

Los vínculos entre Argentina y China en la industria editorial: Una aproximación desde la producción bibliográfica nacional

Mónica Irina Dombrover¹ | Septiembre 2025

RESUMEN

El intercambio cultural y comercial entre China y Argentina se ha desarrollado significativamente en los últimos años. No obstante, este panorama general contrasta con lo que ocurre en el campo de la industria editorial, donde, frente al creciente interés de un público de lectores variado y heterogéneo, tanto la disponibilidad de traducciones de textos de autores chinos como la oferta de libros centrados en China resulta aún limitada. En este trabajo se exponen los resultados de una investigación cualitativa realizada en el sector editorial argentino; la investigación se centra en dos géneros: la literatura y la bibliografía teórica y académica. A través de un relevamiento en sectores del mundo editorial y de entrevistas a referentes clave, se analizaron las características de este fenómeno en Argentina, los cambios producidos en las últimas décadas y las formas en que se desarrollan actualmente las instancias de cooperación bilateral en el sector. En base al panorama descrito, se ofrecen propuestas para estrechar los lazos entre China y Argentina en el sector editorial y, a la vez, incentivar la promoción del material disponible sobre el país asiático.

PALABRAS CLAVE

Argentina | China | Industria editorial | Literatura | Bibliografía académica

¹ Periodista (TEA) y comunicadora social con orientación en Comunicación Comunitaria (Facultad de Ciencias Sociales, UBA). Se graduó como técnica superior en Cultura y Lengua Japonesa (Instituto Superior de Estudios Japoneses "Nichia Gakuin") y obtuvo la Diplomatura Superior en Organizaciones de la Sociedad Civil (FLACSO, Argentina). Su experiencia profesional se destaca en el ámbito editorial, especialmente en gestión, prensa y comunicación. Sus temas de estudio e interés se enfocan en el área de la investigación social, en la edición bibliográfica, y en las temáticas relativas a la sociedad y cultura de Asia oriental y sus expresiones en América Latina. Email: monica.dombrover@gmail.com.

1. Introducción

El interés por los temas relacionados con Asia Oriental avanza día a día en Latinoamérica y, específicamente en Argentina, la llegada y el impacto de productos culturales provenientes de China, Corea y Japón ha aumentado significativamente en los últimos años. Esta tendencia creciente es consecuencia de la mayor presencia y participación de la región en el comercio internacional, pero también se debe a las nuevas instancias de acercamiento e interacción cultural entre los países. En este sentido, el posicionamiento geopolítico de China en la actualidad y el interés en entablar alianzas diplomáticas y culturales con el resto del mundo, ya sea a través de inversiones directas o desde la implementación de acuerdos de cooperación mutua, se evidencia también en la dinámica actual de la relación entre China y Argentina.

El ámbito editorial no está exento de este acercamiento, evidente por el aumento de lectores interesados en una tradición milenaria o un sistema político y cultural diferente, por el desarrollo de propuestas bibliográficas nacionales, y en la conformación de lazos estratégicos en el sector. Por lo tanto, indagar acerca de la manera en que China está presente en la industria editorial local y conocer cuál es la disponibilidad de traducciones de textos de autores chinos y la oferta de libros centrados en China como temática específica son acciones necesarias para pensar estrategias que propicien aún más la vinculación en el ámbito de las publicaciones.

1.1. El camino por transitar

En este artículo se entiende a la producción bibliográfica como un aspecto de la industria cultural en el que es posible analizar el intercambio bilateral. Este análisis intentará dar pautas y claves para conocer de qué manera se da la vinculación entre el sector editorial y la producción bibliográfica relacionada con China en español. Por lo tanto, se propone como un aporte para comprender las características del fenómeno en Argentina, los cambios producidos en el último tiempo y las formas que adquirió la relación entre oferta y demanda de publicaciones.

El acercamiento a este tema de estudio parte de la hipótesis según la cual, en lo que respecta a la producción editorial vinculada con China, en nuestro país aún no se ha logrado afianzar un nivel de publicaciones que permita satisfacer la demanda creciente y, a la vez, dar cuenta desde este sector de la relación que ha unido a los países a lo largo de la historia.

El recorte teórico propuesto para la investigación se centra fundamentalmente en lo que ocurre con la bibliografía literaria y académica, pero permite, a su vez, indagar acerca de otras cuestiones asociadas al tema de estudio, como así también pensar en términos comparativos con lo que ocurre con publicaciones vinculadas a otros países del este asiático, como Corea y Japón.

1.2. Propuesta metodológica

Teniendo en cuenta el enfoque teórico del tema de estudio y las fuentes de información disponibles, se optó para el diseño metodológico por una perspectiva de investigación cualitativa.² Si bien recientemente se han elaborado estudios que indagan acerca de determinados aspectos de la vinculación entre China y la industria editorial argentina, en lo que respecta al presente artículo, los datos expuestos se desprenden de un trabajo de investigación personal cuyo diseño metodológico es de carácter mixto, ya que se utilizaron técnicas cualitativas de investigación, así como también instrumentos de análisis cuantitativo.

