

## Perspectivas cambiantes sobre um arquivo editorial americano: o caso da Knopf, Inc.

### RESUMO

Os arquivos da Knopf, Inc., mantidos no Harry Ransom Center, são algumas das maiores e mais importantes fontes para o estudo da edição literária americana do século 20; da sua fundação, em 1915, até a sua compra pela Random House, em 1960, a casa publicou as obras de 12 ganhadores de prêmios Nobel de literatura e de muitos outros romancistas e poetas importantes da época. Ao revisar a história do arquivo, chegado em Austin cerca de 50 anos atrás, podemos aprender muito sobre como o acesso à documentação de editoras mudou. Tendências do mundo acadêmico também foram responsáveis por criar novas oportunidades de pesquisa. Hoje, há uma maior ênfase no livro enquanto artefato físico, nos estudos de traduções e um reconhecimento maior de que a edição implica num processo colaborativo. Este texto também examina alguns buracos da documentação histórica e perspectivas para futuras pesquisas no arquivo.

### Palavras-chave:

Arquivos editoriais, Knopf, Inc., Harry Ransom Center.

Os arquivos editoriais dos Estados Unidos e do Reino Unido proporcionam imensas possibilidades de pesquisa e também de desafios curatoriais tendo em vista a vasta massa documental que os compõem. Estes arquivos integram, na maior parte dos casos, seções de coleções especiais de grandes bibliotecas acadêmicas nos Estados Unidos, como as da Universidade de Columbia e o Harry Ransom Center da Universidade do Texas em Austin. Por causa do tamanho e da complexidade dessas fontes, elas requerem projetos de catalogação de larga escala, frequentemente financiados por verbas consideráveis. Apesar dos importantes desafios que continuam a inibir uma acessibilidade ideal (não estou a par, por exemplo, de nenhuma digitalização em larga escala), arquivos editoriais têm, no entanto, atraído um interesse acadêmico crescente nas últimas duas décadas. Isto se deve em grande parte ao surgimento de estudos relacionados ao livro enquanto objeto físico – a chamada “nova bibliografia” – e ao relativamente novo campo

da história do livro. Especialistas dessas áreas começaram a explorar ricos materiais em arquivos editoriais relativos à produção e ao design de livros, aos dados econômicos da edição, e às técnicas de marketing. Isto faz com que porções anteriormente subutilizadas de arquivos, incluindo documentação publicitária, registros de produção e financeiros, e projetos gráficos de livros possam receber novos cuidados<sup>1</sup>.

Os arquivos da Knopf, Inc. são alguns dos primeiros arquivos literários de editoras dos Estados Unidos. Adquirido em meados da década de 1960, é ainda hoje um dos maiores do gênero (636 pés lineares = c. 194 metros lineares) e o arquivo mais consultado do Ransom Center. A casa editorial, cujo centenário foi celebrado em 2015, foi fundada por Blanche W. e Alfred A. Knopf, que iniciaram com uma pequena lista composta sobretudo de traduções estrangeiras – em parte porque os direitos não eram caros –, mas também por Alfred, um jovem e ambicioso editor, ter percebido o potencial comercial que teria a exposição desses autores pouquíssimos conhecidos a uma audiência americana cada vez mais curiosa e crítica. Numa época em que o conceito moderno de “branding” era desconhecido, os Knopfs adotaram a frase “Borzoi Books” para seus volumes, acompanhados de um logotipo representando um cão correndo.

Em uma década, Knopf, Inc. estava estabelecida enquanto editora de distinção por conta da sua disposição em apostar em autores continentais e ingleses de primeira grandeza tais como Thomas Mann, Sigrid Undset, André Gide, Knut Hamsun. W.H. Hudson e E.M. Forster, enquanto também investia em autores americanos já amplamente conhecidos como Willa Cather e H.L. Mencken. As obras desses autores normalmente vendiam de forma constante e entraram permanentemente no fundo de catálogo, mesmo se as margens de lucro fossem relativamente pequenas. Negligencia-se frequentemente que a Knopf conseguiu emplacar vários sucessos comerciais de peso em seus primeiros anos, incluindo best-sellers do esquecido detetive e escritor britânico Warwick Deeping e os romances populares dos amigos íntimos de Alfred, Joseph Hergesheimer e Carl Van Vechten, cuja popularidade despencou depois dos anos 1920. *O Profeta\**, de Khalil Gibran, um popular livro de filosofia oriental publicado em 1923, acabou por ser a história de sucesso mais duradoura da Knopf, merecendo incontáveis edições, vendendo milhões de exemplares e dando lucros imensos por quase um século.

Os Knopfs tinham por lema “um editor é conhecido pela companhia que mantém”. Tinham razão de sentirem orgulho da cuidadosa atenção pessoal que davam ao conjunto de seus autores, muitos dos quais, como Van Vechten e Elizabeth Bowen, também eram grandes amigos. Nem todos os livros desses autores deram lucro, mas, do ponto de vista dos Knopfs, a relação sempre valia um investimento de longa duração. No começo da década de 1920, uma época na qual a cena editorial americana era dominada por livros para o público geral esteticamente sem graça e de tipografia pouco inspirada, os livros Borzoi ficaram conhecidos por suas vistosas sobrecapas e encadernações, materiais de qualidade (incluindo experiências com papéis marmorizados feitos à mão em encadernações de edições de luxo), e projetos gráficos de alta qualidade.

