

EDITORAS COMO INSTRUMENTOS DE AFERIÇÃO DO POSICIONAMENTO INTERNACIONAL DA LITERATURA INFANTOJUVENIL PORTUGUESA

PUBLISHING HOUSES AS INSTRUMENTS TO MEASURE THE INTERNATIONAL POSITIONING OF PORTUGUESE CHILDREN'S LITERATURE

Inês Costa*
inesmmcosta@ua.pt

O presente artigo tem como objetivo averiguar o posicionamento internacional da literatura infantojuvenil portuguesa contemporânea, a partir da caracterização das editoras que, nas últimas duas décadas, adquiriram direitos de tradução e publicaram obras portuguesas em outros países. A partir de um estudo de caso, centrado no catálogo da prestigiada editora *Planeta Tangerina*, far-se-á uma análise empírica sustentada em dados recolhidos acerca da dimensão das editoras estrangeiras, da sua associação a circuitos de produção de larga ou pequena escala (Bourdieu 1993, 2008), dos objetivos e missão que comunicam oficialmente e da composição do seu catálogo. Atendendo às especificidades deste subsistema literário, averiguar o posicionamento da literatura infantojuvenil portuguesa nos diversos mercados nacionais e numa perspetiva global implica também compreender a forma como esta é percecionada face à ponderação das três vertentes que a enformam: a vertente estética, a vertente didática e a vertente lúdica.

Palavras-chave: Sociologia da tradução. Sistema mundial de tradução. Estudos editoriais. Editoras independentes. Literatura infantojuvenil. *Planeta Tangerina*.

This paper aims to investigate the international positioning of contemporary Portuguese children's literature by characterizing the publishing houses that have published foreign editions of Portuguese books in the last two decades. The research takes the form of a case-study, focusing on the catalogue of the prestigious publishing house *Planeta Tangerina*. The empirical analysis collects data related to the size of the foreign publishing houses, their association with circuits of large or small-scale production (Bourdieu 1993, 2008), the goals and mission officially shared by the publishing houses, and their catalogues. Considering the specificities of this literary subsystem, ascertaining the positioning of Portuguese children's literature also implies investigating how it is perceived regarding the balance between the aesthetic, the didactic, and the ludic dimensions.

Keywords: Sociology of translation. World system of translation. Publishing studies. Independent publishing houses. Children's literature. *Planeta Tangerina*.

•

* Centro de Línguas, Literaturas e Culturas / Departamento de Línguas e Culturas, Universidade de Aveiro, Aveiro, Portugal. ORCID: 0000-0003-0398-1791.

1. Introdução

O papel das editoras, enquanto agentes determinantes no processo de circulação, disseminação e consagração de literaturas, foi, durante muito tempo, mais ou menos ignorado pelos investigadores tanto do domínio dos Estudos Literários como dos Estudos de Tradução. Esta realidade deve-se, em parte, às especificidades inerentes à atividade editorial, que vive num limbo entre a produção e a promoção cultural e artística e o propósito de assegurar a viabilidade económica e financeira necessária à sustentabilidade e manutenção do que é, em última instância, um negócio. Esta vertente comercial tende a afastar os investigadores que se debruçam sobre o objeto literário e artístico, tendo partido dos sociólogos a iniciativa de se ocuparem da análise do funcionamento e das dinâmicas do mercado editorial. Com o desenvolvimento de áreas de estudo como a sociologia da tradução (*vd. e.g.*, Pym et al., 2006; Wolf & Fukari, 2007), as perspetivas interdisciplinares acabaram por abrir espaço a um interesse mais alargado por este objeto de estudo que é também ele complexo e interdisciplinar. Na esteira de investigadores que se notabilizaram nesta área, o presente artigo procura, por um lado, colmatar a escassez de estudos centrados no mercado do livro e, especificamente, na atividade editorial, que ainda persiste, e, por outro, averiguar o posicionamento internacional da literatura infantojuvenil portuguesa contemporânea, a partir de um estudo de caso e da caracterização das editoras que, nas últimas duas décadas, publicaram obras portuguesas em outros países. Com efeito, este trabalho apoia-se no princípio de que a inclusão de uma obra ou autor num determinado catálogo editorial oferece indicações acerca da sua visibilidade e capital literário transnacional. Estes podem ser estimados atentando no perfil identitário da editora e no posicionamento que esta ocupa no mercado livreiro nacional e internacional (Sapiro, 2015). No que respeita ao posicionamento, e atendendo às especificidades da literatura infantojuvenil, interessa não só averiguar se a produção portuguesa tende a enquadrar-se, nos países de chegada, no polo de produção e circulação de larga ou pequena escala (Bourdieu, 1993, 2008) – o primeiro geralmente associado a grandes grupos editoriais e o segundo a editoras independentes, de menor dimensão –, mas também qual o posicionamento percecionado das obras infantojuvenis portuguesas quanto às três principais vertentes que enformam a literatura infantojuvenil: a vertente estética, a vertente didática e a vertente lúdica (Ramos, 2012).

