

Artículo [ES]

## La situación actual, las características y estrategias para la publicación de libros de temática china en Argentina

*Chinese-themed books: current status, characteristics, and strategies for publication In Argentina*

Peng Liu<sup>1</sup> y Chunhong Xiong<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Profesor asociado de la Escuela de Estudios Europeos  
Universidad de Estudios Internacionales de Beijing, Beijing, China  
Email: 15010051900@163.com; ORCID: 0000-0003-1364-7922

<sup>2</sup>Licenciada de la Escuela de Estudios Europeos  
Universidad de Estudios Internacionales de Beijing, Beijing, China  
Email: Celia03412@outlook.com; ORCID: 0009-0002-1878-845X

**[ES] Resumen:** La publicación de libros de temática china en Argentina refleja, asimismo, su influencia en dicho país e incluso en los países latinoamericanos. El estudio se basa en datos estadísticos extraídos de la página web de la Biblioteca Nacional de Argentina sobre la publicación de 337 libros de temática china en el país desde el año 2005 hasta el 2022. Los autores examinan la situación general a través de tres aspectos: la variedad de libros publicados, la distribución temática de los libros y los modelos de traducción. La publicación de libros de temática china en Argentina presenta características notables como la fragmentación, la orientación hacia audiencias específicas y la temporalidad. Después, el estudio resume los desafíos en la publicación de libros de temática china en Argentina. Finalmente, se presentan varias estrategias con el objetivo de ampliar tanto la escala como la eficacia de la publicación de dichos libros en Argentina, promoviendo así el intercambio cultural y el mutuo conocimiento entre China y los países latinoamericanos.

**Palabras clave:** libros de temática china, Argentina, industria de la publicación, situación actual, características

**[EN] Abstract:** The publication of books on Chinese themes in Argentina reflects its influence in that country and even in Latin American countries. The study is based on statistical data extracted from the National Library of Argentina's website about the publication of 337 books on Chinese themes in the country from 2005 to 2022. The authors examine the overall situation through three aspects: the variety of published books, the thematic distribution of the books, and translation models. The publication of books on Chinese themes in Argentina presents notable characteristics such as fragmentation, orientation towards specific audiences, and temporality. Subsequently, the study summarizes the challenges in the publication of books on Chinese themes in Argentina. Finally, various strategies are presented with the aim of expanding both the scale and effectiveness of the publication of such books in Argentina, thus promoting cultural exchange and mutual understanding between China and Latin American countries.

**Keywords:** Chinese-themed books, Argentina, publishing industry, current situation, characteristics

---

**Cita:** Peng, L., & Chunhong, X. (2024). La Situación Actual, las Características y Estrategias para la Publicación de Libros de Temática China en Argentina. *Ibero-América Studies*, 7(1), 75-85.

**Fondo:** Este trabajo fue financiado por el proyecto especializado en estudios universitarios sobre investigaciones regionales y nacionales de la Universidad de Estudios Internacionales de Beijing, "Investigación sobre los modelos y estrategias de desarrollo cooperativo de las industrias culturales entre China y los principales países de América Latina " (Proyecto N° QYGB23A013).

**DOI:** <https://doi.org/10.55704/ias.v7i1.08>

**Editores académicos:** Ordóñez Huerta, M. Z.

**Recibido:** febrero 2024. **Aceptado:** marzo 2024

**Copyright:** © 2024 by the authors. Enviado para posible publicación de acceso abierto bajo los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0.

## 1. Introducción

En los últimos años, con la profundización de la iniciativa la Franja y la Ruta en el continente sudamericano y de las relaciones económicas y comerciales entre China y los países de América Latina, las actividades relacionadas con el intercambio cultural entre ambas partes han sido cada vez más frecuentes. El presidente Xi Jinping propone promover el respeto mutuo entre las diferentes civilizaciones fomentando una convivencia armoniosa, haciendo que el intercambio y la influencia recíproca entre los mismos funcione como un puente para mejorar la amistad, impulsar el progreso de la sociedad humana y mantener los lazos que sostienen la paz mundial (Xi, 2014).

La publicación de libros con temática china en el extranjero es una parte importante de la estrategia cultural de "salir al exterior" de China, cuyo objetivo es mostrar al mundo la historia, la cultura, el desarrollo social y la situación política y económica actual del país a través de libros que funcionen como vehículos de comunicación. En los últimos años, con el aumento del estatus internacional de China y el avance de la iniciativa la Franja y la Ruta, la publicación y difusión de libros con temática china en el extranjero ha generado un gran llamado de atención (Sun, 2018). La temática de los libros chinos exportados al extranjero es cada vez más diversa, y su escala se expande continuamente; sin embargo, aún existen varios problemas, como la insuficiente localización de los libros temáticos y el desarrollo deficiente de la integración digital (Sun y Yan, 2024).

A nivel mundial, la publicación de libros con temática china muestra una tendencia de crecimiento. En el mundo angloparlante, especialmente en Estados Unidos y el Reino Unido, la cantidad y el impacto de la publicación de libros con temática china han aumentado significativamente, abarcando áreas como la economía, la política y la cultura (Yu, 2019). En Alemania, la publicación de libros con temática china también muestra una actitud positiva, especialmente en los campos de economía, política y derecho e Historia y geografía (Zhang, 2020). En los países de habla árabe, la traducción y aceptación de libros con temática china también muestran un impulso positivo, especialmente en lo que respecta a las obras literarias y libros ilustrados para niños (Gao y Song, 2023). En la región de América Latina, la publicación y difusión de libros con temática china también merece atención. Algunas investigaciones han señalado las deficiencias de los libros de temática filosófica china en su publicación y difusión dentro del ámbito cultural hispanohablante y han propuesto estrategias de solución (Cao, Zhang y Wang, 2022). Varios estudios analizan la cantidad, calidad y diversidad de los libros sobre el taoísmo publicados en el mundo de habla hispana, introduciendo la historia de la traducción y difusión del taoísmo en el mundo hispanohablante (Tian y Muñoz, 2024). Además, hay artículos que, mediante el análisis de cinco libros sobre las relaciones China-América Latina publicados entre 2011 y 2014, señalan que aunque ha habido un incremento en la cantidad y calidad de la investigación académica sobre las relaciones entre China y América Latina, todavía existen deficiencias (Creutzfeldt, 2014).

