culturales entre Argentina y Brasil. Una aproximación etnográfica al mundo editorial.

Autor:
Sorá, Gustavo.

Revista:
Cuadernos de antropología social

2002, N°15, pp. 125-143



Artículo



Frankfurt y otras aduanas culturales entre Argentina y Brasil. Una aproximación etnográfica al mundo editorial

Gustavo Sorá*

RESUMEN

Desde el punto de vista de los editores del Brasil y la Argentina, este artículo presenta una etnografía de las relaciones editoriales internacionales objetivadas en el espacio de la feria de Frankfurt y busca proponer un punto de vista analítico para revelar ciertos factores determinantes de la circulación internacional de ideas y libros. Más allá de las declamaciones de sentido común, es preciso conocer cómo opera la creciente concentración de capitales en el mundo del libro y qué efectos produce sobre mercados y culturas periféricos. Lejos de responder a factores meramente económicos o a tendencias inevitables de la globalización, la explicación de las transformaciones en este mercado cultural particular se completa al revelar dimensiones y fuerzas simbólicas e históricas, entre las cuales se destaca la legitimación naciocéntrica de las políticas del sector.

PALABRAS CLAVE: mercado editorial - culturas nacionales - internacionalización - dominación simbólica - circulación de ideas

SUMMARY

Written from the perspective of Brazilian and Argentine publishers, this article offers an ethnography of the international editorial relationships envisioned within the space of the Frankfurt book fair. It also seeks to uncover and analyze various determining factors of the international circulation of books and ideas. Beyond proclamations of common sense, it is crucial to understand how the growing concentration of capital operates in the

* Investigador de CONICET - Centro de Investigaciones de la Facultad de Filosofía y Humanidades de la Universidad Nacional de Córdoba. gusora@arnet.com.ar. Realizado y entregado en noviembre de 2001, aceptado en junio de 2002.

world of books and what effects this process produces on both peripheral markets and cultures. Far from responding just to purely economic factors or to the inevitable trends of globalization, any explanation of changes in this particular cultural market must also reveal the symbolic and historical dimensions and forces of this process, among which one must highlight the nation-centered legitimization of the politics of this sector.

KEYWORDS: Publishing market - National cultures - internationalization - symbolic domination - circulation of ideas.

Así como la escritura es un factor decisivo para la diferenciación social (*cf.* Godoy 1977), la edición de periódicos y de libros lo es para la evolución de los Estados y las culturas nacionales (*cf.* Anderson 1993; Chartier y Martín 1991). En América Latina la industria editorial tuvo desarrollo pleno en Argentina, Brasil y México. El mejor indicador de ello son los intercambios directos (de productos, traducciones, personas, proyectos, etc.) que articularon los mercados editoriales y espacios intelectuales de dichos países entre mediados de los años 30 y 50, período en que se consolidó la autonomía e institucionalización de los diversos oficios segmentados por la producción, circulación y usos de libros. El estudio de éstos (y otros) aspectos de las prácticas editoriales permite descubrir los contornos de un poderoso mecanismo ordenador de las formas de diversidad cultural y las alternativas de alteridad organizadas por el mundo libro.

Al remontar la larga historia de la traducción-edición de autores brasileños en Argentina se describen complejas prácticas y redes de agentes productores de transferencias editoriales de todo tipo: colecciones especializadas sobre Brasil (oficiales y comerciales), ediciones de best sellers, de libros de orientación política, de vanguardia literaria, de género infantil, religioso, etc. Por fuerza de ello Buenos Aires compite con París como principal puerto de traducción de autores brasileños en el siglo XX. (*cf.* Sorá 2001). Esta modalidad directa de los intercambios declina hacia fines de los años 80. A partir de entonces los libros de un mercado son definidos por la acción cada vez más acentuada de especialistas como los editores, los agentes literarios, los *scouts* y otras figuras de mercado-cultural que seleccionan lo transportable, lo traducible, lo editable, lo legible en diferentes espacios editoriales nacionales. Si un autor argentino pasa a ser bien editado en Brasil, como Tomás Eloy Martínez (Companhia das Letras) o Federico Andahazy (Relume & Dumará) en tiempos recientes, su elección con frecuencia creciente se dirime, más allá de sus cualidades “intelectuales”, en Frankfurt, a través de la acción de especialistas en la mediación de intercambios internacionales, como la

agente literaria Carmen Balcells de Barcelona, la alemana Ray Güde Mertins o la francesa Anne-Marie Métaillié. En tiempos del Mercosur, la traducción cruzada de autores, la venta de libros argentinos en Brasil y brasileños en Argentina, las políticas binacionales de fomento al intercambio de bienes editoriales, a la circulación de sus creadores, quedaron relegadas a las inconstantes iniciativas de individuos e instituciones aisladas.¹

Hoy en día, sólo el lector “formado” podrá hallar las arriesgadas propuestas de sellos como Corregidor y Biblos o Iluminuras y Edusp que aún canalizan traducciones de autores brasileños y argentinos, del pasado y del presente, comercialmente no rentables. En tiempos recientes, la edición de Gregorio de Matos o Flora Süssekind en Argentina, de González Tuñón o Beatriz Sarlo en Brasil, es canalizada por individuos cuyas trayectorias sociales e intelectuales han generado intereses específicos para dirimir las transferencias intelectuales y editoriales entre ambos espacios nacionales de producción cultural. En el otro extremo del mercado, a simple vista, apenas puede comprarse un puñado de celebridades (Borges, Amado) y best-sellers (Paulo Coelho, Marcos Aguinis), autores cuya reedición es intermediada por las fórmulas de suceso y los contratos estipulados por las normas de Frankfurt, Barcelona y los circuitos constructores del mercado editorial internacional. Allí se montan requisitos “aduaneros” de efectos decisivos en la configuración de los mercados culturales y espacios de producción intelectual de los países de América Latina.