2. Uma aproximação teórica às dinâmicas de circulação internacional de obras literárias

No domínio da sociologia da tradução, e mais especificamente no âmbito dos estudos relacionados com as dinâmicas internacionais da atividade editorial, investigadores como Johan Heilbron e Gisèle Sapiro (2007) dedicaram-se a caracterizar e relacionar os vários fatores que condicionam ou impulsionam a circulação de obras literárias num mundo globalizado e de relações de poder desiguais. A exportação da literatura de um dado país é tida como um sinal de reconhecimento simbólico e de consagração internacional (Casanova, 2004; Sapiro, 2016b) e estes são tanto maiores quanto maiores forem o

prestígio internacional dos países das línguas de chegada e o número de áreas linguísticas abrangidas. As dinâmicas e fluxos de importação e exportação de bens literários podem ser explicadas a partir de uma análise multinível:

The macro level pertains to the center–periphery structure of the global translation system and the balance of power between the language groups and countries that form this system. The meso level concerns the predominantly national publishing fields and the strategies different publishing houses use to acquire translation and publishing rights. The micro level, finally, concerns the role of the various actors who are effectively involved in the selection (publishers, editors), translation (translators) and framing (publishers, literary critics) of particular books. (Es & Heilbron, 2015, p. 298)

No caso da literatura portuguesa, importa considerar, a nível macro, o posicionamento periférico da língua portuguesa no sistema mundial de tradução (Heilbron 1999, 2020), bem como a posição pouco dominante do mercado português face a mercados mais fortes, como o inglês, o norte-americano ou mesmo o francês. Este macrocontexto oferece uma das primeiras explicações para a dificuldade acrescida na exportação de obras portuguesas, sobretudo para mercados que ocupam posições centrais e hipercentrais no sistema mundial de tradução (Heilbron, 1999, 2020). Não obstante, os últimos anos têm sido marcados por um acréscimo da visibilidade e exportação da literatura portuguesa, muito devido a apoios financeiros à tradução e edição e outros esforços envidados por entidades estatais, como a Direção-Geral do Livro, dos Arquivos e das Bibliotecas (DGLAB), o Camões – Instituto da Cooperação e da Língua, I. P., ou programas como o Europa Criativa. Para além da perspetiva quantitativa – não sendo esta de somenos importância –, é necessário compreender a imagem internacional da literatura portuguesa e o seu grau de consagração. A título meramente exemplificativo, veja-se o modo como a literatura norueguesa e de outros países nórdicos ficou fortemente associada a *thrillers* e romances policiais após um período recente marcado por um número elevado de traduções com significativo impacto comercial. Num domínio diferente, sublinhe-se o facto de a literatura infantojuvenil oriunda da mesma região ter ficado associada a um certo prestígio e consagração internacional, muito devido a autoras como Selma Lagerlöf (galardeada com o Prémio Nobel da Literatura), Astrid Lindgren e Tove Jansson.

Neste âmbito, afigura-se possível averiguar estas dinâmicas e perceções a partir da caracterização das editoras que importam obras estrangeiras, tendo por base a teorização proposta por Sapiro (2015), que indica que o poder de consagração internacional oferecido por uma editora depende i) do posicionamento mundial (central ou periférico) da língua ou país em que esta se insere; ii) do posicionamento que ocupa dentro da sua área linguística; e iii) do lugar que ocupa no mercado interno nacional (domínio da quota de mercado; circuito em que se move; etc.). Ao longo deste artigo, seguir-se-á esta análise multinível para averiguar o estatuto internacional da literatura infantojuvenil portuguesa contemporânea e a imagem que a ela está associada.

3. A *Planeta Tangerina*: um estudo de caso

Na impossibilidade de abarcar toda a produção infantojuvenil portuguesa, este estudo – integrado numa investigação de doutoramento mais abrangente, que visou indagar a internacionalização da literatura infantojuvenil portuguesa contemporânea, reconstituindo os processos de mediação e de *transfer*¹ desde a fase de seleção e negociação de direitos de tradução à fase de tradução dos textos – centra-se no catálogo da editora *Planeta Tangerina*, abrangendo as obras publicadas até ao final de 2019. A escolha desta editora em particular justifica-se pela sua relevância no subsistema literário português, mas sobretudo pela sua relevância internacional. Foi a primeira editora infantil portuguesa a vencer o prémio BOP (*Bologna Prize for the Best Children’s Publishers of the Year*), atribuído na Feira Internacional do Livro Infantil de Bolonha, sendo assim considerada a “Melhor Editora Infantil Europeia” em 2013. Segundo dados da DGLAB é também a editora infantojuvenil com mais obras traduzidas nas primeiras duas décadas do século XXI, um dado que é particularmente relevante quando se pretende traçar um retrato da internacionalização da literatura infantojuvenil portuguesa. Contudo, esta editora configura um bom estudo de caso não só pela quantidade de obras traduzidas, mas porque o conjunto da venda de direitos de tradução abrange uma grande variedade de línguas e culturas. Com efeito, as 61 obras portuguesas incluídas no *corpus* originaram 247 contratos de venda de direitos de tradução, contemplando 27 áreas linguísticas (vd. Costa, 2023). Estes números são expressivos no que respeita à abrangência da disseminação internacional da literatura infantojuvenil portuguesa, porém, para ir ao encontro dos objetivos definidos para este estudo, é necessário compreender de que modo as edições traduzidas destas obras se posicionam nos respetivos mercados editoriais nacionais.

A abordagem metodológica adotada consiste numa análise empírica que visa caracterizar as editoras que publicaram obras infantojuvenis portuguesas através da sua dimensão e do seu perfil identitário. Para isso, recolheu-se informação acerca dos objetivos e missão que comunicam – designadamente nas suas páginas oficiais, mais especificamente nas secções intituladas “Sobre nós”, “Quem somos”, “A nossa missão”, entre outras –, bem como acerca da composição do seu catálogo e de outros dados reveladores da sua dimensão e associação a circuitos de produção de larga ou pequena escala (Bourdieu, 1993, 2008). Se, por um lado, a dimensão e tipo de circuito de produção e distribuição podem dar indicações acerca do potencial de disseminação e visibilidade das obras portuguesas nos países de chegada, por outro, o perfil do catálogo e o modo como as editoras definem os seus objetivos e missões permitem compreender o posicionamento da literatura infantojuvenil portuguesa nesses mercados no que respeita à ponderação das componentes lúdica, didática e estética e eventual valorização preferencial de uma delas.

