# Kurt Wolff, o el oficio de editor

Posted on 1 de octubre de 2010 by José María Guelbenzu

El editor Kurt Wolff, de quien la editorial Acantilado acaba de publicar, en traducción de Isabel García Adánez, *Autores, libros, aventuras*, pertenece a la época en que la edición se consideraba un oficio de caballeros. En aquellos tiempos, un editor sostenía sin lugar a dudas que el patrimonio de la casa editorial para la que trabajaba, o bien el de la casa editorial de su propiedad, era su catálogo, es decir, sus autores. El catálogo era la imagen de la editorial, una imagen que se creaba a partir de una oferta que procuraba confianza y credibilidad a sus lectores y esa imagen tanto era avalada por sus más destacados autores como avalaba a los nuevos o semidesconocidos creadores. El mismo Kurt Wolff exponía así su visión de la figura del editor: «Uno edita bien los libros que considera que la gente *debería* leer, bien los libros que piensa que la gente *quiere* leer. Los editores de la segunda categoría, es decir, los editores que obedecen ciegamente al gusto del público, no cuentan».

Hoy en día, y tal y como están las cosas, la anterior declaración nos parece casi naif. ¿Qué ha ocurrido para llegar a la situación actual, en la que el dominio de esos «editores de la segunda categoría» es aplastante? Michael Korda, un gran editor de libros de amplio espectro, que tanto se ha ocupado de autores tan populares como Jacqueline Susann (*El valle de las muñecas*) o Judith Krantz (*Scrupples*) como de Graham Greene y otros como él, y cuya posición privilegiada en el mundo de la edición norteamericana le permite hablar con toda propiedad, sostiene que el gran cambio se produce, sin que nadie llegara a darse cuenta en un principio de sus perversos efectos, cuando la primera gran editorial norteamericana salió a Bolsa en el año 1959, porque ese acto cambió las reglas del juego: a partir de entonces las editoriales se convertían en sociedades anónimas orientadas exclusivamente al beneficio de sus inversores. Lo cual quiere decir que aquella afirmación de Samuel Fischer, el director de Fischer Verlag, cuando presumía de ser un editor «que daba al público lector lo que éste no quería leer», es decir, que proponía siempre autores y líneas nuevas frente al adocenamiento del mercado y buscaba lectores exigentes a la medida de sus exigentes autores, se convertía en una opción minoritaria a extinguir.

Kurt Wolff (1887-1963) se inició muy joven en el mundo de la edición, conjuntamente con Ernst Rowohlt, de quien se separó para crear su propia editorial: Kurt Wolff Verlag; más tarde, en 1933, emigró de Alemania tras el incendio de Reichstag y vivió en Europa entre Italia y Francia hasta que la situación se hizo insostenible. En 1941 emigró a Estados Unidos, donde fundó una editorial que sería un modelo de la edición de calidad: Pantheon Books; a él se uniría como socio otro exilado, éste francés, Jacques Schiffrin, quien al final se quedaría

con la editorial por desavenencias que no hacen al caso y cuyo hijo, André Schiffrin, mantuvo en alto el pabellón de la casa hasta que no tuvo otro remedio que claudicar ante un comprador más poderoso. Posteriormente, Kurt volvió a su propio nombre con la creación de Kurt y Helen Wolff editores, que finalmente se apoyó en otra editorial de gran prestigio como Harcourt, Brace firmando cada una de sus producciones como «a book of Kurt and Helen Wolff in Harcourt, Brace». Tras su muerte, su viuda, Helen Wolff, continuó editando libros, uno de los cuales fue la edición estadounidense de *El nombre de la rosa* de Umberto Eco.

«Los editores de otro tipo –escribió– tenemos, aunque, por supuesto, con cierta mesura, voluntad creativa, intentamos entusiasmar a los lectores por aquello que nos parece original, valioso desde un punto de vista poético, progresivo, sin importarnos si es fácil o difícil de entender. Y esto es válido para la ficción y para la no ficción. Es evidente que podemos equivocarnos, y nos equivocamos muy a menudo. A veces creemos ver ciertas promesas de futuro en la personalidad o el manuscrito de un autor, y luego esas promesas no se cumplen. Lo que importa es el esfuerzo, el éxito no es determinante […], con frecuencia es casualidad».