Los puntos de enfoque de los estudios anteriores se han centrado principalmente en la cantidad de publicaciones de libros con temática china, la distribución por categorías, la calidad de la traducción, el grado de aceptación en el mercado y la publicación en cooperación internacional. No obstante, la investigación existente tiene deficiencias en cuanto a la cobertura geográfica, especialmente en el estudio de países específicos de América Latina. Además, la investigación existente sobre los mecanismos de traducción e interpretación y las características de la publicación de libros con temática china en contextos culturales específicos también es insuficiente. En resumen, es sumamente necesario investigar la publicación de libros con temática china en Argentina. Esto no solo contribuirá a enriquecer el campo de investigación de la publicación de libros con temática china en el exterior, sino que también ayudará a comprender mejor el impacto de la difusión de la cultura china en Argentina y en todo el ámbito cultural de habla hispana.

Los libros de temática china constituyen un importante vehículo para la difusión de la cultura china, cuya publicación en el extranjero indica que los elementos y valores de la cultura china están ingresando a los mercados internacionales a través de los libros. La escala de la publicación a menudo está limitada por el grado de reconocimiento mutuo y la frecuencia de intercambio cultural entre los dos países. Investigar la situación de su publicación en el extranjero permite analizar la popularidad de los productos culturales chinos en el exterior y la influencia global de la cultura china. Desde el establecimiento de las relaciones diplomáticas entre Argentina y China en 1972, el volumen de comercio de productos culturales entre ambas naciones ha experimentado un crecimiento constante, destacándose la vitalidad del comercio de libros. Argentina ha experimentado un fervor por la lectura a nivel nacional, siendo Buenos Aires, su capital, una de las ciudades con los índices más altos del mundo en cuanto a lectura por habitante (Ye y Zhao, 2015). Los libros de temática china no solo satisfacen la demanda de los lectores argentinos para comprender a China, sino que también impulsan de manera significativa el intercambio cultural entre ambos países. La situación actual en la publicación de libros de temática china en Argentina refleja la influencia cultural china en el "país de Pampa" y, de manera más amplia, en los países

latinoamericanos. Actualmente, entender dicha situación resulta crucial para promover la traducción, publicación y difusión de libros chinos en Argentina, fortaleciendo la cooperación en materia de derechos de autor entre las diferentes editoriales chinas y latinoamericanas, impulsando el intercambio cultural y el conocimiento mutuo entre los países, fomentando el desarrollo positivo del comercio cultural bilateral y la ampliación de dicha influencia cultural en el extranjero. Por lo tanto, este artículo, basado en datos relacionados con la publicación de libros de temática china en Argentina, analiza y resume la situación actual y las principales características de dichas publicaciones proponiendo recomendaciones estratégicas en este contexto para las instituciones editoriales chinas.

## 2. La situación actual de la publicación de libros de temática china en Argentina

En los últimos años, la cooperación y el intercambio entre China y Argentina se han vuelto cada vez más estrechos, y las relaciones económicas y comerciales entre ambos países se han desarrollado bien. Con el desarrollo continuo de las actividades editoriales de ambos países hacia el exterior y la creciente demanda de cooperación internacional, la demanda del mercado de libros de Argentina por libros de temática china se ha incrementado. Por lo tanto, se puede analizar los datos de publicación de libros de temática china en Argentina desde 2005 hasta 2022 para entender la situación actual de la publicación de libros de temática china en Argentina.

### 2.1 Objeto y Método de Estudio

El objeto de estudio de este artículo es, los libros de temática china publicados en el mercado editorial argentino entre 2005 y 2022, es decir, libros en papel relacionados con China o que contengan las palabras claves: "China" o "chino/china". Los mismos, se pueden clasificar en tres categorías según las temáticas, los derechos de autor y la colaboración editorial: libros originales con temática china (sin restricción de nacionalidad del autor, sin restricción de idioma, publicados en editoriales argentinas o en estrecha colaboración con ellas); libros de temática china adquiridos de otros países por Argentina (sin restricción de idioma); libros publicados en colaboración entre editoriales argentinas y editoriales chinas (sin restricción de nacionalidad del autor, sin restricción de idioma). Los datos utilizados en este artículo provienen principalmente del catálogo en línea de la Biblioteca Nacional de Argentina (<https://www.bn.gov.ar/>)<sup>1</sup>.

Se han utilizado palabras claves como "China" y "chino" para buscar en el catálogo en línea de la Biblioteca Nacional de Argentina (<https://www.bn.gov.ar/>), recopilando información detallada de todos los libros de temática china publicados y distribuidos en Argentina entre 2005 y 2022, organizando la cantidad de publicaciones por año y creando una figura de líneas, clasificando las temáticas diferentes según la clasificación de la Biblioteca Nacional de China<sup>2</sup> y resumiendo la cantidad de libros de dicha temática publicados por diferentes editoriales.

### 2.2 Análisis Estadístico de las Categorías Bibliográficas

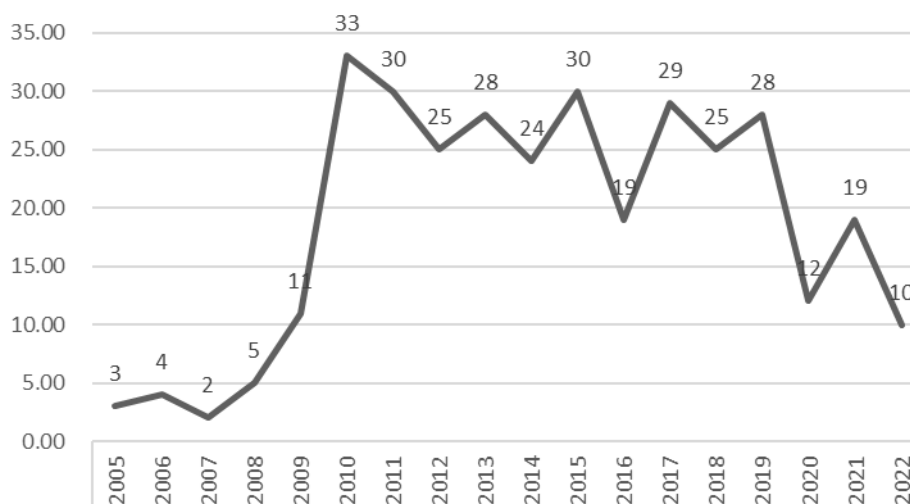
Según los datos, Argentina publicó un total de 337 libros de temática china entre 2005 y 2022, con una publicación promedio anual de aproximadamente 18.72. La estadística de la cantidad de publicaciones por año se muestra en la Figura 1.

