

CORDÓN GARCÍA, José Antonio. **El circuito bibliológico de la traducción literaria**. En: García Yebra, Valentín; Gonzalo García, Consuelo (eds). Manual de Documentación para la Traducción Literaria. Madrid, Arco Libros, 2005, pp. 73-97

EL CIRCUITO BIBLIOLÓGICO DE LA TRADUCCION LITERARIA

JOSÉ ANTONIO CORDÓN GARCÍA

Universidad de Salamanca

3.1. LA TRADUCCIÓN EN EL ÁMBITO EDITORIAL

Las traducciones desempeñan un status distintivo en el mundo de la edición: no pertenecen ni verdaderamente a la cultura de origen ni a la de llegada, puesto que habitan una zona intermedia entre las lenguas y las naciones. Por derecho vinculado a la editorial que lo publica, el libro traducido permanece unido -por el nombre del autor- a la cultura de origen. Pero la traducción, cuando adapta y transforma un texto extranjero para volverlo legible en una lengua de acogida, contribuye a preservar la identidad de la lengua y cultura que la acoge. De tal manera que la traducción forma parte de una literatura nacional en la medida en que esta última aclimata y adapta los textos según sus propias necesidades.

Esta relación con la cultura de llegada está sancionada política y documentalmente desde el momento en que toda obra traducida, cuando se publica, forma parte del patrimonio bibliográfico del país donde se realiza, integra el conjunto de sus colecciones nacionales y está obligada a ser conservada a través de las legislaciones específicas que regulan el depósito legal. Además, en las bibliografías nacionales de cada país aparecen indistintamente obras traducidas y autóctonas como un todo inseparable globalmente considerado. Estas bibliografías nacionales, que son la representación documental de la memoria cultural de un territorio, constituyen el principal exponente de esta integración al otorgarle el rango de nacional a toda obra en ellas incluidas. En el caso de España, de las aproximadamente 600.000 obras que integran la base de datos de bibliografía nacional española, 150.000 son traducciones de todos los tiempos y países. De tal manera que la *Bibliografía Nacional*, el patrimonio bibliográfico compartido y heredado, se configura como una gran casa donde una importante habitación está ocupada por huéspedes de otros lugares que la habitan con la misma autoridad y derechos que sus ocupantes naturales, un espacio común donde priman la fluidez de relaciones y de mutuas influencias. No ocurre igual con todos los países y sus respectivas bibliografías nacionales. Excepto unos pocos, como el caso de España, la habitación de invitados no es más que un oscuro zaguán sin apenas sitio para reposar, un habitáculo reducido e inhóspito.

Este aspecto, el status legal y oficial de las traducciones en los distintos países, ha sido escasamente tratado, poco atendido y, en general, ignorado en

beneficio de los estudios de carácter cultural, sociológico y literario. Sin embargo, lo que podíamos denominar como el *Índice de permeabilidad lingüística de un país*, esto es la importancia real que esta actividad representa, no sólo desde el punto de vista cuantitativo sino, sobre todo, desde su tratamiento legal a través de las disposiciones que regulan su inserción en el patrimonio bibliográfico nacional, daría claros indicios acerca de la capacidad y potencia de absorción intercultural de los distintos países y la fluidez de sus intercambios. No se trata tanto de ver el grado de preponderancia de unas lenguas sobre otras, reflejo de esa correlación de fuerzas lingüísticas que en todo momento operan en todas las ramas del conocimiento, sino los fundamentos socioculturales y jurídicos sobre los que se instituyen los intercambios. En este sentido, las legislaciones de depósito legal y las distintas disposiciones que las acompañan constituyen un excelente material de estudio a partir del cual poder establecer una ponderación real del grado de disponibilidad legal hacia la recepción y asimilación lingüística.

En cierto modo, podemos hablar de una suerte de relaciones de poder existentes entre obra original y traducida como una más de las dimensiones de la economía de intercambio que rige la producción y transmisión de textos. Para comprender por qué y cómo se publican las traducciones, es preciso consultar el mapa mundial de las relaciones literarias, comprender las relaciones de dominación ejercidas por las editoriales de los grandes centros metropolitanos. Pascale Casanova (2001) se hace eco de esta dimensión articulando un conjunto de parámetros que constituyen los índices de valoración de las distintas posiciones ocupadas, en el ámbito internacional, desde el punto de vista de la preponderancia o dominación de las lenguas. De hecho, se pueden estudiar las traducciones a partir de dos grandes interrogantes:

- a) *El aspecto comercial:*
¿Qué traducciones son rentables y de qué manera el editor presenta el libro traducido para atraer la atención del público lector?
- b) *El aspecto cultural:*
¿Cuál es la percepción de la traducción y de su papel cultural? ¿Qué red de relaciones literarias contribuye a crear? ¿Está el libro traducido llamado a cubrir una laguna en la producción local? ¿Está llamado a enriquecer las obras nacionales, a complementarlas, a sustituirlas?

3.1.1. Traducción y mercado

Una primera interrogante que sería necesario responder para comprender el lugar de la traducción en el mercado, es la razón de su publicación, de su nacimiento: los mecanismos que articulan una decisión que, para un editor, representa riesgos económicos adicionales o entraña

inversiones suplementarias que, en principio, han de estar basadas en criterios racionales.

Las traducciones ejercen sin duda un poder de atracción paradójico. Mientras que para ciertos editores están destinadas a servir los gustos del momento, para otros se dirigen a un público curioso por descubrir novedades. En la mayoría de los casos las traducciones responden menos a una necesidad interna o intraliteraria que a una realidad editorial, a una voluntad de difusión y propagación vinculada a un mercado de bienes simbólicos, impelida a una renovación permanente. Esta es una de las exigencias de un sector basado en una producción de prototipos que compiten entre ellos y al que hay que estar alimentando continuamente. Existen, ciertamente, las traducciones que no obedecen a criterios estrictamente comerciales sino que representan la voluntad de crear, desarrollar y mantener un catálogo, de desarrollar una edición de calidad en la que el editor se adelanta a los gustos del lector proponiendo textos y orientando el mercado. Son estas últimas las acciones más comprometidas y arriesgadas porque se basan en juicios culturales más que en cálculos comerciales con respecto a los cuales la respuesta del mercado adopta un mayor grado de imprevisibilidad.

Aunque el mercado es en gran medida previsible, el comportamiento del público lector está sujeto al capricho de un conjunto de imponderables no siempre controlables por las campañas y estudios de marketing, hechos que escapan al cálculo y la planificación editorial. Por otra parte, es posible y frecuente, como indica **Vicente Verdú (1995)**, que se puedan registrar casos sorpresa en medio del cálculo, pero lo incalculado con éxito acabará pronto convertido en una fórmula calculada para su reiteración.

Esta suerte de selección natural de las obras, que mide el éxito inmediato de las mismas, no implica ningún juicio de valor acerca de su calidad, pues los procesos de socialización del éxito en numerosas ocasiones responden a dinámicas de larga duración, en las cuales una obra permanece en hibernación durante largos lapsos temporales.

Desvelar los mecanismos del éxito relativo o absoluto de una obra nos lleva a estudiar los procesos operativos del sistema editorial, fundamentalmente los relativos a la fabricación o planificación de productos vendibles. Podría pensarse que ésta es la misión de toda editorial y que la razón de su existencia, como la de cualquier empresa, radica en rendir unos beneficios tras la realización de una inversión. Sin embargo, en la mentalidad de los editores y del mundo cultural en general encontramos posiciones ambiguas cuando no abiertamente contradictorias, representativas de una cierta esquizofrenia emotivo-sentimental con respecto a este sector del libro. Contradicción entre los aspectos puramente económicos y contractuales y la percepción romántica, espiritual o idealizada del libro como transmisor de contenidos y mensajes con vocación de perdurabilidad. El componente comercial o economicista del problema no deja de crear abiertas críticas y cuanto menos mala conciencia en sus practicantes, como si se estuviera traicionando un status primigenio o una regla de pureza no escrita. La etiología de este proceso ha sido descrita en numerosas ocasiones como una pérdida

de identidad o como un desarrollo degradado e indeseable. Carlos Barral, desde esta óptica, cuando describe el mundo editorial europeo lo hace en esos términos:

En aquellos años incluso los más indisimulados provocadores de la industria librera se guardaban muy mucho de aparentar en público que consideraban primarios los valores mercantiles y secundarios los de la tradición cultural. Los grandes patronos de la edición procuraban parecer feudales de la cultura, encastillados protectores de las letras, de la escritura noble, y habían aprendido de sus colaboradores, los clerics de l'édition, clérigos editoriales, directores de colecciones, críticos domésticos y rehacedores de estilo, un código de conducta propio de una supuesta caballería intelectual, un código que se transparentaba en los gestos verbales y no verbales y en los aprecio y desprecios lastrados por el peso de un poder incierto (1988: 27).