El abordaje etnográfico consistió en observación participante y trabajo de campo en editoriales y librerías de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, en la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires y en espacios vinculados con la promoción de la bibliografía de y sobre China.³ A su vez, se efectuaron entrevistas a informantes clave del ámbito académico y referentes del sector editorial, que brindaron información de relevancia. Con los datos obtenidos se elaboró un análisis interpretativo sobre la presencia de China en la industria editorial nacional.

2. El libro como producto cultural

2.1. La industria cultural

La reflexión en torno al concepto de *industria cultural* lleva casi un siglo y puede abordarse desde una gran diversidad de aristas. Desde que Max Horkheimer y Theodor Adorno lo acuñaron por primera vez en la década de 1940, el concepto ha tenido diferentes y variadas interpretaciones. De hecho, hoy en día, “no hay una definición única del concepto ‘industrias culturales’ ni hay acuerdo todavía duradero, sino múltiples aproximaciones a un hecho socio-económico-cultural en pleno desenvolvimiento” (Puente, 2007, p. 26).

En el libro *Industrias culturales*, Stella Puente realiza un recorrido sobre la historia de este término, que surge desde el vínculo entre la cultura y la economía, pese a que, inicialmente, desde el sector económico era común restarle valor a lo cultural y, desde el lado de la cultura, hubo que “vencer una cantidad de reparos y resistencias con

² El proceso investigativo partió de un diagnóstico que implicó conocer para actuar, necesario en toda intervención social. En este sentido, “la necesidad de realizar un diagnóstico (y la investigación que le sirve de sustento) está basada en el principio de que es necesario conocer para actuar con eficacia” y “procura un conocimiento real y concreto de una situación” (Ander-Egg & Aguilar Idáñez, 2001, pp. 18-19).

³ La observación participante permitió obtener datos de primera mano y propició un análisis interpretativo al entender que “la cultura no es una entidad, algo a lo que puedan atribuirse de manera causal acontecimientos sociales, modos de conducta, instituciones o procesos sociales”, sino que “es un contexto dentro del cual pueden describirse todos esos fenómenos de manera inteligible” (Geertz, 1973/1987, p. 27). En este sentido, el uso de la descripción densa como herramienta etnográfica para el abordaje del estudio guio la observación, el registro y el análisis, no como etapas consecutivas, sino como momentos transversales al proceso de investigación para poder comprender, analizar y sistematizar.

respecto a aceptar que la creación artística se encuentra incorporada a complejos procesos productivos, y en consecuencia económicos, que la determinan” (Puente, 2007, p. 20).

A principios del siglo XX, con la modernización de las sociedades, “varias de las producciones culturales se insertaron en la lógica comercial, se estandarizaron, y fueron así objeto —y producto— de las intrincadas estructuras industriales en desarrollo” (Puente, 2007, p. 21). En este proceso, los bienes culturales también integraron la lógica del consumo masivo; y paulatinamente se asentó una “cultura de masas” que, desde el punto de vista teórico, se empezó a estudiar como una esfera diferente a la cultura popular y de élite.

Como se comentó previamente, el concepto de industria cultural surgió en la década de 1940 en el marco de los debates de la Escuela de Frankfurt, en un contexto histórico caracterizado por la diseminación del nazismo. Theodor Adorno y Max Horkheimer lo definen en *Dialéctica del iluminismo* como “una degradación de la cultura en industria del entretenimiento” (citado en Puente, 2007, p. 21). Para los intelectuales de la Escuela de Frankfurt, la industria cultural formaba parte de una sociedad administrada y regulada estrictamente por la lógica del intercambio mercantil y empresarial. Consideraban, además, que, pese a su aparente diversidad, su espíritu era homogeneizador, ya que las diferencias entre los bienes era superficial y perseguían un objetivo de manipulación.

Desde la definición de Adorno y Horkheimer ha surgido una variedad de alternativas para estudiar el fenómeno y, actualmente, las opiniones permiten tener en cuenta las tensiones y luchas en torno a los sentidos que se generan en las instancias de consumo de los productos culturales, otorgando un rol activo a las personas. En este rumbo, Armand Mattelart y Jean-Marie Piemme expusieron la necesidad de considerar la diversidad que caracteriza a las distintas industrias culturales, en lugar de pensar en el concepto de manera singular (Mattelart & Piemme, 1982).

En tanto, como postula Analía Meo, “los impactos sobre los distintos soportes a través de la aplicación de las nuevas tecnologías no necesariamente clausuran la creatividad”. Además, “la industrialización y mercantilización no agotan el proceso de desarrollo de las industrias culturales”, que “comprenden no solo la creación, sino todo el recorrido del producto” (Meo, 2019, p. 99).

Con el paso del tiempo, sumado a los avances tecnológicos y los cambios sociales y académicos, los conceptos de industria cultural y cultura de masas se resignificaron y adquirieron también otras connotaciones, si bien relacionadas con el enfoque teórico del que partían. De este modo, en la década del 90,

la importancia económica y simbólica de las industrias culturales [...] más su relación intrínseca con una serie de novedades y cambios tecnológicos las convirtieron en objeto de disputa entre los distintos operadores empresariales globales, en vista del alto nivel de ganancias y poder generado por ellas. (Puente, 2007, p. 24)

Según este planteo, las industrias culturales se definen como tales porque comparten con otros sectores características específicas de la forma de producción, como la estandarización de contenidos, lo masivo y la distribución a gran escala. Sin embargo, “se distinguen de las demás industrias en tanto promueven productos y contenidos culturales que expresan y dinamizan el capital simbólico de las sociedades” (Puente, 2007, p. 29).