Partiendo de la figura 1, entre 2005 y 2008, la publicación de libros de temática china en Argentina, estaba en su etapa inicial. China se unió a la Organización Mundial del Comercio en 2001, evento significativo que impulsó la relación entre China y América Latina hacia una etapa de desarrollo impulsada por el comercio (Chen, 2019). Pero durante este período, la cantidad total de libros de temática china publicados en Argentina no fue considerable. En primer lugar, las relaciones comerciales bilaterales entre China y América Latina tenían problemas de desequilibrio. El comercio entre China y los países latinoamericanos se centra principalmente en productos tradicionales como maquinaria eléctrica, materias primas, y otros similares (Wu, 2008), mientras que el comercio de productos culturales bilaterales, representados por los libros, tiene una escala relativamente reducida. En segundo lugar, el objeto de comercio de libros en Argentina se destina principalmente a países europeos y latinoamericanos cercanos, excluyendo a China. A principios del siglo XVI, Argentina sufrió la invasión y el dominio colonial español, lo que resultó en una gran afluencia de población

<sup>1</sup> La Biblioteca Nacional de Argentina es el depósito central de las publicaciones del país, está encargada de preservar libros, revistas, mapas y material audiovisual. Los lectores pueden acceder a la información básica de todas las colecciones a través de su sitio web oficial (<https://www.bn.gov.ar/>) con un catálogo en línea exhaustivo, actualizado y adecuado, siendo una de las fuentes de datos más autorizadas sobre la situación de la publicación de libros en Argentina. Todos los datos bibliográficos relevantes para este estudio están incluidos en su acervo.

<sup>2</sup> La clasificación de la Biblioteca Nacional de China es una herramienta actualmente utilizada en China para clasificar libros. Según las características de los materiales bibliográficos, se establece un sistema de clasificación basado en principios de general a específico y de general a particular, formando un sistema de clasificación que se compone de cinco categorías básicas y veintidós categorías principales.

inmigrante europea. Influenciada por la colonización española, el idioma oficial de Argentina es el español. Por lo tanto, los intercambios comerciales de libros se centran entre España y los países latinoamericanos. Por último, en la década de 1970, Argentina transitó de un gobierno liderado por intelectuales a un período de convulsiones políticas bajo un régimen militar autoritario. Durante este tiempo, las relaciones bilaterales entre China y Argentina se debilitaron, y el intercambio cultural prácticamente se detuvo, lo que provocó que durante un largo período los libros de temática china no pudieran ingresar al mercado de libros argentinos (He, 2020).



**Figura 1.** Situación de las categorías de los libros de temática china publicados en Argentina desde 2005 hasta 2022 (unidad: variedades).

**Fuente:** Elaboración propia con los datos de la Biblioteca Nacional de Argentina.

El período de 2009 a 2019 se puede considerar como una etapa de desarrollo estable de la publicación de libros de temática china en Argentina. A partir de 2009, la variedad de esta categoría de libros ha experimentado una tendencia al alza, manteniendo en términos generales una escala de publicación estable hasta el año 2020. En primer lugar, la exitosa realización de los Juegos Olímpicos de Verano de Pekín en 2008 profundizó la comprensión y el conocimiento que Argentina tenía sobre diversos aspectos de China, lo que indirectamente impulsó la traducción y publicación de libros de temática china en Argentina. En segundo lugar, la participación inaugural de Argentina como país invitado de honor en la Feria Internacional del Libro de Frankfurt en 2010 abrió y aceleró la colaboración con comerciantes y editoriales chinas. A partir de esta feria del libro, la industria editorial china comenzó a comprender en profundidad las particularidades del sector editorial en Argentina, país ubicado en el hemisferio occidental. En tercer lugar, después de la crisis financiera global de 2008, China se convirtió en el principal estabilizador y fuente de impulso del crecimiento económico mundial, y el comercio entre China y América Latina experimentó un "salto" en su desarrollo, con la importancia de ambos en sus estrategias externas aumentando día con día (Chen, 2019). Así que el florecimiento de los intercambios culturales entre China y Argentina, liderados por el impulso del creciente desarrollo de la cooperación económica y comercial bilateral, ha aumentado la frecuencia, elevando la demanda en el mercado argentino de libros de temática china. A medida que las relaciones económicas y comerciales entre China y Argentina se profundizan, junto con el incremento en la frecuencia de los intercambios académicos entre las instituciones de educación superior de ambos países y la incansable promoción de la cultura por parte de la comunidad china en Argentina, el deseo de cooperación entre los sectores editoriales de ambos países se fortalece cada vez más. Como resultado, el interés y la demanda de libros chinos en el mercado editorial argentino experimentó un crecimiento significativo, lo que promovió el establecimiento, en 2018, de la "Biblioteca China"<sup>3</sup> en Argentina.

Entre 2020 y 2022, la publicación de libros de temática china en Argentina ha mostrado una tendencia de contracción significativa. A partir de 2020, la diversidad de publicaciones de libros de temática china en Argentina experimentó una marcada disminución. En primer lugar, la desaceleración económica global causada por el impacto de la pandemia de COVID-19 afectó negativamente el desarrollo económico de numerosos países, siendo la economía de las naciones

<sup>3</sup> La Biblioteca China es un proyecto de promoción de libros chinos en el extranjero liderado por la Administración Nacional de Publicaciones y Periódicos y ejecutado por la Corporación China de Importación y Exportación de Libros. A través de la venta de libros de temática china en grandes librerías alrededor del mundo, satisface la demanda de los lectores locales de conocer China a través de la lectura.

latinoamericanas particularmente afectada por las repercusiones negativas de la mencionada crisis sanitaria. En consecuencia, los gobiernos de los países latinoamericanos redujeron sus asignaciones presupuestarias para la industria cultural, sumiendo al sector editorial argentino en una fase de estancamiento. En segundo lugar, las políticas de cuarentena sanitaria implementadas por distintas naciones para contener la propagación del virus disminuyeron significativamente la frecuencia y profundidad de la cooperación económica y cultural entre China y América Latina. Este escenario ha provocado una marcada desaceleración en la dinámica de colaboración en la publicación de libros entre China y Argentina.