En poco tiempo, sin embargo, Barral detecta el cambio en su propio entorno cultural y profesional:

No sabría explicar cómo empezó ese fenómeno, ese proceso de descaro de la profesionalidad entre las gentes de las letras que se fue contagiando a los letraheridos. De pronto todas las conversaciones derivaban a asuntos relacionados con el éxito y el dinero. Sin ningún pudor por parte de sus practicantes y de los aspirantes. La literatura era una cuestión de mercado y se hablaba de ella en los términos que hasta entonces habían sido privativos de la infraliteratura y la escritura de consumo. Por fin los escritores eran productores, pero en el peor sentido de la palabra... Los nuevos escritores aspiraban a triunfar y no a escribir... Comenzaba a hablarse de triunfadores incluso en las carreras del espíritu (1988: 28).

Alfred Doblin lo expresaba sarcásticamente ya en 1913:

El editor mira con un ojo al escritor y con el otro al público. El tercer ojo, sin embargo, el ojo de la sabiduría, está fijo en la bolsa del dinero

Ramón Acin no es menos categórico:

El contexto social y cultural donde acaece la fusión obra literaria-lector se halla totalmente enfermo, contaminado, siendo casi imposible escapar a los esquemas del mercado y de la publicidad en que ya está envuelta la literatura (1996: 55).

Un personaje de David Lodge lo expresaba muy gráficamente:

El novelista es un capitalista de la imaginación. Él o ella inventa un producto que los consumidores ignoraban que deseaban hasta que les resultó disponible, lo manufactura con el apoyo de esos dispensadores de capital de riesgo conocidos como editores, y lo vende en competencia con los fabricantes de otros productos marginalmente diferenciados pero de la misma clase (1988: 92).

La traducción literaria es el resultado de una serie de selecciones operadas por diversos filtros sociales, económicos y culturales en los proyectos que los escritores han llevado hasta el estado de escritura. En los países regidos por una economía de mercado, el editor aplica a todos los libros un

criterio general de selección económica. Compra al escritor sus obras cuando piensa que éstas pueden tener un lugar en el mercado.

Como señala Escarpit (1972), el mercado literario sería relativamente simple si la literatura no fuera lo que es: no programable por definición. Esta incertidumbre connatural a ella motiva que la captación del lector obedezca a razones en muchas ocasiones no estrictamente literarias, deudoras de los parámetros de distinción que Bourdieu (1998) ha establecido para el ámbito artístico. Así, el esnobismo, la culpabilización cultural, la ostentación, etc., están en el trasfondo de buena parte del funcionamiento de este mercado.

El éxito o el fracaso de una obra obedece a una complejidad de factores difíciles de discriminar. El factor económico por sí sólo elimina en un año cerca del 90% de las obras publicadas. La crítica, la mala distribución, la falta de información o la simple costumbre suprime otra buena parte de este contingente. Los elevados niveles de rotación a los que obliga una producción intensiva y creciente determinan, además, que muchas de las obras que se publiquen, carezcan de cualquier oportunidad de llegar a su público lector natural, en el caso de que éste llegara a existir. El volumen de títulos publicados cada año es tan descomunal que los puntos de venta, desbordados por este aluvión de novedades, se ven imposibilitados de mantenerlas en exposición, o a disposición de los potenciales clientes, el tiempo necesario para que puedan ser consultadas o conocidas. A veces los libros ni tan siquiera salen de los paquetes editoriales. Tras los primeros años de su aparición sólo un porcentaje mínimo de obras habrá permanecido como referente de esa especie de canon selectivo que constituye la clasicidad, alimentando el estereotipo de la cultura literaria. Pero la inmensa mayoría habrá sido pasto del olvido y de las guillotinas de papel. Pocos productos como los libros alcanzan antes la condición de inexistentes. No sólo es el grado de visibilidad editorial de cualquier obra el que se ve involucrado en esta deriva, sino también el de disponibilidad, esto es la posibilidad de que un lector pueda disponer de una obra con cierta facilidad. El acto de lectura se reduce a los estrechos límites de esta antología cuya disponibilidad cuantitativa ha ido aumentando en el tiempo, con la aparición de nuevos soportes y formatos como el libro de bolsillo, pero cuya estructura cualitativa es rígida y sometida a los actos de sanción y acreditación que la convierten en difícilmente permeable.

Determinar el futuro de una obra literaria, y más concretamente de una obra traducida, es harto difícil pues los elementos que condicionan su dinámica editorial y cultural son múltiples y difícilmente objetivables. El hecho, bastante frecuente, de seleccionar una obra ya precedida de éxito en el país de origen no es garantía de triunfo en el país de llegada. Por la razón antes apuntada, los factores que confluyen en el acto de compra, y más aún en el de lectura, son tan imprevisibles que, exceptuando obras que participan de las mieles de los best-sellers, es casi imposible anticipar o programar su decurso comercial. Pero incluso el éxito de ventas tampoco es garantía de nada. El editor Wili Droemer lo expresaba así:

Mis experiencias de los últimos años precisamente en este campo me hacen sospechar que el problema de los best-sellers y de su hechura es una versión moderna de la fabricación del oro en la Edad Media. Cada uno de aquellos alquimistas tenía determinadas ideas de los ingredientes necesarios para poder sacar una barra de oro del crisol. De ese modo se cree que cada editor posee los ingredientes y que solo necesita echarlos en una olla y al final sacar un best-seller de ella. Eso funciona con los best-sellers como con la fabricación de oro en la Edad Media. En la mayoría de los casos al fin solo sale similar (López de Abiada y Peñate Rivero, 1997: 33).

La experiencia muestra una abundancia de obras para las cuales se han efectuado las previsiones más optimistas, pero que, una vez puestas a la venta, experimentan un escaso nivel de acogida. Así por ejemplo ocurrió con *El secreto de Donna Hart*, que en USA, Gran Bretaña u Holanda ha tenido ventas superiores a los 100.000 ejemplares, pero que en España no ha sobrepasado los 7.000; o *Las nuevas confesiones de Willian Boyd*, que en Inglaterra superó los 20.000 ejemplares y en España, según declaran los responsables de Alfaguara, ha funcionado muy mal desde su publicación en 1989 (Obiol, 1995); así como el *El olvidado*, del premio Nobel de la paz Elie Wiesel, avalada por el reconocimiento internacional, pero que despertó el interés de sólo 1.100 lectores en España, en 1994. Por poner otro ejemplo anterior, *Adiós a los padres* del novelista y dramaturgo Peter Weis ha vendido sólo 800 ejemplares desde su publicación en 1968. Weis ya era conocido en nuestro país como autor de *Marat-Sade*. Este no era el caso de Paola Capriolo, que acaparaba éxito de ventas y público en Italia y que no interesó lo más mínimo en el nuestro: *La gran Eulalia* vendió 400 ejemplares y *El barquero de las ánimas* 300. Hay que señalar que Capriolo ha sido comparada con Calvino por la crítica especializada.

Lo cierto es que se podrían multiplicar los ejemplos de esta incertidumbre endémica que afecta a la obra literaria en general y, cómo no, a las traducciones, en las que este elemento de imprevisibilidad se agudiza por la mayor inversión que ha de efectuar el editor en la publicación de la obra. Claro que el editor siempre puede recurrir a los procedimientos que relata Héctor Yanover en sus *Memorias de un librero*; refiriéndose a la experiencia de un editor amigo suyo, cuenta que le relató éste:

Una sola vez quise hacer las cosas como Dios manda. Compré los derechos de una obra premiada en Europa (*El navegador*, premio Ciudad de Mónaco), busqué un buen traductor, la imprimí en obra primera, copié la tapa de la edición original y no vendí ni cien ejemplares. El día en que mi hermano pidió un libro para leer en el baño, le alcancé uno de la parva. Una hora más tarde salió entusiasmado: es muy bueno, dijo, ¿lo vendiste bien? Le conté lo mismo que le acabo de contar y me aconsejó que le cambiara la tapa poniendo en lugar de la discretísima que tenía, dos aviones en picada lanzando fuego por las bocas; que le cambiara el título que no decía nada por el de *Muerte en el aire* y que omitiera el nombre del traductor. Fue la primera vez que un libro que había pagado todos los derechos se disfrazaba de pirata. Seguí los consejos de mi hermano y en pocos meses vendía veinte mil ejemplares. Jamás volví a pagar derechos por una obra (1994: 58).

Lumen intento lo mismo con la obra de Peter Weir, *Adiós a los padres*: le cambiaron las cubiertas y se le añadió el texto *Punto de fuga*, con el fin de animar al posible lector, pero todo resulto inútil.

Y es que a veces ocurre lo que describe Xabier Moret en su *Impostor sentimental*:

Los editores... son gente bien rara que, en vez de guiarse por sus propios gustos literarios, prefieren sorprenderse publicando lo que nunca leerían o, incluso, lo que no entienden. El razonamiento quizá no es tan estúpido como podría parecer de entrada, ya que los editores son siempre conscientes del carácter selecto y minoritario de sus gustos... y es por ello que han aprendido que para conectar con el público tienen que fiarse más de lo que detestan que de lo que de verdad les gusta... (1997: 42).

El olfato editorial, cualidad inherente a los buenos editores, no siempre participa de una condición cualificada, sino que más bien se asemeja a esa figura de editor que describía Tom Sharpe:

De Hutchtemeyer se decía que era el editor más analfabeto del mundo y que, después de haberse iniciado en la vida como promotor de boxeo, había decidido poner sus dotes pugilísticas al servicio del negocio de la edición... Se decía también que no leía nunca los libros que compraba y que las únicas palabras que sabía leer eran las que aparecían en los cheques y los dólares. Se decía que era propietario de la mitad de la selva del Amazonas y que, al mirar un árbol, lo único que era capaz de ver era la sobrecubierta de un libro (1992: 94).