A partir de mediados de los años 90 la lógica de los intercambios editoriales entre Argentina y Brasil necesariamente debe ser observada en lugares distantes, en nudos del “sistema mundial de traducciones” (Heilbron 1998), del mercado editorial internacional (Sorá 1998.), de la “república mundial de las letras” (Casanova 2001). Al pensar dónde están *Argentina* y *Brasil* en una feria como la de Frankfurt, es posible visualizar la altura de las barreras “aduaneras” institucionalizadas por el mercado editorial y comprender algunos ribetes de su poder simbólico, esto es, de su capacidad de imposición silenciosa que, entre otras cosas, hace de este problema sociológico algo intrascendente como problema social. A partir de un evento del Mercosur en la Feria de libros de Frankfurt, este artículo presenta una etnografía de las relaciones editoriales internacionales objetivadas en el espacio de la feria y busca proponer un punto de vista analítico para revelar ciertos factores determinantes de la circulación internacional de ideas y libros.²

LUGAR DEL *MERCOSUR* EN FRANKFURT

El 12 de octubre de 1997, un gran cocktail al interior de la Feria de Frankfurt puso en escena al *Mercosur* como una fuerza de pretendida significación en el mundo del libro. Marta Díaz, presidente de la Feria del Libro de Buenos Aires, y Altair Brasil, de la Câmara Brasileira do Livro, recibieron a congéneres extranjeros y congregaron a sus comunidades. Los comensales aflojaron sus posturas y quebraron el acelerado ritmo del fugaz megaevento. En clave festiva, un centenar de editores, autores, agentes literarios, traductores se exhibieron más allá de los libros y los stands. Las dos banderas nacionales y de auspiciantes, como Varig, enmarcaban el ambiente. Vino mendocino y *caipirinha*, empanadas y *salgadinhos*, zamba y *samba*.³

En sincronía, esta inédita comunión rivalizaba con innumerables fiestas de empresas e instituciones nacionales y supranacionales de libros, que marcaban la inauguración de las participaciones individuales y colectivas en una nueva versión del mayor ritual periódico del mundo editorial. De a poco el clima animado dio lugar a la rutina de las acciones agendadas. Cada individuo se encaminó a su stand y se puso en marcha la maquinaria de negociaciones más poderosa entre aquellas que delimitan la circulación internacional de autores e ideas en un ciclo anual.

Al relacionar aquellos eventos con la estructura⁴ de la Feria de Frankfurt, busco acentuar el contraste entre los diferentes grupos de agentes que se encuentran en la feria y explorar una perspectiva situacional para comprender las relaciones de interdependencia del mercado editorial internacional que condicionan los vínculos entre los especialistas brasileños y argentinos en esta esfera de producción cultural.⁵

Cada octubre, en el Centro de Exposiciones de Frankfurt se monta un escenario de 180.000 mts² donde actúan los 10.000 editores dominantes provenientes de todos los mercados nacionales. Durante cinco días los *profesionales del libro* (Sorá 1999: 99) visten trajes, portan maletines y se dirigen a sus puestos. El lugar preciso que puede ocupar cada agente en el espacio físico de la feria, se ajusta a la incorporación de una historia empresarial e individual. La estrategia de participación en la exposición resulta del acumulo de acciones y relaciones sostenidas en el ciclo anual de trabajo y en la trayectoria de participaciones de feria en feria.

En Frankfurt la configuración arbitraria de lo que es llamado *mercado editorial internacional* emerge con sus símbolos más conspicuos e invita al observador a interpretar una realidad intrincada y de cambios que, si no son pensados comparativamente en perspectiva sincrónica y diacrónica, escapan por su violenta

velocidad. Esta realidad puede ser aprehendida a partir de la objetivación de la estructura del espacio de la exposición.

Desde su entrada la feria se extiende longitudinalmente por casi tres kilómetros donde se levantan 10 pabellones. Hacia la izquierda se extiende un área especializada e internacional donde los agentes de los países centrales exponen mixturados en los pabellones 3 (impresos de arte) y 4 (productos de *electronic media*, libros científicos y técnicos). Por el lateral derecho se distribuyen 70% de los expositores y el orden de los libros se despliega a través de las clasificaciones “literatura” y “generalidades”. El moderno edificio *Torhaus - Service Center* divide transversalmente este lateral en dos mitades: hacia adelante dos pabellones de los editores de lengua alemana; hacia atrás dos pabellones de las editoriales de otras lenguas.

Si a partir de una apreciación inicial el espacio se divide por pertenencias lingüísticas, es preciso señalar que, al interior de estas unidades, los stands se agrupan según el origen nacional. Cada aglomerado nacional de empresas se dispersa a partir de un stand nuclear de las instituciones de *clase* de los editores (cámaras, sindicatos y otras formas de asociación), las que interfieren de diversas maneras sobre los modos de participación de sus asociados en los mercados de otros países. De este modo la nacionalidad debe ser considerada el criterio de clasificación dominante de la estructura espacial.