Depois da Segunda Guerra, a Knopf apresentou aos leitores americanos autores da França anteriormente desconhecidos, entre os quais Jean-Paul Sartre e Albert Camus, e também autores latino-

---

<sup>1</sup> Isto não fugiu aos curadores. Em junho de 2015, o colóquio anual da Seção de Livros Raros e Manuscritos da Associação de Bibliotecas Universitárias e de Pesquisa em Oakland, Califórnia, contou com um seminário sobre “Trabalhando com arquivos editoriais, da aquisição ao acesso”. Entre os participantes: Karla Neilsen (Universidade de Columbia), James Green (Library Company, Philadelphia), Lucy Mulrone (Universidade de Syracuse), Molly Dotson (Universidade de Yale), Carrie Hintz (Universidade Emory), e Richard Oram (Universidade do Texas em Austin). A seção concentrou-se em problemas curatoriais e de catalogação e foi de extrema ajuda na redação deste artigo.

americanos (sobre os quais discorreremos mais adiante). Sob o comando do editor Harold Strauss, na década de 1950, eles foram em busca de romancistas japoneses da geração pós-guerra, notadamente Yukio Mishima. Em 1959, a casa deixou de ser uma empresa familiar, sendo comprada pela Random House, Inc., de Bennet Cerf, encerrando assim o que pode ser chamado de época clássica da Knopf.

Após a morte de Blanche Knopf, em 1966, Alfred continuou ligado à empresa enquanto consultor e editor e a Knopf, Inc. manteve uma identidade quase independente dentro da Random House. Nos anos 1960 e 70, ela publicou uma longa lista de autores de qualidade e best-sellers de primeira linha: John Hersey, John Updike, Kenneth Millar (Ross Macdonald), todos os quais estão bem representados no arquivo da Random House. Ela também fez bastante dinheiro com livros de culinária escritos por Julia Child (principalmente o clássico da culinária *Mastering the Art of French Cooking* (Como dominar a arte da culinária francesa) e com os livros infantis de Roald Dahl (*A Fantástica fábrica de chocolate*).

A história da razão pela qual esse valioso arquivo, tão importante para o estudo da literatura americana do século 20, tomou pouso no Centro de Pesquisa em Humanidades no Texas, em 1971, é fascinante e foi tratada em outro lugar<sup>2</sup>. Incorporações posteriores cobrindo o período que vai até meados dos anos 1980 chegaram em partes, mas cessaram por volta de 1995. Hoje, a Knopf, Inc. continua a publicar uma comprida e distinta lista de autores enquanto um dos selos do conglomerado alemão Bertelsmann, que comprou a Random House em 1998<sup>3</sup>.

Vale a pena determo-nos no material que não chegou até Austin. Arquivos de empresas em geral estão sujeitos a perdas de vários tipos. Um exame da história das editoras literárias britânicas e americanas poderá mostrar quantas desapareceram deixando pouco ou nenhum vestígio para trás. No caso da Knopf, Inc., uma mudança de escritórios e um bem-intencionado projeto de 'capina', associado às necessidades do período da Segunda Guerra em papel reciclado, teve como resultado o descarte de volumosa correspondência com alguns autores menos importantes, assim como de uma significativa quantidade de importantes registros de negócios. Partes menos importantes do arquivo foram alienadas por razões desconhecidas e outras dadas à Biblioteca Pública de Nova York, até que se decidiu albergar o grosso do arquivo no Texas, em 1969. Alfred Knopf por vezes também fornecia a acadêmicos documentos originais, como a correspondência passiva de Willa Cather, que hoje encontra-se em mãos privadas. Cartas individuais ou pequenos conjuntos de registros da Knopf de quando em vez surgem no mercado de antiguidades, indicando muito provavelmente que um editor simplesmente os furtou. Essas perdas não são específicas ao arquivo da Knopf, mas indicam como o tempo e a falta de cuidado e a falta de uma política de gerenciamento de documentos consistente têm como resultado a perda de material histórico. Um outro tipo de caso recente é a parcial dispersão do arquivo da editora Victor Gollancz do Reino Unido, já que nenhuma instituição (compreensivelmente) quis receber uma quantidade tão gigante de papéis sobre um bom número de autores caídos no esquecimento, mesmo se em seu conjunto o arquivo sem dúvida permitiria que se tivesse uma importante compreensão do discurso político britânico de esquerda do período que vai de 1940 a 1970<sup>4</sup>.

No começo, deu-se ênfase em permitir o acesso a uma seleção de correspondências dos Knopf

2 O acordo vigente foi feito em 1969, mas o arquivo começou a chegar dois anos mais tarde. Ver Cathy Henderson, 'Why Texas?' *The Company They Kept: Alfred A. and Blanche W. Knopf, Publishers*. Austin: Harry Ransom Humanities Research Center, 1995, pp. 225-228. Trata-se de um grande catálogo da exposição feita em duas partes no Ransom Center.