¹ No referido projeto de doutoramento, foi adotado o conceito de *transfer* cultural, cunhado por Michel Espagne e Michael Werner (1988), que considera, por um lado, os vetores históricos e sociais que proporcionaram a transferência e, por outro, o pressuposto de que esta resulta de um processo dinâmico de apropriação e transformação e não apenas de uma simples ideia de transposição.

4. Posicionamento em mercados centrais e hipercentrais

Partindo da hierarquia esquematizada por Heilbron (1999, 2020) no que respeita ao sistema mundial de tradução, procurar-se-á, em primeiro lugar, identificar o posicionamento da literatura infantojuvenil portuguesa nos mercados editoriais mais influentes, isto é, aqueles cujas línguas desempenham papéis hipercentrais e centrais no referido sistema mundial de tradução, nomeadamente os mercados de língua inglesa, francesa e alemã.

No total, foram adquiridos os direitos de tradução para língua inglesa de 15 obras portuguesas do *corpus*. Este dado é relevante atendendo, por um lado, ao estatuto periférico da literatura portuguesa e, por outro, às baixas taxas de importação dos mercados de língua inglesa e demonstra um nível de reconhecimento internacional que não é despreciando. Porém, interessa neste estudo averiguar o perfil das editoras que adquiriram os referidos direitos de tradução e de que modo essa informação pode dar indicações adicionais sobre o posicionamento mais específico da literatura portuguesa nos mercados livreiros de língua inglesa e, em última instância, no mercado global. O primeiro contrato de venda de direitos de tradução para esta área linguística foi celebrado, em 2010, com a *Tate Publishing*, pertencente à célebre *Tate*, uma instituição com financiamento público que, entre outras atividades, gere os museus homónimos. O prestígio da instituição e da chancela é reconhecido internacionalmente, associando-se a uma imagem de promoção da arte e da história da arte. Nesse sentido, o foco do seu catálogo, incluindo o destinado ao público infantil, é direcionado para a vertente artística, mais especificamente para a componente visual.² Conclui-se, portanto, que o acesso das obras infantojuvenis portuguesas a uma área linguística e mercado editorial relevantes deu-se inicialmente por via de uma chancela editorial de mérito reconhecido, do ponto de vista qualitativo, porém com um perfil marcadamente associado à vertente estética. Em 2012, a segunda editora a publicar obras da *Planeta Tangerina* no mercado de língua inglesa foi a canadiana *Owlkids books*. Esta editora independente, já por três vezes nomeada para o prémio BOP, publica exclusivamente livros infantojuvenis e declara valorizar tanto o conteúdo das publicações como a componente artística, sublinhando o foco na exposição das crianças a mundos diversos,³ o que pode ser entendido como uma valorização da vertente didática ou formativa, na medida em que há um propósito de instrumentalizar a literatura para educar ou sensibilizar as crianças para determinado aspeto ou temática sociocultural. No ano seguinte, o catálogo da *Planeta Tangerina* chamou a atenção da editora norte-americana *Enchanted Lion Books*. Trata-se de uma editora também independente e especializada em literatura infantil, vencedora do prémio BOP em 2015. Com um posicionamento muito específico, a *Enchanted Lion Books* declara focar a sua atividade editorial no propósito de expor os leitores infantis à

² Leia-se a descrição que a Tate Publishing faz do seu projeto editorial: “Alongside exhibition and art-history titles, Tate Publishing also produces an innovative range of books for children that will surprise and delight the next generation of art-lovers.” (in Tate Publishing, 2023).

³ Posicionamento oficial da editora: “we love making books that help instill in children everywhere a love of reading and of learning about the world around them. [...] We also care about great writing, beautiful artwork, and high-quality graphic design.” (in Owlkids Books, 2023).

diversidade cultural, promovendo representações de outros países e culturas.⁴ De volta à Europa, a inglesa *Flying Eye Books*, uma chancela da *Nobrow*, também já nomeada para o prémio BOP, menciona igualmente a preocupação com a representação de diversidade cultural, porém sublinha a atenção ao detalhe no *design* e a valorização da componente visual das obras, no geral.⁵ Já em 2014 e 2015, foram adquiridos os direitos de tradução para língua inglesa por parte das editoras *Book Island* e *Gecko Press*. Trata-se de editoras pequenas, independentes, inicialmente sediadas na Nova Zelândia, que gozam de grande prestígio no meio editorial infantil. Ambas venceram o prémio BOP, em 2016 e 2013, respetivamente, e afirmam focar-se na componente estética dos álbuns ilustrados, prestando atenção ao que de melhor se faz em outros países no âmbito desta tipologia.⁶ O seu catálogo e a sua identidade editorial revelam um perfil semelhante ao da própria *Planeta Tangerina*. Por fim, a *Epigram*, sediada em Singapura, e a *Design for Today* são editoras também de pequena dimensão, cujo catálogo inclui obras não apenas destinadas ao público infantil mas que se caracterizam pela valorização extrema do *design*, ou seja, pertencem ao nicho de editoras que dedicam especial atenção às componentes visual e artística. Até ao momento, constata-se que o padrão revelado é de editoras pequenas, independentes – com exceção da *Tate Publishing* –, focadas sobretudo na vertente estética, especialmente visual, das obras, mas ainda assim reconhecidas no meio editorial infantojuvenil (*i.e.* detentoras de capital simbólico entre pares), tendo sido nomeadas ou mesmo galardoadas com o importante prémio BOP. A *Thames & Hudson*, que adquiriu os direitos da obra *ABZZZZ...* em 2015, destoa das restantes por se tratar de uma editora de dimensão considerável, com um catálogo não exclusivamente infantojuvenil. A explicação para esta exceção encontra-se em fatores de nível intermédio (*vd.* Es & Heilbron, 2015), relativos aos meandros do mundo e atividade editoriais, na medida em que o editor da *Thames & Hudson* à data da aquisição tinha anteriormente negociado contratos de direitos de tradução de obras da *Planeta Tangerina* quando era editor na *Tate Publishing* (Costa, 2023, pp. 199–200). A aquisição explica-se, portanto, pela criação e manutenção de relações profissionais e interpessoais e não pela proximidade entre os perfis e catálogos das editoras dos países de partida e chegada. Essa divergência ficou, aliás, evidente em anos subsequentes, dado que esta chancela não deu continuidade à publicação de obras infantojuvenis portuguesas.