### 2.3 Distribución de las Temáticas

Analizando la distribución de las diferentes temáticas de los libros chinos publicados en Argentina, es posible profundizar en las características y limitaciones del ingreso de libros chinos en el mercado editorial del país. Este estudio emplea la clasificación gráfica china para categorizar los datos recopilados. La clasificación de las temáticas de los libros chinos en Argentina se detalla en el cuadro 1. En términos generales, la selección de temáticas se concentra en 11 categorías principales, entre las cuales más de la mitad pertenecen a literatura, política y derecho, así como arte. Las categorías de cultura, ciencia, educación y deportes, e historia y geografía, representan más del 10% de los libros chinos, indicando el interés local en la cultura, historia y geografía de China. Sin embargo, las categorías de economía, ciencias sociales, tecnología e industria y lingüística no superan el 5 %, lo que sugiere que el conocimiento local sobre el desarrollo chino en estos campos aún es insuficiente.

Posición	Clasificación Temática	Cantidad	Porcentaje
1	Literatura	97	28,80%
2	Política y derecho	57	16,90%
3	Arte	46	13,60%
4	Cultura, ciencia, educación y deporte	39	11,60%
5	Historia y geografía	34	10,10%
6	Filosofía y religión	21	6,20%
7	Medicina y salud	19	5,60%
8	Economía	15	4,50%
9	Ciencias sociales y ensayos	5	1,50%
10	Tecnología e industria	3	0,90%
11	Lenguaje y escritura	1	0,30%

**Cuadro 1.** Distribución de las diferentes temáticas de libros chinos en el mercado argentino de 2005 a 2022 (unidad: especies)

**Fuente:** Elaboración propia con los datos de la Biblioteca Nacional de Argentina.

Desde la perspectiva de la categoría de la literatura, esta clasificación ocupa la mayor proporción, concentrándose principalmente en las obras más destacadas traducidas al español y en las creaciones literarias locales con temáticas chinas. Por ejemplo, las traducciones al español de obras de la literatura china moderna, como *La Casa de Té* y *El Amor en la Ciudad*, las traducciones de obras de la literatura china antigua, como *El Arte de la Guerra de Wuzi*, así como creaciones y biografías centradas en figuras chinas. En la Feria Internacional del Libro de La Habana, una de las ferias de libros más influyentes en la región de América Latina, había una gran demanda de las traducciones al español de obras de los escritores chinos Liu Zhenyun, como *Teléfono Móvil* y *No Soy Pan Jinlian*, así como de *El Don* de Mai Jia. Las obras de Mo Yan también eran muy apreciadas por los amantes de la literatura en español. Desde la publicación de la traducción al español de *El Clan del Sorgo Rojo* en 1992, varias novelas de Mo Yan han sido traducidas al círculo cultural hispanohablante (Peng, 2024). Las publicaciones literarias lideran el mercado de libros chinos en Argentina, en cierta medida, creemos que se debe a la profunda tradición argentina con dicho género, la cual nutre el aprecio y la demanda de su población por las obras literarias nacionales e internacionales. Los escritores argentinos gozan de fama internacional, como Ernesto Sábato, galardonado con el premio literario en español más prestigioso, el Premio Cervantes, cuya obra más representativa es la Trilogía de ficción psicológica: *El túnel*, *Sobre héroes y tumbas* y *Abaddón, el exterminador*. También destaca el renombrado autor mundialmente conocido como el "Kafka de Sudamérica", Jorge Luis Borges, con su obra más representativa *El jardín de senderos que se bifurcan*. Además, Argentina ostenta con justicia el título de "país de la lectura" en la región latinoamericana, con su capital, Buenos Aires, siendo reconocida en 2011 por la

UNESCO como la "Capital mundial del libro" (Ye y Zhao, 2015). Según las estadísticas del Ministerio de Educación argentino, la tasa de alfabetización de la población mayor de 15 años alcanza el 97,9 %, con un promedio de compra de 4,6 libros por persona al año, situándose solo por debajo de Chile en lo que respecta a América Latina (Su, 2021).

En la categoría sobre política, los libros se centran principalmente en traducciones que narran la experiencia de los partidos políticos en el poder, el sistema político de China, y el análisis / estudio de académicos argentinos sobre el sistema chino. Tales como la versión en español de *la Gobernación y Administración de China* y la monografía en español *Gobernanza y Administración de China* escrita por académicos argentinos. Desde el inicio del siglo XXI, con el desarrollo "salto" en las relaciones entre China y América Latina, el gobierno chino ha estado promoviendo activamente su diplomacia pública en América Latina, con el objetivo de difundir las políticas oficiales del gobierno chino para la cooperación con los países de la región, moldear la imagen de China en América Latina y aumentar la influencia y el peso de China en la región, fomentando una mayor cooperación en diversos campos (Song y Han, 2017). Por lo tanto, este tipo de libros se convierten en la primera elección para la publicación de libros de temática china en el extranjero. Aunque China y Argentina comparten el mismo estatus de país en desarrollo e identidades, mentalidades y demandas de interés comunes. Hoy en día, China se ha convertido en la segunda economía más grande del mundo, líder en el comercio global de mercancías y una nación de ingresos mediano-altos. En cambio, Argentina, que ya se encontraba entre las diez principales economías mundiales hace un siglo, sigue atrapada en lo que se conoce como la "trampa de los ingresos medios". La Universidad Nacional de San Martín, en colaboración con una universidad china, llevó a cabo una encuesta telefónica a 1476 personas en la ciudad de Buenos Aires. El rápido crecimiento y expansión global de China en las últimas décadas han despertado la curiosidad y admiración de todos los sectores argentinos, los cuales evalúan positivamente este fenómeno chino y su impacto en Argentina, con el 63% de los encuestados afirmando que: "podemos aprender mucho del modelo de desarrollo económico y social de China" (Xu y Wu, 2022). En cierta medida, creemos que los lectores argentinos muestran un gran interés en conocer cómo los países en situaciones similares han logrado un rápido desarrollo económico y social sostenible, elevando su posición en el escenario mundial. Por lo tanto, esto impulsa en gran medida la publicación y promoción de libros políticos chinos en Argentina.

