Jorge J. Locane*

La mediación oculta: los agentes literarios en la producción de literatura “latinoamericana” en Europa

DOI 10.1515/iber-2017-0007

Resumen: El presente artículo propone un acercamiento a la función mediadora de los agentes literarios en la producción actual de literatura latinoamericana en Europa. Aunque su influencia se ha acrecentado sensiblemente desde que en los años 60 Carmen Balcells fundara un modelo y marcara el curso de acción, hasta el momento no existen estudios en profundidad al respecto. Estas páginas exponen una serie de hipótesis para comenzar a ahondar en tal dirección. Se argumenta: 1. que, de acuerdo con el modelo fundacional Balcells, la literatura latinoamericana de circulación internacional se sigue produciendo, fundamentalmente, en Barcelona por mediación de agencias; 2. que estas agencias otorgan un valor agregado indispensable en el mercado internacional y 3. que su mediación, finalmente, lejos de ser pasiva, condiciona la producción de literatura, en su sentido más estricto.

I

Como es sabido, fue Pierre Bourdieu quien introdujo en los años 80 los estudios de campo aplicados al sistema de elaboración de literatura. Por aquel entonces escribió: “Es notable que los que se han ocupado de cultivar la ciencia de las obras literarias o artísticas, con las intenciones o los presupuestos teóricos y metodológicos más diferentes, han omitido, todos y siempre, tomar en cuenta *como tal* el espacio social en que se hallan *situados* los que producen las obras y su valor” (1989–1990: 20–21). Con el tiempo, el estudio de los fenómenos literarios, y no solo la sociología de la literatura, ha hecho de esta llamada de atención una premisa, de tal modo que pensar la literatura hoy, a treinta años de aquel reclamo, es necesariamente *algo más* que el examen formal de textos. Los engranajes de la mediación, los que articulan la larga senda que va del proceso de escritura al de lectura, sin embargo, son múltiples y complejos. Si bien es

*Corresponding author: Jorge J. Locane, Universität zu Köln, Romanisches Seminar, Albertus-Magnus-Platz, 50923 Köln, E-Mail: jjlocane@gmail.com

constatable que algunos han sido examinados con cierto detalle, existen otros que permanecen aún en sombras, de manera que retomar hoy a Bourdieu y actualizar la agenda de pendientes puede seguir arrojando resultados iluminadores. Así, el reclamo reproducido arriba se podría reformular ahora en los siguientes términos: “es notable que, aún con los avances en el conocimiento de las mecánicas que gobiernan el campo literario, se haya omitido hasta el momento considerar con atención suficiente la función del agente literario”.

El agente literario –por lo regular *la* agente literaria– es una figura que suele pasar desapercibida para el lector estándar. Es cierto que borra prolijamente las huellas de su accionar al punto de no quedar registrada siquiera en las letras mínimas del paratexto legal que acompaña al texto. Y, sin embargo, su intervención resulta decisiva para la producción y circulación de libros. Tan decisiva que llama la atención que la crítica especializada hasta ahora no haya depositado mayor atención en ella. Es, desde ya, una figura polémica. Y aunque, según algunos registros, tiene más de cien años de existencia (cfr. Thompson 2010, cap. 2), para la república de las letras hispanoamericanas resulta ser un actor emergente, arrinconado en el páramo nebuloso que se extiende entre el recelo y la atracción por el poder que genera en otros actores.

Una historización rauda obliga a trasladar la mirada a la segunda mitad del siglo XIX para verlo dar sus primeros pasos en los entretelones de la escena literaria de Inglaterra y Alemania (Mertin 2007: 148–149). Ese embrión de agente, en el mundo anglosajón, va a devenir hoy en los todopoderosos Andrew Wylie y Morton Janklow, o, según la denominación de John Thompson, en la figura del “*super-agent*” (2010: 62 y ss.). La vertiente hispana, por su parte, comienza a dar los primeros signos de vida a mediados de los años cincuenta, pero es sin duda Carmen Balcells, ya entrados los años sesenta, la gran protagonista de la historia. Es ella quien funda un concepto de agente sumamente exitoso que, por lo menos, va a cambiar para siempre la lógica en la negociación de derechos autorales. Y conviene resaltar el “por lo menos” porque no es poco lo que el así denominado *boom* de la literatura latinoamericana le debe. Desde entonces, el mercado del libro con base en España ha visto incrementar aceleradamente la presencia, y la capacidad de acción, de descendientes directos o indirectos de la gran pionera.¹ Su influencia, a medida que se profundiza la concentración editorial impulsada por la globalización, crece de manera continua, y, si hasta mediados de los 70 todavía era posible que los escritores establecieran relaciones directamente con