El análisis actual de la situación requiere una contextualización tanto diacrónica como sincrónica. Tener en cuenta el contexto específico de circulación es fundamental para poder distinguir las diferencias a lo largo del tiempo y las distintas maneras que adquiere el vínculo entre las condiciones de producción y las de reconocimiento. Se trata de entender que los productos de las industrias culturales tienen “un valor estratégico crucial para el desarrollo de los países” y una “inmensa capacidad de penetración en los imaginarios sociales y de creación de valores, comportamientos y modos de consumo comunitarios” (Puente, 2007, p. 30).

2.2. La mundialización de la cultura

Tal como plantea Renato Ortiz, los cambios acelerados y profundos que caracterizan al siglo XXI y la redefinición del diseño geopolítico posterior a la Segunda Guerra Mundial generan, entre otras cuestiones, una circulación planetaria de bienes culturales. Y, en palabras de Stella Puente, los productos que integran las industrias culturales constituyen “uno de los sectores de mayor crecimiento a escala mundial” (Puente, 2007, p. 30). Pero este “proceso de mundialización de la cultura no implica necesariamente el aniquilamiento de las otras manifestaciones culturales”, sino que “más bien convive y se alimenta de ella” (Ortiz, 2008, p. 106). El intercambio e influencias mutuas entre los países y culturas constituyen partes esenciales de este proceso.

Este fenómeno se ve claramente en la industria editorial, por diversos motivos. Basta pensar en el intercambio e influencia recíproca entre literatura china y latinoamericana, analizado por especialistas de variadas disciplinas. Asimismo, la producción bibliográfica de autores de los dos países trascendió las fronteras ganando lectores aficionados en diversas partes del mundo.

Entender la dinámica actual de las relaciones entre sociedades de esta manera permite posicionar la reflexión en torno a la industria editorial superando los límites establecidos por las ideas esencialistas o las orientalistas que persisten en los trabajos relacionados con China. En esta nueva configuración social, surgen “nuevas fronteras que, sin necesariamente eliminar las anteriores, las redefinen, las reorganizan” (Ortiz, 2008, p. 108).

El contexto actual genera dinámicamente nuevos territorios e identidades cuyas lógicas están vinculadas a fuerzas e intereses que trascienden las territorialidades. De esta manera, “las naciones y las culturas ya no pueden coexistir como si fuesen espacios bien delimitados”, ya que son atravesadas por el flujo de la modernidad-mundo y se redefinen según otros parámetros” (Ortiz, 2003, p. 105).

3. Contexto

3.1. Oferta, circulación y demanda

Según los datos expuestos en el último *Informe de Producción del Libro Argentino*,⁴ en 2024 se registraron 31.574 novedades publicadas, “lo cual marca una caída del 7% respecto de 2023 y del 11% respecto de 2022”, que fue el año en que se alcanzó el pico de obras registradas (Cámara Argentina del Libro [CAL] & Núcleo de Innovación Social [NIS], 2005, p. 10).

Con respecto a las obras traducidas, representan un 7% del total, y en el 2024 fueron 2076 títulos. Este porcentaje se ha mantenido estable desde hace varios años, al igual que los principales idiomas traducidos, que son el inglés y el francés. Sin embargo, un dato llamativo que se resalta en el informe es que “las traducciones del japonés, que en 2023 habían irrumpido como novedad alcanzando el 5%, continuaron con esta tendencia y volvieron a alcanzar este valor, con un total de 105 registros provenientes de la lengua nipona” (CAL & NIS, 2025, p. 15).

Si bien en el informe no se aclara la cantidad de traducciones directas del idioma chino, los datos obtenidos a través del análisis cualitativo indican que, en sintonía con el crecimiento de la presencia de publicaciones del este asiático, la cantidad de obras de autores chinos también ha aumentado. De todos modos, es necesario destacar que, en el caso de estos títulos, aún son comunes las traducciones indirectas, es decir, que no se realizan desde el idioma original. Como se plantea en el artículo “Desafíos de la publicación de literatura china contemporánea en el mundo hispano”,

la influencia cultural y la hegemonía de los mundos anglófono y francófono, particularmente en este caso en la industria editorial, significa que en la mayoría de los casos los editores en España o América Latina solo eligen traducir obras de literatura china cuando ya han sido traducidas al inglés o al francés. (Jervis Hidalgo, 2024, p. 7)

En el estudio también se expone que “la literatura china contemporánea se ha vuelto cada vez más accesible en los países occidentales, sin embargo, sigue ocupando una posición periférica”, y que la publicación de traducciones del chino en Occidente enfrenta otros problemas que son “específicos del mundo hispano”, como “la hegemonía de los países de habla inglesa y francesa en el mercado literario y las dificultades con la traducción de literatura china al español” (Jervis Hidalgo, 2024, p. 3).

