

I Seminário Brasileiro sobre Livro e História Editorial

Realização: FCRB · UFF/PPGCOM · UFF/LIHED

8 a 11 de novembro de 2004 · Casa de Rui Barbosa – Rio de Janeiro – Brasil

O texto apresentado no Seminário e aqui disponibilizado tem os direitos reservados. Seu uso está regido pela legislação de direitos autorais vigente no Brasil. Não pode ser reproduzido sem prévia autorização do autor.

A construção da hegemonia: Monteiro Lobato, mercado editorial e campo literário no Brasil

Enio Passiani ¹

(doutorando USP)

Resumo

Por quase uma década, entre 1918 e 1926, Monteiro Lobato foi personagem central do campo literário paulista, e, talvez, nacional. Sua posição hegemônica acabou sendo o resultado da elaboração e implementação de um projeto intelectual que se desdobrava em duas vertentes igualmente importantes: a escrita literária e a profissão de editor. Este trabalho pretende mostrar a importância do trabalho editorial de Lobato para a construção de tal hegemonia e como o mito do herói-fundador (das editoras nacionais) a ele atribuído ganhou força por ter sido reproduzido, ao longo de vários anos, por alguns dos principais nomes da historiografia editorial brasileira.

Palavras-chave: Monteiro Lobato; campo literário; editoras nacionais; projeto intelectual; reprodução.

Introdução

Entre 1914 – data da publicação dos bombásticos artigos *Urupês* e *Velha Praga*, no jornal *O Estado de S. Paulo* – e 1926 – data da falência de sua casa editora –, Monteiro Lobato desenvolveu e realizou um poderoso projeto intelectual, dividido em duas linhas de ação, a saber, seu ofício de escritor e sua atuação editorial. Tanto uma quanto a outra, a despeito de suas especificidades, pareciam voltadas a atingir um único e mesmo objetivo: o alargamento do público leitor, não apenas em São Paulo, base da atuação intelectual de Lobato – alargando e aplicando a noção de “intelectual” igualmente ao seu trabalho como editor –, como em todo território nacional.

De 1914 até 1920, Lobato se firma como escritor consagrado: seus livros de contos – *Urupês* (1918), *Cidades mortas* (1919) e *Negrinha* (1920) – alcançam sucesso de público e crítica, assim como seus artigos sobre crítica literária e arte publicados na imprensa da época, principalmente n’*O Estado* e na *Revista do Brasil* ², o tornam o

¹ Mestre e doutorando em sociologia pela Universidade de São Paulo e autor o livro **Na trilha do Jeca: Monteiro Lobato e a formação do campo literário no Brasil**. Bauru: Edusc, 2003. Endereço eletrônico para contato: eniopassiani@aol.com.

² Posteriormente os artigos foram reunidos no livro *Idéias de Jeca Tatu*, de 1919.

principal crítico da capital paulista ³. Ademais, entre 1920 – data da fundação de sua editora – e 1926, a *Monteiro Lobato & Cia.* ocupou posição destacada dentre as casas editoriais, devido às técnicas audaciosas e inéditas de marketing, a inovação gráfica – capa, tipo de letra, formato etc. -, e um catálogo bastante diversificado de temas e autores. Além disso, ainda no ramo editorial, Lobato adquirira antes, em 1918, a *Revista do Brasil* - evento que marca o início de sua carreira como editor -, que se tornou, sob a direção de Monteiro Lobato, o principal periódico intelectual a circular no país.

O êxito literário somado ao editorial concederam a Lobato a posição hegemônica no campo literário paulista, e quiçá nacional, no período já citado. A intenção deste trabalho é mostrar como e por que o trabalho editorial lobatiano, dimensão importantíssima de seu projeto literário, contribuiu para a construção de tal hegemonia, resultando, inclusive na criação e reprodução de um certo mito fundador, ou seja, a representação de que o mercado editorial nacional foi inaugurado por Monteiro Lobato, tornando-o, num certo sentido, o pai das futuras editoras brasileiras.