En cuanto a los libros de arte, la mayoría de los libros chinos publicados en Argentina se centran en la apreciación musical, incluyendo una pequeña fracción dedicada a las bellas artes y la arquitectura. Argentina se distingue como una nación rica en diversidad cultural, donde la música y la danza representan un invaluable patrimonio cultural. La música argentina ha experimentado un proceso de fusión y recreación, siendo el tango una de las formas musicales más destacadas. La pasión argentina por este género, tanto en términos de música como de danza, no tiene comparación, rivalizando incluso con la devoción por el fútbol. Es precisamente esta afición a las artes musicales y la danza lo que impulsa la difusión de estos libros chinos en Argentina.

En cuanto a la literatura lingüística, este tipo de libros chinos tienen una escasa presencia dentro de la publicación argentina. En primer lugar, desde un enfoque filológico, la lengua es el vehículo de la información y la cultura, y la gran distancia lingüística resulta ser una elevada barrera de entrada para la aceptación de libros chinos en idioma mandarín en Argentina. Además, desde la perspectiva del comercio, importar estos libros requiere un grado significativo de traducción localizada, lo cual implica esfuerzo y tiempos considerables solo con la traducción del país importador. Para cuando finaliza la tarea de traducción, el interés en el mercado por este tipo de libros suele haber disminuido o la cuota de mercado ya habrá sido repartida entre otras editoriales o empresas (Wang, 2021), lo que resulta una escasa difusión o publicación de libros en chino mandarín en Argentina.

#### 2.4 Evolución de los Paradigmas de Traducción e Introducción

La industria editorial de Argentina goza de reputación mundial, destacándose por su notable tolerancia hacia la introducción de libros de diversas culturas y lenguas. En Argentina, la traducción y publicación de libros chinos inicialmente adoptó el modelo de "China-España-Argentina" para su traducción e introducción (Chen y He, 2020). Al analizar las razones, en primer lugar, la cooperación económica y cultural entre China y España se estableció tempranamente, mientras que la interacción cultural y la colaboración entre China y Argentina eran relativamente limitadas antes de 2010. Además, antes de ese momento, los países latinoamericanos carecían, en la mayoría de los casos, de profesionales locales capacitados en el idioma chino, así como de sinólogos, lo que resultaba insuficiente para la traducción local de los libros. Simultáneamente, la conciencia de la población local sobre la literatura china era bastante reducida. En este período, las editoriales españolas desempeñaron un papel crucial al impulsar indirectamente el comercio de libros entre China y Argentina.

Con el continuo fortalecimiento de los intercambios culturales y la profundización del comercio bilateral entre Argentina y China después de 2010, la colaboración entre las editoriales de ambos países ha experimentado avances

sustanciales, acelerando significativamente la traducción directa y la difusión editorial de libros chinos en Argentina. La transición de un modelo de traducción indirecta a uno directo se atribuye a varios factores: en primer lugar, la cooperación bajo el modelo de traducción indirecta estableció una sólida base para la colaboración posterior en publicaciones directas entre China y Argentina, en el cual las editoriales españolas jugaron un importante papel sirviendo como puente; en segundo lugar, el rápido aumento de la influencia internacional de China en los últimos años ha motivado a numerosas editoriales argentinas a expresar directamente su interés en la colaboración. En 2010, la Editorial Andrómeda de Argentina firmó un acuerdo de colaboración con la Editorial de Lenguas Extranjeras de China para la publicación de libros como *Historia de la Literatura China*, y la Editorial Kaiklon de Argentina expresó su intención de obtener los derechos de traducción para la versión en español de *Mei Lanfang y la Ópera de Pekín* con la Editorial de Lenguas Extranjeras de China (Zhu, 2010).

### 3. Análisis de las características de la publicación de libros de temática china en Argentina

Las editoriales son los principales actores y participantes directos en la importación de libros y el comercio de derechos de autor. Analizar las principales características de las numerosas editoriales que publican libros de temática china en Argentina ayuda a seleccionar los socios ideales de las editoriales y a orientar de manera más precisa los temas y mercados objeto para los libros, promoviendo así de manera más efectiva la publicación y distribución de libros chinos.

En primer lugar, desde principios del siglo XXI, ha habido un gran número de editoriales en Argentina que han publicado una amplia variedad de libros de temática china, mostrando una característica de fragmentación en la publicación. Según el cuadro 2, durante el período de 2005 a 2022, 21 editoriales argentinas que publicaron más de 3 tipos de libros representaron el 37,69 % del total (337 libros). 19 editoriales que publicaron 2 tipos de libros contribuyeron con el 11,27 %, mientras que 172 que publicaron un solo tipo de libros representaron el 51,4 %. Se observa que las diferencias en la cantidad de publicaciones entre estas editoriales no son significativas, y no ha surgido una editorial que resultase dominante. Entre ellas, la Editorial Dunken (19 libros) y Epsa Publishing (19 libros) publicaron relativamente mayor cantidad de libros.

En segundo lugar, en términos de cantidad, los libros de temática china suelen ser publicados por editoriales medianas y pequeñas en Argentina, mostrando una característica de promoción dirigida a un público más especializado. La industria editorial de Argentina tiene una larga historia, con más de dos mil editoriales locales, la mayoría de las cuales son pequeñas y medianas empresas, mientras que las grandes empresas están compuestas principalmente por corporaciones multinacionales (Zhang, 2011). Aunque las grandes empresas representan solo el 10 % del total de las editoriales, la cantidad de libros que publican domina gran parte del mercado local. Es importante destacar que las editoriales chinas no optan por la colaboración con grandes empresas editoriales multinacionales en Argentina. En primer lugar, esto se debe a que la cantidad y variedad de libros chinos publicados en Argentina son relativamente limitadas, y la colaboración con grandes empresas editoriales multinacionales requiere una mayor inversión y un umbral más alto. En segundo lugar, la elección de colaborar con editoriales medianas y pequeñas en Argentina implica una inversión menor y un umbral más bajo, y estas editoriales lanzan libros que tienen un alcance más amplio, ya que muchos libros chinos prefieren ser publicados por editoriales locales en Argentina, con un total de 281 libros, lo que representa el 83,38 % del total de publicaciones. Numerosas librerías medianas y pequeñas en Argentina, que mantienen relaciones cercanas con las editoriales locales, pueden vender y promocionar de manera más efectiva los libros chinos. Es el caso de la Editorial Zhaohua de China, la cual colaboró estrechamente con la Editorial Luxemburgo de Argentina y publicó la versión en español de *Desde lo cercano hasta el conocimiento mutuo: Crónicas diplomáticas entre China y América Latina* en 2023 (China.org.cn, 2023). Algunas editoriales chinas establecen filiales en el extranjero, después, el personal de estas filiales negocia con editoriales y traductores extranjeros para publicar y distribuir libros de temática china que interesen a los lectores extranjeros. Sin embargo, en general, la colaboración entre editoriales chinas y distribuidores extranjeros sigue siendo limitada, lo que es un factor importante que restringe la exportación de libros de calidad (Liu, 2020).