De todos modos, aunque es un fenómeno incipiente, las obras vinculadas con China en el mundo editorial local ganan espacio. Concretamente, la iniciativa de sellos editoriales

⁴ El *Informe de Producción del Libro Argentino*, que realizan anualmente la Cámara Argentina del Libro y el Núcleo de Innovación Social, se centra en los registros de libros argentinos ante la Agencia Argentina de ISBN y ofrece una descripción general de las obras declaradas, detallando la cantidad de títulos y ejemplares, sus principales canales de distribución, temáticas y soportes de publicación, entre otros datos.

locales con planes sistemáticos de publicación ha permitido contar con ediciones nacionales de autores chinos.

En este sentido, en la última Feria Internacional del Libro de Buenos Aires las obras sobre China o de autores chinos ocuparon lugares destacados, aun teniendo en cuenta que en esta oportunidad el país asiático no contó con un stand propio. De esta manera, en el evento fue posible encontrar libros de Shuang Xuetao, Ge Fei, Ah Yi, Yuk Hui, Mo Yan, Yan Lianke, Lu Min, Xie Chuntao, Ye Lang, Zhu Liangzhi, Liu Cixin, entre otros, además de ensayos sobre diversos aspectos de la cultura, historia y política de China, distribuidos en distintos stands.

Es necesario destacar también la participación de la imprenta china Shenzhen Jinhao Color Printing en las jornadas profesionales de la Feria, ya que pone de manifiesto otra arista del vínculo que une a los dos países en el sector editorial: desde hace años varias editoriales argentinas envían sus novedades a imprimir a China.⁵ Se trata de una práctica que se fortalece y, pese a la distancia geográfica, representa una alternativa favorable para las editoriales locales.

Por otro lado, en base a un relevamiento realizado en algunas librerías de la Ciudad de Buenos Aires, una de las principales conclusiones que se extrajo es que, en contraposición a lo que ocurre con la literatura japonesa y coreana, las obras de autores chinos son más difíciles de conseguir. Sin embargo, si bien el stock de libros vinculados con China es disímil, actualmente es posible establecer una tendencia general, que es que en un 90% de los locales relevados fue posible encontrar al menos un título con estas características.⁶ En cuanto a las temáticas, no se observó un patrón que permita establecer una presencia predominante de ciertos géneros, pero sí de ediciones nacionales, como lo publicado por las editoriales independientes A.hache, Caja Negra, Corregidor, Katz, El hilo de Ariadna y Seré Breve, entre otras. En algunos espacios también ofrecían publicaciones de Mil Gotas, una casa editora especializada en literatura de China, y libros producidos por instituciones universitarias.

En tanto, las ediciones importadas suelen estar presentes solo en librerías específicas y con precios de venta notablemente mayores a los de los libros nacionales, en la mayoría de los casos. En este sentido, la librería Guadalquivir posee una importante oferta de libros sobre Asia del Este en general, y China en particular. Cuentan con variedad de títulos y editoriales, nacionales y extranjeras. Trabajan como distribuidores de sellos europeos, lo que seguramente facilita conseguir títulos de baja circulación en nuestro país. Las librerías Menéndez, Hernández o De la Mancha, ubicadas en la Ciudad de Buenos Aires, y El Gran Pez en Mar del Plata, también son los lugares de referencia

⁵ Según lo expuesto en el *Informe de Producción del Libro Argentino* de 2023, el 7% de los libros publicados por editoriales se imprimió en China.

⁶ Índice basado en un relevamiento en librerías de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires entre enero y mayo de 2025. Elaboración propia.

para los interesados en este tipo de bibliografía, ya que suelen contar con variedad de títulos de literatura, así como también de material filosófico sobre la tradición del pensamiento chino, o estudios sociales y culturales, provenientes de editoriales extranjeras.

Por otro lado, con relación a las grandes cadenas de librerías, se suelen destacar los *best seller* como *El problema de los tres cuerpos* de Liu Cixin, y desde hace un tiempo algunas sucursales cuentan con secciones específicas de literatura oriental. Si bien predominan las obras de autores coreanos o japoneses, frente a la consulta específica de títulos, también es posible encontrar libros de autores chinos; pero no abunda la variedad.

María Morillo, librera en Atlántica, comentó que en el local pueden conseguirse “novelas de autores chinos, otras de argentinos sobre historias que transcurren en China, ensayos sobre la actualidad y análisis históricos de historiadores chinos o europeos”. Comentó que “China es un país del que se habla mucho por su relevancia como actor geopolítico, pero sigue siendo un misterio cómo es la vida allá, porque hay muy pocos relatos de sus habitantes”. Por eso, teniendo en cuenta las consultas que reciben, considera que la oferta es reducida y que contar con “una mayor variedad sería interesante”, ya que “no hay muchas editoriales locales que publican autores chinos y las ediciones europeas no llegan con frecuencia” (comunicación personal).

En la librería notan el aumento de la demanda de bibliografía de Asia oriental, sobre todo en los últimos tres años, que “acompaña otros consumos culturales, como las series y las películas”. Al respecto, Morillo agregó: “Hay mucho más material de Corea y Japón, y el público que viene a buscar narrativa oriental principalmente pide autores coreanos o japoneses. Creo que hay una tendencia hacia ellos, bastante fogoneada en redes sociales también, por las editoriales y los propios lectores” (comunicación personal).

