

Vamos conhecer um pouco de Caio Graco Prado e a importantíssima Editora Brasiliense em texto de Marcello Rollemberg para o Jornal da Universidade de São Paulo.

Em finais dos anos 1970, a Editora Brasiliense estava em situação quase falimentar. Fundada em 1943 pelo intelectual Caio Prado Júnior e pelos empresários Arthur Neves e Leandro Dupré como polo de oposição ao Estado Novo de Getúlio Vargas, a editora ganhou muito prestígio ao editar as obras completas de Monteiro Lobato – que se associaria à editora em 1944 – e assim se manteve até o Golpe de 1964, quando o governo militar recém-empossado passou a perseguir todos aqueles que tivessem discursos com tonalidades avermelhadas.

Caio Prado Júnior e seu filho Caio Graco Prado ficaram uma semana presos em 1964, com base na Lei de Segurança Nacional. A partir daí, a editora começou a claudicar de vez e a cassação de Caio Prado Júnior, em 1969, não ajudou em nada na tentativa de reverter esse quadro.

Quando Caio Graco Prado assumiu a Brasiliense em 1975, a situação parecia irreversível. Então, em 1979, ele teve um insight: por que não deixar de lado os livros massudos que a Brasiliense publicava e investir em um novo público, aqueles jovens universitários que começavam a respirar um pouco mais de liberdade depois do “verão da anistia”? Com esta visão e muita disposição para virar o jogo, criando coleções inéditas no mercado até então, Caio Graco Prado transformou a Editora Brasiliense em um ícone editorial dos anos 1980.

É justamente esta trajetória que é contada a partir de 13 textos curtos – escritos por professores e pesquisadores do mercado editorial – no livro *Caio Graco Prado e a Editora Brasiliense* (Publicações BBM), organizado pela professora Sandra Reimão, da Escola de Artes, Ciências e Humanidades da USP, e pela pesquisadora Gisela Creni. São testemunhos de como Caio, em pouquíssimo tempo, transformou uma editora pré-falimentar na maior produtora cultural da década de 1980, investindo em textos e formatos diferenciados e em novos autores, tendo sempre o público jovem como alvo.

“Agitador cultural”

Na verdade, o que Caio Graco promoveu naquele começo de anos 1980 foi uma pequena revolução ao fazer sua “opção preferencial pelos jovens”. Ao mesmo tempo que queria formar novos leitores, o editor também queria fustigá-los, aproveitando o momento de reabertura política que o País vivia. Mas Caio queria oferecer algo novo. E este novo surgiu

como livrinhos em formato de bolso – uma ousadia naqueles tempos – e com títulos instigantes como O que é Socialismo, O que é Capitalismo ou O que é o Anarquismo. Era a coleção Primeiros Passos, surgida, na verdade, de um quase equívoco editorial. Explica-se.

Caio Graco sabia que queria falar com os jovens universitários de uma forma mais leve, mas também com substância, mas não tinha ideia exatamente de como fazê-lo. Então pensou em comprar os direitos de uma coleção espanhola chamada “Que es...”. Só que esta coleção estava voltada para o público interno da Espanha, não tendo nada a ver com o Brasil que surgia.

Coube a um editor iniciante, chamado Luiz Schwarcz, alertar ao chefe do problema e sugerir – cheio de dedos – que a Brasiliense produzisse sua própria coleção, com títulos próprios e autores pouco conhecidos do público, professores universitários jovens ou não. Caio topou na hora e a Primeiros Passos nasceu. E cresceu – muito. O sucesso foi imediato. Entre 1980 e 1989, foram mais de 200 títulos e cinco milhões de exemplares vendidos. Somente nos primeiros quatro anos da coleção, a Brasiliense publicou mais do que em toda sua história anterior.

Local e universal

“Ao publicar esses títulos a editora cumpria o papel de ligar assuntos da conjuntura nacional com temas universais. Ou seja, tratava das questões internas a partir do estímulo às leituras temáticas mais amplas, oferecendo ao leitor, indiretamente, um determinado instrumental para análise da política do período”, escreve Andrea Lemos, professora da UERJ.

Aquela primeira experiência fez o editor ousar ainda mais, criando novas coleções que capturaram corações e mentes com a mesma rapidez. Tudo é História, Cantadas Literárias, Circo de Letras, Encanto Radical traziam tanto informação e conhecimento como também investiam em uma literatura ficcional nova, diferente, com autores como Marcelo Rubens Paiva e seu Feliz ano velho – o livro mais vendido no Brasil nos anos 1980 –, Jack Kerouac e todo o panteão beatnik, Bob Dylan. É bem provável que não haja leitor, na faixa dos 50 anos de idade hoje, que não tenha sido seduzido pelos títulos da Brasiliense e formado seu gosto literário a partir daí.

Em uma palestra na Escola de Comunicações e Artes (ECA) da USP em 1986, Caio Graco definiu seu papel de editor como sendo o de um “agitador cultural”. E lembrou aos alunos o

lema da editora: “Dividir opiniões, multiplicando cultura”. Essa agitação toda e a multiplicação cultural duraram praticamente a década inteira – Caio Graco ainda encontrou tempo para sugerir a cor amarela como símbolo para a campanha das “Diretas Já”.

Mas no começo dos anos 1990, a Brasiliense começou a claudicar novamente: a concorrência ficou pesada – outras editoras descobriram o filão e investiram nele – e Caio Graco fez apostas empresariais que se mostraram erradas. Mas o grande baque para a editora se deu no dia 18 de junho 1992: ao fazer uma trilha de moto – uma de suas outras paixões – no interior de Minas Gerais, Caio Graco Prado sofre um acidente e morre. O editor e agitador cultural estava com 60 anos. A partir de então, a Brasiliense passou a viver em um ostracismo que direções sucessivas tentam reverter até hoje.

Fonte Jornal da USP

Imagem: Fotomontagem: Vinicius Vieira/Jornal da USP