No	Editorial	Número	No	Editorial	Número
1	Epsa Publishing	19	11	Atlántida	4
2	Planeta	10	12	Capital Intelectual	4
3	Paidós	7	13	Continente	4
4	Ediciones B	6	14	Loqueleo	4
5	Sudamericana	6	15	Urano	4
6	Aguilar	5	16	Almaluz	3
7	Debate	5	17	Deva's	3
8	Kier	5	18	Edhasa	3
9	Tusquets	5	19	Quadrata	3
10	Adriana Hidalgo	5	20	Fondo de Cultura Económica	3

**Cuadro 2.** Editoriales argentinas que han publicado más de tres libros chinos entre 2005 y 2022, junto con la cantidad de publicaciones (unidad: variedades)

**Fuente:** Elaboración propia con los datos de la Biblioteca Nacional de Argentina.

En tercer lugar, las editoriales chinas no han establecido relaciones de colaboración editorial estables y estrechas con las editoriales locales, siendo esta colaboración de naturaleza temporal. Las editoriales locales en Argentina que han publicado una cantidad significativa de libros chinos son prominentes editoriales internacionales, como Dunken, Planeta, Sudamericana y Atlántida. Sin embargo, estas editoriales no han llegado a acuerdos de colaboración a largo plazo con las editoriales chinas. En los últimos años, varios ciudadanos chinos en Argentina han fundado editoriales y librerías chinas para la publicación y venta de libros, por ejemplo, la editorial Chinozhong, creada en 2009 por un propietario chino, es una empresa editorial independiente registrada en Argentina, que se dedica principalmente a escribir material didáctico en chino y a traducir y publicar libros de cultura china en Argentina. Estas editoriales chinas han impulsado en cierta medida la introducción y difusión de libros chinos en el país, aunque los resultados aún son insatisfactorios. Además, el establecimiento de vínculos académicos entre universidades de ambos países y la colaboración en la publicación de obras académicas representan un nuevo modelo de publicación que ha contribuido eficazmente a la introducción y publicación de libros de temática china en Argentina. Por ejemplo, en 2022, la Universidad Tecnológica del Suroeste y la Universidad Nacional de Lanús de Argentina colaboraron en la publicación de dos obras académicas, una de las cuales fue editada por el Embajador argentino en China, Sr. Gustavo Sabino Vaca Narvaja, y el investigador del Centro de Estudios Latinoamericanos de la Universidad Tecnológica del Suroeste, Zou Zhan, titulada *China, América Latina y la geopolítica de la nueva Ruta de la Seda*. Este libro analiza las oportunidades e impactos de la iniciativa la Franja y la Ruta en América Latina y el Caribe, desempeñando un papel positivo en la firma del convenio de cooperación sobre la Franja y la Ruta por parte de Argentina en 2023 (Yu, 2022). La otra obra fue editada por los académicos de la Universidad Nacional de Lanús, Gerardo Gustavo y Fernando Bucaille, titulada *La Cooperación entre China y Argentina en la era post Covid-19*. Este nuevo modelo de publicación no solo ha fomentado en gran medida el intercambio académico entre ambas partes, sino que también ha ampliado el volumen del comercio de libros entre ambos países.

En cuarto lugar, las editoriales locales tienden a publicar libros temáticos específicos, mostrando una orientación centralizada en intereses editoriales. Epsa Publishing se centra en la publicación de libros chinos sobre temáticas artísticas, mientras que Dunken y Sudamericana destacan en la promoción de libros de literatura china. Atlántida se especializa en libros científicos chinos. Los libros de política y derecho son más frecuentes en Capital Intelectual y Dunken, mientras que Debate y la Editorial de la Universidad Nacional de Buenos Aires (EUDEBA) publican más libros sobre historia y geografía china. Dunken se dedica principalmente a la publicación de obras literarias argentinas, y también publica versiones en español de obras literarias extranjeras. Esta editorial ha publicado numerosas obras literarias chinas destacadas, como *Mujer en Silencio*. Sudamericana publica principalmente obras literarias con elementos chinos de ciencia ficción y cuentos de hadas. Capital Intelectual, editorial que se centra en la publicación de obras académicas, se enfoca en libros chinos que exploran la reforma socialista en el país y sus relaciones con el mundo. Además, algunas editoriales argentinas también han lanzado varios libros temáticos sobre China. Por ejemplo, Dunken y Planeta han publicado libros sobre acupuntura y terapia de agujas secas de la medicina china. Atlántida ha publicado libros temáticos sobre el calendario tradicional chino.

#### 4. Desafíos en la publicación de libros de temática china en Argentina

##### 1) Falta de conexión y colaboración con editoriales y libreros argentinos

La publicación de libros de temática china en Argentina está principalmente en manos de las editoriales argentinas que introducen o traducen estos libros. Este método de introducción y traducción a menudo puede causar malos entendidos sobre la cultura china debido a las divergencias culturales significativas entre ambos países. Además, el comercio de libros suele verse afectado negativamente por la situación macroeconómica del país importador, particularmente por los problemas de una economía inestable y la severa inflación en dicho país, lo que aumenta la incertidumbre en la difusión de los mencionados libros. Actualmente, la tendencia de "localización"<sup>4</sup> se ha convertido en una práctica innovadora para la difusión internacional de libros. Las editoriales chinas generalmente promueven la localización de la publicación china a través de fusiones y adquisiciones en el extranjero, estableciendo editoriales o formando empresas conjuntas con editoriales extranjeras. En los últimos años, varias editoriales chinas han comenzado a establecer sucursales en el exterior, pero tienen relativamente poca experiencia en la colaboración internacional y casi no ha habido casos sobre cooperación editorial en Argentina, lo que ha limitado significativamente la promoción y los canales de venta de libros de temática china en el mercado del país del sur.