¹ Al respecto, Susana Reinoso, por ejemplo, anota que “los agentes literarios [...], erigidos ya en protagonistas de la industria editorial norteamericana, han crecido sensiblemente en importancia en el mercado hispanohablante durante los últimos 15 años” (Reinoso 2006: s/p).

los editores, desde entonces la intervención de agentes es un requisito cada vez más ineludible para que un libro llegue a ser publicado. Al respecto, Gustavo Sorá anota:

[La] modalidad directa de los intercambios declina hacia fines de los años 80. A partir de entonces los libros de un mercado son definidos por la acción cada vez más acentuada de especialistas como los editores, los agentes literarios, los *scouts* y otras figuras de mercado-cultural que seleccionan lo transportable, lo traducible, lo editable, lo legible en diferentes espacios editoriales nacionales. Si un autor argentino pasa a ser bien editado en Brasil, como Tomás Eloy Martínez (Companhia das Letras) o Federico Andahazi (Relume & Dumará) en tiempos recientes, su elección con frecuencia creciente se dirime, más allá de sus cualidades “intelectuales”, en Frankfurt, a través de la acción de especialistas en la mediación de intercambios internacionales, como la agente literaria Carmen Balcells de Barcelona, la alemana Ray-Güde Mertin o la francesa Anne-Marie Métailié (2002: 126–127).

Así, tenemos un protagonista, el/la agente, y un escenario, la Feria del Libro de Frankfurt, que, si bien es el foro más grande del mundo en torno a la literatura, paradójicamente relega, con suerte a un segundo plano, a quienes, según la percepción común, dan sentido a la literatura: escritores y lectores. Dicho en otros términos: el espacio por antonomasia donde anualmente se le asigna valor simbólico y material a la literatura del mundo no convoca en primer término a escritores y lectores sino, mucho antes, a representantes de los intereses de las editoriales y a agentes. Números al respecto dan la clave para pensar quién, finalmente, impulsa la circulación internacional de libros: si en 1970, las agencias en la feria de Frankfurt sumaban 28, en 1999 pasaron a ser 198 representadas por 318 agentes. En el 2014, a su vez, el número ascendió a 307 agencias con 644 agentes de todo el mundo (cfr. Frankfurter Buchmesse 2015).

Mario Vargas Llosa es un conocido apologista incondicional de la labor de su agente Carmen Balcells y, por extensión, de la mediación que los agentes en general ejercen. Ciertamente, los beneficios económicos que en su caso le aportó tal mediación no resultan de ningún modo despreciables, pero no todos los escritores cuentan con el aval de un agente y mucho menos con el de la agencia Balcells. Es decir que no todos, en su carrera hacia el reconocimiento internacional, atraviesan exitosamente el filtro que ahora establecen las agencias. Así como la mediación del agente puede catapultar la carrera internacional de un escritor, así también puede restringir severamente esa proyección. Su poder de acción, por lo tanto, se define como uno de doble filo y no de un modo unívoco como lo propone Vargas Llosa. Más atento a estas complejidades que el premio Nobel, José Luis de Diego anota que “Muchos autores creyeron liberarse cuando la emergencia del mercado los emancipó de sus patronos, pero cayeron en manos de las decisiones de los editores. Hace algunos años, creyeron liberarse de los editores, pero cayeron en manos de las decisiones de sus agentes” (Diego 2010:

57). Decisiones, por otra parte, que –aunque no desarrollaré aquí la hipótesis en profundidad– pueden estar afectando, finalmente, la producción concreta de textos y su configuración formal, es decir, la literatura en su sentido más restringido (cfr. Thompson 2010: 85).

II

En lo que sigue examinaremos algunos datos concretos relativos a la mediación de agentes en la circulación en Europa de literatura promocionada como latinoamericana para, a continuación, arribar a algunas hipótesis de aproximación al fenómeno.