3 Advance Publications comprou a Random House em 1980 e vendeu-a à Bertelsmann.

4 Estes foram vendidos por R. A. Gekoski Rare Books, Londres, por volta de 2013. Outro problema é que uma considerável parte do valor residia num relativamente pequeno número de documentos, sobretudo cartas de George Orwell.

com autores importantes e a alguns de seus papéis pessoais. Essencialmente, o arquivo era visto do mesmo modo que muitas outras coleções de autores da época, que eram catalogadas item por item, ou por correspondência individual. Em meados dos anos 1980, os catalogadores se deram conta de que esta abordagem era ao mesmo tempo inadequada do ponto de vista do acesso e ineficiente e nos anos 1990 a ferramenta de busca arquivística de leitura ótica estabeleceu-se enquanto veículo padronizado para a catalogação de informações.

Em 1993, a instituição recebeu subvenções do *U.S. National Endowment for the Humanities* (Fundo Nacional dos Estados Unidos para as Humanidades) para catalogar o arquivo Knopf seguindo práticas modernas. O projeto foi levado a cabo em três anos e a enorme ferramenta de busca que dele resultou, dividido em múltiplas seções (mais tarde marcado com EAD [Norma de Codificação de Informação Descritiva Arquivística]) e um vasto índice, encontra-se agora disponível no nosso site.

Uma das principais vantagens da recatologação e da indexação de todo o arquivo Knopf foi ter dado luz a muitos mais elementos do funcionamento interno da empresa, incluindo voluminosos e aparentemente mundanos registros de autorizações para reimpressões, direitos internacionais, pagamentos de direitos autorais e até de cartas de recusa<sup>5</sup>. Estes dados sem dúvida são de importância para um pesquisador da "nova bibliografia" discutida abaixo. Enquanto bibliotecário que efetuou pesquisas no arquivo para um volume documental sobre a Knopf, estou bem consciente da ironia implícita à catalogação de arquivos, que torna ao mesmo tempo a vida mais tediosa para os pesquisadores que trabalham sobre um único autor, já que é frequentemente necessário consultar marcações de entradas de índice, pedidos rotineiros de reimpressão e que tais na grande série "Correspondência Geral", que contém tanto uma substantiva correspondência editorial quanto muito material rotineiro. Isto levanta a questão de se saber se algum tipo de abordagem híbrida de catalogação possa funcionar melhor. Uma recente mesa-redonda sobre arquivos editoriais rapidamente ponderou se seria o caso de haver abordagens mais criativas para estes monstros vagos e frouxos, levando em conta a atual ênfase na eficiência do processamento, ou MPLP ("Mais Produto Menos Processo") e nas técnicas usadas nos negócios e nos registros governamentais<sup>6</sup>. Isto daria ênfase à catalogação ao nível da pasta em muitas das séries, em vez de se tentar uma análise e indexação de todo seu conteúdo. A desvantagem, é claro, é que o acesso a muitos dos itens individuais de negócios fica comprometido. Ou, quem sabe, deva-se destacar no índice a correspondência editorial importante. Quero crer que em seu devido tempo o dilema será encarado com criatividade. Enquanto isso, muitas coleções de documentos de editoras e outras documentações associadas, como da agência literária David Higham, ou da associação literária internacional P.E.N. aqui do Ransom Center, sem falar de arquivos comparáveis de outras instituições, deixam de ter nem que seja um acesso mínimo.

Pelo que toca os problemas de pesquisa, a recatologação dos anos 1990 coincidiu de modo geral com algumas importantes mudanças nas abordagens acadêmicas da história editorial: o advento da história do livro contemporânea e do que foi designado como "nova bibliografia". Em 1986, D.F. McKenzie publicou suas clássicas palestras em *Bibliography and the Sociology of Texts* (Bibliografia e a sociologia dos textos), onde redefiniu bibliografia como um conjunto de disciplinas que englobam o estudo da

---

5 Veja, por exemplo, Speer Morgan, Gaia Guirl-Stearley, Kris Somerville e Seth Fletcher, "Publication Is Not Recommended: From the Knopf Archives," *Missouri Review* 23, no. 3 (2000), pp. 36–83.

6 Veja a nota 1.

transmissão dos textos. Tipografia e elementos de design anteriormente subordinados aos elementos textuais, assumiram uma nova importância no que McKenzie denominou de "relação complexa entre o suporte e o significado"<sup>7</sup>. Além disso, McKenzie identificou o texto publicado como o produto não só da inspiração criativa do autor, mas também enquanto um esforço essencialmente social ou colaborativo. Assim, a submissão do manuscrito (hoje em dia, um arquivo informático) "final" não é mais do que o começo de um longo processo que envolve editores de aquisições, revisores, especialistas de marketing, designers e assim por diante. Essa análise não era, no entanto, completamente nova, já que há muito que autores acadêmicos reconhecem que editores frequentemente dão forma ou fazem adições ao texto impresso, algumas vezes ao ponto de poderem até ser reconhecidos enquanto coautores (veja, por exemplo, as extensas revisões, por vezes chegando a completas reformulações feitas por Maxwell Perkins, da editora Scribner, nos romances póstumos de Thomas Wolfe). Em outros casos, a influência é menos monumental, mas mesmo assim aparente em termos de formato do texto, no que é ou não é incluído numa coletânea de poesia ou de ensaios, e assim por diante.