O furacão editorial

Motivado pelos artigos publicados na imprensa e na *Revista do Brasil* ⁴, Lobato inicia uma nova empreitada que, ao cabo, vai consolidar sua posição hegemônica no campo literário brasileiro. No dia 28 de janeiro de 1917, no *Estadinho*, Lobato inicia, junto aos leitores do jornal, um inquérito sobre o Saci ⁵. O sucesso é inesperado: enxurradas de cartas de Minas Gerais, Rio de Janeiro e de várias regiões paulistas desaguam na redação do jornal. Animado com a enquete, Lobato organiza também um concurso de pintura cujo tema, não poderia deixar de ser, era o Saci. A repercussão, mais uma vez, é altamente positiva. Lobato decide, então, publicar o resultado de tais experiências, e nasce o livro *Sacy-Perêrê: resultado de um inquérito*, publicado no início de 1918. A obra se torna um sucesso de livraria ⁶, o que leva Lobato a considerar, pela primeira vez, a possibilidade de se transformar em editor.

A oportunidade não tarda a chegar. Em 1918 mesmo, Lobato é convidado a dirigir a *Revista do Brasil*, contudo, em lugar da direção, Lobato propõe a compra da

³ Sobre a importância da crítica literária e artística de Lobato nos meios intelectuais paulistas do período, consultar CHIARELLI, Tadeu. **Um Jeca nos vernissages**. São Paulo: Edusp, 1995.

⁴ A *Revista do Brasil*, originalmente, era ligada ao grupo *O Estado de S.Paulo*, e foi fundada por Júlio de Mesquita, no dia 25 de janeiro de 1916.

⁵ Sobre os detalhes da primeira experiência editorial de Lobato, consultar: AZEVEDO, Carmen Lúcia; CAMARGOS, Márcia; SACCHETTA, Vladimir. **Monteiro Lobato: furacão na Botocúndia**. São Paulo: Senac, 1997.

⁶ A primeira edição do livro foi de 5.300 exemplares e a segunda saiu dois meses depois.

revista, concretizada em junho de 1918. Sob o seu controle a revista não só vai conservar o prestígio que já adquirira anteriormente e sua linha editorial ⁷, como vai tirá-la do vermelho e aumentar tal prestígio, concedendo à revista uma vida mais longa que as demais do mesmo período ⁸. As habilidosas e inovadoras, para a época, estratégias de marketing elaboradas por Lobato aumentam consideravelmente o número de assinaturas da revista e salvam-na da falência. A *Revista do Brasil* tornou-se a base de sua futura casa editora. O volume e o sucesso dos negócios eram tamanhos que Lobato, em 1920, junto com um sócio, Octalles Marcondes Ferreira, funda a *Monteiro Lobato & Cia*, que rapidamente torna-se a principal editora do país: em meados de 1921, já contava com mais de trezentos vendedores, o que permitia levar livros para os sítios mais recônditos do país, além de tiragens elevadas e um sistema de distribuição absolutamente inédito ⁹. Tanto a revista quanto a editora tornaram-se o centro da atividade intelectual brasileira – o novo investimento, mais o prestígio literário alcançado por Lobato, tornaram-no “o centro de convergência das rodas literárias da Paulicéia” (CAVALHEIRO, 1962: 213, v. 1). Por lá passaram, senão todos, pelo menos a maioria dos grandes nomes da *intelligentsia* brasileira, dos mais variados matizes políticos, ideológicos e estéticos, reunindo uma variedade de jovens e talentosos escritores, alguns em ascensão e outros já donos de um certo renome ¹⁰. Segundo Tânia Regina de Luca:

Listar os colaboradores da *Revista do Brasil* é uma tarefa árdua. Durante seus nove anos de existência praticamente todas as figuras que desfrutaram de certa projeção nos meios literários e artísticos, ou em qualquer outra área do saber, encontraram acolhida em suas páginas, seja através da publicação de textos especialmente produzidos para o periódico, seja por meio de transcrições (LUCA, 1999: 53).