AL FRENTE

En primer lugar la Feria de Frankfurt es *la feria del mercado alemán*. Las reglas de participación y las mutaciones institucionales de la feria son pautadas por la Asociación de Libreros y Editores Alemanes. Una mitad de la feria alberga en los pabellones 5 y 6 a un cuarto de los expositores: 2489 alemanes, 225 suizos y 144 austríacos.

Un análisis interno de la distribución de las diferentes empresas por los pabellones y pisos de la exhibición de editoriales de lengua alemana, revela una estructura homóloga a la observada en las ferias internacionales de Brasil, Argentina y España: grupos y *empresas* a dominante económica al frente, centro o arriba; *casas* editoriales a dominancia cultural al fondo, abajo o periferias de los pabellones. Grandes stands decorados y atendidos por empleados o por editores-gerentes (subalternos de consejos de empresas), en los primeros; pequeños stands padronizados atendidos por los editores-propietarios, en los segundos.

En cada piso de cada pabellón los organizadores conciben un sector o centro especializado, herramienta mediante la cual orientan el tipo de negocios ajustados a las características de las editoriales de cada región de exhibición. Así en posición superior a los pabellones alemanes un piso entero exhibe el poder de la *Börsenverein des Deutschen Buchhandels*. Junto a este sector se abre el *Forum Management für Sortiment und Verlag*, espacio de socialización para las reuniones de negocios entre los agentes del mercado de lengua alemana.⁶

DISTRIBUCIÓN DE LOS EXPOSITORES POR LOS SECTORES DE LA FERIA Y SEGÚN ORIGEN NACIONAL.

Origen nacional Pabellón: sector	Alemania	Inglaterra	EE.UU.	Francia	Italia	Portugal	Brasil	Argentina
5 y 6: Literatura y Obras Generales	1302	3	7	3	3			
8: Editoriales Internacionales	38	769	642	19	21		2	1
9.2: Editoriales Internacionales	38	12	7	308	290	110	58	39
9.1: Editoriales Internacionales	17	6	3					
9.0: Editoriales Internacionales	1	12	1					
3: Expositores de Arte	284	8	11					
4.0 y 4.1: Electronic Media	214	1	1	21	23			
4.2: Ciencia - Téc./ Didácticos	205	3	16	7	8			
5.2: Religión/ Infanto-Juveniles	113	1	54	19	4		1	1
6.2: Turismo	s/d	9	42	6	7		1	1
Total*	2489	889	789	390	359	110	62	42

AL CENTRO

En segundo lugar la *Frankfurter Buchmesse* es la mayor feria internacional de editoriales de lengua inglesa. Después de los expositores alemanes los contingentes más poblados en 1997 contaron con 889 editoriales inglesas y 789 estadounidenses. La mitad posterior de la feria con editoriales de “otras lenguas” se divide, de este modo, en dos sub-mitades: hacia adelante editoriales de países de lengua inglesa y hacia atrás “el resto” de los mercados nacionales de libros. La ubicación de los agentes en esta feria comienza por fuertes luchas de negociación entre los representantes de clase nacionales:

“The negotiations between the Publishers Association (Inglaterra) and the Association of American Publishers on the one hand and the Frankfurt Book Fair on the other, which started in advance of the 1995 Frankfurt, eventually resulted in the grouping of the English language exhibitors in Hall 8. This solution was hugely popular with the British contingent, though considerably less so with those other national groups placed in Hall 9” (*The Publishers Association Annual Report 1996-7*, p.23).

La estructura principal del pabellón 8 es marcada por el *Literary Agents' and Scouts' Center*. La razón deriva del simple hecho de que en todos los mercados nacionales las traducciones derivan en un 75% del inglés. Al mismo tiempo Estados Unidos e Inglaterra son los países desde los cuales se expande la presencia creciente de agentes literarios y *scouts*⁹ como especialistas en la regulación de los intercambios internacionales de títulos y autores. Este centro se compone de unas cien cabinas semicerradas para la realización de encuentros de negocios. El acceso a este sector es restringido. La agenda de encuentros entre los agentes literarios y los poderosos editores de libros para el gran público, es controlada por ordenadores. Como en un casino allí las grandes editoriales de literatura de todo el mundo abren sus apuestas y resuelven subastas millonarias. En este entorno también se celebra el *International Rights Directors Meeting*. En la XIa versión de 1997, denominada *Marketing for success*, las ponencias de los agentes literarios comentaban las fórmulas del boom de ventas de las obras de Jung Chang, Jostein Garder, Paulo Coelho, Ute Ehrhardt y Peter Hoeg, autores de otros países que Sidney Sheldon o Michael Crichton, que reflejan la expansión de un modelo de negocio literario.

ATRÁS

A distancia de las editoriales de Alemania, Inglaterra y Estados Unidos, en 1997 seguían 380 expositores franceses; 350 italianos; 269 holandeses y 177 españoles¹⁰. El pabellón 9 aloja en posición superior a editoriales de Francia, Países Bajos y Escandinavia. La mitad anterior del piso intermedio divide a agentes de Italia y España. Más atrás Portugal y Turquía. Finalmente en posición trasera se distribuyen los editores de América Latina y el aglomerado de pequeñas editoriales “promisorias” de países periféricos, seleccionadas e invitadas por el Departamento Internacional de la Feria. En el piso inferior exponen las editoriales de Europa Central, Oriental y Asia. En el piso superior del hall 9 se monta un *International Bookseller's and Librarian's Center*, donde se articulan negocios de Importación - Exportación. Si bien los países de Europa Occidental tienen bajos índices de venta de derechos y licencias (9% en los mejores comportamientos, relativos a Francia), son en general grandes exportadores de libros editados en sus respectivos países.