Los factores desencadenantes del éxito o fracaso de una obra son versátiles e inestables. Conocemos algunos de ellos, sobre todo los que funcionan en los éxitos de ventas.

Uno de los mecanismos más intensamente utilizados para provocar el éxito de una obra es el de las fuertes inversiones en publicidad directa e indirecta en medios de comunicación: inserción de anuncios en prensa, revistas especializadas, entrevistas televisivas, críticas, etc. Felipe Benítez Reyes declaraba que en el éxito comercial de los libros cuentan mucho los factores misteriosos, pero que también existen una serie de factores objetivables como la fuerte inversión publicitaria que acompaña a alguno de ellos. Nada más cierto. Y aunque la inversión en publicidad y actos de promoción de diversa índole no explique por sí sola el mayor o menor éxito de una obra, sí que contribuye a potenciarlo. Los sistemas de acreditación, simbólica y mercantil, funcionan con multitud de referentes y uno de ellos es la presencia mediática de las marcas, entendidas éstas en sentido amplio, esto es tanto de autores, como de editoriales, incluso de títulos. La aparición de anuncios, noticias, reseñas, críticas y publicidad directa van conformando unos niveles de visibilidad que operan como mecanismo tanto consciente como inconsciente en el acto de lectura y de compra de libros.

La economía del libro se asemeja aquí a la del cine en la medida en que los costes comerciales y publicitarios asociados al lanzamiento de un producto sobrepasan, en muchas ocasiones, los costes de producción. Editoriales como "Bantam Books" no dudan en invertir varios millones de dólares en el

lanzamiento en libro de bolsillo de títulos de Daniel Steel, Jacqueline Susan o Stephen King. Anuncios, carteles de presentación, tours promocionales mantenidos por un ejército de relaciones públicas, o campañas publicitarias en la televisión, constituyen el recurso habitual de cualquier gran grupo editorial. El negocio del *Blockbuster* o título estrella es ya en América del Norte la panacea de algunos grupos editoriales, capaces de pagar adelantos de varios millones de dólares a los autores más buscados. Así, por ejemplo, Arthur C. Clarke obtuvo unos adelantos de 4 millones de dólares por su última novela, o Scott Turow de 3 millones; Tom Clancy recibió 60 millones como adelanto de sus tres próximas novelas, Patricia Cornwell 27 millones, Dean Koontz 25 millones, Anne Rice otros 25, o Jeffrey Archer 35 millones. Una tendencia ésta mucho menos desarrollada en Europa que se reforzará en la medida en que se produce una degradación progresiva del mercado final y una concentración muy fuerte de las redes de librerías (Schiffrin, 2000: 76).

Sven Birkerts describe este proceso de imposición mercadotécnica refiriéndose a la actividad normal de un joven escritor:

Quando termine su obra maestra no sacará el papel marrón y el cordel; enviará el libro (o quizá probablemente el diskette) a su agente... Si se puede colocar el libro habrá negociaciones; el agente y el editor forcejearán en torno a presupuestos publicitarios, derechos cinematográficos y electrónicos, sobre giras de promoción. Será muy raro que el editor trabaje el manuscrito para proporcionarle su forma artística definitiva... En la actualidad la función del editor consiste en las adquisiciones... (1999).

Alberto Manguel, parodiando estas exacerbaciones publicitarias, auguraba que “un día alguien encontrara un ejemplar de una novela de William Golding no firmado por el autor y valdrá una fortuna” (1998: 293).

Si bien la publicidad es un poderoso medio de promoción de una obra, en numerosos casos este aserto habría que ponerlo en entredicho, como demuestra una investigación que desarrollamos en los años 97 y 98, donde comparamos las obras más publicitadas a través de la prensa, nacional y local -comprendiendo bajo el término de publicidad no sólo la inserción de anuncios sino la aparición de críticas, reseñas, entrevistas a los autores, etc.-, con las listas de libros más vendidos en ese mismo periodo. Una de las conclusiones que obtuvimos fue la escasa coincidencia de las dos listas.

La aparición de anuncios publicitarios no siempre produce un acto de compra. Bien es cierto que el efecto de la publicidad puede repercutir con mayor dilación en el tiempo. Con respecto a las traducciones, varias de ellas aparecían entre la lista de obras más vendidas: *El paciente inglés* de Michael Ondaatje, *El sastre de Panamá* de Jon Le Carre, *El tercer gemelo* de Ken Follet, *Neandertal* de John Darton y *Anima Mundi* de Susana Tamaro. Todas estas obras habían sido best-sellers en sus países de origen y fruto de fuertes campañas de difusión y publicidad. Comentaba Julián León, director editorial de *Temas de Hoy*, que *El País de las tentaciones* y *La Luna*, publicaciones que editan, entre ambas, aproximadamente un millón de ejemplares, dedicaron sendas portadas a uno de los libros publicados por su editorial: *¿Hay vida independiente en el Rock and roll?*, de Julián Hernández, cantante de “Siniestro

Total”, y que la venta de la obra fue de unos 5.000 ejemplares. Aunque al editor le parecieran estas cifras muy importantes, realmente reflejan un nivel de efectividad ínfimo, teniendo en cuenta el medio utilizado y el espacio dedicado a su promoción, que se complementó además con apariciones televisivas y otros procedimientos al uso. Quizá sea cierta la afirmación de **José Antonio Marina** de que con los libros pasa un poco como con los detergentes: “no es que la publicidad vaya a hacer que un detergente se venda más, es que la ausencia de publicidad hace que no se venda” (2000: 46).

De lo que se trata a fin de cuentas es de otorgarle el máximo nivel de visibilidad a una obra, única manera de que el lector la encuentre entre los 60.000 títulos que se editan cada año. Siempre teniendo en cuenta que se vende cada vez más de cada vez menos y cada vez menos de cada vez más.

Las cifras de lectura y compra de libros en Europa son indicativas de la situación real en la que se encuentra el sector editorial en España y Europa, así como del contexto en el que hay que ubicar la traducción literaria en cuanto a su recepción.

Si en los casos de Holanda, Suecia o Reino Unido los porcentajes de lectores habituales, es decir los que leen más de 10 libros al año, sobrepasan el 40% de la población, cuando contemplamos a países como Italia España o Portugal los valores son francamente irrisorios situándose en torno al 10%.

Podría aducirse que tratándose de índices de lectura elevados los datos carecen de relevancia, pues apuntan hacia segmentos de población no necesariamente representativos si lo que se quiere valorar es el hecho de leer, que por definición no tiene por qué adaptarse a estos niveles, ni participar de secuencias intensivas como las que parecen apuntar los mínimos considerados (10 ó más libros). Puede que esto sea así, aunque dudamos sinceramente que la cantidad de libros considerada pueda ser apreciada como valorativa de un buen lector.

La radiografía completa de los niveles de lectura la obtendremos a través de las cifras de lectura nula, esto es de la población que no ha leído ningún libro en el último año, lo que habitualmente puede extrapolarse hacia atrás en el tiempo. En este caso, la relación se invierte con respecto a la que representaba los porcentajes de los países más lectores. Ahora son España, Portugal, Italia o Grecia los que confiesan, con valores en torno al 50%, no haber leído un sólo libro en el último año.

Según estos datos podemos apreciar la disfunción existente entre población alfabetizada y población lectora. Si cuando hablamos de países mediterráneos la diferencia entre ambos parámetros es bastante acentuada, no lo es menos cuando consideramos la media europea, que alcanza un porcentaje de población nulamente lectora de un 38%, esto es que uno de cada tres europeos no ha leído ni un sólo libro en el último año.

Si la situación es grave con respecto a los niveles de lectura, no mejora, antes al contrario, con respecto a los niveles de compra. Aunque lectura y compra de libros no sean dos factores que hayamos de considerar indisolublemente unidos, sí que pueden ofrecer un dibujo fehaciente de los hábitos de consumo cultural en el tramo que estamos contemplando. Decimos

que no son factores indisolublemente unidos porque no se exigen necesariamente. Ni la compra de un libro conlleva su lectura, ni la lectura de una obra presupone su compra.

