

La casualidad del éxito: Kurt Wolff

Las marcas de la edición

Edgar A. G. Encina

Tomé atención del nombre Kurt Wolff (Bonn, 1887-1963) por *La marca del editor* (Anagrama, 2014) de Roberto Calasso (Florencia, 1941-2021). Para el italiano, Wolff es el único genio de la edición del siglo xx que puede compartir páginas con Aldo Manucio (Bassiano, 1449-1515). La categoría se la ganó fundamentalmente por dos aspectos. El primero, su carácter innovador en la arquitectura editorial. El segundo, por ser uno de los últimos representantes europeos en la edición de primera línea.

Wolff se inició en la editorial alemana Rowohlt, fundada en 1908 por Ernst Rowohlt (Bremen, 1887-1960) y que continúa vigente. Al poco tiempo, en 1913, tomó la aventura personal de abrir, junto con su esposa Hellen, Kurt Wolff Verlag que debió cerrar en 1930 por desajustes financieros. En esa época combinaba labores con Pantheon Case Editrice, del que fue cofundador en 1924. Al iniciar la década de 1940 la pareja migró a New York donde, en 1942, junto con Jacques Schiffrin (Bakú, 1892-1950) echaron a andar Pantheon Books,¹ de la que a la postre André Schiffrin (París, 1935) tomaría la batuta hasta 1990. De vuelta en Alemania fundaron Kurt & Helen Wolff Books en 1961.

Vale destacar un par de asuntos. El primero, que en reconocimiento se estableció en 1996 el «Helen & Kurt Wolff Translator's Price» otorgado por el Goethe-Institut New York con el monto de 10 mil dólares y la residencia en el festival Literarisches Colloquium Berlin. El segundo, el matrimonio fue testigo hablante del cambio que vecinaba en el mundo editorial, pues cuando en 1959 un sello norteamericano decidió postular el mercado de valores el sector inició la transformación a sociedades anónimas, que sólo atienden al beneficio de inversores

A Wolff se le señala como el descubridor de autores como Franz Kafka, Heinrich Mann, Georg Trakl, Franz Werfel, Karl Kraus, Robert Salser, que dio a conocer en la colección *Der Jüngste Tag* (*El día del Juicio*), de 1913 a 1921. Esto, señala Calasso, no sólo permite descubrir su gran olfato, también lleva a ver el refinado gusto para el diseño de libros, muchas veces apoyado por artistas gráficos reclutados para aportar al sentido estético. La colección estuvo pensada en impresos en material de buena calidad, empastados en caja oscura con el centro en postulantes claros para remarcar los créditos. El más famoso de los libros del repertorio es el número 34, *Das urteil. Eine Geschichte* (*El proceso*) de Kafka. Este elemento corrobora la primera tesis de Calasso: el alemán impuso un carácter innovador en la arquitectura editorial, entendida desde el diseño de impresos hasta la formación de lectores.

En *Autores, libros, aventuras. Observaciones y recuerdos de un editor, seguido de la correspondencia del autor con Franz Kafka*

1 Pantheon Books fue adquirida en 1961 por Bennet Cerf para formar parte de Random House. En la actualidad es parte de Knopf Doubleday Publishing Group.

(Acantilado, 2010) Kurt Wolff escribe a la manera de las memorias. El inicio no puede ser más memorable:

Llevo cincuenta y cinco años oyendo la pregunta: «¿Dónde aprendió usted su oficio?». La respuesta es siempre la misma: en ninguna Parte.

Se me antoja un atractivo especial de nuestra profesión el que no pueda aprenderse. Me contestan: «¿No sería útil haber trabajado en una imprenta y taller de encuadernación?». ¿Por qué? Yo no pretendo ni componer ni imprimir ni encuadernar libros. O me dicen que al menos sería deseable haber trabajado una temporada corta, en una librería. ¿Por qué? Desde los doce años he pasado horas y horas, casi a diario, en librerías, tanto en mi país como cuando estaba de viaje. Me es indiferente estar a un lado o al otro del mostrador, ser comprador o vendedor. Quien siente pasión por los libros y por la profesión de editor se siente como en casa en las librerías. Tampoco creo en la importancia de doctor.

Al carácter empírico del oficio suma la fortuna y algo de temeridad. Con ese conocimiento y audacia, sumado al gusto literario, el editor puede determinar si una obra o un autor tendrá lectores o no. Pues por:

buen gusto no sólo entiendo la capacidad de juzgar y de detectar la calidad de una obra literaria. El buen gusto debería comprender también un sentimiento de seguridad con respecto a la forma –formato, composición, tipo de letra, encuadernación, camisa– en la que debe presentarse un libro. El gusto literario, por otra parte, tiene que estar unido al instinto para saber si un libro tendrá acogida entre una minoría de lectores o si su tema u su forma resultan adecuados para un círculo amplio. Eso determina de manera decisiva las cifras de la tirada y la publicidad del libro, y hay que tener cuidado con no dejarse llevar por el entusiasmo personal y crearse expectativas demasiado optimistas.)

Las anteriores referencias permiten entrever la valía de las memorias de los editores porque, por ejemplo, exhiben la defensa del autor literario y, en este caso, retrata la época de los editores de primera línea, ahora en peligro de extinción. Para estos personajes el valor está en el catálogo y en la fuerza de sus autores, con diferencia de nuestra época que el volumen de ventas, las conexiones políticas y la sustentabilidad financiera dominan intereses. La credibilidad del catálogo provee de confianza al lector y, con ello, la comprobación de la segunda tesis de Calasso que vio en Wolf al, quizá, el último de los representantes europeos en la edición de primera línea.