AFUERA

Por primera vez en 1997 fue montado un *International Center* hacia el fondo del piso intermedio del hall 9. Dirigido por la División Internacional de la Feria, este ámbito funciona como punto de articulación para la participación de países de menor poder en el mercado internacional. Reuniendo los antiguos *meeting points* Este-Oeste y Norte-Sur, este espacio representa un lado “político” y “cultural” de los organizadores alemanes. En el Centro Internacional se emplaza un foro para la realización de debates con autores, traductores y editores. Un poco más allá en 1997 fue montada una exposición fotográfica con paisajes sociales del “tercer mundo”. También un café y una pequeña sala de video remataban un entorno “world literature”.

Sin embargo el punto neurálgico de esta zona está marcado por un “barrio” con unos 30 stands de pequeñas editoriales “culturales” o “alternativas” de África, Asia y América Latina. Allí, una peculiar interacción se tejió entre las pequeñas Beatriz Viterbo de Rosario, Relume & Dumará de Rio de Janeiro y El Tucán de Virginia, editorial de poesías mexicana. La participación, viaje y alojamiento de estos participantes es financiada por la *Börsenverein*. Como a escolares, los organizadores socializan a estos editores por el mundo de los negocios internacionales:

instruyen seminarios sobre la realización de contratos internacionales, visitan editoriales famosas y finalmente les arman una pequeña agenda de contactos.

Al mismo tiempo es en esta región donde, con fondos económicos religiosos, trabajan ONGs dedicadas a la literatura como la Asociación para la Promoción de la Literatura de África, Asia y América Latina, la Initiative LiBeraturpreis im Ökumenischen Zentrum Christuskirche e. V., Kali for Women, Kinderbuchfonds Baobab. La orientación de estas acciones de “caridad literaria” para los países fuera del mundo del libro, estaba marcada, en 1997, por la campaña “Afrikanissimo”.

Entre el conjunto de mercados periféricos, los editores alemanes han consolidado una posición como articuladores de los de Europa Central y del Este con el mercado internacional. Se puede considerar que un mercado dominado (o sea definido en un límite por no ser de lengua inglesa) marca un lugar en el escenario internacional de manera análoga a una pequeña editorial en un mercado nacional: buscando filones, nuevas áreas de expansión y apropiándose de recursos desparrramados en las márgenes de las ferias.

EL *ESTE* Y EL *SUR* COMO PRECIPITADOS DE LA CAÍDA DEL MURO

Sobre 71.000 nuevos títulos lanzados cada año en el mercado alemán, sólo 13,7% derivan de traducciones. Con un porcentaje de 74,4%, el inglés domina abrumadoramente el origen de las mismas, seguido a considerable distancia por el francés con 9,1%¹¹. Sin embargo los destinos lingüísticos y nacionales de los derechos y licencias de títulos alemanes vendidos al exterior se orientan con rumbo completamente diferente a las compras: sólo 7,9% de los mismos se dirigen a los mercados de lengua inglesa. En 1997, Polonia con 9,3% y la República Checa con 9,2% del total eran los principales compradores de licencias alemanas. En 1985 estos países adquirirían solamente 1,2 y 1,1% de las licencias respectivamente. Mientras que en 1989 Europa del Este y Central totalizaban un 10,7% del total de transacciones, en 1995 su crecimiento se elevó a 36,9%.

Si bien la región de mayor crecimiento relativo de la 49a feria de Frankfurt fue marcada por los 658 expositores provenientes de los países de Europa Central y del Este (168 más que el año anterior: +30%), “la exposición internacional” de este conglomerado se pierde en el piso inferior del último pabellón para editoriales del extranjero. Las marcas objetivadas de la feria de Frankfurt no permiten una lectura jerarquizada o completa de las proporciones estadísticas que indican el

crecimiento de este bloque como mercado prioritario de los agentes alemanes. Para ello sería preciso visualizar algunas de las estrategias de institucionalización del mercado alemán.¹²

En el ámbito de la feria de Frankfurt propiamente dicho, la presencia de este bloque de países creció desde 1990 con la creación del *East-West Meeting Point*. Si bien posteriormente fue incluido un *South-North Meeting Point* se evidencia un peso desproporcionalmente favorable a las relaciones hacia el Este, “offering urgently needed know-how on bookselling and publishing”. Mientras que la evolución del Punto de Encuentro Este-Oeste dio nacimiento a relaciones y estructuras de mercado de envergadura, no se observa algún proceso de institucionalización similar en sentido norte-sur.

“Finalmente”, para los *rulers* del mercado internacional el *Sur* o *Tercer Mundo* es una categoría de representatividad decreciente. La curiosidad política e intelectual de los pasajeros booms de mediados de siglo fue abandonada a la “voluntad personal” de actores con trayectorias sociales unidas a Latinoamérica, como Peter Weidhaas, presidente de la feria de Frankfurt (cf. Weidhaas 1999), o la agente literaria Ray Güde-Mertin, para el caso alemán, o Anne-Marie Métailié, para el caso francés. Paradójicamente la obsesión de los editores latinoamericanos por “estar en Frankfurt” crece desmesuradamente desde inicios de los ‘90. En campos editoriales desarrollados como el brasileño o el argentino todo pasa como si, para existir, fuese imprescindible marcar presencia en Frankfurt cada año y estar en sintonía con el mercado internacional. A medida que en esos países la actividad literaria y académica limitan sus magras autonomías orientando las prácticas hacia la “venta de servicios para el mercado”, los editores levantan los lemas de la profesionalización y la internacionalización. De un modo general, allí la evolución de la función-editor se aleja cada vez más de proyectos intelectuales locales para alinearse en regla con las obligaciones del mercado internacional del libro.