Como es la tendencia general en el procedimiento de aceptación de un manuscrito o un texto en lengua original por parte de una editorial, también para el caso de la literatura latinoamericana la mediación del agente se ha tornado imprescindible. Al respecto, Ray-Güde Mertin, por ejemplo, anota: “Immer seltener geht die Übernahme von Büchern aus Lateinamerika auf Vorschläge von Übersetzerinnen und Übersetzern, von Kollegen aus Verlagen oder von Kritikern zurück” (2007: 151) [“Resulta cada vez más raro que la toma de libros de Latinoamérica se dé a través de la recomendación de traductoras y traductores, de colegas de editoriales o críticos” (la traducción es mía)]. De esta manera, la mediación de los agentes en lo que va de Latinoamérica a Europa se ha convertido, en tiempos recientes, en un eslabón indispensable de la cadena productiva. Pero así como un agente decide qué libros o escritores “viajan” –para usar un término acuñado por la misma Mertin–, también concentra el poder de decidir qué libros y qué escritores no lo van a hacer. Los pocos estudios o comentarios al respecto suelen mencionar celebratoriamente solo la primera dimensión del fenómeno: “[el agente literario] posibilita la traducción y edición en diferentes países” señala, por ejemplo, Sofía de la Mora Campos (2008: 274). La misma Mertin, sin embargo, matiza esta función:

Gewiss, doch nicht alle Bücher können reisen. Wer schickt sie auf die Reise? Und wohin? Wie oft erreichen sie ihr Ziel? Manche kommen schnell an, andere geraten ins Abseits oder werden für immer vergessen – die meisten überqueren die Grenze nie. Auf eine Kurzformel gebracht, ist unsere Agentur ein Reisebüro für Bücher” (Mertin 2007: 153) [“Ciertamente, no todos los libros pueden viajar. ¿Quién los hace viajar? ¿Adónde? ¿Con qué frecuencia alcanzan su meta? Algunos llegan rápidamente, otros quedan apartados u olvidados para siempre. La mayoría jamás cruza la frontera. Dicho en una fórmula breve, nuestra agencia es una oficina de turismo para libros” (la traducción es mía)].

Sin duda la mediación de una agencia no implica necesariamente garantía de éxito en la circulación transatlántica –y, eventualmente, más allá–, pero sin su intervención cualquier expectativa al respecto queda desde el vamos descartada. Y la decisión de ejercer, o no, esta mediación fundamental para la producción de *literatura mundial*² y de cómo ejercerla no recae exactamente en los autores sino en los propios agentes. En este sentido, y en vista de la actual fase de la globalización como campo de acción, concentran el poder de controlar los flujos transnacionales de literatura, lo cual los convierte, antes, en *check points* –donde se verifican los atributos requeridos para el ingreso a la *literatura mundial*– que en oficinas de turismo a las que cualquiera (que esté en condiciones de pagar) puede solicitar sus servicios. Devienen, así, también en productores considerables de literatura a escala transnacional.

Y el sentido del término “producir” conviene interpretarlo tanto en clave alegórica como literal. Intervienen claramente en la cadena de montaje que lleva de la recolección de materia prima a la puesta en circulación del producto manufacturado, es cierto. Pero tampoco sería arriesgado sostener que el producto sale a la venta moldeado –redactado, formateado, estilizado– de acuerdo con patrones que directa o indirectamente establecen estos mediadores aparentemente “pasivos”. Aunque, personalmente, creo que su influencia al respecto es mayor de lo que suele afirmarse, algunas claves de interpretación apuntan en tal dirección y constatan el axioma. Juan González del Solar, por ejemplo, escribe que “Algo que resulta importante mencionar, como hace Mónica Herrero, agente literaria, es el papel del agente como animador cultural: Antonia Kerrigan como promotora del Crack; Balcells y el boom latinoamericano; Nicole Witt y la lengua portuguesa...” (González del Solar 2015: s/p). Mientras que Flavia Costa anota que

[los agentes literarios son] un eslabón cada vez más influyente en la cadena, [son] capaces de negociar anticipos millonarios mientras moldean gustos de lectura, como hizo la legendaria Carmen Balcells con el boom latinoamericano en los 60, y años atrás Antonia Kerrigan con los autores del llamado crack mexicano (Costa 2003: s/p).

De acá es posible extraer que su función es sensiblemente más activa, mucho más creativa incluso, de lo que podríamos llegar a conceder en un primer abordaje. Profundizar en la hipótesis implicaría, no obstante, un espacio mayor del aquí disponible. Queda, por lo tanto, para futuras elaboraciones.

