



riverside
agency

La marca del editor

Autor: Roberto, Calasso

Argumentos

Ensayos literarios

Anagrama

ISBN: 978-84-339-6368-0 / Bolsillo / 176pp | 140 x 220 cm

Precio: \$ 40.900,00

En una época de aplanamiento de las categorías, de fácil acceso a una supuesta biblioteca universal digitalizada (en verdad, fragmentaria y caótica), el editor tiende a ser visto como un intermediario innecesario entre el escritor y el lector. Este breve volumen de Roberto Calasso viene a rebatir punto por punto ese y otros graves errores de los adalides de la inmediatez, la velocidad y el rendimiento monetario como categorías absolutas.

Apoyado en su excepcional situación, en el cruce entre el gran editor ¿dirige desde hace muchos años un sello italiano tan prestigioso como Adelphi, una referencia internacional? y el escritor de enorme cultura y agudeza crítica ¿por mencionar sólo sus últimos trabajos, ha escrito libros ya clásicos sobre Kafka, Baudelaire, Tiepolo y sobre la mitología hindú (todos ellos publicados por Anagrama)?, Calasso adopta una posición lúcida y comprometida, argumentada y avalada por su propia trayectoria. Al glosar la figura de los grandes editores europeos y estadounidenses del siglo XX, Calasso muestra la importancia decisiva que sellos como Gallimard, Einaudi, Suhrkamp o Farrar, Straus & Giroux han tenido en la formación de un criterio y un público lector, en el ordenamiento y la separación del grano de la paja en lo que a literatura se refiere.

Calasso argumenta su idea de «la edición como género literario»: un editor de la estirpe a la que él pertenece es un buscador de «libros únicos», es alguien que escribe, con los libros que publica, el mejor libro de todos: su catálogo, que es a la vez su autobiografía. Por eso, frente a la idea de quienes quieren manejar la edición como una industria cualquiera, este libro muestra, a la vez con finura y contundencia, la importancia del editor que defiende y cultiva su marca. Sin la cual todo se achata en una única categoría: la del entretenimiento fácil y el rápido olvido. No es un atractivo menor el recorrido que hace Calasso por su propia memoria, por las grandes personalidades con las que trató, no sólo del ámbito editorial, sino también, claro, del literario; en ese aspecto, es insuperable el retrato que traza aquí, por ejemplo, de Thomas Bernhard. La marca del editor puede leerse como una continuación de Cien cartas a un desconocido, el libro con el que,



Roberto, Calasso

Roberto Calasso (Florencia, 1941) reside en Milán. Es presidente y director literario de Adelphi, una de las editoriales de mayor prestigio internacional. En Anagrama ha publicado "La ruina de Kasch", "Las bodas de Cadmo y Harmonía", "Los cuarenta y nueve escalones", "Ka", "La literatura y los dioses", "K.", "Cien cartas a un desconocido", "El rosa Tiepolo", "La Folie Baudelaire" y "La marca del editor". Ha sido galardonado con el Premio Formentor por el conjunto de su obra, que «discurre por senderos narrativos y reflexivos en donde la belleza literaria, el rigor conceptual y la intuición poética conforman una insaciable inteligencia», en palabras del jurado.

a través de los textos de las contracubiertas escritas para los libros de Adelphi, Calasso inauguraba sus memorias como editor. La marca del editor completa el trazado de una trayectoria excepcional, el de una estirpe que ha formado nuestra sensibilidad y nuestra cultura, y que ahora más que nunca necesita nuestro reconocimiento.

En una época de aplanamiento de las categorías, de fácil acceso a una supuesta biblioteca universal digitalizada (en verdad, fragmentaria y caótica), el editor tiende a ser visto como un intermediario innecesario entre el escritor y el lector.