EL ESPACIO *IBEROAMERICANO* DEL LIBRO

Así como las editoriales alemanas ya sentaron bandera en el Este europeo, las españolas tomaron la delantera como *brokers* internacionales de los agentes latinoamericanos. No es fortuito pues que las distribuciones del piso intermedio del hall 9 de la feria de Frankfurt sean precedidas por la exposición de Anaya (Bertelsmann), Planeta, Plaza & Janes y otras editoriales “españolas”. Si la edición argentina y mexicana ya fue fagocitada por la concentración de capitales y la for-

mación de grupos con sede en España,¹³ 1997 fue marcado por la inauguración del asalto al potencialmente gigantesco mercado brasileño. En 1994 con un magro consumo de recursos editoriales por 236 millones de pesetas, Brasil no figuraba en las estadísticas españolas, mientras que en 1996 escaló al primer país de exportación con 6246 millones (*Comercio Exterior del Libro*, Federación Española de Cámaras del Libro, Madrid, 1997, p. 19). Para celebrar, la Federación española no sólo invitó a *Brasil* como país de honor de Madrid-Liber '97, sino que esta elección se repitió en Barcelona-Liber '98, así como la CBL y SNEL homenajearon a España en las ferias de Sao Paulo y Río de Janeiro de años subsecuentes.

Desde el punto de vista de los editores españoles, mejor dicho, de los representantes institucionales de tal conglomerado, lo que estaba en juego hacia el fin de siglo era la "Configuración de un espacio iberoamericano del libro", título de la conferencia central del 6° SILAR - Salón Internacional del Libro Latinoamericano Rotativo, realizado en Barcelona-Liber '96.¹⁴ Este *espacio* objetiva un nuevo estado de interdependencia de los mundos editoriales de las lenguas portuguesa y castellana. Entre los representantes editoriales del Brasil, este estado de las relaciones internacionales definió un argumento retórico que, lanzado durante la performance brasileña como país-tema de la feria de Frankfurt de 1994 (Sorá 1996), brega por la diferenciación del Brasil de lo *latinoamericano*, categoría que, asociada al *boom*, es sentida como una fuerza que sólo habría privilegiado a los autores y editores de lengua castellana. A su vez, como se evidencia a lo largo de éste artículo, el conjunto iberoamericano se define en presencia del resto de unidades significativas del mercado internacional. Una evidencia concreta de esto es la alineación temporal y estilística de los rituales de unificación de la comunidad iberoamericana con los eventos de Frankfurt.¹⁵

CONCLUSIÓN

Las ferias son los lugares más primitivos de los mercados. Como describen Polanyi (1992) y Elias (1989) o Lucien Febvre y Henri-Jean Martin (1992: 324 y ss.) para el mundo del libro, desde la Alta Edad Media las ferias han regulando los intercambios de productos entre lugares distantes y costurado la construcción socio-histórica de los mercados a la par de la diferenciación de unidades políticas estatales. Hacia fines del siglo XIX, la organización de las relaciones internacionales se basó con intensidad creciente en las artes de la publicidad en gran escala, posibilitadas por la mecanización de la imprenta. Entre otras evidencias, las ferias-

exposiciones ganaron prestigio como eventos de competición simbólica sin igual; verdaderos potlachs de la modernidad que tornaban visible un mundo de naciones. Las periodizaciones de los historiadores se suceden y las ferias permanecen. En tiempos de “la globalización”, no hay tecnología que las substituya. Como ritual la feria obliga: un editor que pretenda una posición de peso en cualquier mercado editorial, en Frankfurt debe exponerse, informarse, insertarse en flujos de relaciones e intereses que van siendo pautados a lo largo del año, por fax, por mail. Al llegar a la feria los negocios ya están en gran parte cocinados. Pero la feria es el lugar de los condimentos: en ella, las relaciones comerciales cara a cara se hacen morales, convincentes gracias a un estado de permanente seducción incentivado por un variado repertorio de actividades sociales: agasajos, cenas, fiestas suntuosas, brindis que avanzan pasada la medianoche. La feria dura muy poco y transcurre en un intenso ritmo y frenesí. Marca el punto cumbre de la actividad editorial mundial. Sus efectos se arrastran de los centros a las periferias y perduran de octubre a octubre. El lugar es gigante y los feriantes no pueden aprehender la feria en su totalidad. Su estructura se hace cuerpo y dulcemente introduce una jerarquía de valores y formas de clasificación sublimadas cuando los editores y demás especialistas regresan a sus lugares ordinarios de trabajo. Aún en la negación, hasta los pequeños editores “culturales” se definen, “en última instancia”, por relación a Frankfurt.¹⁶

No por nada la etnografía, tradicional arte para descubrir el primitivismo de lo moderno y la modernidad de lo primitivo, de desglosar lo invariante y capturar lo efímero, de pensar lo inconsciente sin reducir lo eventual, ha hecho de las ferias un referente clásico para comprender culturas y sociedades de pequeña y de gran escala. El trabajo de campo fuera de las comunidades de referencia se fue imponiendo a medida que verificaba la redundancia de la enunciación de Frankfurt y otros lugares tan lejanos como tópicos de aguda significación para editores del Brasil y la Argentina. Este trabajo no agota el entendimiento de cómo suceden los procesos de dominación internacional en el mundo del libro.¹⁷ Al objetivar formas del tablado por excelencia para la representación del espacio editorial internacional privilegié el conocimiento de jerarquías de personas, instituciones, lenguas, ciudades, países que marcan (sin dejar prácticamente huellas) la actividad editorial argentina, brasileña, latinoamericana. Este análisis se complementaría con el de las ferias internacionales de esos dos países y la iluminación de cómo la dominación no deja de transcurrir sin resistencia, con la sobre-vivencia de editoriales que aún privilegian “el amor al arte”. En todo caso, este artículo agrega una perspectiva para ampliar sentidos, para conocer procesos de dominación cultural-

internacional en la acción y superar la afirmación de sentido común sobre la muerte de la industria editorial argentina por la concentración de capitales (*cf.* Dottori 2000; Sánchez 2000).