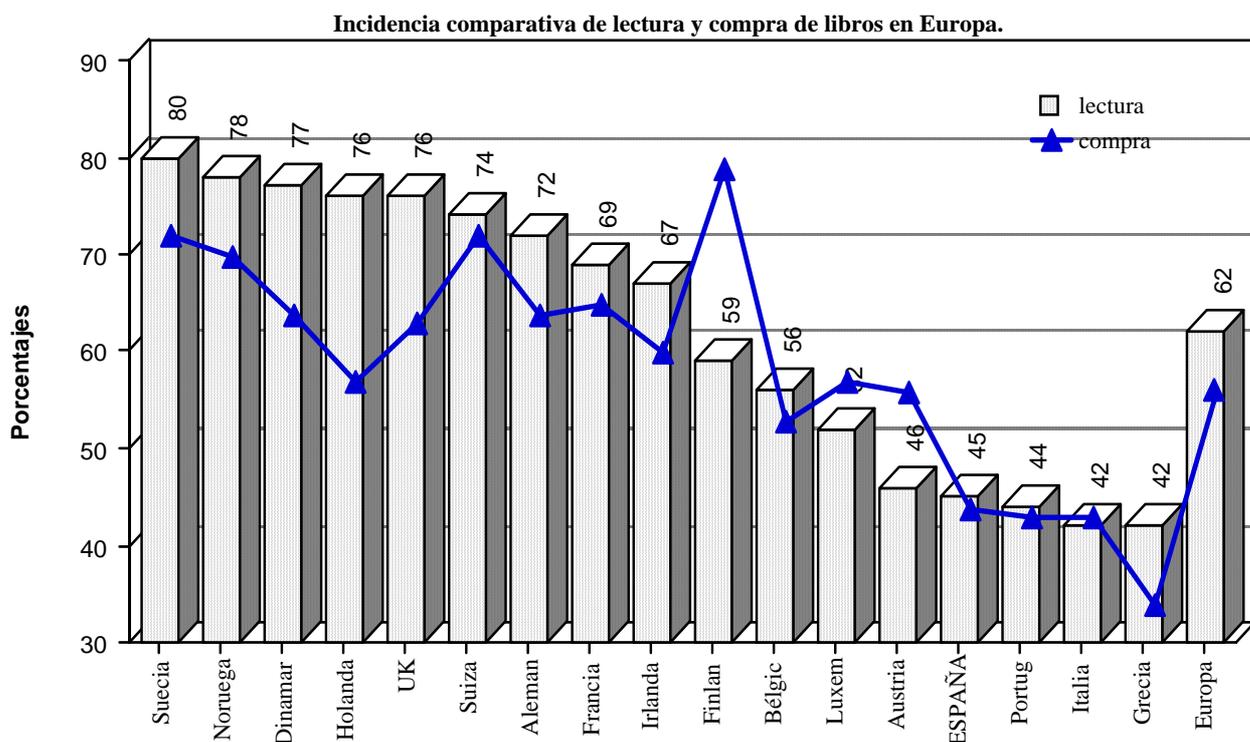


FIGURA 3.1. Comparación de lectura y compra de libros en Europa

El contexto en el que se mueve la obra literaria en general, y la traducción de ésta en particular, está además marcado por la competencia con otros medios que tienden a monopolizar el consumo cultural, o al menos a diversificarlo, suprimiendo el carácter preponderante que hasta ahora había tenido el libro. Un consumo cultural que no sólo ha experimentado un espectacular incremento sino, sobre todo, una modificación drástica de sus prácticas habituales. Todo ello es fruto de un aumento general del tiempo dedicado al ocio, a su vez relacionado con la producción comunicativa y cultural. Uno de los fenómenos más significativos de los últimos años ha sido la disminución paulatina de las horas de trabajo al tiempo que se incrementaba la esperanza de vida, al menos en las sociedades desarrolladas. Fruto de esta evolución ha sido el crecimiento exponencial del tiempo libre disponible a lo largo de la vida, un tiempo que reviste, en la mayoría de los casos, una condición ociosa. Verblen denominó a su emblemática obra *Teoría de la clase ociosa* para caracterizar a la sociedad de principios de siglo y nunca más apropiada esta denominación que ahora, sin los tintes peyorativos que

entonces se le otorgó. Según el informe de la OIT, *Indicadores claves del mercado de trabajo*, publicado el 5 de Septiembre de 1999, existe una tendencia general a la disminución de las horas de trabajo anuales en casi todos los países industrializados, excepto en USA, donde las horas trabajadas en 1997 fueron unas 2.000, datos que contrastan con las 1.399 de Noruega o las 1.522 de Suecia. En España, en 1997, se trabajó una media de 1.800 horas, lo que supone un descenso en comparación con las 2.000 que se trabajaban en 1980, pero que todavía la sitúa entre los tres países con la jornada laboral más prolongada en Europa, junto a Turquía e Islandia.

La relación de la mayoría de los ciudadanos con la cultura pasa por los medios de comunicación y las producciones culturales, a los que la práctica totalidad dedica un espacio significativo de su tiempo diario. Según el Informe del Consejo de Europa sobre la participación en la vida cultural, una mesa redonda celebrada en Moscú en 1991, el número total de horas libres a la semana ha aumentado en un 30%. De éstas, el tiempo total consagrado a la utilización de la electrónica ha aumentado en los últimos años un 25%, pero el dedicado a la lectura ha disminuido un 40%. Para el caso de España, de las 2.900 horas, aproximadamente, que la población está en contacto con los medios (33% del tiempo anual), la mayor parte de ese tiempo, un 92%, lo absorben los medios audio y audiovisuales, frente a 180 horas de la prensa y 50 de los libros.

Si se valorara el coste hora de acceso a los medios por persona en función del gasto individual y el tiempo de uso, llama la atención que las 230 horas de uso anual medio de productos vinculados a la *lectoescritura* cuestan tanto como las 2.600 horas de *audio/auditiva*, lo que significa que la hora de uso de lectura cuesta **5,4 euros**, mientras que la hora de uso del audiovisual no llega a los **0,3 euros**, 14 veces menos.

Según Petrucci (1998), contrariamente a lo que sucedía en el pasado, hoy en día la lectura ya no es el principal instrumento de culturización que posee el hombre contemporáneo; esta ha sido desbancada en la cultura de masas por la televisión, cuya difusión se ha realizado de un modo rápido y generalizado en los últimos treinta años. Por primera vez, pues, el libro y la restante producción editorial encuentran que tienen una función con un público que se alimenta de otras experiencias informativas y que ha adquirido otros medios de culturización. Las nuevas prácticas de lectura deben convivir con esta auténtica revolución de los comportamientos culturales. El hábito del *zapping* y la larga duración de los programas han forjado potenciales lectores que no sólo no tienen un canon, un orden de lectura, sino que ni siquiera han adquirido el respeto, tradicional en el lector de libros, por el orden del texto, que tiene un principio y un final y que se lee según una secuencia establecida por otros.

Se puede hablar, como mantiene el informe FUINCA sobre *El sector del libro en España* (1993), de un debilitamiento de sus fronteras que afecta a todos los segmentos del sector. Como indica Birkerts (1999), las tecnologías del ocio han llegado con gran estruendo disminuyendo las audiencias de los libros. Estas tecnologías, además, influyen poderosamente en los usuarios

provocando cambios que representan una auténtica transformación en el contexto cultural, determinando un desplazamiento de los libros del centro a los márgenes.

Este es el contexto general en el que se desenvuelve la publicación de traducciones. Una actividad que en nuestro país adquiere una importancia singular hasta configurarla en una de las características definitorias del sector editorial.

3.2. CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA TRADUCCIÓN EN ESPAÑA

La cantidad de obras que se traducen globalmente en el mundo ha seguido un ritmo de crecimiento constante, como lo atestiguan las cifras. Si en 1958 la cantidad global de libros traducidos fue de 29.213, en 1978 prácticamente se había duplicado, alcanzando los 57.147 (Sajkevic, 1992) y en la actualidad rondan las 100.000 traducciones anuales, según información aportada por el *Index Translationum*. Sin embargo, aunque los valores absolutos experimenten cambios con el transcurrir del tiempo, comprobamos que los valores porcentuales permanecen prácticamente inalterados a lo largo de los últimos 40 años, estabilizándose en torno al 10% de la producción global (Escarpit, 1965), y estando sujetas las variaciones a la dinámica de la propia industria editorial más que a factores exógenos a la misma.

España representa un modelo caracterizado por un elevado número de importaciones lingüísticas. Otra particularidad es su escasa capacidad de exportación, como lo demuestran las estadísticas de los autores más traducidos, en las que nuestro país ocupa un lugar casi testimonial. En la base de datos del *Index Translationum*, único útil con que contamos para poder constatar este supuesto, podemos comprobar que el porcentaje de obras traducidas del español a otras lenguas es de aproximadamente un 5% de las 800.000 que se incluyen en la base, una cantidad completamente ridícula si la comparamos con las cifras que presentan otras lenguas como el inglés, que acapara prácticamente el 50% del conjunto de traducciones, o el francés y el alemán, con un 15% respectivamente; incluso idiomas completamente minoritarios como el sueco presenta valores similares a los de nuestro país.