Asimismo, desde principio de año se desarrolla en la librería Atlántica un Club de Lectura Oriental, a cargo de la *bookstagramer* Mariana Carcamo, que se especializa en literatura asiática. “Siendo que el interés del público es constante, fue una buena idea hacerlo en la librería”, afirmó Morillo (comunicación personal). China también tiene su espacio en este club, y en uno de los encuentros recientes se debatió en torno al libro *Días, meses, años*, de Yan Lianke, de la editorial española Automática, pero impreso en Argentina y distribuido por Big Sur.

3.2. Literatura china en Argentina

Si bien la oferta de ediciones en español de narrativa china aún es escasa, en los últimos años se evidenció un aumento paulatino y sostenido de libros. Paula Fernández, que investiga desde hace años el desarrollo de las industrias culturales del sudeste asiático, sobre la industria editorial consideró que

España es el país que históricamente ha comenzado a traducir literatura asiática. La situación está comenzando a cambiar con editoriales que se han formado en Argentina,

que están apostando de forma independiente. Pero sobre China todavía falta bastante, salvo casos aislados. (Comunicación personal)

En relación con el trabajo de las editoriales independientes, el sello A.hache fue pionero en la publicación en Argentina de autores asiáticos, y desde hace años cuentan con traducciones de los autores chinos Ge Fei, Lu Min y Ah Yi. “Dentro de un tipo de literatura no comercial hemos sido de los primeros en publicar ficción china contemporánea, autores muy prestigiosos y conocidos en China prácticamente desconocidos en el orbe hispano”, afirmó Mariano García, director del sello. En cuanto a los motivos para impulsar estas obras, explicó que

la política de la editorial fue, desde sus inicios, la de publicar ficción en traducciones muy cuidadas y directas del original de lenguas menos obvias o accesibles, además de publicar a autores vivos o del pasado reciente más que a los grandes clásicos, salvo alguna excepción. (Comunicación personal)

Como plantea García,

si bien hoy la noción de países lejanos ha quedado disuelta por la facilidad para viajar, en el imaginario argentino China y Asia siguen siendo realidades lejanas, pero que generan mucha curiosidad, y que tanto la literatura como el cine ayudan a satisfacer. (Comunicación personal)

Teniendo en cuenta este contexto, explicó que “la literatura japonesa está bastante más difundida en el mercado argentino y español, mientras que en la china todavía queda mucho por descubrir”. A modo de ejemplo, comentó: “una novela estupenda y con una gran traducción de Miguel Ángel Petrecca, como es *Memoria del paraíso* de Ge Fei, no circuló como creo que merece una historia de largo aliento y de planteos universales como esta”. En base a la experiencia de la editorial, conjeturó que “quizá existe cierto prejuicio de que la sensibilidad china no puede acercarse a lo que un lector occidental espera de una novela” y que “sin duda hay mucho por descubrir, pero todavía falta equilibrar la posible oferta con una demanda en concordancia” (comunicación personal).

Si bien, como se afirmó previamente, de a poco la oferta se diversifica y aumentan las ediciones nacionales, las dificultades vinculadas con la llegada y el acceso a la bibliografía importada continúan. De esta manera, tal como comentó la investigadora y traductora Lelia Gándara, encontrar en Argentina textos de Mo Yan o Gao Xingjian, que recibieron el premio Nobel de Literatura, o Can Xue, que desde hace algunos años figura entre la lista de candidatos, es extremadamente difícil. Teniendo en cuenta esta situación, es importante destacar la tarea que realizan distribuidoras como Waldhuter, Riverside, Big Sur y Manantial, que en estos últimos años se han posicionado como espacios de referencia para quienes buscan este tipo de literatura, y han posibilitado, además, la llegada a Argentina de obras publicadas por editoriales independientes de otros países de habla hispana.

Existen, además, otros canales de circulación y difusión de la literatura china, por fuera del circuito editorial comercial. Se trata de propuestas que, desde lo académico, pero dirigidas a lectores no especializados, permiten acercar la producción literaria china a

quienes tienen interés en conocer y aprender. En este rumbo, en el Museo de Arte Latinoamericano de Buenos Aires (Malba), se han realizado recientemente varias actividades. Por ejemplo, en el marco de la exposición de la artista china Cao Fei “El futuro no es un sueño”, a fines de 2024 se realizó el curso “Ciencia ficción china: Sueños, fantasías, pesadillas”, dictado por Lelia Gándara, en el que se comentaron relatos de Chen Qiufan, Hao Jingfang, Ma Boyong y Xia Jia. Por otro lado, la especialista también está desarrollando actualmente el curso “Literatura china clásica: La época de oro de la poesía y grandes obras de la narrativa”.