Passando agora para o mercado de língua francesa, constata-se que, além de uma presença mais consolidada, com um total de 26 contratos de venda de direitos de tradução celebrados, o posicionamento da literatura infantojuvenil portuguesa se revela mais diversificado. Continua a assistir-se ao interesse, sobretudo, de editoras de pequena dimensão e independentes, embora estas apresentem uma maior variedade de perfis editoriais. Algumas, como a *Rue du Monde* ou a *Les Éditions des Eléphants*, focam-se na promoção da diversidade cultural, inclusive com coleções específicas destinadas a essa finalidade; outras, como a canadiana *La Pastèque* ou a suíça *Joie de Lire*, que granjearam o reconhecimento dos seus pares no domínio da promoção do livro infantil, vencendo o prémio BOP, distinguem-se entre si pela identificação com perfis ou de valorização mais

⁴ Enchanted Lion Books, 2023.

⁵ Flying Eye Books, 2023.

⁶ Gecko Press, 2023 e Book Island, 2023.

artística ou de busca por um equilíbrio entre as vertentes estética e didática. A *Éditions Sarbacane* e a *Éditions Grains de Sel* mencionam ainda, nos seus perfis de apresentação, a valorização da componente lúdica das obras infantojuvenis. Interessa sublinhar também o interesse demonstrado por chancelas que pertencem a grandes grupos editoriais, como a *Gallimard Jeunesse*, a *Seuil Jeunesse*, mas também a *P'tit Glénat* ou mesmo a *Éditions Thierry Magnier*, adquirida recentemente pela *Actes Sud*. No respeitante a estas últimas, trata-se de editoras com poder de produção de larga escala, que permitem uma maior visibilidade e circulação das obras, destacando-se, ao mesmo tempo, pelo reconhecimento que recebem em algumas coleções de prestígio. Dito de outro modo, detêm a componente comercial por via do capital económico, mas são também detentoras de capital simbólico junto do público em geral, nacional e internacional. Não obstante, é necessário salientar que a presença das obras da *Planeta Tangerina* no catálogo destas chancelas é pouco expressiva, limitando-se a títulos individuais. É igualmente importante clarificar que, apesar de muitas das editoras e dos grupos editoriais referidos estarem sediados em França – o país mais bem posicionado no sistema global no que respeita à área linguística francesa –, a maior parte do catálogo da *Planeta Tangerina* é publicada em francês por via da suíça *Éditions Notari*, sendo evidente a afinidade entre os dois projetos editoriais.

No mercado de língua alemã a presença das obras da editora infantojuvenil portuguesa não é particularmente consistente, registando-se cinco publicações, todas por via de editoras diferentes. Apesar da escassa informação disponibilizada, sobretudo devido à inexistência de páginas oficiais atualizadas, depreende-se tratar-se de projetos editoriais relativamente pequenos, independentes (caso da *Adrian Verlag*, *Gimpel Verlag* e *Moritz Verlag*), exclusivamente dedicados à publicação de livros infantojuvenis, com exceção da chancela *Klett Kinderbuch*, originalmente fundada num grupo editorial, e da *Fischer Sauerländer*, esta última responsável pela publicação de um título juvenil. Apesar de algumas destas editoras publicarem autores renomados, nomeadamente Judith Kerr, Emily Gravett ou Chris Haughton, só para mencionar alguns exemplos, registre-se que nenhuma se destacou o suficiente entre os seus pares para receber, por exemplo, uma nomeação para o prémio BOP. É, no entanto, importante referir que a edição alemã de uma das obras portuguesas, *Daqui ninguém passa!*, venceu um dos mais importantes prémios atribuídos no mercado alemão, o *Deutscher Jugendliteraturpreis*,⁷ bem como o prestigioso Prémio para a Paz Gustav Heinemann.⁸ Ou seja, a visibilidade, promoção e disseminação desta tradução foi pelo menos suficiente para chamar a atenção da crítica alemã.

⁷ Atribuído pela Associação de Literatura Infantojuvenil e financiado pelo Governo Federal da Alemanha, o *Deutscher Jugendliteraturpreis* visa destacar obras infantojuvenis e é o prémio com maior visibilidade no mercado alemão (vd. *Deutscher Jugendliteraturpreis*, 2023).

⁸ O prémio *Gustav-Heinemann-Friedenspreis für Kinder- und Jugendbücher* destaca anualmente livros infantojuvenis que encorajam os leitores a lutar pela defesa dos direitos humanos, a advogar pela tolerância e a promover a resolução pacífica de conflitos (vd. *Landeszentrale für politische Bildung Nordrhein-Westfalen*, 2023).