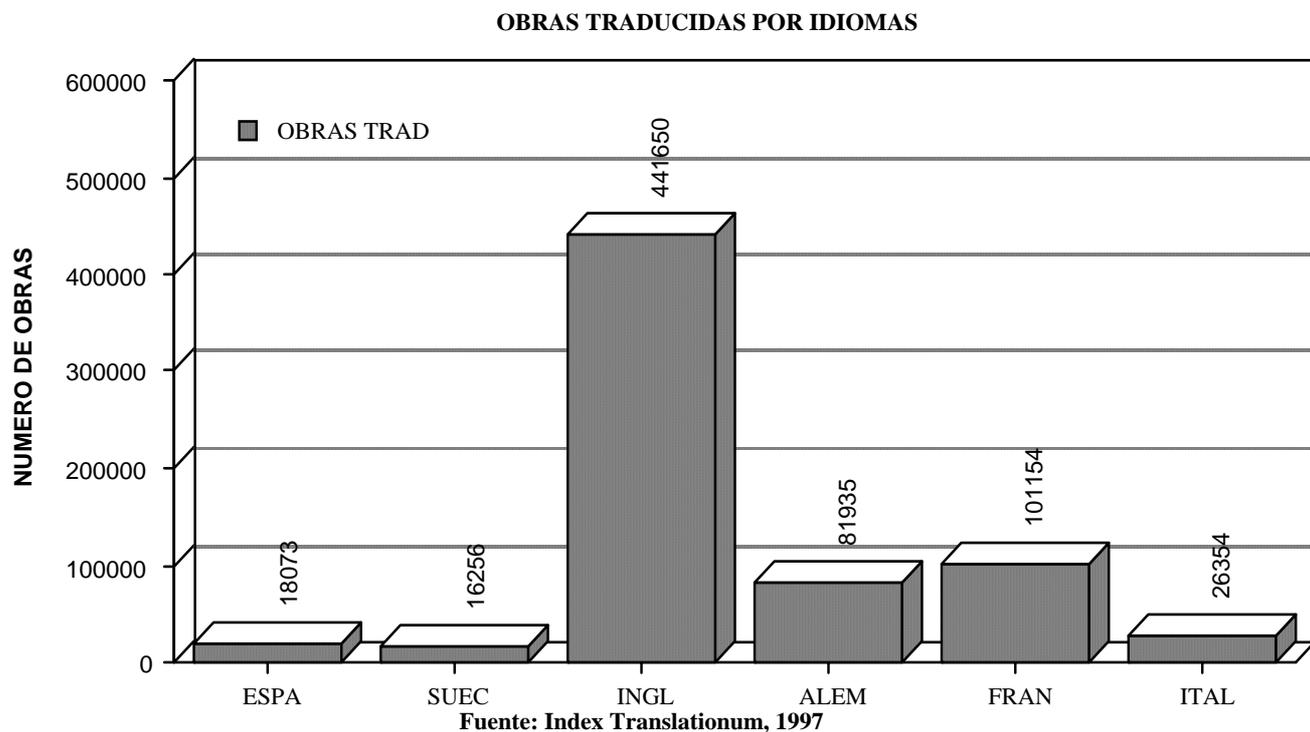


FIGURA 3.2. Número de obras traducidas según el idioma original

Se quejaba el escritor José María Merino (1990) de que España es actualmente una gran desconocida en el mundo. Pero en los últimos años se está produciendo un movimiento de inflexión y algunas editoriales están comenzando a instalar filiales en países en los que el español puede cobrar una importancia mayúscula debido a la presión demográfica de los sectores hispano-hablantes y al creciente interés que la cultura hispánica despierta. Pero son movimientos incipientes, que afectan principalmente al ámbito de la creación literaria y cuya evolución habrá que analizar en el futuro. En otros terrenos, como en el de la traducción institucional o, sobre todo, la traducción científico-técnica, el español es un idioma escasamente considerado. De todos modos, es significativo que sea en USA donde se realizan más traducciones del español al inglés, con una diferencia muy significativa con respecto a otros países anglohablantes. Por otra parte, el interés de las editoriales norteamericanas por la publicación de libros en español es creciente debido al fuerte incremento de la población hispana en los últimos años. En el año 2001 Random House, perteneciente al grupo Bertelsmann, firmó un acuerdo con Mondadori para la distribución de libros en castellano; McGraw Hill posee igualmente un amplio muestrario de títulos en castellano; y Santillana, con su división de Santillana USA Publishing, o Planeta, son grupos cuya presencia es cada vez más importante en el ámbito americano.

Además, para el caso de España, ha de tenerse en consideración un factor explicativo importante: la importancia que tradicionalmente han tenido las

exportaciones hacia aquellos países de nuestra misma área lingüística, que parcialmente viven en lo que Sajkevic (1992) denomina “Cultural Shadow”, un fenómeno mediante el cual el país de referencia, en este caso España, adopta la responsabilidad de suministrar a otros sus principales consumos culturales. En este contexto, México y Argentina ocupan los puestos primero y tercero en cuanto a importación de libros españoles en el año 2000, con importaciones del valor de 77 y 55 millones de euros respectivamente.

El contexto en el que hay que insertar la traducción es tan versátil como lo es el de la industria editorial que le da cobijo, o el de las industrias culturales que le sirven de referente comparativo. Sin embargo, a pesar de la movilidad a la que puede estar sometido este sector, en función de las modas, de las tendencias culturales del momento, de los caprichos del editor o de la presión por publicar, un hecho significativo y curioso es que los porcentajes de traducción apenas han experimentado variaciones en los últimos años, de tal manera que si la edición ha sufrido un proceso de crecimiento exponencial en cuanto al número de títulos, la traducción ha corrido pareja a este aumento. Los porcentajes relativos de la misma se han mantenido constantes en un arco de entre un 22 y un 25%.

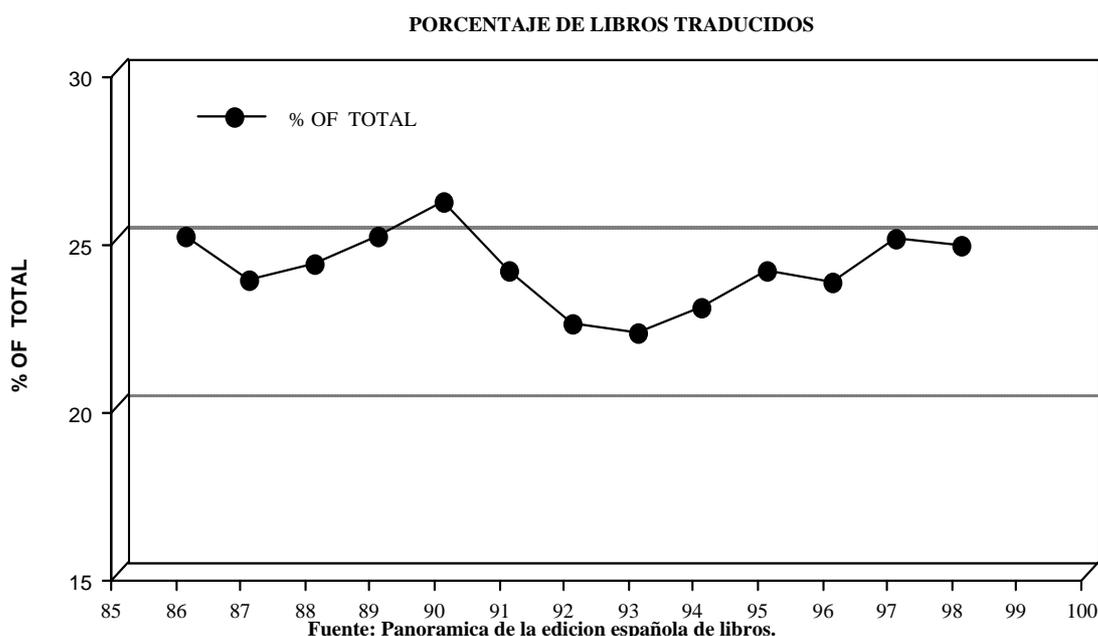


FIGURA 3.3. *Porcentaje de libros traducidos*

Es preciso aclarar que los datos globales varían considerablemente según la fuente que utilicemos. En el caso de que empleemos el *Panorama de la Edición Española de Libros*, elaborado por la Agencia Española del ISBN, los datos prácticamente se duplican. La razón de estas variaciones puede ser la fuente distinta que se emplea en uno y en otro caso: el Depósito Legal para el primero; el ISBN para el segundo. La razón es que el sistema de recogida de

datos de la Agencia Española del ISBN puede provocar algunos errores de contabilización, al adjudicar varios números de ISBN a una obra que cuenta con varios volúmenes, aunque se trate de un mismo título, o errores imputables al hecho de que algunos países de Iberoamérica cuenten con los mismos dígitos que España para el campo de área lingüística.

Dentro de la traducción, es la relativa al sector de la creación la que reviste la mayor importancia a lo largo del tiempo, importancia no sólo por la cantidad de títulos que se publican anualmente, sino por las tiradas medias de los mismos. La traducción en el campo de la literatura representa aproximadamente un 40% del conjunto de obras editadas, porcentajes muy superiores al del resto de los subsectores de la edición, dato de por sí significativo que, completado con el de las tiradas, sirve para hacernos un dibujo de lo que representa esta actividad en su conjunto.

Las tiradas, es decir el número de ejemplares que se realizan de cada título publicado, se perfilan según las previsiones de mercado que calculan los editores, bien basándose en prácticas precedentes, bien en prospecciones que efectúan al respecto. Como se indica en el Informe FUINCA:

Para determinar el tamaño de la tirada, los criterios de decisión del editor se componen de un mix de experiencia personal y de los elementos de juicio obtenidos del análisis de datos sobre el comportamiento pasado de ediciones similares (1993: 88-89).

Las tiradas siempre se efectúan atendiendo a las previsiones de mercado calculables para una obra, es decir al público potencial existente para la misma. Como señalaba Baudrillard (1972: 89), el consumo constituye el modo estructural de la productividad, constituyéndose en la norma que rige la mayor o menor amplitud de las tiradas. En su mayoría, obedecen a comprobaciones previas de funcionamiento efectuadas en el país de origen de la obra.