⁷ Despertar a consciência nacional foi a tônica da revista desde o seu primeiro número. A filosofia da revista foi completamente abraçada por Lobato e orientou a escolha dos artigos e dos escritores a serem publicados e editados.

⁸ Sob a direção de Lobato, a *Revista do Brasil* circulou de maio de 1918 até maio de 1925, contabilizando um total de 84 números. Logo em seguida, Lobato cede a direção para os modernistas Paulo Prado e Sergio Milliet.

⁹ Acerca das estratégias editoriais adotadas por Lobato: HALLEWELL, Laurence. **O livro no Brasil**. São Paulo: Edusp/T. A. Queiroz, 1985, especialmente o capítulo 13; e KOSHIYAMA, Alice Mitika. **Monteiro Lobato: intelectual, empresário, editor**. São Paulo: T. A. Queiroz, 1982.

¹⁰ A propósito do catálogo bastante diversificado e heterogêneo da editora de Lobato, consultar: CAVALHEIRO, Edgar. **Monteiro Lobato. Vida e obra**. São Paulo: Cia. Editora Nacional, 1962, v. 1; e LUCA, Tânia Regina de. **A revista do Brasil: um diagnóstico para a (n)ação**. São Paulo: Unesp, 1999.

Num mercado editorial marcado por um certo marasmo, a editora de Lobato até com uma certa facilidade deixou os seus concorrentes para trás, uma vez que, lembremos, foi ele, Lobato, quem revolucionou o sistema de distribuição do livro, investiu no marketing do produto, modificou radicalmente o padrão editorial dos livros, alterando tanto seu aspecto interno quanto o externo (capa, ilustrações, tipo de letra etc). Com efeito, a importância de sua editora chegou a tal ponto que boa parte dos literatos do período desejavam ser editados por Lobato; com isso, aumentava consideravelmente sua participação no sistema de classificação dos escritores: quem ou o quê seria publicado dependia de suas decisões e de seus critérios. Sem dúvida havia aí uma certa negociação: enquanto o escritor tomava emprestado o prestígio e o respeito da *griffe* Monteiro Lobato para alcançar o reconhecimento, cedia ao intelectual-editor, por outro lado, o vigor de sua expressão literária e/ou porção de fama que havia conseguido juntar ao longo da carreira. Cabe frisar que o poder de classificação de escritores e obras que Lobato angariou não é o resultado apenas de seu sucesso empresarial, mas de sua posição como agente cultural: Lobato era respeitado e reconhecido, por parcela considerável de seus pares, como um intelectual. Por isso o êxito da “marca” Monteiro Lobato, que suplanta até mesmo o sucesso puramente comercial. Ser editado por Lobato significava, a um só tempo, a garantia do cuidado editorial e a chancela de aprovação de um intelectual (escritor-editor) reconhecido, consagrado e respeitado. A influência de Lobato nos círculos intelectuais era tão grande que o carimbo com seu nome, provavelmente, resultaria em dividendos simbólicos para o autor e seu livro. Por alguns anos Lobato definiu e ditou os critérios estéticos do nosso campo literário, decidiu quem merecia ser editado e quem não merecia; por alguns anos Lobato monopolizou os critérios de classificação estética em nossa literatura.

A atividade editorial, nesse sentido, se transformou numa eficiente arma que Lobato tinha à mão no complicado jogo das rivalidades literárias, dando-lhe alguns corpos de vantagem na disputa por um posto privilegiado no ambiente artístico de então. O poder de que dispunha Monteiro Lobato, devido em boa parte à sua editora, pode ser resumido no seguinte trecho de Bourdieu:

“Uma das apostas centrais das rivalidades literárias (etc.) é o monopólio da legitimidade literária, ou seja, entre outras coisas, o monopólio do poder dizer com autoridade quem está autorizado a dizer-se escritor (etc.) ou mesmo a dizer quem é escritor e quem tem autoridade para dizer quem é escritor; ou, se se preferir, o monopólio do poder de consagração dos produtores ou dos produtos” (BOURDIEU, 1996: 253).