Esta es una confesión que, hoy como entonces, sacaría de sus casillas a cualquier alto, medio o bajo ejecutivo. No cuesta nada imaginar lo que duraría un proyecto de Kurt Wolff ante las fauces hambrientas del inversor en Bolsa. Y, sin embargo, uno de los timbres de gloria de Kurt Wolff, quizás el más notorio como noticia, es que él fue el primer editor de un desconocido judío de Praga que se negaba a publicar sus escritos llamado Franz Kafka. La relación de nombres y libros editados por Wolff es ciertamente impresionante, pero cuando en 1930 decide liquidar sus editoriales –empezando por aquella que llevaba su nombre– lo hace atribulado por el cansancio de sobrevivir en la precariedad económica. El nombre Kurt Wolff –al igual que otros igualmente ilustres como Ernst Rowohlt, Samuel Fischer o Peter Suhrkamp– supone para el autor una relación personal, no una relación con un ente anónimo, una sociedad anónima, y establece una relación de confianza que, con todas las dificultades que entraña el trato entre dos egos de semejante calibre, ha sido el que ha permitido desarrollarse en condiciones razonables a la literatura y el pensamiento más interesantes de nuestro tiempo. El apoyo a un autor «de la casa» ha llegado a extremos notables, pero muy edificantes, de un modo de hacer edición de autor, como le sucedió a Peter Suhrkamp con Uwe Johnson. Johnson entró en un período de esterilidad –lo que los escritores latinoamericanos denominaban «una seca»– que duró diez años; diez años en los que no pudo escribir una línea. Y, sin embargo, Peter Suhrkamp le estuvo pasando una cantidad mensual de dinero durante esos años para que pudiera sobrevivir sin necesidad de atarse a compromisos que lo hubieran alejado de la literatura quizá para siempre.

En 1930, cuando Kurt Wolff liquida sus editoriales, es evidente que se encuentra bajo el

estrés de un trabajo intensivo. «El hecho es que, durante los últimos seis años, me he quemado, me he desangrado en esta editorial [la Kurt Wolff Verlag] en lo material y en lo práctico». Seguirán ocho años de resignación, de renuncia a la actividad laboral, pero no a su vocación. Es un editor vocacional, como todos los grandes editores europeos del siglo XX y, de hecho, en cuanto pise tierra americana, comenzará de nuevo.

La lista de autores y títulos de sus editoriales es impresionante: Georg Heym, Franz Kafka, Else Lasker-Schüler, Georg Trakl, Robert Walser, Franz Werfel, Karl Kraus, Gerhart Hauptmann, Marcel Schwob, Gustav Meyrink (*El Golem*), Gottfried Benn, Oskar Kokoschka, Heinrich Mann, Karel Capek, Yvan Goll, Ernst Toller, Émile Zola (*Les Rougon-Macquart*), seguidos de las obras completas del mismo, Leo Frobenius, Erwin Panofsky, Joseph Roth, Adolfo Venturi, Hermann Broch (*La muerte de Virgilio*) y la edición definitiva y completa de los Cuentos de los Grimm, Jacob Burckhardt, Stefan George, Georges Bernanos, Flann O'Brien, Robert Musil (*Las tribulaciones del joven Törless*)… Sus dos últimos grandes títulos, en 1958 y 1960, fueron Doctor *Zhivago* y *El gatopardo*. Tanto en Alemania como en Estados Unidos dejó catálogos de una calidad excepcional y un instinto editor para libros y autores verdaderamente grandes que lo convierten en uno de los grandes «caballeros de la edición».

Hay una serie de conceptos derivados de su comprensión de la actividad editorial en los que merece la pena detenerse. En primer lugar, la idea antes expuesta de que el del editor es un trabajo creativo, incluso antes que lucrativo, por más que ni Wolff ni ninguno de los editores de calidad hayan perdido nunca de vista el hecho de que sólo con resultados económicos resulta posible mantener sus editoriales. Es creativo porque la elección del autor por razones que –a menudo, mas no siempre– son de afinidad intelectual y sensibilidad compartida es un trabajo que exige imaginación, receptividad y valentía a partes iguales y porque, en cierto modo, es una manera de llenar esa página inicialmente en blanco que será el catálogo de su editorial, es decir, la imagen pública de esa editorial, su autoridad y su credibilidad.