5. Posicionamento em mercados periféricos e semiperiféricos

É impraticável na extensão de um artigo caracterizar a presença das obras infantojuvenis portuguesas nas 27 áreas linguísticas abrangidas, a que acresce a dificuldade de averiguar as dinâmicas e definir os perfis editoriais de mercados muito distantes e distintos, como o chinês e o coreano. Em todo o caso, mantendo o foco no continente europeu, revela-se importante compreender a presença da literatura infantojuvenil portuguesa em alguns mercados de línguas periféricas e semiperiféricas. Neste âmbito, o caso da Polónia é particularmente interessante porque, em termos de número de contratos de tradução celebrados, é um dos mais expressivos. No *corpus* selecionado, há nove obras publicadas em polaco, quase o dobro, por exemplo, das publicadas em alemão. A análise do perfil das editoras oferece informações adicionais, que, em parte, ajudam a explicar estes números. Com exceção de uma, todas são editoras pequenas e independentes que se dedicam exclusivamente à publicação infantojuvenil (*cf.* Biernacka-Licznar et al., 2018). A referida exceção, a editora *Tako*, dedica-se à publicação de livros artísticos no geral e declara que considera os livros ilustrados como a porta de entrada para a exposição das crianças à arte.⁹ Entre as restantes editoras polacas, uma (*Wytwornia*) foi nomeada para o prémio BOP em 2022 e outra (*Dwie Siostry*) chegou mesmo a vencer o referido galardão em 2018. A análise dos seus perfis demonstra a preocupação com a busca por obras de elevada qualidade literária e artística e com propostas arrojadas e inovadoras.¹⁰ No conjunto das editoras polacas que publicaram obras da *Planeta Tangerina*, mencione-se ainda a *Babaryba*, que no seu autorretrato editorial sublinha a aposta em livros mais interativos e com propostas marcadamente lúdicas¹¹ – tendo no seu catálogo, não por acaso, títulos do célebre autor Hervé Tullet –, e a *Wydawnictwo Kinderkulka*, que não deixando de sublinhar a escolha criteriosa a partir da valorização da vertente estética, tanto textual como visual, defende igualmente a preocupação com a vertente didática.¹²

Em grande medida, o que ressalta da análise dos perfis da maioria destas editoras polacas é a afinidade e semelhança identitária com o projeto editorial da *Planeta Tangerina*. A mesma afinidade e cumplicidade editorial acaba por encontrar-se também ao analisar a presença destas obras infantojuvenis portuguesas em outros mercados europeus periféricos e semiperiféricos, como o finlandês, através da *Etana Editions*, o sueco, com a *Lilla Piratförlaget*, ou o checo, através da *Baobab*. Este resultado não é especialmente surpreendente, dado que a afinidade identitária é, segundo autores como Franssen e Kuipers (2013), precisamente o que facilita a entrada de certas obras e autores em determinados mercados periféricos e distantes. Com efeito, estes autores defendem que, para reduzir a incerteza associada à atividade editorial, os agentes editoriais tendem a mimetizar os seus pares de outros países na altura da aquisição de direitos de tradução, acabando por construir catálogos semelhantes. Este fator tende a explicar a relação entre literaturas periféricas quando não existe proximidade (geográfica, linguística ou cultural) ou influência de uma língua central ou hipercentral que sirva de intermediário. Ainda

⁹ Tako, 2023.

¹⁰ Wydawnictwo Dwie Siostry, 2023 e Wytwornia, 2023.

¹¹ Wydawnictwie Babaryba, 2023.

¹² Wydawnictwo Kinderkulka, 2023.

assim, apesar de ser expectável que a entrada nestes mercados distantes ocorra por via de uma editora com um perfil semelhante ao da editora do contexto de partida, isso não significa que, posteriormente, outras obras (por exemplo, do mesmo autor) não possam consolidar-se no mercado de chegada, recebendo críticas positivas ou prémios e desenvolvendo uma comunidade alargada de leitores, passando a interessar a outras editoras com perfis identitários diferentes da editora inicial.

Redirecionando o foco da análise para mercados mais próximos, merece especial atenção o caso dos mercados de língua espanhola (com editoras sediadas em Espanha, mas também editoras sediadas em países da América Latina) e do mercado brasileiro. Em Espanha, os resultados evidenciam igualmente a publicação por parte de editoras de cariz independente, sem ligação aos grandes grupos editoriais (com exceção da *Intermón Oxfam*, que tem a particularidade de pertencer a uma instituição de cariz social). Outro aspeto que merece destaque é o facto de nenhuma editora estar sediada em Madrid, distribuindo-se pela Galiza (*Kalandraka*), Catalunha (*Libros del Zorro Rojo*, *Takatuka*, *CocoBooks*) e outras regiões como La Rioja (*Fulgencio Pimentel*) e Andaluzia (*Editorial Barrett*). Em Espanha, devido ao sistema de organização territorial, com a divisão em comunidades autónomas e governos regionais, a questão da distância à capital não é tão relevante como noutros países – como Portugal ou França (*cf.* Sapiro 2015) –, o que é facilmente comprovado pela pujança das empresas sediadas, por exemplo, na Catalunha. A distribuição geográfica tem, no entanto, influência no retrato da internacionalização da literatura portuguesa, uma vez que a maioria destas editoras opta pela publicação simultânea em mais do que uma língua, uma realidade que, mais uma vez, é fruto do sistema político e linguístico do país, com a coexistência de mais do que uma língua oficial e políticas culturais de preservação e promoção de línguas minoritárias. Ou seja, para além de traduzidas para castelhano, as obras portuguesas adquiridas por estas editoras foram também traduzidas para galego, no caso da *Kalandraka*, e catalão, no caso da *Intermón Oxfam*, da *Takatuka*, da *CocoBooks* e da *Libros del Zorro Rojo*. No que respeita ao seu posicionamento no mercado editorial, a maioria destas editoras menciona, na apresentação que fazem do projeto nas suas páginas oficiais, a valorização da componente estética,¹³ com alguns membros das equipas editoriais a provirem, inclusivamente, das artes visuais e do *design*, embora haja referência também à importância das componentes educativa¹⁴ e lúdica.

No que respeita ao capital simbólico associado ao reconhecimento internacional, medido aqui pela avaliação dos pares no prémio BOP, refira-se que apenas a *Libros del Zorro Rojo* venceu este galardão, em 2015, embora deva sublinhar-se que foi a única editora espanhola a conseguir este feito nos dez anos de atribuição do prémio.