O fato de ser o proprietário e o editor de uma das mais prestigiadas editoras, senão a mais prestigiada, do período – vinculada à principal revista cultural da época, a já mencionada *Revista do Brasil* – permitia a Lobato apostar alto na luta renhida por um lugar ao sol no mundo literário do final da década de 10 e início dos anos 20 do século que há pouco foi deixado para trás, já que possuía autoridade suficiente, mas não o monopólio exclusivo do sistema de classificação literária, para determinar quem seria ou não por ele editado. Escolher qual obra publicar implicava já certa classificação, seja a da própria obra, seja a do escritor.

Além de atuar na publicação dos outros, Lobato publicava também a si mesmo, e contribuía duplamente para sua própria consagração. Explico. Com sua editora, Lobato influenciou profundamente no processo de profissionalização dos escritores, efetuando pagamentos generosos (e, em geral, adiantados) aos literatos publicados por ele, permitindo uma espécie de libertação dos escritores das péssimas condições de trabalho que os editores estrangeiros, como Garnier e Briguiet, infligiam-lhes, como o não-pagamento ou o pagamento muito baixo pelos direitos autorais. Lobato liberta vários escritores do jugo dos antigos escritores e, importante atentar, a si mesmo; com isso pode editar os seus próprios livros com o cuidado que achava que mereciam, que ia desde a preparação gráfica até a elaboração das estratégias de propaganda e venda. Talvez, se o Lobato-escritor dependesse de outros editores, seus livros não fossem alvo da diligência consentida pelo Lobato-editor e, quem sabe, sua repercussão não teria sido tão estrondosa. De um lado, Lobato foi o editor zeloso de outros escritores, e, de outro, foi o anjo da guarda de si mesmo. Destarte, garantia, pelo menos num certo grau, sua consagração com editor e como escritor.

Seja como escritor – até 1923¹¹ –, seja como editor – até 1926 –, Lobato vai aumentando sua visibilidade social, seu reconhecimento e seu prestígio, alargando igualmente sua rede de relações sociais, o que resultou em lucros simbólicos (e materiais) crescentes. Assim, Lobato vai agregando doses cada vez maiores de um novo capital social adquirido, e aumenta seu poder de negociação, bem como seu poder de fogo na hora das contendas literárias – contra outros integrantes do campo literário, principalmente, naquele momento, os modernistas, que elegeram Lobato o símbolo de uma literatura, segundo eles, ultrapassada, sem originalidade, presa a critérios estéticos

¹¹ O último livro de contos publicado por Lobato foi *O macaco que se fez homem*, de 1923. Apenas em 1926 retoma a atividade literária propriamente dita com seu único romance, *O presidente negro*. E cabe lembrar que é após 26 que o autor se dedica exclusivamente à literatura infanto-juvenil.

naturalistas-realistas sem o menor apego à realidade histórica brasileira, além de ser considerado, pelos barões modernistas, o responsável pela crise criativa de Anita Malfatti¹². Os lucros simbólicos, sociais e materiais auferidos por Lobato não só ampliaram seu poder de barganha como também possibilitaram novos investimentos no campo, que, por sua vez, redundaram em novos lucros, tornando-se, dessa maneira, uma figura singular no campo literário nacional entre meados dos anos 10 e meados da década seguinte.

A produção e a reprodução de um mito

É curioso notar que mesmo os mais ferozes e ácidos críticos da literatura de Lobato viam nele um editor surpreendentemente inovador. Vejamos. Sérgio Buarque de Holanda, por exemplo, talvez o primeiro grande aliado do grupo modernista, em setenta e cinco artigos sobre crítica literária publicados entre 1920 e 1944¹³, em apenas cinco menciona Monteiro Lobato. E das cinco menções, três delas tratam de sua atuação editorial. Mário da Silva Brito, outro historiador da literatura brasileira responsável por reproduzir as “verdades” modernistas, e que chegou a comparar Lobato a Hitler (BRITO, 1997: 54-55), afirma que Lobato revolucionou o sistema de distribuição do livro, levando um produto assim tão estranho na época aos lugares mais afastados do território nacional. O movimento editorial iniciado em São Paulo por Monteiro Lobato chama a atenção não só pela quantidade da produção, mas também pela “qualidade material da mercadoria, por sua confecção gráfica” (BRITO, 1997: 152). Observa-se que a história literária brasileira de inspiração modernista tratou, paradoxalmente, de apagar o Lobato-escritor e de colaborar na instituição do mito Lobato-editor.