La tirada de una obra constituye el resultado del cálculo que el editor efectúa acerca de la acogida potencial de ésta en el mercado: es una representación de las expectativas de colocación que se le suponen. Cuanto más tímidas son las tiradas, menos posibilidades de venta se les atribuyen, y viceversa. El incremento, la extensión de las tiradas de las obras constituye siempre un indicio -cuando éste es sostenido- de la ampliación del público lector y de los hábitos de lectura. Robert Escarpit (1965) consideraba poco desatinado calcular en unos 10.000 ejemplares la tirada media mundial, aunque matiza que no es descabellado pensar que éstas puedan aproximarse, en la década de los años 60, a los 13.000 ejemplares por título. En España, las medias se han incrementado constantemente durante el periodo 1965-1984, para experimentar a partir de entonces altibajos continuados.

Media 1965-1969	6.319 ejemplares por título
Media 1970-1974	8.349 <i>ídem</i>
Media 1975-1979	8.352 <i>ídem</i>
Media 1980-1984	9.039 <i>ídem</i>

Podemos observar que las tiradas medias en España durante los veinte años que transcurren entre 1965 y 1984 no alcanzan las medias mundiales establecidas por Robert Escarpit¹, aunque en el tramo que corresponde a 1980-1984 los valores se aproximan. Sin embargo, esta progresión no se ha mantenido y, a partir del año 1986, las tiradas muestran una tendencia a la baja hasta el punto de que en la actualidad rondan los 3.500 ejemplares de media.

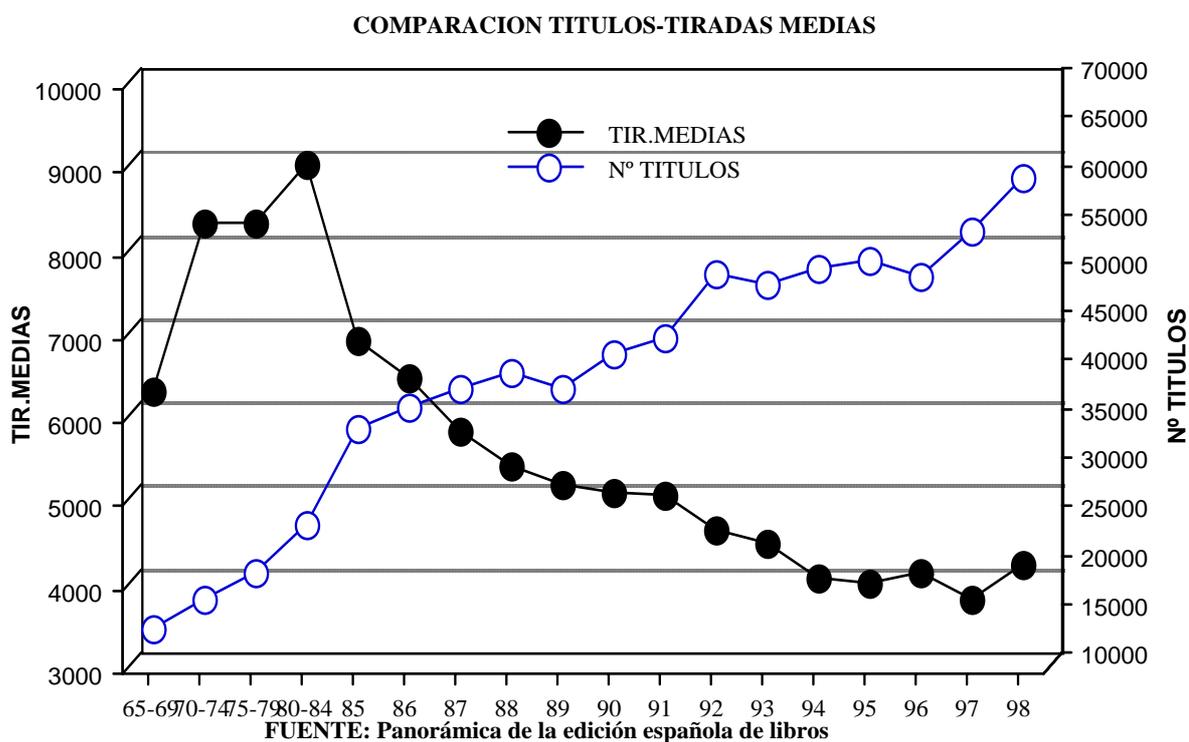


FIGURA 3.4. Comparación entre número de títulos y tiradas medias por título

¹ Además, como agravante de este aserto, es preciso considerar que los países desarrollados presentan unas cifras muy superiores a esta media, como, por ejemplo, los Estados Unidos, con una tirada media de 14.000 ejemplares; la URSS, con 17.000; o el Reino Unido, con 15.000.

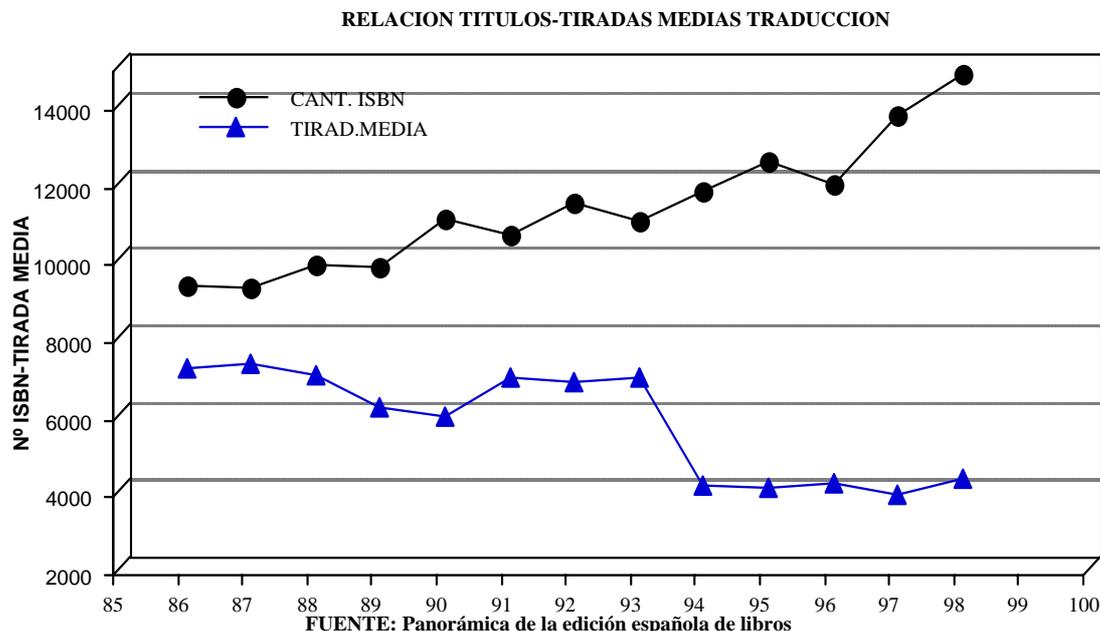


FIGURA 3.5. Comparación entre número de títulos traducidos y tiradas medias por título

La evolución de las tiradas ha seguido un desarrollo decreciente, fruto de la debilidad del público lector y del espectacular incremento del número de títulos existentes en el mercado. Como indica Rodríguez de la Flor, “se percibe bien el vendaval que azota la conciencia, el crecimiento cancerígeno de una oferta que ya ninguna demanda está en condiciones razonables de atender. La descompensación entre los libros que se ofrecen y el número de personas dispuestos a leerlos o al menos a comprarlos, se incrementa a pasos acelerados” (1997: 27).

Javier Marías, conocedor seguramente de la definición que del editor hacía Adlai Stevenson, para quien “un editor es el que separa la paja del grano e imprime la paja”, consideraba de esta manera la función libraria:

Hasta cierto punto empieza a dar la sensación de que la única función real que tienen muchos de los libros que publican las editoriales es la del anuncio de la editorial, la de ocupación de un espacio cada vez más disputado y cada vez más escaso en las librerías (1999: 45).

En este mismo sentido se pronunciaba Rosa Pereda:

Tengo la impresión de que cuando uno tiene los libros en los puntos de venta, es más fácil que se vendan que si no están (1999: 35).

Gabriel Zaid comentaba jocosamente que los libros se publican a tal velocidad que nos vuelven cada día más incultos. Si uno leyera un libro diario, advierte este autor, estaría dejando de leer cuatro mil, publicados el mismo día. Es decir, sus libros no leídos aumentarían cuatro mil veces más que sus libros

leídos; su incultura, cuatro mil veces más que su cultura. En su divertido capítulo “Cilicio para escritores masoquistas”, formula la siguiente especulación:

Supongamos ahora que, con el patrocinio de la Unesco, se contratara a los mejores críticos del mundo, para que todo libro publicado tuviese una y nada más que una reseña crítica, pero eso sí, magistral. Supongamos que esta fuera de tres cuartillas, para no exagerar. Esto daría material suficiente para publicar diez mil libros anuales, de puras reseñas críticas. Libros que, por piedad a los lectores, suponemos que no serían reseñados, aunque sería mucho pedir a diez mil grandes críticos (si los hay en el planeta) tanta abnegación... (1996: 73).