¹³ Exemplo de um dos objetivos que levaram à criação da *Kalandraka*: “el objetivo de ofrecer obras de la mejor calidad estética y literaria” (*in* *Kalandraka*, 2023).

¹⁴ A componente didática compreende, para a maioria destas editoras, a exposição das crianças a múltiplas realidades e a promoção da imaginação e do pensamento crítico, sendo recusada a instrumentalização da literatura com uma finalidade estritamente pedagógica. Como exemplo, leiam-se dois dos critérios de seleção da editora *Takatuka*: “Temáticas de nuestro entorno que niños y niñas necesitan entender para crecer y madurar como seres libres y solidarios.” e “Textos ágiles, que eviten un tono excesivamente pedagógico y que no lo expliquen todo, sino que permitan a niños y niñas buscar preguntas y respuestas por sí mismos” (*in* *Takatuka*, 2023).

Naturalmente, o capital simbólico resulta da conjugação de vários fatores e torna-se necessário destacar a integração nos catálogos destas editoras de alguns dos mais importantes criadores de livros infantis, como Maurice Sendak, Tomi Ungerer ou Gianni Rodari.

A caracterização das editoras que publicam em espanhol em países da América Latina revela um cenário ligeiramente distinto. Neste contexto, verifica-se que não são apenas as editoras independentes e de pequena dimensão a interessar-se pelas obras da *Planeta Tangerina*, registando-se a integração destas obras nos catálogos de chancelas detidas por grupos editoriais. No Chile, por exemplo, a publicação de alguns títulos infantis do *corpus* ficou a cargo da *PlanetaLector*, pertencente ao grande grupo editorial (e internacional) *Planeta*. Verifica-se também que, ao contrário da tendência demonstrada nos mercados anteriormente analisados, as editoras destes países latino-americanos não publicam exclusivamente para o público infantojuvenil, como é o caso, por exemplo, do *Fondo de Cultura Económica*, de *La Cifra Editorial* e de *Lectura Colaborativa*, que publica livros infantis com a chancela *¡Achis!*. A realidade apresentada neste mercado editorial refuta a suprarreferida teorização proposta por Sapiro, de que, tendencialmente, seriam as editoras pequenas e independentes a apostarem em publicações de sistemas literários periféricos, como o português. A explicação pode, no entanto, dever-se a um conjunto de fatores que permitem percecionar um menor risco associado à aquisição destas obras. Por um lado, a proximidade linguística facilita a avaliação do potencial das obras; por outro, os mediadores chilenos, por exemplo, conhecem o desempenho dos títulos da *Planeta Tangerina* em outros mercados próximos – como o brasileiro, que será analisado de seguida –, marcado por uma consolidação e consagração que advêm não só da atribuição de distinções relevantes, como o selo “Altamente Recomendável” da FNLIJ (Fundação Nacional do Livro Infantil e Juvenil), mas também da aposta por parte de outras importantes editoras de grandes dimensões, como a *Companhia das Letras*. É plausível, por isso, defender que o risco comercial (fator determinante para os grandes grupos editoriais) da aposta nestas obras pode ser percecionado como sendo menor. Dito isto, é inevitável sublinhar a comparação deste mercado latino-americano com o mercado espanhol, onde se registou a indiferença dos grupos editoriais de grande dimensão. Adiante, serão propostas algumas hipóteses para explicar esta divergência, no entanto é admissível conceber a possibilidade desta realidade ser influenciada pela preferência da própria *Planeta Tangerina*, na medida em que as editoras espanholas referidas anteriormente propuseram a publicação simultânea das obras em castelhano e outra língua, como o galego ou o catalão, tendo o potencial de alcançar, senão mais leitores, pelo menos leitores mais diversos.

Por fim, em relação ao mercado brasileiro, há também alguns aspetos a destacar. A entrada neste mercado ocorreu em 2008, através da *Panda Books*, e deveu-se a um acaso, como acontece muitas vezes no meio editorial. O editor brasileiro viajou para Lisboa a trabalho, cruzou-se com livros da *Planeta Tangerina* que estavam expostos numa livraria e tomou a decisão de adquirir os direitos de publicação de uma dessas obras no Brasil (vd. Costa, 2023, p. 214). Entretanto, a editora portuguesa e os seus autores tornaram-se mais conhecidos internacionalmente e os direitos de outras obras foram adquiridos pela extinta *Cosac & Naify*, uma editora generalista de grande prestígio no Brasil, conhecida pelo

cuidado das suas propostas gráficas. Assiste-se, depois, à publicação em editoras com uma dimensão razoável, pertencendo a grupos ou a projetos editoriais que albergam várias chancelas (e.g., *Tordesilhinhas*, adquirida pelo grupo *Alta Books*; *Sesi-SP*; *Companhia das Letrinhas*, pertencente ao grupo *Penguin Random House*). À semelhança do que foi retratado para o mercado latino-americano de língua espanhola, nenhuma das editoras brasileiras publica exclusivamente para o público infantojuvenil. No respeitante ao capital simbólico, é importante referir o prestígio interno de muitas destas editoras, como a *Cosac & Naify*, a *Companhia das Letras* ou, por exemplo, a *Editora 34*. Por outro lado, observa-se igualmente, ao analisar a autodescrição proposta por algumas das editoras brasileiras, a referência inequívoca à valorização das propostas educativas – bastante evidente em editoras como a *Ática* ou mesmo a *Sesi-SP* –, um aspeto que deve ser lido à luz das especificidades do mercado brasileiro, estando a viabilidade económica da produção destinada a crianças e jovens muito dependente das aquisições estatais para as bibliotecas escolares.