Mas é entre os editores, posteriores a Lobato, que encontraremos seus principais aliados e os responsáveis por construir a imagem do Lobato desbravador do mundo editorial brasileiro. Henrique Pongetti, editor imigrante dos anos 30, escreveu:

“Em 1937, graças a Monteiro Lobato que desandou a imprimir livros de toda gente como um alucinado, fracassando comercialmente, mas provando que os mais completos analfabetos do país eram os livreiros antigos, o Brasil lê como só imaginávamos que pudesse ler em 1960” (PONGETTI *apud* PONTES, 1989: 365).

¹² Sobre os embates entre Lobato e os modernistas, ver o meu livro **Na trilha do Jeca: Monteiro Lobato e a formação do campo literário no Brasil**. Bauru: Edusc, 2003.

¹³ Todos enfeixados no livro **O espírito e a letra – estudos de crítica literária (1920-1947)**. Org. de Antonio Arnoni Prado. São Paulo: Cia. das Letras, 1996.

Para Pongetti, Lobato foi uma espécie de visionário, que possibilitou a produção de livros e da leitura em níveis inimagináveis para a década de 20. O sucesso da empreitada de Monteiro Lobato, nesse sentido, serviu de inspiração para os editores futuros. José de Barros Martins, da Livraria Martins Editora, além de atribuir a Lobato o papel de bandeirante editorial, abrindo caminhos para o movimento editorial brasileiro, acrescenta ainda uma outra virtude: foi Lobato quem deu um sentido cultural à ação editorial¹⁴, ou seja, a partir de Lobato, segundo Martins, o editor não se limitava mais à figura de um empresário, mas era alçado à condição de agente da cultura, tão importante quanto o escritor.

Outro fator que contribuiu para a canonização de Monteiro Lobato na posição de primeiro e grande editor do Brasil foi o fato de alguns dos mais importantes editores do país terem iniciado suas carreiras pelas mãos de Lobato, como Octalles Marcondes Ferreira e Enio Silveira. O primeiro, como se sabe, foi sócio de Lobato na *Monteiro Lobato & Cia.*, e, imediatamente após a falência desta última, constituiu, em novembro de 1925, a Companhia Editora Nacional. Octalles não se cansava de sublinhar a importância de Lobato na sua formação e o papel central que ocupava na história das editoras brasileiras, mesmo não possuindo visão empresarial – que, segundo o próprio Octalles, foi o grande pecado de Lobato. Para ele:

“Lobato é um extraordinário *raté*, um *raté* de gênio, que realizou tudo o que desejava, porque para ele a realidade começava e terminava dentro dos limites da idéia. Mostrar o que podia ser feito, o que devia ser feito, e lutar até o momento da aceitação das suas idéias, realizando apenas o indispensável para convencer os adversários e os descrentes, e deixando aos outros a exploração sistemática e organizada de tudo...” (HALLEWELL, 1985: 269).

Se a aceitação acima retrata Lobato como empresário fracassado (“*raté*”), não deixa de realçar sua qualidade de “gênio”, de homem de idéias; noutros termos, o editor-agente cultural, que lançou as bases de um projeto intelectual que serviu de bússola para os editores vindouros.

Já Enio Silveira iniciou suas atividades no ramo editorial na Cia. Editora Nacional por indicação de Monteiro Lobato. Silveira assumiu, posteriormente, a editora Civilização Brasileira, cujo proprietário era o seu antigo chefe, Octalles Marcondes

¹⁴ Sobre a atuação de Martins e outros editores, consultar: PONTES, Heloísa. “Retratos do Brasil: editores, editoras e ‘Coleções Brasiliana’ nas décadas de 30, 40 e 50” In: MICELI, Sergio (Org.). **História das Ciências Sociais no Brasil – volume 1**. São Paulo: Vértice/Idesp, 1989.