Concluye con un sabio consejo:

Tu libro es una brizna del papel que se arremolina en las calles, que contamina las ciudades, que se acumula en los basureros del planeta. Es celulosa y en celulosa se convertirá.

Para Marcel Benabou, en esta misma línea que Zaid:

El drama consiste en efecto en que no ser apto para la escritura no basta para quitar las ganas de escribir. Sería menester, además, una malformación fisiológica. Ni siquiera eso bastaría: algunos todavía saldrían del paso dictando... (1994: 88).

3.3. TRADUCCIÓN LITERARIA: PRESENCIA Y DISPONIBILIDAD

La consideración de los números, cuando en el mundo del libro nos movemos, ha dado lugar a interpretaciones diversas, la mayoría de las veces contrarias a la proliferación de títulos como las anteriormente reseñadas. Pero en el caso de las traducciones lo que las cifras evidencian, al margen de las dificultades prácticas del lector para conocer y consumir tan suculento menú cultural, es la existencia de una dosis de disponibilidad inexistente en la mayoría de los países de nuestro entorno. Sin entrar en la conveniencia o no de la traducción de una obra literaria, en su oportunidad o justeza, en su función ancilar o reproductora, la cadencia de títulos traducidos y la acumulación de los mismos, su presencia en nuestras bibliografías, conforma un contingente de obras de todos los lugares difícil de encontrar en otras latitudes. Una somera consulta a la base de datos del ISBN, donde figuran todas los libros publicados en España desde 1972, da fe de esta circunstancia.

Con todas las salvedades posibles y por mor de un prurito metodológico inexcusable, tomamos como referente para una comprobación sumaria, la obra de Bloom: *El Canon Occidental* (Barcelona, Anagrama, 1998). Nos circunscribimos a los autores que él considera como más significativos, con exclusión de los que escriben en castellano (Cervantes, Borges y Neruda), con objeto de comprobar su presencia en el panorama editorial español. Dado que la base de datos del ISBN recoge las distintas ediciones de una obra a lo largo de su andadura editorial, podíamos comprobar el grado de representatividad

bibliográfica de este conjunto de obras y autores considerados como clásicos. Los autores del Canon, los considerados como más representativos, aquellos que responden a la teoría de la influencia, según la cual los grandes escritores se perfilan y templan en constante parangón, discrepancia y comparación con modelos vigorosos, revisten una buena representación en nuestro ámbito editorial y están plenamente incorporados a nuestro patrimonio bibliográfico.

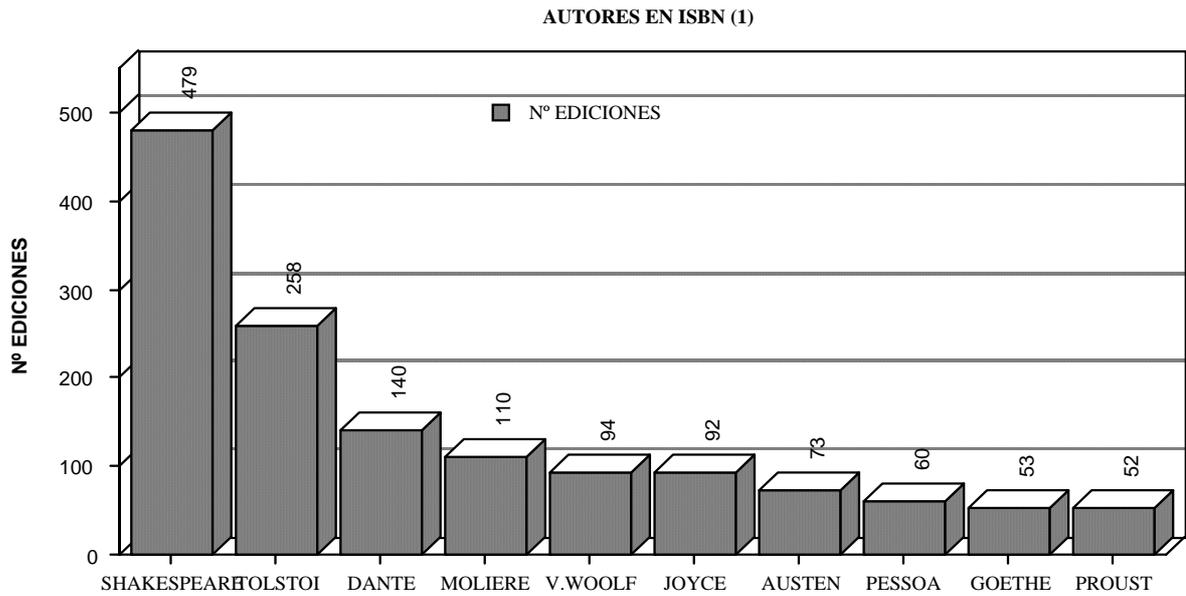


FIGURA 3.6. Número de ediciones de autores del Canon en el ISBN

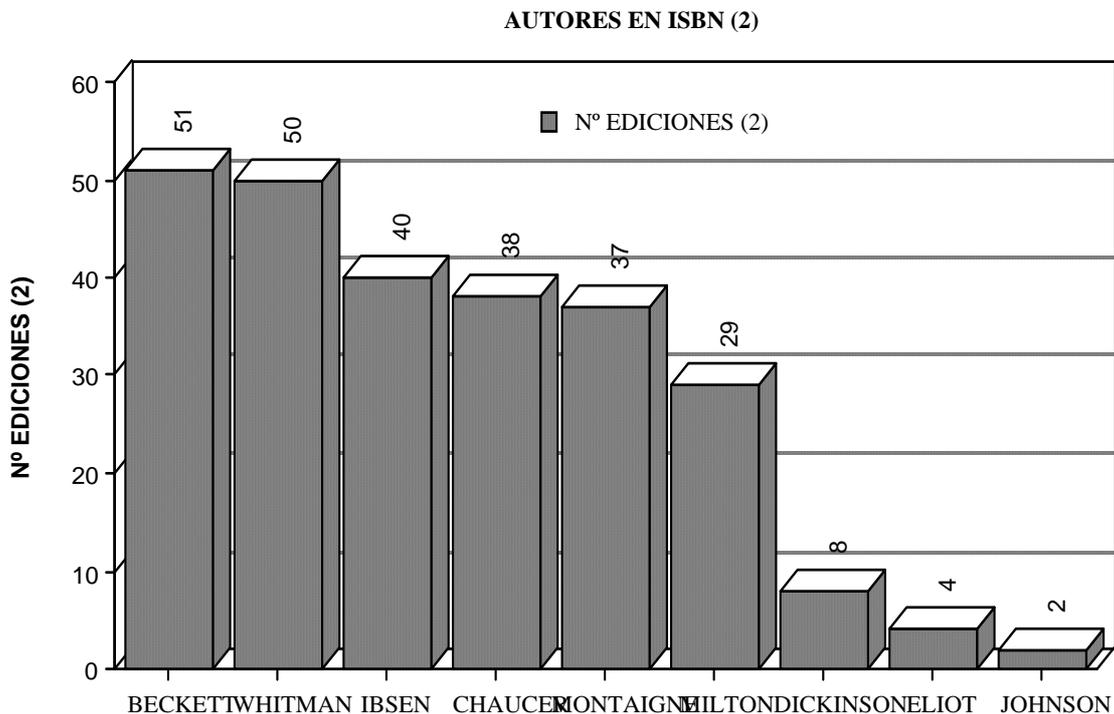


FIGURA 3.7. Número de ediciones de autores del Canon en el ISBN

Pero no sólo los más significativos. Si la exploración la extendemos, siempre siguiendo el modelo canónico de Bloom, a literaturas que podíamos considerar como periféricas y, por lo tanto, menos susceptibles de despertar el interés del circuito editorial español, nos encontramos con testimonios no tan importantes pero sí presentes. Siguiendo aleatoriamente la relación de autores canónicos y mediante elecciones azarosas, seleccionamos autores representativos de otras literaturas con respuestas afirmativas en todas las consultas efectuadas:

ÁFRICA	
J. M. Coetzze	5 ediciones
Wole Soyinka	7 ediciones
Amos Tutuola	3 ediciones
INDIA	
R. K. Narayan	7 ediciones
R. P. Jhabvala	5 ediciones
AUSTRALIA	
Peter Carey	4 ediciones
Thomas Keneally	13 ediciones
CANADÁ	
Margaret Atwood	9 ediciones
Alice Munro	5 ediciones

INDIAS OCCIDENTALES	
Aime Cesaire	2 ediciones
POLONIA	
Bruno Schulz	5 ediciones
SERBIA-CROACIA	
Danilo Kis	3 ediciones
SUECIA	
Lars Gustafsson	8 ediciones
IRLANDA	
Seamus Heaney	11 ediciones

Bien es cierto que esta buena representación no está exenta de lagunas y cualquiera de nosotros, sin ninguna duda, cuenta con algún ejemplo de clásicos que no han merecido la atención de algún editor en nuestro país. Por ejemplo, la *Antología de Spoon River* de Edgar Lee Master, un clásico de la literatura angloamericana, no se edita en versión completa en España hasta casi 80 años después de su aparición en USA, a pesar de haber constituido todo un best-seller desde su publicación no sólo en Estados Unidos sino en el resto del mundo.