2 Una definición mínima de *literatura mundial* ofrece David Damrosch en los siguientes términos: “I take world literature to encompass all literary works that circulate beyond their culture of origin, either in translation or in their original language” (Damrosch 2003: 4).

Otro aspecto destacable es que la mediación del agente concede prestigio a un texto o un escritor en el mercado internacional. Cuando un agente interviene y presenta a un escritor latinoamericano en Frankfurt o a una editorial española, establece un valor base a partir del cual se va a negociar su futura colocación en el mercado. Pero este “valor”, que es en principio valor económico, puede –y suele– confundirse rápidamente con el de valor estético. En el agente se solapan, particularmente en el contexto del capitalismo global, dos dimensiones del fenómeno literario: su práctica oscila –está siempre en tensión– entre la del mercader y la del lector especializado, aborda la literatura como mercancía y objeto estético. Suelen ser los primeros lectores y eso los acerca a los escritores, pero también son quienes van a traducir el supuesto valor artístico de ese texto al lenguaje de los grandes grupos editoriales, es decir, al potencial de ventas y en consiguiente a la cantidad de dinero que es necesario desembolsar para poder publicarlos. Este procedimiento –vale aclarar– no supone que haya una correspondencia simétrica entre ambos tipos de valores, de modo que ahí, en esa instancia, el agente, finalmente, debe despojarse de su doble ropaje y pronunciarse en nombre de la literatura o de los negocios. Nicole Witt afirma que el agente funciona “como intermediario y puente entre un empresario y un artista” (González del Solar 2015: s/p), con lo que su aspecto bifronte parece convertirse en su atributo distintivo. Sin embargo, otra agente de influencia en los tráficos culturales transatlánticos, Anne Marie Vallat, desmiente esta hipótesis: “Al decidir si represento a un autor, influye el factor comercial. Esto es una empresa, no una ONG” (Paniagua 2008: s/p). Pero conviene observar que los agentes, en realidad, se distribuyen entre ambos polos: perfectamente se podría establecer una taxonomía enmarcada a un lado por los agentes literarios comerciales y, al otro, por los agentes literarios culturales. Puros, por supuesto, no habría ninguno; al contrario, el ideal sería la zona de síntesis. Lo cual tampoco sería fácilmente hallable.

Lo cierto –y este punto es central– es que una función determinante del agente consiste en producir “valor” en el sentido más amplio y complejo del término, al punto de que la literatura latinoamericana trasplantada a Europa sin mediación de agentes no posee valor de ningún tipo. Sergio Vila-Sanjuán remite a Vargas Llosa para pensar la función de Carmen Balcells, anota que para él

Balcells ha hecho “un inmenso servicio a los editores, obligándolos a salir de las cavernas y asumir la actualidad. Porque si se conceden buenos anticipos y se aceptan tiempos límites para la explotación de derechos, los editores no tienen otro camino que promover bien los libros, y aguzar el ingenio para llegar a los lectores, y extender sus redes de distribución y conquistar nuevos mercados” (Vila-Sanjuán 2003: 132).

Sin duda, Balcells obligó a las editoriales a dinamizar el mercado, a establecer flujos de circulación más ágiles y eficientes con el fin de recuperar el dinero que

invertían en anticipos. Así, lo que el agente en primer término produce es un tipo de valor agregado que, si bien en principio es puramente monetario, por las particularidades de la mercancía en cuestión suele traducirse, más tarde y con los correspondientes riesgos, como valor estético.

Y para reforzar el valor intrínseco del producto se activan una serie de mecanismos destinados a elevar su cotización en el mercado simbólico. Transferencias de derecho para el cine, reseñas, entrevistas y notas periodísticas y, por supuesto, los premios literarios son grandes herramientas para prestigiar un producto literario y garantizar el retorno de lo invertido. Y en los entretelones de estos mecanismos suele estar presente, aunque sea en las penumbras de los rincones, otra vez el agente. Xavi Ayén, en su momento, realizó un recuento de quiénes obtuvieron los premios literarios convocados en el 2003 por las grandes editoriales españolas, muchos de los cuales son otorgados a escritores latinoamericanos, y concluye que solo el 17,6 % de tales premios fue recibido por escritores sin agentes, y que la mayoría fue recibida por escritores representados por Carmen Balcells (cfr. Ayén s/a). ¿Estos resultados son consecuencia de que la agencia Balcells representa principalmente “buenos” escritores? ¿Que Carmen Balcells sabía escoger mejor a quién representar? Resultaría difícil sostenerlo; antes, acaso, su mano los convertía en “buenos” escritores a la vista del gran público o, en otros términos, que su simple mediación era, si no suficiente, al menos decisiva como mecanismo de agregado de valor. Pero su intervención no era tan pasiva. Sergio Vila-Sanjuán examinó el funcionamiento de los principales premios literarios españoles, y en relación con el Planeta, el más dotado, anotó que