En un plano teórico, la etnografía de esta forma del poder simbólico descubre complejidad (situacional y estructural) en prácticas culturales de alcance “global”. Lejos de responder a los postulados funcionales que las teorías de la globalización (sin mucho observar) tratan como unívocos y universales, las prácticas del mercado editorial internacional se basan en formas de clasificación naciocéntricas. La desterritorialización sólo es postulada por los agentes de países dominados. A sus ojos, las fronteras culturales parecen invisibles. En cierta medida ya no las controlan; se han desplazado a territorios muy distantes, donde dominan comunidades de agentes que poco se mezclan (como evidencian los insignificante índices de traducción al inglés), que no cesan de fundamentar su poder en la nación y en las tradiciones históricas. En el mega evento global la única escena híbrida parece haber sido la del *Mercosur*, como una categoría que disloca la historia de vínculos intelectuales y editoriales argentino-brasileños para ajustar las prácticas y creencias de los editores de dichos países a condiciones de trabajo generadas en nudos del mercado cada vez más distantes.

Un signo palpable de las teorías de la globalización es la profusa mención de la palabra “nuevo” para denotar la naturaleza de fenómenos casi inclasificables. Apelando a la historia, la etnografía de la producción cultural en los Estados nacionales revela comportamientos altamente conservadores de los mercados culturales centrales y obsesión por perseguir la novedad y pertenecer a la ecumene global en los dominados. Al incorporar el estudio histórico de los intercambios culturales entre Argentina y Brasil, se registra la vitalidad de los vínculos directos entre productores culturales de ambos países hacia mediados del siglo XX. El contraste entre los dos tiempos, revela los esquemas que sustentan el apelo cada vez más recurrente a los mitos de una época de oro cuando, al menos en Argentina, traducir el Brasil pareció ser un requisito para interpretar el propio lugar en el mundo.¹⁸

Los nexos explicativos entre pasado y presente difícilmente pueden ser logrados al dicotomizar teorías sobre la cultura para un tiempo y para otro. Hacia el polo de lo pasado, la historia de las ideas recorta “vidas y obras”, un mundo de creadores y textos despojado de la intervención de seres menores como, por ejemplo, los editores, profanos en el mundo del libro por manejar cosas de la economía. Las teorías predominantes para estudiar uno y otro extremo temporal contribuyen a la mitologización de la cultura al evitar relaciones elementales como la

génesis internacional de los nacionalismos y los fundamentos nacionalistas solapados en las formas de dominación en la “era global”.¹⁹ La etnografía hizo necesario estar allí para demostrar que Frankfurt está aquí, entre dos culturas nacionales cuyos destinos pueden no estar fatalmente atados a una historia que ya fue ni a un orden global que las desfigura.

NOTAS

¹ Si uno repasa la actividad editorial brasileña en los años 1990, no encuentra alguna referencia al mercado argentino u otras instancias promotoras de posibles intercambios culturales entre los mundos del libro de ambos países. En las bienales y ferias internacionales del Brasil apenas España y Portugal fueron países-tema, homenajeados como plazas de interés del “mercado iberoamericano”. Del otro lado de la frontera, en la feria de Buenos Aires la *Câmara Brasileira do Livro* y la Biblioteca Nacional en 2001 sólo divulgaban programas de fomento y becas de traducción “para editores de España”. Durante el 26 Congreso de la Unión Internacional de Editores realizado en Buenos Aires en mayo del año 2000, asistieron nada más que algunos representantes institucionales de la edición brasileña; todos permanecieron cuidando sus stands de la feria de Sao Paulo.

² El trabajo de campo para la investigación de la cual se deriva este texto fue posibilitada por una beca doctoral externa otorgada por CAPES (Ministério da Educação - Brasil) entre 1997 y 1998. A partir de un estudio sincrónico (parcialmente publicado en Sorá 1998 y 2000), el análisis cobro nueva luz a partir de las perspectivas históricas que permitió una investigación de “antropología y traducción” que, gracias a subsidios del Instituto de Desarrollo Económico y Social (Programa Mercosur con recursos de la Fundación Rockefeller) y la Fundación Antorchas entre 1999 y 2000, estudió la edición de autores brasileños en Argentina desde sus primeros registros (*cf.* 2001).

³ Por problemas editoriales, no han sido reproducidos los mapas y fotografías que complementan el argumento de este artículo.