Um tipo de colaboração diferente, mas igualmente importante, abrange o paratexto do livro: (a escolha da tipografia, do tecido da encadernação, o design da sobrecapa e outras considerações estéticas que sutilmente, mas que de modo apreciável, influencia a percepção e a recepção da obra por seus leitores). Nos trabalhos pós-McKenzianos, a importância do oculto, frequentemente nada glamoroso, aspecto do mundo editorial repentinamente se torna aparente. Memorandos internos e minutas de reuniões editoriais, projetos de designers, documentos do departamento de vendas, coletâneas de registros de publicidade, documentação de gerentes de produção e de marketing, para nomear apenas algumas fontes de informação em potencial, podem ser aproveitados por bibliógrafos e especialistas em textos, que criam o que é frequentemente chamado de "histórias do meio editorial" de obras específicos. Vários exemplos desse tipo surgem num número da *Library Chronicle* desta instituição dedicado à Knopf, Inc., preparado pelos orientandos do prof. Michael Winship (Departamento de Inglês da Universidade do Texas em Austin). Há ali, entre outros estudos, um relato da correspondência editorial do *The Moviegoer* (O frequentador de cinema), de Walker Percy, e a campanha de marketing do manifesto feminista *O Segundo Sexo*, de Simone de Beauvoir, que deveria ser introduzido com cuidado no mundo pré-feminista dos Estados Unidos dos anos 1950<sup>8</sup>.

Recentemente, o marketing da literatura contemporânea tornou-se um tema da pesquisa acadêmica. *Marketing of Modernism between the Two World Wars* (O Marketing do Modernismo entre as duas grandes guerras), de Catherine Turner, estudou como obras notoriamente "difíceis", como *Ulisses*, de James Joyce, foram mercantilizadas para o leitor comum. Por meio do arquivo Knopf, a autora deu o mesmo tratamento para o marketing da Knopf para o Thomas Mann dos anos 1920, particularmente seu denso romance *A Montanha mágica* (1927), que Alfred chamou de "obra-prima mundial". "Nada do que eu tenha publicado é para receber as graças do leitor ou para orgulho próprio", foi o que alardeara com típica hipérbole numa propaganda do *American Mercury*<sup>9</sup>.

Como vimos, Knopf, Inc. especializou-se em tornar autores estrangeiros relativamente

7 "Complex relation of medium to meaning." Londres: British Library, 1995 [reprint ed.], p. 18.

8 Heather Moore, "Walker Percy's 'The Moviegoer': A Publishing History." *Library Chronicle of the University of Texas* 22, n. 4 (1992), pp. 122-143 e Sheryl A. Englund, "Publicity to Overawe the Public: Marketing 'The Second Sex'", pp. 102-121.

9 "Nothing I have ever published is more of a justification for pride on the reader's part or for pride on my own". *Apud* Geoffrey T. Hellman, "Publisher", in *Portrait of a Publisher, 1915-1965*. Nova York: Typophiles, 1965, II, p. 71.

desconhecidos palatáveis e mesmo rentáveis nos Estados Unidos. Minha pesquisa no arquivo concentrou-se na correspondência entre Blanche Knopf e o romancista e dramaturgo Albert Camus, a qual indica o quão fundamental pode ser o papel de um editor na construção de uma reputação literária internacional<sup>10</sup>.

Blanche, uma francófila, que falava francês fluentemente, conheceu Camus durante a triunfante volta dela a Paris depois da liberação em 1944. Durante aquela visita, ela primeiro familiarizou-se, por meio de sua sócia habitual francesa, Jenny Bradley, com muitas personagens que mais tarde se tornariam figuras de proa da literatura francesa do pós-guerra – entre os quais, Jean-Paul Sartre e Simone de Beauvoir. Mas Camus sempre foi o mais querido. Depois de contratar esse pouquíssimo conhecido autor e dramaturgo, Knopf publicou com sucesso a tradução de *O Estrangeiro*, de Camus, em 1945, lançando o autor no mercado americano, mas também na ribalta internacional. Blanche convidou-o para ir a Nova York, entreteve-o e ajudou-o a superar as saudades de casa. A cada viagem que fazia a Paris, ela visitava Camus e foi ela quem lhe deu uma de suas famosas gabardines, que se tornou sua marca registrada nas fotos das sobrecapas de livros.