Ferreira. Sob a administração de Enio Silveira, a editora tornou-se uma das principais do país nos fins dos anos 50. Sobre Lobato, disse Silveira:

“Pois é, então vejam só, pelo menos duas editoras nasceram diretamente do Lobato: a Brasiliense e a Nacional. Três, pois há a Empresa Gráfica Monteiro Lobato, que também foi editora. O Lobato revolucionou o livro brasileiro. Até ele, os livros brasileiros eram impressos em Portugal ou em Paris, Garnier, Laemmert, tudo lá. O Lobato começou com o livro no Brasil. Ele fez, e fez muita coisa importante sim, divulgou, criou uma indústria do livro brasileiro” (FERREIRA, 2003: 43).

Silveira resume, em poucas linhas, o mito Lobato: o homem que criou a indústria do livro no Brasil, o responsável por libertar escritores e editores da dominação estrangeira, aquele que fundou ou participou, direta e indiretamente, da fundação de algumas das principais editoras da história do mercado editorial brasileiro. Claro está que a figura do herói ganhou densidade e foi reproduzida à exaustão graças à força dos nomes por trás do mito: alguns dos nossos principais editores, homens que também participaram ativamente da formação do mercado interno de livros, personagens, reais e poderosos, da historiografia do livro no Brasil.

Considerações finais

Este trabalho não tem a intenção de diminuir a importância de Monteiro Lobato para a constituição dum mercado editorial no Brasil noutros moldes, diferentes daqueles que habitualmente vinham sendo adotados. Longe disso. Alhures ¹⁵ argumentou-se acerca de sua fundamental participação na formação do público leitor nacional e, por conseguinte, na estruturação de um campo literário brasileiro. E alguns números podem ser citados para lembrarmos, rapidamente, o papel de Lobato como editor: em 1920, a *Monteiro Lobato & Cia.* alcançou uma tiragem de 56.000 exemplares vendidos, tornando-se a quarta editora em número de obras e a sexta em tiragem; das 48 novas obras editadas no período compreendido entre 1920 e 1922, 28 delas foram lançadas *Revista do Brasil* e *Monteiro Lobato & Cia.*, ou seja, 58,33% do total publicado nesses três anos (DEL FIORENTINO, 1982: 66). E o que está em jogo não é apenas o êxito comercial da editora; mais importante é o esforço de Lobato na criação de um público capaz de consumir todo esse volume de publicações.

Logo, o objetivo aqui é bem outro. E até mais modesto. Pretende-se evitar certas armadilhas urdidas no seio do campo intelectual e reproduzidas ao longo do tempo sem

¹⁵ A esse respeito, ver meu livro - já citado nas notas 1 e 12.

qualquer questionamento, tais como as “verdades” literárias modernistas, escritas por Mário de Andrade e companheiros e repetidas inúmeras vezes por historiadores da literatura e críticos literários de calibre, como Antonio Candido, Sergio Buarque de Holanda, Mario da Silva Brito e outros; “verdades” estas responsáveis por jogar gerações e gerações de escritores brasileiros numa vala comum, simplesmente eliminando-os de nossa história literária ¹⁶. O que se quer, pois, é chamar a atenção para os perigos da canonização: consagrar Lobato como o herói fundador das editoras brasileiras implica elevar sobremaneira a sua estatura, lançando sombras sobre outras figuras igualmente importantes de nossa história do livro, como Paula Brito e Francisco Alves. A respeito deste último, escreve o professor Aníbal Bragança:

“Outra explicação possível para o borramento da figura de Francisco Alves na nossa historiografia certamente está num certo ufanismo paulista, que encontrou em Monteiro Lobato um suposto ‘ponto zero’ da nossa indústria editorial. Grande escritor, rica personalidade, editor arrojado e inovador, Monteiro Lobato a isso aliou grande habilidade para promover suas idéias, seus produtos e a si próprio, contribuindo assim para ofuscar o trabalho dos que o precederam no campo editorial” (BRAGANÇA, 2000: 455).