6. Considerações finais

O modo como as editoras definem o seu projeto editorial e o concretizam através do catálogo que constroem, bem como a forma como são vistas exteriormente, seja pelos leitores e consumidores seja pelos seus pares, oferecem indicações sobre o posicionamento de uma obra ou autor num dado mercado editorial nacional e, em última instância, no mercado global. A análise levada a cabo ao longo deste artigo permite tirar algumas conclusões acerca do posicionamento internacional da literatura infantojuvenil portuguesa contemporânea e da sua consagração. Uma das primeiras conclusões, que já era esperada tendo em consideração teorizações afetas à área da sociologia da tradução, tem que ver com a integração da literatura infantojuvenil portuguesa no catálogo de editoras estrangeiras com um perfil identitário semelhante ao da editora portuguesa, sendo esta dinâmica relacional uma forma de contornar o estatuto periférico da língua e literatura portuguesas. Observa-se, assim, a aposta frequente por parte de editoras que, tal como a *Planeta Tangerina*, se caracterizam por uma estrutura pequena e independente, por publicarem exclusivamente para crianças e jovens, por valorizarem fortemente a componente estética e por investirem, muitas vezes, em propostas artísticas (sobretudo visuais) inovadoras ou experimentais. Esta realidade não inviabiliza, porém, que se registem algumas diferenças entre países e culturas, com alguns mercados, principalmente latino-americanos, a destacarem a importância da vertente educativa ou didática. De um modo geral, a valorização preferencial da vertente estética está associada a capitais simbólicos mais elevados, o que, em oposição, tende a pressupor capitais económicos mais baixos, já que o valor estético raramente é tido como fator determinante para o consumo massificado. Contudo, isto nem sempre é verdade, se pensarmos em casos de obras clássicas ou de autores galardoados com importantes prémios, como o Prémio Nobel. Nestas situações, o capital simbólico é transferível para capital económico, pois o prestígio, acrescido de uma extensa e intensa divulgação, induz a impulsos de consumo por parte de um público mais alargado. Esta relação não é de somenos importância, uma vez que o aumento do capital económico leva, muitas vezes, a que editoras pertencentes

aos circuitos de larga escala, com objetivos que não se desviam da viabilidade económica de cada título, se interessem por obras cujas características intrínsecas e outro tipo de indicadores não permitiam antever a possibilidade de um fenómeno de vendas. John B. Thompson descreve estas dinâmicas na sua obra *Merchants of Culture* (2010), explicando as dificuldades que editoras de menores dimensões enfrentam para assegurar a permanência, nos seus catálogos, de autores aclamados face ao aliciamento – geralmente associado a tentadoras contrapartidas financeiras – dos grandes grupos editoriais.

Está por provar se estas dinâmicas também se aplicam à literatura infantojuvenil, porém, com base nestas considerações, pode concluir-se o seguinte: por um lado, é notório que a associação da literatura portuguesa a editoras pequenas, mas reconhecidas e consagradas no meio, que apostam na vertente estética e veiculam uma imagem de capital simbólico, se traduz num posicionamento que dignifica as obras portuguesas no panorama internacional; por outro, é evidente que o modelo de negócio destas editoras limita, em parte, a circulação e a disseminação das obras portuguesas devido à menor visibilidade e ao menor poder negocial que têm face a grandes grupos editoriais. Ao mesmo tempo, o desinteresse demonstrado pelos grandes grupos, em mercados como o de língua inglesa ou o espanhol, por exemplo, revela que estas obras (ainda) não são percecionadas como sendo rentáveis, *i.e.*, associadas a um potencial capital económico elevado. Ainda assim, registem-se as exceções nos mercados brasileiro e latino-americano de língua espanhola e, especialmente, no mercado de língua francesa, este último evidenciando a aposta de alguns gigantes consagrados, cujo perfil individual e histórico carrega um capital simbólico indiscutível. Em todo o caso, ainda que dignos de nota, estes exemplos no mercado francês não representam uma aposta continuada, tratando-se de aquisições pontuais; a maioria das obras traduzidas para francês foram publicadas pela editora suíça *Éditions Notari*, enquadrada num contexto de menor prestígio internacional. É importante sublinhar que não se trata de defender que a publicação em grandes grupos é preferível à integração nos catálogos de editoras pequenas, independentes e consagradas no seu nicho de mercado. Todavia, não pode menosprezar-se o facto de que a associação a editoras que pertencem aos circuitos de larga escala, principalmente em mercados de línguas centrais e hipercentrais, é um fator que contribui para a disseminação de uma obra ou autor não só a nível nacional, nesses países de chegada, mas sobretudo internacional, na medida em que a sua visibilidade pode ser usada como intermediário e ponte para outros mercados.

Em conclusão, ainda que a literatura infantojuvenil portuguesa contemporânea esteja a alcançar um sucesso internacional sem precedentes – contando com o interesse e o apoio de editoras de nicho, mas valorizadas no meio editorial –, associado a prestígio e a um capital simbólico que não é de desprezar, parece haver ainda um caminho a trilhar para alcançar um estatuto que desperte o interesse de grandes grupos editoriais e de editoras pertencentes ao circuito de produção e distribuição de larga escala.