Knopf prosseguiu com mais sucesso com o romance alegórico *A Praga* (1947). Hoje pode parecer inconcebível que qualquer romance de Camus fosse precisar de qualquer marketing que seja. No entanto, em sua época essa obra de ficção profundamente filosófica, que expõe a necessidade humana de reconhecer e mesmo assim resistir à falta de sentido da existência humana, claramente representava um problema de marketing para o editor. Os documentos publicitários da Knopf, uma fonte de ouro para os estudiosos da história do livro, contêm projetos de design de capas de livros, clippings de resenhas (úteis para estudos sobre a recepção das obras) e relatórios de produção (para bibliógrafos descritivos). Faz parte dos documentos de *A Praga* uma série de adesivos publicitários para vitrines de livrarias. Um deles grita de modo sensacionalista: "*A Praga* está chegando!" Assim, enquanto buscava uma estratégia publicitária para um "público de padrão mediano"<sup>11</sup>, Knopf também por vezes recorria abertamente ao marketing de massa em seus anúncios. Blanche Knopf repetidamente requeria gastos adicionais para o marketing de *A Praga*, enquanto Alfred (algumas vezes com raiva e possíveis tons de ciúmes) parece em alguns momentos ter visto Camus como um luxo dispendioso.

Outra correspondência interna relacionada ao marketing de Camus de meados dos anos 1950, quando ele se distancia cada vez mais da escrita de romances em direção ao autoconhecimento por meio de ensaios filosóficos e peças de teatro com relativamente pouco apelo comercial. Camus também começou a voltar às suas raízes argelinas em seu romance autobiográfico *O Primeiro homem*. Blanche constantemente lembrava-o da necessidade de continuar o projeto, mas apesar disso o autor deixava-se distrair continuamente por outras atividades (o romance foi finalmente publicado em 1994). No entanto, o investimento da Knopf (sem falar no generoso investimento de tempo próprio, atenção e presentes pessoais da parte de Blanche) foi no fim das contas pago na forma do prêmio Nobel de literatura de 1957. Isto se deveu, e não pouco, à cara campanha publicitária do seu primeiro romance, *A Queda*, e aos esforços da empresa em expandir seus atrativos para a língua inglesa, pensando particularmente nos estudantes e jovens intelectuais. De modo bastante correto, a tradutora Harriet de Onís referiu-se a

---

10 O que se segue sobre Camus baseia-se no meu artigo "A Sense of His Greatness: Blanche Knopf and Albert Camus," Society for the History of Authorship, Readership, and Publishing (SHARP) Conference, Halifax, Nova Scotia, 2005.

11 *Apud* Clements, 165.

Blache como a “mãe adotiva de mais um ganhador do prêmio Nobel”<sup>12</sup>. Sua fé no autor que ela chamava de “a luz brilhante da literatura do mundo ocidental”<sup>13</sup> rendeu generosamente.

Os anos recentes viram o surgimento de estudos sobre tradução, um campo interdisciplinar “que lida com o estudo sistemático da teoria, descrição e uso da tradução, da interpretação e adaptação do texto”<sup>14</sup>. Como veremos, a especialização da Knopf em traduções de literatura estrangeira faz do arquivo uma fértil e ainda insuficientemente explorada fonte de materiais para estudiosos deste campo. De volta ao caso de Camus: a maioria dos seus livros de meados dos anos 1950 foram traduzidos pelo professor da Universidade de Columbia, Justin O’Brien (na realidade, muitos dos tradutores da Knopf estavam conectados à *alma mater* de Alfred). Sua tradução de *O Homem revoltado* (imprecisamente vertido em inglês para *The Rebel*), para dar um exemplo, foi quase rejeitado por Blanche Knopf e por outros membros do corpo editorial por causa dos muitos erros de francês básico. Hoje, as traduções de O’Brien ainda são controversas entre acadêmicos. Mas como uma tradutora contemporânea, simpatizando com seu colega sob ataque, recentemente me lembrou, tradutores são normalmente pagos muito pouco (normalmente \$10 por mil palavras nos anos 1960) e cobrados a que deem cabo do seu trabalho num tempo muito limitado. Mais ainda, O’Brien era um acadêmico americano com pouco conhecimento da cultura da Argélia ou das idiossincrasias linguísticas do francês norte-africano.

A correspondência editorial com O’Brien já foi examinada por estudiosos e no futuro poderemos quem sabe ter mais familiaridade com o papel do tradutor e como seu trabalho é um fator subestimado do processo colaborativo de edição.

Nenhum relato de como autores latino-americanos foram apresentados ao público norte-americano estaria completo sem se levar em conta o papel da Knopf. Apesar da Knopf, Inc. ter publicado alguns títulos brasileiros antes da guerra, a primeira viagem de Blanche Knopf para a América Latina só veio a acontecer em 1942, enquanto ela estava impossibilitada de visitar a Europa ocupada. Os Knopfs fundaram sua casa forjando conexões entre literatura estrangeira “exótica” e o leitor americano de classe média, que nos anos 1940 e 50 estavam apenas começando a perceber a importância que tinham a região e sua cultura, primeiramente por conta dos atrativos da cultura popular latino-americana (dança, estrelas de cinema e comida), em seguida como resultado da política de boa vizinhança de Franklin Roosevelt. É bem provável que a maioria das aquisições dos Knopfs à sul da fronteira tenham lhes trazido muito pouco retorno financeiro, mesmo que isso seja uma questão para mais pesquisa; o pagamento vinha com o prestígio que associações com personagens internacionais de alto escalão, evitados por editores menos ambiciosos, lhes traziam. Expandir os horizontes internacionais fazia simplesmente parte da missão da Knopf, Inc. desde as origens da empresa e seu interesse por literatura latino-americana continuou com a publicação de uma nova geração de autores, incluindo Gabriel García Márquez, depois da morte de Blanche e da aposentadoria de Alfred.