A arguta observação do professor Aníbal merece um único reparo: não foi apenas Lobato, isoladamente, quem construiu sua imagem de editor arrojado; talvez mais importante tenha sido a reprodução dessa imagem feita posteriormente, por editores renomados ¹⁷ e mesmo historiadores que tomaram o livro como objeto de estudo. E gostaria de chamar a atenção, aqui, para dois detalhes da obra “O livro no Brasil”, de Laurence Hallewell: primeiro, a página ao lado da folha de rosto do livro traz a reprodução, toda ela, de uma foto de Monteiro Lobato; segundo, na dedicatória oferecida ao seu pai, o professor Hallewell aproxima a figura paterna da figura de Lobato, tanto no que diz respeito à sua fisionomia, quanto no seu modo de ser. Aparentemente inofensivos, tais detalhes revelam-se extremamente importantes e prechos de significado, pois, a um só tempo, retomam e reproduzem um certo lobatismo no campo editorial. O tratamento dedicado a Lobato por terceiros foi, afinal, o que garantiu o fortalecimento e a sobrevivência do mito para além do próprio Lobato e sua época.

¹⁶ Ver MICELI, Sergio. **Poder, sexo e letras na República Velha**. São Paulo: Perspectiva, 1977.

¹⁷ Note-se que até os nomes das editoras as quais Lobato esteve, direta ou indiretamente, ligado, com exceção da sua própria, a *Monteiro Lobato & Cia.*, não apenas sugerem mas reforçam a idéia do fundador das editoras brasileiras: Cia. Editora Nacional, Civilização Brasileira e Brasiliense.

Bibliografia

- AZEVEDO, Carmen Lúcia; CAMARGOS, Márcia; SACCHETTA, Vladimir. **Monteiro Lobato: furacão na Botocúndia**. São Paulo: Senac, 1997.
- BOURDIEU, Pierre. **As regras da arte**. São Paulo: Cia. das Letras, 1996.
- BRAGANÇA, Aníbal. “A política editorial de Francisco Alves e a profissionalização do escritor no Brasil” In: ABREU, Márcia (Org.). **Leitura, história e história da leitura**. Campinas: Mercado de Letras, 2000.
- CAVALHEIRO, Edgar. **Monteiro Lobato. Vida e obra**. São Paulo: Cia. Editora Nacional, 1962, 2 v.
- CHIARELLI, Tadeu. **Um Jeca nos vernissages**. São Paulo: Edusp, 1995.
- FERREIRA, Jerusa Pires (Org.). **Enio Silveira**. São Paulo: Edusp, 2003.
- HALLEWELL, Laurence. **O livro no Brasil**. São Paulo: Edusp/T. A. Queiroz, 1985
- KOSHIYAMA, Alice Mitika. **Monteiro Lobato: intelectual, empresário, editor**. São Paulo: T. A. Queiroz, 1982.
- LOBATO, Monteiro. **Idéias de Jeca Tatu**. 1ª ed. 1919. São Paulo: Brasiliense, 1948.
- _____. **A barca de Gleyre**. 1ª ed. 1944. São Paulo: Brasiliense, 1951.
- LUCA, Tânia Regina de. **A revista do Brasil: um diagnóstico para a (n)ação**. São Paulo: Unesp, 1999.
- MICELI, Sergio. **Intelectuais e classe dirigente no Brasil (1920-1945)**. Rio de Janeiro: Difel, 1979.
- _____. **Poder, sexo e letras na República Velha**. São Paulo: Perspectiva, 1977.
- PASSIANI, Enio. **Na trilha do Jeca: Monteiro Lobato e a formação do campo literário no Brasil**. Bauru: Edusc, 2003.
- PONTES, Heloísa. “Retratos do Brasil: editores, editoras e ‘Coleções Brasiliana’ nas décadas de 30, 40 e 50” In: MICELI, Sergio (Org.). **História das Ciências Sociais no Brasil – volume 1**. São Paulo: Vértice/Idesp, 1989.