



Dujovne, Alejandro

**Roberto Calasso, La marca del editor,  
Anagrama, Barcelona, trad. de Edgardo Dobry,  
2014, 174 páginas.**



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Argentina.  
Atribución - No Comercial - Sin Obra Derivada 2.5  
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/ar/>

Documento descargado de RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes de la Universidad Nacional de Quilmes

*Cita recomendada:*

*Dujovne, A. (2015). Roberto Calasso, La marca del editor, Anagrama, Barcelona, trad. de Edgardo Dobry, 2014, 174 páginas. Prismas, 19(19), 313-314. Disponible en RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes <http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/3076>*

Puede encontrar éste y otros documentos en: <https://ridaa.unq.edu.ar>

---

Franco Moretti,  
*El burgués. Entre la historia y la literatura*,  
Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, trad. Lilia Mosconi, 2014, 240 páginas

---

Los libros de Franco Moretti son siempre un recuerdo electrificante de las relaciones íntimas y necesarias entre crítica literaria e historia intelectual; cuánto más en este último libro, que desde el subtítulo propone ese lugar de enunciación intermedio *entre la historia y la literatura*. Claro que a Moretti le interesa la historia en un sentido amplio (la historia del capitalismo que lleva al presente), y por eso se lamenta de que su estudio no sea capaz de “aplicar la inteligencia del pasado a la crítica del presente” (en contraste, dice, con lo que logran los amigos a quienes se lo dedica, Perry Anderson y Paolo Flores D’Arcais). Pero esa tensión se hace presente de todos modos en algunos de los mejores rasgos del libro; en especial, un modo de incluir en la escritura –tanto a través de los ricos debates con otros autores como de las reflexiones sobre las maneras que elige para abordar y recortar cada uno de sus temas– los interrogantes actuales que explican los intereses históricos, haciendo participar a los lectores de su propia aventura intelectual.

El libro trata de la presencia de la figura del burgués en la literatura realista y del modo en que la experiencia burguesa moldea esa misma literatura. Lo hace siguiendo un ciclo histórico de despegue (*Robinson Crusoe*: el burgués

tratando de encontrar las palabras para expresar su existencia novedosa), afirmación y extensión en el siglo XIX (el “siglo serio” de la novela clásica, de Balzac y Eliot a Mann), y decadencia (la visión crítica de Ibsen). Y para ello combina una serie de recursos de lectura (es especialmente inspirador el modo en que interroga el libro de Defoe) con la identificación en una gran cantidad de novelas de ciertas “palabras clave” (útil, eficiencia, confort, serio, influencia, *earnest*) y formas de la prosa (continuidad, principio de realidad, objetividad/ subjetividad), en las que la experiencia burguesa se expresa en el ciclo novelístico. Como suele ocurrir en sus otros libros de historia literaria (especialmente en ese estudio fascinante que es el *Atlas de la novela europea*), Moretti utiliza de un modo desprejuiciado todos los recursos de los que dispone –o mejor, que él mismo ha ido produciendo en su ambición de renovar los enfoques–. Y no deja de ser significativo que el inventor del provocativo *distant reading* –el estudio serial de la producción literaria masiva posibilitado por el laboratorio que dirige en la Universidad de Stanford, que suele despertar suspicacias en los medios de la crítica literaria–, sea capaz de lecciones tan refinadas del muy tradicional *close reading* como las que da en *El burgués*, mostrando todo lo que la literatura es capaz de ofrecerle a la historia.

Adrián Gorelik

---

Roberto Calasso,  
*La marca del editor*,  
Anagrama, Barcelona, trad. de Edgardo Dobry, 2014, 174 páginas

---

Los cuadernos, las notas y las memorias de los editores siempre ejercieron una fascinación especial. Una atracción semejante a la que producen las novelas de detectives clásicas: conocemos el delito, pero desconocemos el nombre del autor, al igual que las motivaciones y las acciones que emprendió para ejecutar su acción. Son sus marcas las que, a través de las preguntas correctas, nos permitirán llegar a él y a su trama. *La marca del editor*, el testimonio de Roberto Calasso, uno de los editores literarios y ensayistas más reconocidos de Europa, puede leerse de ese modo, con la sensación de estar develando el misterio tras el exquisito catálogo del sello italiano Adelphi. Pero también puede leerse de otra manera, no menos fascinante. Como una explícita y extremadamente lúcida afirmación y reivindicación del papel del editor en el juego de la cultura frente al avance de la economía y los negocios en el mundo de la edición. Proyecto que lo acerca a otras obras, tales como los ensayos “La edición sin editores” y “El dinero y las palabras” de otro gran editor, André Schiffrin, o los trabajos del sociólogo británico John Thompson. La “marca del editor” se hace presente, en primer lugar, en la elección de obras y autores. Este es el material que confiere identidad a un proyecto editorial, que define su lugar dentro del