⁴ Este punto de vista metodológico busca explorar las virtudes de las propuestas de Marshal Sahlins al reconciliar historia y antropología a través del concepto de estructura de la coyuntura: “la realización práctica de las categorías culturales en un contexto histórico específico, como se expresa en las acciones motivadas de los

agentes históricos; lo que incluye la microsociología de su interacción” (Sahlins, 1994: 15). Para una aplicación ejemplar de la etnografía histórica del “sistema mundial”: cf. Sahlins 1992. En sistema con el concepto de *praxis*, estos lineamientos proponen una sociología situacional de los significados de categorías como, en nuestro caso, *Mercosur*. Sólo a partir de los usos y en la extensión espacial y temporal de sus efectos podremos evaluar el alcance o la disolución estructural de esta nueva categoría en el (precedente) sistema cultural históricamente creado y re-creado por las prácticas de la edición.

⁵ Esta etnografía se complementa con una serie de investigaciones desarrolladas en ferias internacionales de libros (Rio de Janeiro, São Paulo, Paris y Madrid), como estrategia empírica para comprender las prácticas que articulan la construcción social y cultural del mercado editorial internacional en la década de 1990. La objetivación de estos referentes avanzó desde la tesis de maestría (Sorá 1994) hacia diversos artículos (Sorá 1996, 1998).

⁶ Como marco noble de este entorno se exhibe una colección de publicaciones con biografías de empresas, informes de tendencias y marketing, documentos estadísticos, bibliografías nacionales y revistas especializadas que objetivan el mayor aparato institucional y de sistematización de informaciones entre los mercados de los países centrales.

⁷ Como se observa fueron incluidos los cinco principales expositores, más Portugal (país tema), Brasil y Argentina, referentes centrales de nuestro objeto.

⁸ Estos totales derivan de la contabilidad efectuada a partir del catálogo *Messe Taschenführer*. Representa la totalidad de agentes diferenciados por unidad de exposición. No representa la sumatoria de las distribuciones por sectores donde fueron excluidos numerosos expositores listado más de una vez en un mismo sector.

⁹ El *scout* es un especialista de reciente diferenciación en el mundo del libro que actúa, generalmente en plazas centrales del mundo de lengua inglesa, concentrando y vendiendo informaciones sobre las novedades en danza en el escenario mundial de la literatura de mercado. Los agentes dominantes de los principales mercados pagan mensualmente los servicios “de espionaje” literario y anticipación de modas y tendencias organizadas por los *scouts*.

¹⁰ Para todos los casos, la cantidad de participantes en Frankfurt refleja el conjunto de las editoriales que producen, aproximadamente, un 80% de los títulos y ejemplares de cada mercado nacional.

¹¹ Fuentes: *Buch und Buchhandel in Zahlen 1997*, Frankfurt am Main, Börsenverein des Deutschen Buchhandels E.V.; *The German Book Trade at Home and Abroad y The German Book Trade Supplement 1997 - 1998*, Frankfurt am Main, Ausstellungs- und Messe-GmbH. Otras informaciones de esta sección están sintetizadas del periódico especializado cuatrimestral *AuslandsInfo*.

¹² Para un análisis detallado de estas cuestiones se puede consultar Hartig (1989), Heymann (1991) y Sorá (1998).

¹³ Ver, por ejemplo, Dottori 2000, Sánchez 2000.

¹⁴ Como pocos mercados nacionales, el español debe gran parte de su poder a la capacidad exportadora. Si hasta los años 80 predominaba la exportación de libros, ahora lo hace el flujo de un capital de adquisición de las principales empresas de lengua portuguesa y castellana. Como en el caso brasileño, en el escenario cultural de España redundan discursos alusivos a los bajos índices de lectura en el país y otros dilemas para la realización de una “cultura del libro”. Esta retórica decanta, siempre en similitud con Brasil, en paradojas relativas al tamaño de un gran mercado editorial solamente interpretable a la luz de las “políticas” culturales oficiales, de las historias educativa, cultural y las fórmulas de inserción internacional.

¹⁵ En España, por ejemplo, Liber se realiza una semana antes que la feria alemana; lo que optimiza las posibilidades de participación de los pares latinoamericanos a camino de Frankfurt. En la Bienal de São Paulo he llegado a constatar hasta la imitación del diseño y graffía que caracteriza a los carteles indicadores de la Feria de Frankfurt.

¹⁶ “Em Frankfurt, para falar a verdade, creio que não temos *no momento* nada a fazer, salvo um pouco de turismo, vamos dizer assim, e *observar* o que se passa em termos editoriais no resto do mundo. Neste sentido *Frankfurt é muito importante para uma editora pequena*. Mas não acredito que façamos negócios ali (...) Nosso trabalho é muito mais de observar, de procurar nos catálogos esses filét-mignon dos quais ninguém se dá conta e, se de repente sai, aí tratamos dele em casa, e de repente funciona, não é mesmo?” (Samuel León, editor de Iluminuras São Paulo entrevistado en agosto de 1994 –cursivas mías–).

¹⁷ Sería preciso repetir sistemáticamente las observaciones en Frankfurt y ensamblar la explicación mutua de un conjunto de fenómenos del mismo tipo. He avanzado mucho en este sentido al registrar otras ferias internacionales (París, Madrid, Río de Janeiro, São Paulo y Buenos Aires), aunque todavía me debo el tiempo necesario para agotar la interpretación, el cruzamiento de los datos y la publicación de resultados.

¹⁸ “(...) los escritores argentinos siempre hemos estado atentos a lo que se escribía en esas grandes literaturas. Me acuerdo de los bares de Buenos Aires en los años 60 cuando leíamos y discutíamos los libros recién publicados de Carlos Fuentes, de José Emilio Pacheco o de Clarice Lispector y Guimarães Rosa” (Ricardo Piglia, testimonio publicado en “De libros y autores”; www.librusa.com).