La declaración del presidente del grupo Planeta aclara [...] el funcionamiento habitual del premio Planeta [...]. Hay dos vías para el premio, una la de los concursantes normales, otra la de los autores importantes que han contactado directamente con la editorial, y en la que como mínimo en los últimos veinticinco años ha tenido una influencia directísima en este apartado Carmen Balcells (Vila-Sanjuán 2003: 427).

También resulta importante destacar que las agencias de mayor influencia en la promoción de escritores latinoamericanos en Europa siguen teniendo hoy en día –de acuerdo con el modelo Balcells– como localización geográfica privilegiada Barcelona. Algunas operan desde Madrid. Y las pocas que lo hacen desde Latinoamérica suelen pasar inadvertidas. Barcelona funciona, así, incluso hoy, como el punto de enlace para la literatura divulgada como latinoamericana fuera de Latinoamérica, desde esa aduana suelen pasar a Frankfurt y desde allí, a su vez, al resto de Europa. Los nombres que ellas patrocinan son, independientemente de la suerte que corran en Latinoamérica, precisamente los nombres que resuenan en Europa y también en el mundo. El caso de Balcells con el *boom* ya es

historia conocida, pero echarle una mirada a su catálogo hoy, o al de otras agencias influyentes, puede ser un buen indicador de quiénes van a conformar el corpus de la literatura latinoamericana de circulación internacional del futuro próximo, quiénes van a ganar los premios de mayor prestigio –o mayor dotación económica– y quiénes van a ser traducidos incluso a lenguas asiáticas. Concluyamos, pues, este apartado con un paneo breve y selectivo de las agencias determinantes en la selección, organización y puesta en circulación internacional de literatura con sello latinoamericano.

La agencia Balcells, ya sin Carmen y en proceso de asociación con la de Andrew Wylie, sigue operando desde Barcelona: junto a los clásicos y a Isabel Allende, representa a escritores como Samanta Schweblin, Rodrigo Fresán, Guillermo Martínez y Marcelo Birmajer. Todos habituales ganadores de premios y con trascendencia más allá de Occidente.

Antonia Kerrigan, también desde Barcelona, y después de haber trabajado para Balcells representa a Alonso Cueto, Tomás González, Ignacio Padilla, Sergio Pitol, Sergio Ramírez, Eloy Urroz y Jorge Volpi, entre otros.

Casanovas & Lynch, también desde Barcelona y vinculada a Balcells, a Martín Caparrós, Laura Esquivel, al ya fallecido Tomás Eloy Martínez, Ángeles Mastretta y Juan Gabriel Vásquez.

Schavelzon y Graham, también desde Barcelona, a Marcos Aguinis, Gioconda Belli, Eduardo Berti, Leopoldo Brizuela, Sergio Chejfec, Santiago Gamboa, Martín Kohan, Andrés Neuman, Ricardo Piglia, Claudia Piñeiro, Antonio Ungar y Carlos Yshimito, entre otros.

VicLit, desde Barcelona, a Carmen Boullosa y Fernanda Trías. Sobre su función como agente, Víctor Hurtado argumenta que “Imagin[ó] compartir novelas, cuentos y ensayos que estén escribiéndose en castellano en ambas partes del Atlántico” (sitio web), con lo que, aunque asume explícitamente una función mediadora, al mismo tiempo cubre con un velo idealista las verdaderas complejidades de su intervención.