En el Instituto Confucio de la Universidad de Buenos Aires, también se imparten seminarios que permiten conocer diversos aspectos de la cultura china, a partir de clases brindadas por destacados especialistas, nacionales y extranjeros. En 2024, Li Yiming, profesor y crítico literario chino, brindó la conferencia “Una nueva mirada a la literatura china contemporánea”. En el encuentro, si bien resaltó los vínculos que unen a escritores chinos y latinoamericanos, consideró que el acercamiento aún no tiene su correlato en el circuito editorial local, debido a la poca presencia de la literatura china en las librerías argentinas. De todos modos, su visión a futuro es positiva, ya que augura que el interés por aprender el idioma estimulará la traducción. También enfatizó que la participación de escritores chinos en eventos argentinos es una buena manera de propiciar el intercambio mutuo en literatura.

En tanto, en el Museo Nacional de Arte Oriental se desarrolla *Okaeri*, un espacio de descanso y lectura en el que se ofrece bibliografía vinculada con Asia oriental para consultar. De esta manera, quienes visitan el museo pueden descansar y, a la vez, conocer libros de autores del este asiático, entre los que hay obras de autores chinos.

3.3. Recursos bibliográficos académicos

El interés académico en China, que se evidencia en el trabajo sostenido de grupos de investigadores especializados y en la apertura de espacios de enseñanza y aprendizaje, genera una demanda de bibliografía que permita complementar la formación educativa y académica. Se trata de un campo de estudio incipiente, aún en construcción, pero que crece y se diversifica de manera constante desde hace ya varios años.

Con respecto al material bibliográfico, ocurre el fenómeno contrario a lo comentado en relación con la literatura: en el caso de la bibliografía teórica o académica, sí se evidencia una cantidad y variedad mayor de títulos de especialistas latinoamericanos, en los que se exploran diversos aspectos de la idiosincrasia china, sobre todo en comparación con lo disponible en torno a Corea y Japón. Este aumento es reciente, y predominan los análisis geopolíticos, seguramente en concordancia con la presencia que el país asiático ha adquirido en los últimos años a nivel mundial, pero se debe también a los acuerdos bilaterales que han logrado concretarse en el campo de la edición.

En este sentido, los proyectos directos entre universidades argentinas y chinas, y entre editoriales de ambos países, han servido para promover la cooperación y propiciar así un aumento del caudal de títulos disponibles. A modo de ejemplo, pueden mencionarse

el acuerdo entre Eudeba y la editorial de la Universidad del Suroeste de China en 2023, y el convenio entre la editorial de la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ) con la Academia China de Ciencias Sociales en 2024, destinado a editar libros en nuestro país, pero también para publicar la producción de especialistas argentinos en China. Por otro lado, el Programa de Cooperación y Vinculación Sino-argentino de la Universidad Nacional de Lanús y el Instituto de Estudios de Latinoamérica y el Caribe de la Universidad del Suroeste de Ciencia y Tecnología de China publicaron libros en los que se incluyen trabajos de académicos chinos y argentinos, en idioma original.

Iniciativas de este tipo también se implementaron con otras universidades y editoriales, y recientemente una delegación de China Publishing Group se reunió con representantes de medios de comunicación y editoriales de Argentina, con la intención de “profundizar los vínculos culturales [...], a través de acuerdos de cooperación entre medios periodísticos y editoriales de libros, que faciliten la difusión de materiales inéditos para los lectores de ambos países”, tal como se expresó en la revista *DangDai* (2025).

Si bien desde estos espacios de cooperación se ha favorecido la presencia de China en la industria editorial nacional, los temas que predominan son de geopolítica o relaciones internacionales. De esta manera, al abordar otras áreas de estudio, el material bibliográfico disponible en español no alcanza para cubrir los requerimientos de bibliografía actualizada y no es suficiente para profundizar en cuestiones específicas. En este sentido, Paula Fernández consideró que en el último tiempo “aparecieron más libros sobre China, pero, si se busca algún aspecto puntual como lo es el desarrollo de la industria cultural, los títulos son escasos”. Ejemplifica que en su área de investigación “todavía se depende en gran medida del material en inglés, ya que los trabajos en español son incipientes y, a la vez, resulta difícil encontrar bibliografía especializada que dé cuenta del gran crecimiento de las industrias culturales de China” (comunicación personal).

Fernández, a cargo del curso de posgrado Introducción a las Industrias Culturales de Japón, Corea y China de la UNQ, enfatizó que, si bien nota el aumento de la bibliografía disponible para estudiar sobre los países del este asiático, el ritmo en que ocurre no es igual si se compara a China con Corea y Japón: “Japón es el país que ha tenido una trayectoria más larga en literatura, seguido por la literatura coreana, también consolidada, y ahora estamos viendo el aumento del interés por entender qué está pasando con China y sus industrias culturales” (comunicación personal).

Por su parte, Maya Alvisa, docente e investigadora en materias del este y sur de Asia en la Universidad de Buenos Aires, en la Universidad del Salvador, en la Universidad Nacional de Lanús y en la Universidad de Palermo, destaca que en este último tiempo “se han publicado libros de historia, política, filosofía y religión traducidos directamente desde los idiomas vernáculos”, pero a la vez enfatiza la necesidad de contar con ediciones que abarquen la producción contemporánea: “hay centros de

estudios que publican artículos constantemente y de manera actualizada, pero esa información reciente aún no llegó a los libros” (comunicación personal).