A primeira descoberta feita por Blanche no Brasil foi Jorge Amado, cujo *Terras do sem-fim* foi publicado em inglês em 1945, e na Argentina, Eduardo Mallea. Surpreendentemente, em retrospectiva, a empresa nunca percebeu a importância de Jorge Luis Borges, cujas obras eles possivelmente tenham considerado como muito “difíceis” para os leitores americanos, ou quem sabe por lhe faltar as cores locais

12 Carta para Blanche Knopf, 18 de outubro de 1957, Arquivo Knopf, Inc..

13 Blanche Knopf a Clifford Crist, 23 de outubro de 1957, Arquivo Knopf, Inc.

14 “Translation Studies,” Wikipedia (Inglês), [https://en.wikipedia.org/wiki/Translation\\_studies](https://en.wikipedia.org/wiki/Translation_studies), acessado em 07/07/ 2015.

mínimas associadas à literatura da região<sup>15</sup>. Os mais característicos romances cômicos de Jorge Amado, especialmente *Gabriela, cravo e canela* e *Dona Flor e seus dois maridos*, alcançaram maior sucesso e o romancista realmente seguiu por conta própria nos anos 1980 por causa das adaptações do seu trabalho para o cinema e o palco.

Sem contar com um bom conhecimento da cultura e literaturas latino-americanas, os Knopfs acabaram por depender profundamente do conselho do respeitado editor Herbert Wienstock e, depois de 1950, da opinião da tradutora Harriet de Onís, esposa de um professor de espanhol da Universidade de Columbia. De Onís, nascida em Nova York, que conhecia bem os escritores brasileiros e tinha afeição especial pelos trabalhos antropológicos. Ela liderou a aquisição de autores sérios tais como Gilberto Freyre, historiador e sociólogo brasileiro, e Fernando Ortiz, o autor cubano de *Contrapunteo cubano del tabaco y el azúcar*<sup>16</sup>. A própria de Onís contribuiu em muitas das traduções da Knopf do português. Ela também pôs a Knopf em contato com Gregory Rabassa, outro tradutor associado com a Columbia, que viria a traduzir Gabriel García Márquez.

Acadêmicos tem visto Onís cada vez mais como uma figura essencial à disseminação da literatura latino-americana contemporânea e ela é uma das poucas tradutoras contemporâneas a ter tido sua técnica e estilo detalhadamente examinados. As questões políticas e culturais relacionadas à tendência de Onís e de Herbert Wienstock de peneirar autores de esquerda e controversos nos anos 1960 foram notadas por Deborah N. Cohn<sup>17</sup>.

Uma personagem importante, apesar de menos estudada, é Barbara Shelby Merello, tradutora do português recentemente falecida cujos papéis estão agora no Ransom Center. Nos anos 1960 e 70, Shelby (ela era então conhecida por seu nome de solteira) era considerada uma "lenda" na casa, tendo traduzido Freyre e quatro romances de Jorge Amado. Shelby morava no Brasil, conhecia muitos dos escritores do país pessoalmente e correspondia-se ativamente com Alfred Knopf (que foi ao Brasil pela primeira e não se sabe se a única vez em 1961)<sup>18</sup>.

Todos esses materiais são de grande interesse para pesquisadores de estudos culturais internacionais, que consideram a literatura em seu contexto cultural mais amplo, como também aos efeitos dos encontros transculturais. Por hora, não há mais do que um punhado de estudos que tenham resultado em obras de fôlego.

O arquivo Knopf e seu material de publicidade, por exemplo, é uma fonte capital para *Searching for Recognition: The Promotion of Latin American Literature in the United States* (À procura de reconhecimento: a divulgação de literatura latino-americana nos Estados Unidos), de Irene Rostagno. Este livro se debruça sobre os Knopfs no contexto dos primeiros promotores, como Waldo Frank. Um estudo mais recente, *Style and Ideology in Translation: Latin American Writing in English* (Estilo e ideologia em tradução: a escrita latino-americana em inglês) (2013), de Jeremy Munday, enfatiza as características linguísticas e estilísticas específicas de algumas traduções.

Como já mencionado, os Knopfs estavam determinados a estabelecer o paratexto dos Borzoi Books

15 Sobre as "cores locais", ver Suzanne Jill Levine, "The Latin American Novel in English Translation," in Efrain Kristal (ed.). *The Cambridge Companion to the Latin American Novel*. Cambridge/ Nova York: Cambridge University Press, 2005, p. 298.

16 Veja um relato da colaboração em Armando Chávez-Rivera. "Fellows Find: When Knopf Inc. Published a Master Work by Fernando Ortiz: A Strange Hurricane", <http://blog.hrc.utexas.edu/tag/harriet-de-onis/>, acessado em 06/07/2015.

17 *The Latin American Literary Boom and U.S. Nationalism During the Cold War* (Nashville: Vanderbilt University Press, 2012), 104-06.