En Madrid se encuentra la agencia CBQ, de Claudia Bernaldo de Quirós, que puede considerarse en una suerte de órbita disidente en relación con Barcelona y que presenta tal vez el catálogo más atractivo de la actualidad aunque muy circunscripto a la literatura argentina. Entre sus representados se encuentran Selva Almada, Gabriela Cabezón Cámara, Fabián Casas, Iosi Havilio, Ariana Harwicz, Lina Meruane, Giovanna Rivero, etc. En su presentación se puede leer: “La Agencia CBQ fue fundada en el año 2005. Desde su creación hemos mirado a ambos lados del Atlántico y a otros continentes, apostando por aquellos textos que anuncian la presencia de un autor con pensamiento y voz propia, sea cual sea su ‘poética’” (sitio web), con lo cual se hace expresa una apuesta por escrituras, acaso, menos comprometidas con el mercado y más con la literatura.

En Buenos Aires, ya fuera del circuito de mayor influencia y, por eso, como mención aparte, se encuentra Irene Balkin con nombres consolidados a nivel nacional, pero decididamente marginales en el territorio de la *literatura mundial*: Hernán Ronsino y Ricardo Romero, por ejemplo.

III

En enero del 2001 tuvo lugar un coloquio en Mainz bajo el revelador título “Agencias literarias: ¿los señores ocultos de la producción de literatura?”.³ Considero que hoy en día un estudio de la literatura atento a los flujos transnacionales no puede descuidar la significativa función de los agentes. Hasta el momento han permanecido verdaderamente ocultos para la investigación académica –y en particular en lo que atañe al campo latinoamericano con proyección hacia el mundo–, pero su presencia resulta cada vez más decisiva e indisimulable. Leer críticamente eso que conocemos de manera tal vez algo irreflexiva como “literatura latinoamericana” implica detenerse, al menos por un momento, en la pregunta por cómo actúan estas figuras y qué efectos producen, es decir, en la pregunta por cómo su intervención influye en la organización y jerarquización del corpus textual que entra en circulación internacional bajo la etiqueta “latinoamericana”. Si se entiende por “producción” la compleja dinámica que va desde el proceso de escritura al de lectura y se advierte que varios de los actores que allí intervienen en muchos casos nada o poco tienen que ver con “Latinoamérica”, entonces sería prudente reconsiderar el rótulo. Pensar la literatura despojada de idealismos y con todas sus complejidades exige el esfuerzo crítico de desvelar mecanismos que hasta el momento pueden haber permanecido en efecto ocultos. El objetivo del somero análisis emprendido acá no fue tanto ofrecer certezas, sino más bien intentar darle impulso a un debate orientado a iluminar mejor esa zona clave de la mediación, y que permanece aún pendiente. Así, estas páginas, antes que ser consideradas como contenedoras de un dictamen clausurado, deberían alentar a explorar vías de análisis que permitan pensar mejor los tráficos literarios que, actualmente, invocan –o en efecto comprometen– ese incierto lugar del mundo que todavía optamos por distinguir como Latinoamérica.

³ Su carácter pionero, al igual que el del volumen que reúne las actas del encuentro (Fischer 2001) y el del importante libro de John B. Thompson (2010) ya mencionado, no clausura deudas de investigación pendientes. Mientras que el coloquio de Mainz se concentró en el mercado del libro en Alemania, el libro de Thomson lo hace en el de EEUU e Inglaterra. A pesar de contener postulados generalizables, estas contribuciones no permiten abordar acabadamente la dinámica productiva que interesa en este trabajo.

Para concluir, entonces, recapitulemos esquemáticamente algunas hipótesis que se desprenden de los argumentos expuestos y que pueden funcionar como disparadores para futuros desarrollos.

1. La intervención de un agente es una condición necesaria para que un escritor logre acceso al corpus de la (nueva) *literatura mundial*. Sin su participación, y para la literatura latinoamericana, sin su participación desde Barcelona, no existe prácticamente posibilidad de que un escritor latinoamericano, o un tipo de escritura, gane visibilidad en el escenario internacional. Esto, desde ya, muy independientemente del valor estético que la escritura en cuestión pueda poseer. Dicho en otros términos, que un agente influyente coloque el producto en el mercado mundial es condición para el reconocimiento internacional, no así la calidad de la materia prima o del producto manufacturado.

2. Los agentes producen valor agregado. Antes que cualquier otra función, como la de facilitarles cierto trabajo a los editores, difundir escrituras emergentes, manejar la cotización y transferencia de derechos en representación de los escritores, o acordar citas decisivas, lo que hace un agente es agregar valor a productos que circulan con alguna denominación de origen “distante”. Si este incremento del valor es en principio monetario, en la puesta en circulación final puede traducirse como valor “literario”.