En segundo lugar, es muy importante su idea de que la edición es un saber empírico antes que otra cosa. No hay modo de «estudiar» para ser editor como se estudia para ejercer de abogado o perito mercantil. No existe un libro del texto del editor, sino un conocimiento que va adquiriéndose con la práctica. El libro que comentamos se inicia así: «Llevo cincuenta y cinco años oyendo la pregunta: "¿Dónde aprendió usted su oficio?" La respuesta es siempre la misma: en ninguna parte». Kurt Wolff considera que sólo se necesitan dos condiciones previas para ser editor: entusiasmo y buen gusto. El entusiasmo es una cuestión de carácter; el buen gusto se adquiere, pero no en la universidad; ni siquiera una buena base de cultura general es decisiva, aunque sí importante. «Por buen gusto –dice Wolff– no sólo entiendo la capacidad de juzgar y detectar la calidad de una obra literaria. El buen gusto debería comprender también un sentimiento de seguridad con respecto a la forma –formato,

composición, tipos de letra, encuadernación, camisa– en 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 y su forma resultan adecuados para un círculo amplio». Lo cual determina tirada y lanzamiento de libro, etc. Esto es, puro saber empírico. Y quizá todo ello explique de alguna manera la fascinación que la edición de calidad, ahora reducida a editoriales de mediano y pequeño tamaño en nuestro país, siga haciendo que una y otra vez surjan personas dispuestas a arriesgar un dinero que se lanzan con el mayor entusiasmo a la aventura de editar.

Un tercer asunto llamativo entre las opiniones de Kurt Wolff es el que se refiere a la libertad de elección del autor. Por lo general, el editor que pretende crear un catálogo que lo represente, pretende igualmente la exclusividad del autor por cuya obra ha apostado. Sin embargo, no es infrecuente que el autor, muchas veces sin previo aviso, decida cambiar de editor. Las razones son varias, pero la más común es de índole económica y también por encontrar acomodo en un catálogo más popular o que comporte un mejor lanzamiento. En tal circunstancia, el editor original se siente traicionado y piensa que cuanto ha hecho por la obra del autor (empezando por descubrirlo y darlo a conocer) ahora lo aprovecha otro actuando sobre seguro. Wolff confiesa que eso le ocurrió con uno de sus autores emblemáticos: Carl Zuckmayer. Sin embargo, su reacción es diferente: «Este tipo de experiencias deben asumirse como un simple gaje más del oficio. Jamás han suavizado mi reticencia ante las opciones y los contratos vinculantes y las refiero aquí sin el más mínimo rencor. Además, después de más de cuarenta años [de oficio], el rencor resultaría ridículo». Este *savoir fai*re nos lleva, además, a otra conclusión. Por la misma razón que el pez grande se come al chico, el editor de calidad que descubra a un autor que obtenga reconocimiento popular debe saber que un editor más poderoso y con mayores medios, por más que sea una sociedad anónima, una máquina dedicada exclusivamente a obtener beneficios, acabará por hacerse con ese autor. Lo que Kurt Wolff comprende es que ese es un hecho que pertenece a la dinámica de la industria y, sobre todo, comprende que su verdadera misión es descubrir autores y darles la oportunidad de publicar, *que es lo que no hará ni podrá hacer nunca el editor-máquina*. Wolff se limita a constatar esta realidad con la mayor lucidez y sin rencor. Es un editor vocacional y sabe cuál es su lugar en el engranaje de la industria editorial.

Precisamente de su vocación habla esta confesión: «Si, por ejemplo, la editorial Kurt Wolff hubiera editado el *Libro de San Michele* de Axel Munthe, se habría convertido en el propietario de un *best seller* que sólo en su edición alemana vendió más de un millón de ejemplares y, misteriosamente, sigue vendiéndose hoy en día. Fui el primer editor alemán al que le ofrecieron el libro. Lo leí en la traducción alemana, me pareció banal y penoso hasta un extremo incomprensible y no dudé un instante en rechazarlo […] pero estoy orgulloso de

que la editorial Kurt Wolff no publicara este libro, y no ha habido cifras de venta que cambiaran mínimamente esta opinión».

Por lo demás, el libro, confirmando el empirismo de la edición, se compone de tres artículos o recopilaciones de opiniones y anécdotas, a los que siguen tres ejemplos de tratos con el autor (Carl Sternheim, Franz Kafka y Karl Kraus), una detallada exposición de su trayectoria literaria hecha por Helen Wolff, una selección de los libros editados por Wolff y una bibliografía, numerosas anécdotas a lo largo de los textos y, finalmente, una correspondencia sumamente ilustrativa mantenida con Franz Kafka. Es, ciertamente, la representación real de un mundo que se fue, pero del que, por fortuna para muchos autores, aún quedan restos visibles en la actualidad.

*Autores, libros, aventuras*, de Kurt Wolff, ha sido publicado por Acantilado.