##### 2) Falta de calidad de traducción y escasez de talentos profesionales

Una traducción de alta calidad es clave para la comunicación intercultural. Esto queda demostrado a través de la traducción que realizó con su obra *Li Bai: 50 Poemas*, Anne-Helène Suárez, una destacada sinóloga española. Su traducción no solo respeta las diferencias culturales del texto original, sino que también se enfoca en hacer que los lectores de la lengua de destino entiendan fácilmente, lo cual constituye la clave del éxito en la comunicación intercultural (Wu, 2023). Aunque muchos países latinoamericanos tienen estrechas relaciones económicas y comerciales con China, la mayoría de ellos no ha prestado suficiente atención a los estudios sobre el chino y, sobre todo, carecen de talentos profesionales en traducción. Cuando traductores no profesionales traducen obras chinas de áreas específicas, pueden cometer errores en la comprensión, lo que da como resultado una baja calidad de traducción y una aceptación limitada por parte de los lectores.

##### 3) Exceso de concentración y estrechez de la selección de temáticas

La publicación de los libros de temática china en Argentina generalmente se enfoca en pocas variantes, como la literatura clásica china, el arte marcial y la medicina tradicional china, pasando por alto las diversas temáticas relacionadas con la cultura y la sociedad china. Esta concentración, limita la selección de temáticas, lo que dificulta la posibilidad de satisfacer las necesidades de los lectores argentinos. Además, la estrecha selección de temáticas también limitó la atracción y aceptación de los libros chinos en el mercado argentino, ya que no pueden mostrar plenamente la riqueza, diversidad y modernidad de la cultura china.

#### 5. Conclusión y propuestas

El presente estudio analiza respectivamente la situación actual, las características y estrategias para la publicación de libros de temática china en Argentina y ha revelado una serie de hallazgos significativos que destacan aspectos clave de esta dinámica industria editorial.

Primero, se observa una marcada fragmentación en la publicación de libros de temática china en Argentina, con una amplia variedad de editoriales participantes. Segundo, la mayoría de los libros de temática china en Argentina son publicados por editoriales medianas y pequeñas, indicando una estrategia dirigida a audiencias más especializadas. Además, se observa que las colaboraciones editoriales entre editoriales chinas y argentinas tienden a ser temporales y no establecen relaciones de colaboración a largo plazo. Aunque algunas editoriales chinas han establecido sucursales en el extranjero, la colaboración internacional en el ámbito editorial sigue siendo limitada. Esto supone una debilidad en la exportación de libros de calidad y la promoción de la cultura china en Argentina. En cuanto a la selección de temáticas, se evidencia una concentración en áreas específicas como la literatura clásica china, las artes marciales y la medicina tradicional china.

Por otro lado, la publicación de libros de temática china en Argentina enfrenta una serie de desafíos, incluida la falta de colaboración estable entre editoriales locales y chinas, la calidad variable de las traducciones y la concentración excesiva en ciertas temáticas. Para abordar estos desafíos y promover una mayor difusión y apreciación de la cultura

---

<sup>4</sup> Localización significa llevar a cabo actividades de producción y gestión orientadas a la demanda del mercado del país de destino, realizar la planificación, producción y encuadernación de los productos de acuerdo con los hábitos de los lectores del país de destino y entrar en sus canales principales de distribución.

china en Argentina y ampliar aún más la escala y la efectividad de la publicación de libros chinos en dicho país, se presentan las siguientes propuestas:

Primero, se debe impulsar de manera destacada la traducción y promoción en Argentina de libros chinos de literatura y arte, así como de libros de ciencias sociales. Actualmente, los libros chinos de literatura y arte ocupan una posición predominante en la importación de libros en Argentina. Por lo tanto, la industria editorial china puede promover aún más la traducción y promoción de destacadas obras literarias y artísticas chinas en el país, permitiendo que más títulos de la cultura tradicional china se den a conocer. Además, con la continua profundización de la cooperación integral y multisectorial entre ambos países, la demanda de libros de ciencias sociales chinos en áreas como la economía, cultura, educación, medicina, y tecnología industrial está aumentando. Por lo tanto, los libros con dichas temáticas pueden ser identificados como un enfoque prioritario para futuras colaboraciones editoriales.

Segundo, las editoriales chinas con capacidad suficiente, deben establecer relaciones directas de cooperación con las numerosas editoriales argentinas y ambos países deben trabajar juntos para cultivar talentos de traducción de alta calidad, prestando atención a la traducción conjunta de China y del extranjero. Frente a la intensa competencia entre las editoriales y libreros argentinos, las editoriales chinas pueden establecer empresas conjuntas con editoriales conocidas y las universidades de ambos países también pueden colaborar en la publicación de obras académicas a través de la creación de plataformas académicas conjuntas, lo que también ayudará a romper las barreras culturales, mejorar el uso de recursos de traducción y controlar mejor el contenido y la calidad de las traducciones. La calidad de la traducción de libros afectará la apreciación y evaluación del contenido de los libros chinos por parte de los lectores argentinos, por lo que la formación de talentos en traducción de chino a español es especialmente crucial. Las universidades de ambos países pueden fortalecer la capacitación de profesorado y la formación de talentos en traducción, mejorar e innovar los canales de distribución, temáticas, contenidos y el diseño de encuadernación de los libros existentes, lo que reducirá efectivamente los obstáculos e inconvenientes en la colaboración editorial entre ambos países y expandirá la variedad y escala de la publicación de libros de temática china en Argentina.

Tercero, China debe acelerar la exportación de derechos de autor de publicaciones electrónicas a países latinoamericanos como Argentina, para compensar las deficiencias actuales en la publicación de libros en formato impreso. En los últimos años, el rápido auge de la publicación en línea en Argentina está transformando el panorama tradicionalmente dominado por la industria editorial. La industria editorial china puede adaptarse a la nueva era de la economía digital acelerando la exportación de derechos de autor de publicaciones electrónicas a países latinoamericanos, elevando así el nivel de comercio de libros entre China y y dichos países, incluida Argentina.