18 Barbara Shelby Merello. "A Translator's Life in Letters". *Texas Writer*, Maio de 1999, pp. 15-20, [http://kinemage.biochem.duke.edu/barbara/Merello\\_TXwriter](http://kinemage.biochem.duke.edu/barbara/Merello_TXwriter), acessado em 17/07/2015.

a parte dos livros americanos tipicamente triviais do período. Isto foi feito por meio de experiências com materiais novos, como os papéis marmorizados usados em edições da obra de Carl Van Vechten. Foram contratados designers de primeira linha, como o excêntrico artista e polímata Claude Bragdon e mais tarde refugiados alemães como Herbert Bayer e Rudolph Ruzicka. Deu-se especial atenção à tipografia. Uma característica da maioria dos Borzoi Books era o famoso e algumas vezes parodiado “Uma nota sobre a tipografia”, que servia para chamar a atenção para o diferencial das produções Knopf. Esse colofon também serviu de instrumento de marketing, associando a Knopf com o leitor da classe média-alta cuja escolha dos livros Knopf os diferenciava enquanto pessoas de bom gosto. No entanto, nenhum designer da Knopf da primeira metade do século foi mais prolífico do que William A. Dwiggins, também conhecido por “Dwig”. Dwiggins foi notado por Alfred Knopf no fim dos anos 1920 e por um quarto de século foi o principal designer da Knopf, Inc. As marcas registradas de Dwiggins eram o uso repetido de elementos gráficos, ou “estêncis” em capas de livros, frequentemente com um uso escandalosamente arrojado da cor. Deste modo, seus Borzois conseguiam atrair o olhar do cliente ocasional das livrarias, mas dentro dos limites dos modelos estéticos da Knopf.

*The Art of Prestige: The Formative Years at Knopf, 1915-1929* (A Arte do prestígio: os anos de formação na Knopf, 1915-1929), de Amy Root Clements, é uma importante contribuição para os estudos sobre a empresa, já que é ao mesmo tempo o primeiro tratamento minucioso dos primeiros anos (e o início da duradoura identidade da Knopf), como também um exame dos elementos distintivos do estilo visual da Knopf, que formava a base da estratégia de marca que, numa tentativa de promovê-los, os mostrava como livros de produção superior. Clements baseia-se em alguns estudos anteriores da cultura dos livros, enfatizando a recepção dos leitores. Seu trabalho mostra como a Knopf usou algumas das mesmas estratégias de marketing usadas pelo Book of the Month Club (Clube do livro do mês), incluindo newsletters mensais e propagandas estrategicamente postas em revistas do público leitor de classe média-alta com renda disponível. Os anúncios da Knopf geralmente sugeriam que os leitores da classe média gostariam de ter obras de literatura ganhadoras de prêmios numa embalagem diferenciada que custaria apenas um pouco mais do que os livros das casas concorrentes.

Embora a cultura ordinária tenha sido tradicionalmente associada à mediocridade, ela agora é vista com menos preconceito como uma importante fase do desenvolvimento cultural dos Estados Unidos<sup>19</sup>. Infelizmente, o estudo de Clements cobre apenas os primeiros 15 anos da história da empresa.

O arquivo da Knopf, Inc. certamente se prestaria bem para o tipo de estudo em rede feito por Steven Clay em *A Secret Location on the Lower East Side: Adventures in Writing, 1960-1980* (Um lugar secreto no Lower East Side: Aventuras da escrita, 1960-1980)<sup>20</sup>, dedicado à literatura de vanguarda da cidade de Nova York da época. Esse tipo de investigação tem se tornado mais comum nos últimos 15 anos, a partir do momento em que os estudiosos começaram a olhar para além das personagens criativas individuais e a sondar as redes de amizade e de influência artística mútua. Quando aplicada à história da edição, essa abordagem pode revelar relações ocultas entre autores, artistas, músicos e pessoal editorial. Os Knopfs eram conhecidos por terem saído à busca e terem se ligado a personagens criativas de muitas áreas, mas um estudo em profundidade dessas redes ainda não apareceu; o livro de Clements identifica as principais relações existentes entre críticos, autores, agentes e designers, fornecendo as bases para

19 O estudo pioneiro é de Joan Shelley Rubin. *The Making of Middlebrow Culture*. Chapel Hill: University of North Carolina Press, 1992.

20 Nova York: New York Public Library e Granary Books, 1998.

futuros desenvolvimentos por outros estudiosos.

A cada fim de semana, os Knopfs saíam de seus apartamentos (separados) de Manhattan para sua grande casa, conhecida como "A cabana" ("The Hovel"), que funcionava como um centro de atividade social. As relações sociais e intelectuais estão bem documentadas não só na correspondência dos Knopfs, mas também em suas agendas sociais e até nas fotos e filmes informais feitos por Alfred, um entusiástico fotógrafo amador. Mais ainda, os Knopfs estavam ligados a círculos literários internacionais na França, Alemanha, Inglaterra e América Latina. Pode-se citar as produtivas relações pessoal e profissional de Blanche Knopf com o romancista inglês Storm Jameson, um importante e por muito tempo negligenciado consultor durante o curto espaço de tempo durante o qual a Knopf teve um escritório em Londres, e a agente literária francesa Jenny Bradley (o arquivo da empresa de Bradley também se encontra no Ransom Center), ambos os quais lhes deram acesso a escritores estrangeiros não disponíveis a outros editores.