¹⁹ Para la aplicación de estas perspectivas en estudios sobre la literatura: *cf.* Casanova 1996, Bourdieu 1994, Sapiro 2000; sobre traducción: *cf.* Heilbron 1998, Sorá 2001; sobre edición *cf.* Simonin 1994, Sorá 1996; sobre el campo intelectual: *cf.* Casanova 2001, Thiesse 1999, Garcia 1998.

BIBLIOGRAFÍA

Anderson, Benedict; 1993; *Comunidades Imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del Nacionalismo*; México; Fondo de Cultura Económica.

Bourdieu, Pierre; 1994; “L’œil du XIXe siècle”; *Liber. Revue Intenationale des Livres*; n°20; p.32.

-----; 1999; “Une révolution conservatrice dans l’édition”; *Actes de la Recherche en Sciences Sociales* n° 126 - 127: 3 - 28.

Casanova, Pascale; 1996; “De l’inconvenient d’être né en Roumanie”; *Liber. Revue Internationale des Livres*; n° 28; p. 2-3.

-----; 2001; *La República Mundial de las Letras*; Barcelona; Anagrama.

Chartier, Roger et Henri-Jean Martin; 1991; *Histoire de l’édition Française. Le livre concurrencé, 1900-1950*; Paris; Fayard -Cercle de la Librairie.

Chartier, Roger; 1994; *A ordem dos livros. Autores, leitores e bibliotecas na Europa entre os séculos XIV e XVIII*; Brasilia; Ed. UnB.

- Darnton, Robert; 1989; *Boemia literária e revolução. O submundo das letras no Antigo Regime*, São Paulo; Companhia das Letras.
- Dottori, Nora; 2000; "Mercado o creación. Estado actual de la industria editorial en la Argentina"; *La Marea* (5) 15: 16 - 20.
- Elias, Norbert; 1989; *El proceso de la civilización. Investigaciones sociogenéticas y Psicogenéticas*; México; Fondo de Cultura Económica.
- Febvre, Lucien y Henri-Jean Martín; 1992 [1958] *O aparecimento do livro*; São Paulo; Unesp-Hucitec.
- García, Afranio; 1998; "La construction interrompue. Celso Furtado, la guerre froide et le développement du nordeste"; *Actes de la Recherche en Sciences Sociales* n°121-122: 52-61.
- Goody, Jack; 1977; *Domestication of the savage mind*; Cambridge, Cambridge University Press.
- Hartig, Aglaya; 1989; "L'édition et le commerce de livres en République Fédérale Allemande: structures et tendances actuelles"; *Cahiers de l'économie du livre* n°1: 97 - 111.
- Heilbron, Johan; 1998; "Traductions et échanges culturels. Notes sur le système mondial de traduction"; D. Broady, N. Chmatko y M. De Saint-Martin (eds.), *Formation des élites et culture transnationales*; Paris-Stockholm; pp. 247-259.
- Heymann, Dominique; 1991; "L'édition est-allemande à l'heure de la transition: structure, Problèmes et projets"; *Cahiers de l'économie du livre* n° 6: 119 - 155.
- Mauss, Marcel; 1972; "La nación "; *Obras III*; Barcelona; Barral; pp. 275 - 335.
- Polanyi, Karl; 1992; *La gran transformación*; México, Juan Pablos editor.
- Sahlins, Marshall; 1992; "Cosmologias do capitalismo. O setor transpacifico do 'sistema mundial'"; *Religião e Sociedade* n° 16: 8-24.
- ; 1994; *Ilhas de história*; Rio de Janeiro; Jorge Zahar Editor.
- Sánchez, Matilde; 2000; "La novela del libro argentino"; *Clarín* (Zona), 23 de abril, pp. 3 - 5.
- Sapiro, Gisèle; 1999; *La guerre des écrivains 1940 - 1953*; París; Fayard.

- Simonin, Anne; 1994; *Les Éditions de Minuit 1942 - 1955. Le devoir d'insoumission*; Paris; IMEC Éditions.
- Sorá, Gustavo; 1994; "Livros de uma exposição. Etnografia das bienais internacionais de livros do Rio de Janeiro e São Paulo"; Tesis de maestría; PPGAS - Museu Nacional - UFRJ.
- ; 1996; "Os livros do Brasil entre o Rio de Janeiro e Frankfurt"; *Revista Brasileira de Informação Bibliográfica*; Rio de Janeiro; Anpocs n° 41: 3-34.
- ; 1998; "Francfort: la foire d'empoigne". *Liber. Revue Internationale des livres* n° 34: 3-4.
- ; 1999; "La maison et l'entreprise. José Olympio et l'évolution de l'édition brésilienne"; *Actes de la Recherche en Sciences Sociales* n° 126-127: 90-102.
- ; 2000; "Die Frankfurter Buchmesse: der Ellbogen regiert", Pierre Bourdieu (org.) *Eingrenzungen, Ausgrenzungen, Entgrenzungen. Internationales Jahrbuch für Literatur und Kultur 1998*. Konstanz, Universitätsverlag Konstanz GmbH, 1999: 132-143.
- ; 2001; "Argentina, Brasil e os silencias da tradução"; *Cult. Revista Brasileira de Literatura* n° 48.
- Thiesse, Anne-Marie; 1999; *La création des identités nationales. Europe XVIIIe - XXe siècle*; Paris; Seuil.
- Weidhaas, Peter; 1999; *Memorias de un alemán atípico*; Buenos Aires; Ediciones de la Flor.