panorama cultural de una lengua. Pero la tarea y la intervención del editor, señala Calasso, solo empiezan con la decisión de publicar cierta obra, cierto autor. A partir de allí se despliega una secuencia de acciones que concluirán con la existencia de un libro, y que determinarán sus posibilidades de ser reconocido y, quizá, leído. Así, la “marca” también se manifiesta en, por ejemplo, el celo obsesivo con que se escoge la imagen de una portada, se piensan las solapas, se diseña una publicidad, delimita una tirada, etc. Una “buena editorial” se define por publicar “buenos libros”, y para eso, sugiere Calasso, es preciso contar con editores que continúen concibiendo su trabajo como un arte. El editor como formador de paisajes mentales, como autor de una vasta obra llamada catálogo en que cada libro es un capítulo, como formador de lectores, pero también como un actor atento a los negocios, que no pierde de vista que el libro es también una mercancía. *La marca del editor* puede ser leído desde muchos ángulos en simultáneo: desde la historia del libro y la edición, pasando por la sociología de la cultura, hasta el placer estético que suscita encontrarse con una escritura fina e inteligente.

Alejandro Dujovne

---

Juan Pablo Scarfi,  
*El imperio de la ley. James Brown Scott y la construcción de un orden jurídico interamericano*,  
Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2014, 251 páginas

---

El título sintetiza bien el despliegue de este libro, resultado de una tesis de maestría: el desarrollo de una disciplina y un cuerpo de doctrina como la del derecho internacional estadounidense. Se trató, como aclara Scarfi en la introducción, de “la construcción y desarrollo de un discurso sobre el derecho internacional en Estados Unidos y su impacto en América Latina entre comienzos del siglo xx y finales de los años treinta”. En este sentido, sigue de cerca la manera en que fue predicado como condición *sine qua non* de la excepcionalidad tanto estadounidense como latinoamericana frente a los modos europeos de resolución de conflictos internacionales. Condición que funcionaba a costa de desligar otra: la del imperialismo informal. Como bien sugiere Ricardo Salvatore en el prefacio, el libro es una indudable pieza en el haz de estudios sobre el “imperialismo informal estadounidense” –su acción en la relación saber/poder–: “la teoría del derecho internacional como una herramienta de construcción de un panamericanismo de ideas, principios y entendimientos”. Y lo es, también, en tanto que la perspectiva elegida es fundamentalmente la de la historia intelectual. Siguiendo la trayectoria de James Brown Scott, figura clave en el desarrollo, difusión y monitoreo

de esta práctica de derecho internacional, Scarfi sondea con buen pulso la red “interamericana” –en particular el vínculo Cuba-Estados Unidos– que dio legitimidad a esa nueva disciplina y, sobre todo, a la idea de que era posible aplicar el derecho sajón del *common law* a un derecho internacional de todo el continente; como si se afirmara que lo que era bueno para los Estados Unidos sería bueno para los estados latinoamericanos. La importancia que Scott daba a la formación de la opinión pública lo hacía verse casi como un apóstol de esa “buena nueva” para América Latina (y entonces, Scarfi también observa críticamente la negación o desestimación de las diferencias). Otro buen momento del libro está en el análisis de la búsqueda de Scott de una tradición en la que enlazar ese derecho internacional con un pasado específico: el derecho de gentes del español Francisco de Vitoria, buscando allí una suerte de “nueva base moral” signada por la “guerra justa”. Si hay una palabra que aparece apenas mencionada pero que es sustantiva a la hora de comprender el vínculo entre saber/poder es la de la geopolítica: en efecto, como afirma Scarfi, la prédica de derecho internacional era un “instrumento geopolítico para consolidar el imperio informal estadounidense”. Este libro puede ser leído también en esos términos: como un estudio sobre uno de los modos de la geopolítica estadounidense antes de la Segunda Guerra Mundial.

Ximena Espeche