Con respecto a las coediciones y los convenios entre universidades chinas y argentinas, Alvisa consideró que “son muy importantes, ya que facilitan la publicación aportando recursos económicos”. Asimismo, planteó que el interés está, y que también aumentan las producciones editoriales, pero falta estimular la promoción, ya que “quienes estudian sobre China, buscan y encuentran, pero publicidad y divulgación casi no hay”. En este sentido, “académicamente es visible el trabajo que están haciendo los investigadores argentinos en torno a Asia del Este, pero no a nivel popular”. A modo de propuesta, expuso que “sería interesante que las editoriales estén en contacto con los centros de investigación de nuestro país y promuevan la publicación de lo que están haciendo los especialistas” (comunicación personal).

Por otro lado, las editoriales independientes y universitarias han instalado trabajos como textos de referencia en el ámbito local al incluir en sus catálogos publicaciones teóricas sobre China o sumando trabajos de especialistas chinos.

Caja Negra es una editorial independiente que desde hace 20 años difunde el pensamiento contemporáneo, tanto en sus manifestaciones filosóficas como en las narrativas y experimentales. Su colección de ensayos Futuros Próximos ya cuenta con cuatro títulos del filósofo chino Yuk Hui. Para Ezequiel Fanego, editor y fundador de la editorial, “hay un creciente interés en los lectores por acceder a autores de Asia Oriental, sobre todo en el campo del pensamiento y la filosofía, que, a diferencia de la literatura, no ha sido muy traducido”. Con relación a los motivos por los que incluyeron los trabajos de Yuk Hui en el catálogo, manifestó que se deben, fundamentalmente, a “la necesidad de aproximarnos a un pensamiento oriental sobre la técnica”, ya que, “ante el acelerado desarrollo de la tecnología china y su penetración en la cultura mundial, es fundamental iniciar un diálogo que nos abra a perspectivas no-occidentales”. Respecto de la recepción de los libros, sostuvo que “la obra de Yuk Hui respondió no solo a la curiosidad por conocer más sobre la cultura, técnica y filosofías orientales, sino que también se volvió un estímulo para recuperar y profundizar en una perspectiva latinoamericana sobre estas cuestiones” (comunicación personal).

Caja Negra organizó junto al equipo de educación del Malba el ciclo de clases “El futuro no es un sueño próximo”, en el que se puso en diálogo la obra de Cao Fei con los trabajos de pensadores contemporáneos. En este marco, uno de los encuentros giró en torno a las ideas de Yuk Hui: la especialista Margarita Martínez desarrolló los principales aspectos de su pensamiento sobre la incidencia de la técnica en los cambios en las subjetividades.

Asimismo, el caso de Ediciones Corregidor es paradigmático, ya que desde hace más de ocho años publican coediciones con el grupo editorial chino New World Press. La editora Paula Pampin, responsable del proyecto de vinculación, comentó que la relación se fue construyendo de a poco y requirió un conocimiento mutuo. Pampin recuerda que en aquel momento “había libros en inglés sobre China, pero de lecturas occidentales”,

entonces el objetivo fue publicar la “lectura original”. Reconoce, además, que se sorprendió por el interés en las publicaciones, que “se fue acrecentando año a año porque el rol de China creció a nivel mundial de manera exponencial y tiene importancia geoglobal” (comunicación personal).

Pampin considera que el aumento de publicaciones vinculadas con el sistema político chino actual tiene que ver con que “la gente quiere entender qué pasa allá y eso es lo que se refleja en los planes de edición”. De esta manera, “Japón y Corea no llaman tanto la atención desde la cuestión política, pero China sí”. Agrega que “Japón y Corea trabajan de otras formas para darse a conocer, como las series, en el caso de Corea, y el manga y animé japonés, pero este tipo de productos culturales de China es más difícil de conseguir” (comunicación personal).

La editora destacó que el interés en los materiales sobre China es extensivo en América Latina en general: “Trabajamos en red con diplomaturas, posgrados, y también organizamos eventos y presentaciones, ya que, al tener editadas varias publicaciones, tanto lectores como académicos nos tomaron como referentes” (comunicación personal).

En cuanto a las perspectivas a futuro, adelantó que ya se encuentran en proceso de producción dos títulos más y, si bien han publicado libros de política, “la idea es ampliar de a poco el catálogo” (comunicación personal). Por lo tanto, no descarta la edición de literatura o libros relacionados con el arte en un futuro.

4. Conclusiones

Si bien la investigación desarrollada evidenció que en los últimos años las instancias de acercamiento entre China y Argentina y el material bibliográfico aumentan, la oferta de libros en español aún no es suficiente para abarcar el interés creciente en la región, “lo que dificulta la comprensión completa de sus realidades contemporáneas”. En este contexto, tal como plantea Paula Pampin, resulta “crucial publicar las producciones de autores chinos para contrarrestar las lecturas y visiones a menudo distorsionadas que llegan desde Occidente para nombrar a ese Otro”, ya que “la falta de información precisa y amplia perpetúa malentendidos, sesgos y estereotipos” (Pampin, 2024, pp. 91-92).