3. La mediación de los agentes produce literatura, esto quiere decir que su intervención no es en absoluto pasiva, sino que, al intervenir en la cadena productiva, crean escritores, tendencias y escrituras. Incluso no sería arriesgado sostener –y no ignoro que permanece la deuda de una verificación acabada– que su intervención produce directa o indirectamente “texto”.

Bibliografía

- Ayén, Xavi (s/a): “El ránking de las agencias literarias”, [en línea: <https://www.escritores.org/re-cursos-para-escritores/agentes-literarios/55-la-cocina-de-los-grandes-premios-literarios>, 25/02/16].
- Bourdieu, Pierre (1989–1990): “El campo literario. Prerrequisitos críticos y principios de método”, trad. Desiderio Navarro, *Criterios* 25–28, pp. 20–42.
- Costa, Flavia (2003): “Nuevas mediaciones entre autor y lector. Superagentes en acción”, *Clarín*, 11 de enero, [en línea: <http://edant.clarin.com/suplementos/cultura/2003/01/11/u-00211.htm>, 25/02/2016].
- Damrosch, David (2003): *What is World Literature?*, Princeton; N.J.: Princeton University Press.
- Diego, José Luis de (2010): “Un itinerario crítico sobre el mercado editorial de literatura en Argentina”, *Iberoamericana. América Latina, España, Portugal* 10.40, pp. 47–62.
- Fischer, Ernst (ed.) (2001): *Literarische Agenturen – die heimlichen Herrscher im Literaturbetrieb?*, Wiesbaden: Harrassowitz Verlag.

- Frankfurter Buchmesse (2015): *Facts & Figures. Die Frankfurter Buchmesse 2014 in Zahlen*, [en línea: http://buchmesse.de/images/fbm/dokumente-ua-pdfs/2015/factsfiguresdeutsch2015_51495.pdf, 21/08/2016].
- González del Solar, Juan (2015): “Ese monstruo tan temido. Agentes literarios”, *Perfil*, 9 de febrero [en línea: <http://www.perfil.com/cultura/Agentes-literarios-20150524-0039.html>, 25/02/2016].
- Martin, Ray-Güde (2007): “‘El bueno y el malo’ – Anmerkungen zur Rolle literarischer Agenturen als Vermittler von Büchern aus Lateinamerika”, en: Römer, Diana von/Schmidt-Welle, Friedhelm (eds.): *Lateinamerikanische Literatur im deutschsprachigen Raum*, Frankfurt am Main: Vervuert, pp. 145–158.
- Mora Campos, Sofía de la (2008): “La controvertida figura del agente literario en el mundo editorial”, en: UAM-X: *Anuario de investigación 2007*, pp. 268–291.
- Paniagua, Antonio (2008): “Un ojo en la literatura y otro en la cartera”, *Hoy*, 10 de febrero, [en línea: <http://www.hoy.es/20080210/sociedad/literatura-otro-cartera-20080210.html>, 25/02/2016].
- Reinoso, Susana (2006): “Los aliados más poderosos de los escritores”, *La Nación*, 15 de enero, [en línea: <http://www.lanacion.com.ar/772595-los-aliados-mas-poderosos-de-los-escri-tores>, 25/02/2016].
- Sorá, Gustavo (2002): “Frankfurt y otras aduanas culturales entre Argentina y Brasil. Una aproximación etnográfica al mundo editorial”, *Cuadernos de Antropología Social* 15, pp. 125–143.
- Thompson, John B. (2010): *Merchants of Culture*, Cambridge/Malden: Polity Press.
- Vila-Sanjuán, Sergio (2003): *Pasando página. Autores y editores en la España democrática*, Barcelona: Destino.

Nota: El presente artículo surge como parte del proyecto de investigación “Reading Global. Constructions of World Literature and Latin America” (Consolidator Grant del Consejo Europeo de Investigación) donde se estudian políticas editoriales y modos de puesta en circulación internacional de literatura que se difunde como latinoamericana. Una versión preliminar del mismo fue presentado a fines del 2015 en la Universidad de Barcelona en el marco de la “Segunda Jornada Transatlántica”.