Cuarto, ambas partes pueden organizar más eventos culturales y de promoción a gran escala para impulsar el desarrollo del comercio cultural sino-latinoamericano, incluido el de libros. A través de eventos como la Feria Internacional de Comercio de Servicios de China, grandes ferias internacionales del libro, y eventos anuales de intercambio cultural entre China y otros países, el pueblo chino y los latinoamericanos han podido comprender mejor las similitudes y diferencias culturales entre ambas partes, logrando un entendimiento más profundo y objetivo sobre la cultura del otro y reduciendo los "descuentos culturales" en el comercio cultural. Además, la celebración activa de estos eventos podría profundizar aún más la cooperación entre China y América Latina en áreas como el comercio, la industria y las inversiones culturales, contribuyendo así al desarrollo de una comunidad de destino común entre China y América Latina.

## Bibliografía

- (Cao, 2022) Cao, X. Z., Zhang, S. Y. y Wang, L. (2022). La traducción e influencia de libros de temas filosóficos chinos en el círculo cultural hispanohablante (1900-2021). *Comunicación Exterior*, (11), 088-094.
- (Chen, 2019) Chen, Y. T. (2019). Retrospectiva y perspectiva de las relaciones China-LATAM: de insignificantes a indispensables. *Estudios sobre América Latina*, 41(06): 22-34+154-155.
- (China.org.cn, 2023) China.org.cn. (2023). La Editorial Zhaohua colabora con la Editorial Luxemburgo de Argentina para lanzar sus últimas producciones, Available online: [http://cul.china.com.cn/2023-09/12/content\\_42517596.htm](http://cul.china.com.cn/2023-09/12/content_42517596.htm)
- (Creutzfeldt, 2014) Creutzfeldt, B. (2014). China en América Latina: seguimiento de la evolución. *Revista CS*, (14), 21-46.
- (Gao y Song, 2023) Gao, B. y Song, X. (2023). La traducción de libros temáticos chinos en países de lengua árabe: Entrevista con el sinólogo egipcio Ahmed Said. *Traducción de China*, (1), 128-133.
- (Chen y He, 2020) Chen, Y. Y y He, M. X. (2020). Cooperación en mercados de terceros: un estudio sobre el modelo de traducción y de publicación de libros chinos en el mundo de habla hispana. *Investigación sobre la publicación y distribución*, 74-79.

- (He, 2021) He, M. X. (2021). Evolución histórica de la red de distribución de libros y revistas chinos en América Latina. *Investigación sobre la historia editorial china*, (02): 32-51
- (Liu, 2020) Liu, Z. (2020). Análisis de la publicación y difusión de libros con temas chinos en el extranjero. *Comunicación de Ciencia y Tecnología*, 12 (22): 38-40.
- (Peng 2024) Peng, M. (2024). Qué libros chinos leen los lectores extranjeros. *Global Times*, (013).
- (Song y Han, 2017) S, X. L. y Han, Z. Y. (2017). La evolución, actividades y efectos de la diplomacia pública china hacia LATAM. *Estudios sobre América Latina*, 39(03): 123-139+157-158.
- (Su, 2021) Su, Y. (2021). Características y exploración del desarrollo de la industria editorial de libros contemporáneos en Argentina [Tesis de Universidad de Lenguas Extranjeras de Beijing].
- (Sun y Yan, 2024) Sun, J. y Yan, X. (2024). Estudio sobre las estrategias para la expansión global de libros temáticos chinos. *Nueva Observación*, (1), 41-47.
- (Sun, 2018) Sun, Z. (2018). Una exploración constructiva para la reforma de la oferta de libros temáticos chinos en Japón: Basada en la investigación de la Alianza Editorial de Libros Temáticos Chinos. *Comunicación Exterior*, (9), 28-29.
- (Tian y Muñoz, 2024) Tian, M. y Muñoz Cabrera, R. (2024). El Tao en el mundo hispánico: la traducción de libros taoístas chinos. *México y la Cuenca del Pacífico*, (37), 97-116.
- (Wang, 2021) Wng, J. (2021). *Comercio internacional de cultura (segunda edición)*. Editorial de la Universidad Tsinghua, 173.
- (Wu, 2008) Wu, G. P. (2008). Cooperación económica y comercial China-LATAM: lograr una interacción positiva en el crecimiento económico. *Estudios sobre América Latina*, (03): 3-11+79.
- (Wu, 2023) Wu, T. (2023). Estudio sobre la traducción al español de poesía china bajo estrategias de adaptación y alienación. *Lingüística Moderna*, 11(4): 1603-1608.
- (Xi, 2014) Xi, J. P. (2014). El presidente Xi Jinping pronunció un discurso en la sede de la UNESCO.
- (Xu y Wu 2022) Xu, X. L. y Wu, C. L. (2022). Canal Internacional. Comunicación: La mayoría de los argentinos creen que deberían aprender de la experiencia en desarrollo económico y social de China. People's Daily Online. Available online: <http://world.people.com.cn/n1/2022/0217/c1002-32354346.html>
- (Ye y Zhao 2015) Ye, S. S. y Zhao, Y. Y. (2015). Huanqiu.com. Comunicación: Por qué Argentina es conocida como la "nación de la lectura". Available online: <https://world.huanqiu.com/article/9CaKrnJKI5C>
- (Yu, 2019) Yu, Y. (2019). La difusión de libros temáticos chinos en el mundo anglosajón. *Referencia de Publicación*, (9), 8-10.
- (Yu, 2022) Yu, Y. Q. (2022). *Investigación sobre la proyección internacional de la gobernanza en la nueva era*. Zhaohua Publishing House: Serie de Investigación sobre Teoría y Práctica de la Comunicación Internacional en la Nueva Era.
- (Zhang, 2011) Zhang, L. C. (2011). Panorama de la industria editorial de libros en Argentina. *Referencia de publicación*, (07): 42-43.
- (Zhang, 2020) Zhang, X. (2020). Investigación sobre la publicación y la influencia de libros temáticos chinos en Alemania. *Publicación de China*, (3), 62-69.
- (Zhu, 2010) Zhu, Y. (2010). La Administración Estatal de Publicaciones y Editoriales de China firma acuerdos de cooperación con varias editoriales argentinas. *Diario de Publicaciones y Noticias de China*.