La publicación de libros vinculados con China o de autores chinos no es reciente en nuestro país, pero el contexto actual muestra que el trabajo de edición debe acompañarse por otras instancias para incentivar la demanda. Por un lado, sería necesario visibilizar más el trabajo de divulgación que desde hace tiempo están realizando sellos editoriales en torno al país asiático. En segundo lugar, se requiere implementar incentivos a la producción local, ya que, pese al importante trabajo que realizan las distribuidoras que trabajan con sellos extranjeros, los libros importados suelen ser poco accesibles por el alto valor de venta y por la dificultad que representa conseguirlos. Por último, un trabajo de difusión que acompañe a la producción editorial debería tener como metas dar a conocer los títulos disponibles, pero, además, ofrecer

instancias de capacitación para que libreros, editores y personas vinculadas con el sector puedan asesorar a los interesados.

En tanto, las instancias de cooperación y los acuerdos bilaterales resultan indispensables para estimular la producción local y fortalecen una dinámica de intercambio cada día más consolidada. Esta situación se complementa con el crecimiento del interés, ya que los asistentes a cursos, capacitaciones, especializaciones, seminarios y hasta carreras universitarias que se desarrollan sobre China en Argentina representan una potencial demanda de bibliografía y, además, seguramente la producción académica en torno a China aumentará también.

Asimismo, las actividades de divulgación, los espacios de reflexión y los clubes de lectura, destinados a sectores no especializados que permiten conocer más sobre China, y a la vez propician el intercambio y el debate entre los lectores, también generarán una demanda que el sector editorial tendrá que intentar canalizar.

Por lo tanto, se hace necesario continuar las líneas de pensamiento en torno al mundo editorial como una industria cultural dinámica, que contemple tanto las instancias de producción como las de reconocimiento. Si bien aún son pocos los análisis específicos en español en torno al tema de investigación, algunas investigaciones recientes han aportado datos relevantes y dan cuenta de las condiciones y potencialidad de la industria editorial local. Se trata de un área de vacancia que es necesario explorar y que requiere de instancias de investigación constante, propias de la inmediatez que el mismo fenómeno tiene.

A partir de los resultados obtenidos, este artículo presenta un acercamiento al tema de estudio en el que se abordó en profundidad una cuestión específica en un tiempo determinado, pero que invita a continuar la sistematización para contrarrestar la falta de datos concretos que den cuenta de la realidad del sector. Aumentar las instancias de investigación y propiciar un trabajo sostenido en el tiempo permitirá, por un lado, conocer la forma en que están presentes los diversos aspectos de la idiosincrasia china en la industria bibliográfica local, y, por otro, tener información actualizada del sector para pensar estrategias que contribuyan al aumento de la producción y al estímulo del intercambio cultural.

© Todos los derechos reservados.

Se prohíbe cualquier forma de reproducción no autorizada.

Fundación Hanaq no se responsabiliza por el contenido volcado en el presente artículo que pertenece exclusivamente al autor.

Referencias bibliográficas

Ander-Egg, E. & Aguilar Idáñez, M. J. (2001). *Diagnóstico social: Conceptos y metodología*. Lumen-Hvmanitas.

- Cámara Argentina del Libro & Núcleo de Innovación Social. (2024). *Informe de Producción del Libro Argentino 2023*. https://issuu.com/camaradelibro/docs/informe_de_produccion_anual_libro_2023.
- Cámara Argentina del Libro & Núcleo de Innovación Social. (2025). *Informe de Producción del Libro Argentino 2024*. https://issuu.com/camaradelibro/docs/informe_de_produccion_anual_libro_argentino_2024.
- DangDai. (2025, 11 de junio). *Una delegación de China Publishing Group se reunió con medios y editoriales argentinas*. <https://dangdai.com.ar/2025/06/11/una-delegacion-de-china-publishing-group-se-reunio-con-medios-y-editoriales-argentinas/>.
- Geertz, C. (1987). *La interpretación de las culturas*. Gedisa. (Obra original publicada en 1973)
- Jervis Hidalgo, I. (2024, julio). *Desafíos de la publicación de literatura china contemporánea en el mundo hispano*. Observatorio Latinoamérica-China. <https://olac.com.ar/wp-content/uploads/2024/10/OLAC-Informe-04-V02-2024-08-29-1.pdf>
- Mattelart, A., & Piemme, J. M. (1982). Las industrias culturales: Génesis de una idea. En Unesco (Ed.), *Industrias culturales: El futuro de la cultura en juego* (pp. 62-75). Fondo de Cultura Económica; Unesco.
- Meo, A. (2019). Anime y manga: Industrias Culturales, mass media y consumo de productos culturales. *Revista Intercambios*, 4(2), 98-104. <http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/4283>
- Ortiz, R. (2003). *Lo próximo y lo distante*. Interzona.
- Ortiz, R. (2008). Globalización/mundialización. En C. Altamirano (Ed.), *Términos críticos de sociología de la cultura*. Paidós.
- Pampin, P. (2024). El mundo editorial: un punto de encuentro entre China y América Latina. *Observatorio Latinoamericano y Caribeño*, 8(2), 88-105. <https://doi.org/10.62174/olac.9992>
- Puente, S. (2007). *Industrias culturales*. Prometeo.