De cualquier modo, la mera enumeración de ediciones por supuesto carece de sentido sin un estudio más en profundidad de la obra traducida, analizando la fecha de publicación, la editorial y las posibles motivaciones para su publicación. En algunos casos, las razones son bastante evidentes y tienen que ver con factores de arrastre como la concesión de premios, caso de Wole Soyinka o Seamus Heaney; o producciones cinematográficas, caso de Keneally con la *Lista de Schindler*, o de la reedición de obras de Shakespeare a raíz de la proyección de *Romeo y Julieta* -que según algunos libreros malvados era solicitada como obra de Leonardo de Caprio-, o de *Mucho ruido y pocas nueces*, o de *Sentido y sensibilidad* de Austen.

Otro aspecto es el nivel efectivo de disponibilidad de las obras, esto es cuántas de las ediciones de las mismas se pueden encontrar en el mercado. De Willian Kennedy, por ejemplo, de los 8 títulos de sus obras existentes en el mercado español, 6 están agotados; de los 5 de Coetzee, 3 están agotados; de los 5 de Soyinka, 4 están agotados; de los 5 de Jhabvala, 3 están agotados, etc.

La disponibilidad nos da una visión importante de un problema relativamente fácil de resolver: basta la reedición de la obra para solventarlo. Sin embargo, emparejado con la cuestión de la disponibilidad aparece otro obstáculo mucho más difícil de solucionar: el del envejecimiento de muchas de las versiones disponibles de obras traducidas.

Se hacía eco el crítico literario Rafael Conte de la polémica mantenida por Fernando Savater y Sánchez Pascual a propósito de las traducciones de Nietzsche en la editorial Alianza. Sánchez Pascual reconocía que éstas necesitaban de una revisión que la editorial se había negado a realizar.

Decía Trapiello que cada cierto número de años, las biografías sobre personajes célebres son sustituidas en el gusto de los lectores por otras, actualizadas y mejor documentadas. Es como si las biografías, señalaba este autor, y las traducciones precisasen de una sabia nueva para revivir en ella, pues lenguaje, contexto y público cambian con rapidez (1998: 55).

La traducción, a diferencia del original, se gasta muy deprisa. Es un fenómeno que habría que estudiar: ¿por qué cada veinte años hay que hacer una traducción del mismo libro? Realmente las traducciones envejecen mucho y no, en cambio, el original, confesaba Eduardo Mendoza (1999).

Si analizamos las traducciones existentes de la mayoría de los clásicos podemos comprobar este extremo. De Proust, por ejemplo, las traducciones disponibles de sus obras beben casi todas en las que hace más de medio siglo realizó Salinas, que se siguen publicando, junto a las de Consuelo Berges. Aunque el problema no es sólo de envejecimiento sino también de idoneidad, ¿hasta qué punto una nueva traducción mejora la anterior?, ¿qué competencias se aportan con cada renovación?

El contingente de traducciones existentes descansa sobre el momento histórico en que surgen, de tal manera que, a medida que éste se aleja, se distancia también la proximidad a su público lector potencial; a medida que la diacronía se ensancha, el aparato crítico, las reglas de descodificación, han de ser cada día más completas. Con las traducciones no ocurre lo mismo que con la literatura científica: en esta última, la aparición de nuevos descubrimientos invalida los preexistentes, de tal manera que aproximadamente la mitad de los trabajos que emplea un investigador son contemporáneos a él; pero, en el caso de las traducciones, la dinámica es la de la concurrencia y no la de la exclusión, con lo que la confusión es aún mayor. Además, el caudal de traducciones es deudor del contingente de traductores y de las circunstancias históricas en las que surgen, lo que no deja de introducir alguna sospecha acerca de su idoneidad contemporánea.

En *Si una noche de Invierno un viajero*, Italo Calvino (1993) juega con esta atmósfera desconfiada. Es muy conocida esta obra divertida y apasionante, que trata de los procesos de transmisión del libro y de las relaciones entre el editor, el autor, el lector y el traductor. El traductor, Ermes Marana, es un personaje salido de una novela de Nabokov, un políglota cosmopolita asociado al terrorismo internacional y a las mafias financieras. Cuando un texto pasa por sus manos, este sufre con absoluta seguridad una transformación fundamental. De hecho, Marana desarrolla una actividad de sabotaje consciente: como quiere atraer la atención de la lectora sobre él, celoso de los privilegios del autor, quería poner en duda la autoridad de todo texto:

Ermes Marana soñaba con una literatura toda de apócrifos, de falsas atribuciones, de imitaciones y falsificaciones y pastiches. Si esta idea conseguía imponerse, si una incertidumbre sistemática sobre la identidad de quién escribe impedía al lector abandonarse con confianza..., quizá el edificio de la lectura no cambiaría externamente en nada..., pero debajo, en los cimientos, allá donde se establece la relación del lector con el texto, algo cambiaría para siempre... (Calvino, 1993: 32).

Como Ermes Marana, Martín Salazar, traductor de novelas inglesas, fue descubierto por sus editores, después de algunos años, enriqueciendo sus traducciones con metáforas nuevas, nuevos giros y desenlaces inesperados. Su irreprimible vocación creadora le llevaba a adornar hasta los prospectos de los preparados farmacéuticos que ocasionalmente traducía. Finalmente, apartado de la profesión, ocupado en la afinación de pianos, cultivó secretamente su pasión traductora, eso sí, dando rienda suelta a su imaginación y su ingenio, siendo así que legó una colección de 137 traducciones en las que resucitó a Ofelia, rescató de las llamas la casa de Poynton merced a un aguacero providencial, redimió a Moll Flanders y a Mister Hyde, hizo ministro a Jon Silver, arzobispo de Canterbury a Robinson Crusoe, enemigos irreconciliables a Holmes y Watson, etc.

Esta sospecha se puede incrementar cuando conocemos hechos como los que rodearon el nacimiento de alguna novela:

Una vez se me perdió el original de una novelita de gánsters. Una lagartija de la noche. La dejé olvidada en un banco del hipódromo... Lo llamo al editor, me dice que no tiene otra copia, y que en dos días necesita la traducción ¿qué dibujo lleva la tapa?, pregunto, "un enmascarado clava un puñal a una pelirroja. La empuñadura tiene forma de lagartija". ¿Dice la contratapa dónde transcurre la acción? En Nueva York. Pasé toda la noche traduciendo el original perdido. No estuvo mal la lagartija; tuvo tres ediciones (Santis, 1998: 56).

Borges insiste en estas circunstancias:

Al recorrer con entusiasmo la versión inglesa de cierto filósofo chino, di con este memorable pasaje: " A un condenado a muerte no le importa bordear un precipicio, porque ha renunciado a la vida". En este punto el traductor colocó un asterisco y me advirtió que su interpretación era preferible a la de otro sinólogo rival que traducía de esta manera: "Los sirvientes destruyen las obras de arte, para no tener que juzgar sus bellezas y sus defectos". Entonces... dejé de leer. Un misterioso escepticismo se había deslizado en mi alma.

No es nuestra intención profundizar en la polémica acerca de la competencia de las traducciones o de la confianza que hay que profesar a las mismas. En cierto modo, funciona con ellas lo que Marcel Lejeune (1994) teorizó para las autobiografías, lo que denominó como el *Pacto autobiográfico*, que diferencia la narración de una vida novelada y una vida real, una suerte de acuerdo entre el traductor y el lector por el cual la fidelidad e idoneidad de la traducción constituye una suerte de acto de fe.

El problema de nuestros tiempos es el de una cultura escrita que está a punto de cambiar y de ser sustituida por otra de base técnica; se trata de un problema de aceleración y, al mismo tiempo, de ralentización. Los editores han intentado incorporarse a este proceso de la mano de las nuevas tecnologías, convirtiendo al libro en algo tan rápido como los demás medios y soportes.

No se trata, por supuesto, de dos conceptos antitéticos de cultura, antes bien ambos se complementan, compitiendo por ocupar su propio espacio en el

consumo de ocio. El gran desafío que actualmente tiene planteada la literatura es la de acomodarse a las nuevas formas y modelos que el imperio electrónico está delimitando, sin renunciar por ello a lo que le es connatural, que reside básicamente en la promoción de ideas, en la conservación de valores propios como la conciencia crítica y la reflexión. Pero una cultura, como señalaba Holderling sólo puede estar viva cuando tiene la capacidad de extrañación de sí misma y, para ello, ha de seguir el camino ineludible de la traducción, construida en torno a flujos, que son la expresión de procesos que dominan nuestra vida cultural y simbólica, secuencias de intercambio e interacción entre las posiciones físicamente inconexas que mantienen los actores culturales y simbólicos de la sociedad. El destino de la literatura, el de la traducción literaria, no es el de la decadencia, parafraseando a García Gual en un reciente ensayo, sino el de la pujanza sostenida y el de la apertura del mundo:

(...) Las palabras no ofrecen
la llave que abre el mundo, ni hoy ni entonces,
pero algunas palabras, al trazar una historia,
con su amarga belleza, que no nos abre el mundo,
nos lo hacen habitable.

CARLOS MARZAL.