Referências

- Biernacka-Licznar, K., Jamróz-Stolarska, E., & Paprocka, N. (2018). *Lilipucia rewolucja: awangardowe wydawnictwa dla dzieci i młodzieży w Polsce w latach 2000-2015: produkcja wydawnicza, bibliografia*. Wydawnictwo Naukowe i Edukacyjne Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich.
- Book Island. (n.d.). *About us*. Consultado a 1 junho, 2023, em <https://www.bookisland.co.uk/pages/about-us>
- Bourdieu, P. (1993). *The field of cultural production: Essays on art and literature*. (R. Johnson, Ed.). Polity Press.
- Bourdieu, P. (2008). A Conservative revolution in publishing. *Translation Studies*, 1(2), 123–153.
- Casanova, P. (2004). *The world republic of letters*. (M. B. DeBevoise, Trans.). Harvard University Press.
- Costa, I. (2023). *Um Planeta Tangerina no universo editorial: mediação e transfer na internacionalização da literatura infantojuvenil portuguesa* [Tese de Doutorado, Universidade de Aveiro, Aveiro]. <http://hdl.handle.net/10773/36131>
- Deutscher Jugendliteraturpreis. (n.d.). English key facts on Arbeitskreis für Jugendliteratur (AKJ). Consultado a 3 setembro, 2023, em <https://www.jugendliteratur.org/english-key-facts>
- Enchanted Lion Books. (n.d.). *About us*. Consultado a 1 junho, 2023, em <https://enchantedlion.com/about-us-2>
- Es, N. van, & Heilbron, J. (2015). Fiction from the periphery: How Dutch writers enter the field of English-language literature. *Cultural Sociology*, 9(3), 296–319. <https://doi.org/10.1177/1749975515576940>
- Espagne, M., & Werner, M. (1988). *Transferts. Les relations interculturelles dans l'espace franco-allemand (XVIIIe-XIXe siècles)*. Éditions Recherche sur les Civilisations.
- Flying Eye Books. (n.d.). *About us*. Consultado a 1 junho, 2023, em <https://flyingeyebooks.com/flying-eye/about-flying-eye/>
- Franssen, T., & Kuipers, G. (2013). Coping with uncertainty, abundance and strife: Decision-making processes of Dutch acquisition editors in the global market for translations. *Poetics*, 41, 48–74.
- Gecko Press. (n.d.). *About us*. Consultado a 1 junho, 2023, em <https://geckopress.com/about/>
- Heilbron, J. (1999). Towards a sociology of translation: Book translations as a cultural world-system. *European Journal of Social Theory*, 2(4), 429–444. <https://doi.org/10.1177/136843199002004002>
- Heilbron, J. (2020). Obtaining world fame from the periphery. *Dutch Crossing*, 44(2), 136–144. <https://doi.org/10.1080/03096564.2020.1747284>
- Heilbron, J., & Sapiro, G. (2007). Outline for a sociology of translation: Current issues and future prospects. In M. Wolf & A. Fukari (Eds.), *Constructing a sociology of translation* (pp. 93–107). John Benjamins Publishing Company.
- Heilbron, J., & Sapiro, G. (2016). Translation: Economic and sociological perspectives. In V. Ginsburgh & S. Weber (Eds.), *The Palgrave handbook of economics and language* (pp. 373–402). Palgrave Macmillan.
- Kalandraka. (n.d.). *Proyecto Kalandraka*. Consultado a 2 junho, 2023, em <https://kalandraka.com/conocenos/proyecto-kalandraka.html>
- Landeszentrale für politische Bildung Nordrhein-Westfalen. (n.d.). Ein Friedenspreis für Kinder- und Jugendbücher. Consultado a 3 setembro, 2023, em <https://www.politische-bildung.nrw.de/publikationen/heinemann-preis>
- Owlkids Books. (n.d.). *About us*. Consultado a 1 junho, 2023, em <https://owlkidsbooks.com/about-us>
- Pym, A., Shlesinger, M., & Jettmarová, Z. (Eds.) (2006). *Sociocultural aspects of translating and interpreting*. John Benjamins Publishing Company.
- Ramos, A. M. (2012). *Tendências contemporâneas da literatura portuguesa para a infância e juventude*. Tropelias & Companhia.

- Sapiro, G. (2015). Translation and symbolic capital in the era of globalization: French literature in the United States. *Cultural Sociology*, 9(3), 320–346. <https://doi.org/10.1177/1749975515584080>
- Sapiro, G. (2016a). How do literary works cross borders (or not): A sociological approach to world literature. *Journal of World Literature*, 1, 81–96. <https://doi.org/10.1163/24056480-00101009>
- Sapiro, G. (2016b). The metamorphosis of modes of consecration in the literary field: Academies, literary prizes, festivals. *Poetics*, 59, 5–19. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.poetic.2016.01.003>
- Takatuka. (n.d.). *Presentació*. Consultado a 2 junho, 2023, em <https://takatuka.cat/presentacio.php>
- Tako. (n.d.). *O nas*. Consultado a 1 junho, 2023, em <https://tako.biz.pl/s,1,o-nas.html>
- Tate Publishing. (n.d.) *About us*. Tate. Consultado a 6 junho, 2023, em <https://www.tate.org.uk/about-us/tate-publishing>
- Thompson, J. B. (2010). *Merchants of culture: The publishing business in the twenty-first century*. Polity Press.
- Wolf, M., & Fukari, A. (Eds.). (2007). *Constructing a sociology of translation*. John Benjamins Publishing Company.
- Wydawnictwie Babaryba. (n.d.). *O Wydawnictwie Babaryba*. Consultado a 1 junho, 2023, em <https://babaryba.pl/Wydawnictwo-Babaryba-kim-jestesmy-co-nas-wyroznia-nasza-filozofia>
- Wydawnictwo Dwie Siostry. (n.d.). *O nas*. Consultado a 1 junho, 2023, em <https://wydawnictwodwiesiostry.pl/o-nas>
- Wydawnictwo Kinderkulka. (n.d.). *O nas*. Consultado a 1 junho, 2023, em <https://kinderkulka.pl/o-nas/>
- Wytwórnia. (n.d.). *O nas*. Consultado a 1 junho, 2023, em <https://wytwornia.com/pl/i/O-nas/8>

[recebido em 30 de junho de 2023 e aceite para publicação em 28 de agosto de 2023]