Pode-se perguntar porque demos aqui tão pouca atenção à bibliografia tradicional e a histórias editoriais. Durante anos tivemos à disposição uma biografia popular do maior concorrente de Alfred Knopf, Bennett Cerf, e uma outra está prevista para sair, mas ainda não temos um relato confiável das importantes personagens Alfred A. Knopf e Blanche W. Knopf, ou uma história completa da empresa. Ambos eram difíceis e gênios irascíveis que frequentemente brigavam entre si durante as reuniões editoriais. Os Knopfs conheciam uma grande variedade de celebridades literárias e outras celebridades culturais americanas. Ambos eram pioneiros: Alfred pôs agressivamente abaixo as barreiras a editores judeus do começo do século 20 e Blanche fez o mesmo em relação às mulheres<sup>21</sup>.

A biografia, começada pela jornalista Susan Sheehan nos anos 1970 e retomada por Peter Prescott nos anos 1980, nunca se materializou. Enquanto escrevo, ainda esperamos um tratamento biográfico satisfatório para ambas as personagens<sup>22</sup>. Isto pode parcialmente se dever à enorme quantidade de material existente no arquivo e à longevidade de Alfred. Outro fator é que as memórias ditadas pessoalmente por Alfred, disponíveis em versões variadas, cada uma com centenas de páginas datilografadas, teoricamente mostraria o caminho para a compreensão da personalidade desse homem complicado. Na verdade, o que ele próprio chamou de "aquelas malditas memórias" ("those damned memoirs") são em grande parte uma melancólica acumulação de detalhes que não explicam muito, por vezes com lembranças pouco confiáveis de datas, nomes e outros detalhes, adicionando pouco ao nosso conhecimento de suas relações com autores ou com outros editores. Vemos assim que ocasionalmente um excesso de material pode na verdade se revelar um obstáculo para a pesquisa acadêmica.

Com o olhar no futuro, vale a pena notar que o Ransom Center não recebeu quase nada da Knopf/Random House, Inc. nas últimas duas décadas (desde 1985). A compra da casa pela Bertelsmann deve ser encarada no contexto mais amplo da tendência que aponta para a consolidação de editoras menores, uma tendência que se acelerou muito com as mudanças na indústria editorial anglo-americana. Tanto no Reino Unido quanto nos Estados Unidos, Bertelsmann escolheu consolidar sua documentação corporativa em grandes centros de gerenciamento de dados, alguns dos quais em lugares remotos. Como muitas corporações, ela aparentemente desencoraja o acesso de pesquisadores acadêmicos a seus arquivos. Com as margens de lucro das editoras tendendo à baixa, infelizmente parece ser cada vez mais provável

21 *Portrait of a Publisher* (veja a nota 9) é uma coletânea de tributos de autores e associados da Knopf e contém muitas informações históricas úteis. Já Cathy Henderson e Richard W. Oram (ed.). *The House of Knopf, 1915-1960*. Detroit: Cengage Gale (2010) é uma coletânea de uma seleção de cartas e de outros documentos do arquivo com uma vasta cronologia.

22 Uma biografia de Blanche Knopf por Laura Claridge Oppenheimer foi anunciada para 2016. Uma biografia dos Knopfs por John Thornton está em andamento há vários anos.

que luxos como o processamento, conservação e arranjo de documentação vão cair no esquecimento. O mesmo também vale, provavelmente, para políticas de gerenciamento consistentes de documentação com o fito de assegurar-se de que documentos não são descartados ou levados embora pelo pessoal editorial. E-mails editoriais e outros dos chamados documentos "originalmente digitais" devem ser cuidadosamente arquivados em formatos transportáveis. Conglomerados parecem ter um interesse mínimo pela história das empresas que os constituem. Minha impressão é que o acesso acadêmico a registros editoriais do final do século 20 e do começo deste será cada vez mais problemático.

Vimos como um arquivo de uma editora literária americana excepcional (mas também típico em alguns aspectos) tem sido visto a partir de diferentes perspectivas no decurso do último meio século. Na época de sua aquisição, ele era visto como uma mina de correspondências de autores que seria sobretudo um suplemento dos cada vez maiores fundos manuscritos do Centro de Pesquisas em Humanidades. Nos últimos anos, ele foi considerado e catalogado mais holisticamente enquanto arquivo, com toda a sua complexa documentação de negócios e financeira integrada à correspondência editorial. Estudiosos da nova geração já fizeram importantes pesquisas, influenciados pela nova escola de bibliografia fundada por D.F. McKenzie e outros e que **dão** ênfase ao texto publicado enquanto resultado de uma empresa colaborativa, social. Todavia, muito trabalho de caráter fundamental ainda deve ser feito, não só do lado editorial, mas também pelo que toca toda a gama de atividades associadas a essa notável casa editorial.