

O LIVRO RELIGIOSO NO BRASIL RECENTE: UMA REFLEXÃO SOBRE AS ESTRATÉGIAS EDITORIAIS DE ESPÍRITAS E EVANGÉLICOS*

Bernardo Lewgoy

Universidade Federal do Rio Grande do Sul - Brasil

Resumo. O segmento do livro religioso é o que mais tem crescido no mercado editorial brasileiro. O presente artigo sugere um mapeamento preliminar deste fenômeno, partindo da hipótese de que o livro e a leitura, quando relacionados com o universo religioso, nem podem ser reduzidas a expressões particulares do crescimento geral de determinados grupos religiosos, nem podem ser nivelados a um genérico mercado religioso, apresentando problemáticas e características próprias. O mercado editorial religioso expressa tanto o crescimento de grupos particulares – como os neopentecostais – quanto tendências culturais genéricas de passagens entre fronteiras doutrinárias e denominacionais, aonde o grau de troca interdenominacional, expresso pelos indicadores do mercado e pelos títulos das editoras é maior do que o admitido pelos discursos dos líderes das Igrejas. A partir do exame dos casos espírita e evangélico, pergunta-se aqui pela autonomia do fenômeno e sugere-se que tanto as idéias de mercado quanto de cultura devem ser combinadas a fim de dar conta de um modelo interpretativo abrangente do fenômeno.

Palavras-chave: mercado editorial, religião, espiritismo, pentecostalismo.

Abstract. The religious book segment has had the biggest growth in Brazil's editorial market. This article suggests a preliminary mapping of this phenomena, starting from the hypothesis that, both books and reading, when related to the religious universe, can't be reduced into particular expressions of determined religious groups' growth, neither can be leveled to a generic religious market – despite that, it presents certain questions and characteristics derived from the cultural and historical specificity of the object “book”. The religious editorial market expresses the growth of certain groups – like the pentecostals – and generic cultural tendencies of passages between doctrinary and denominational borders as well, where the degree of interdenominational change, expressed by market numbers and publishing companies' titles is bigger than what is admitted by the church leaders' discourses. From the examination of kardecist and evangelic cases, the autonomy of the phenomena is inquired, and it is suggested that both the ideas of market as well as the ideas of culture must be combined in order to accomplish an interpretative model that is able to cover the phenomena.

Keywords: editorial market, religion, kardecism, pentecostalism.

Compreendendo o livro como um produto diferenciado no atual mercado de bens simbólicos religiosos – por ser o signo de distinção e objeto tradicionalmente mais ligado ao investimento em estratégias de mobilidade social via educação – e partindo de entrevistas com editores e distribuidores evangélicos e espíritas, de levantamento bibliográfico e de dados históricos e estatísticos disponibilizados por diferentes instituições e agências de pesquisa, assim como pelas próprias associações de editores e casas editoriais, este artigo propõe-se a refletir sobre as transformações do campo religioso da ótica de seu espaço editorial, aqui entendido como um universo articulado em diversos níveis de autonomia, diálogo e subordinação com as Igrejas e movimentos religiosos e, de outro lado, com a chamada “república das letras”. Os editores são os mediadores culturais por excelência nesse universo, costurando relações entre o mundo laico e o mundo denominacional, assim como entre as principais tendências teológicas e discussões internas ao universo religioso, gerindo, ainda, a relação com padrões do mercado literário em geral – com destaque para a “auto-ajuda”, categoria ampla, flexível e transversal, que acompanha o espetacular crescimento da vendas de Bíblias e de obras espíritas. Serão aqui enfocadas algumas das mais significativas mudanças e continuidades na percepção e elaboração das estratégias editoriais de espíritas e evangélicos, onde se mostra crucial a questão da redefinição da identidade religiosa de seu produto face às transformações nas demandas do público, na linguagem e no conteúdo dos livros editados, bem como na estrutura e no funcionamento das instituições que produzem e distribuem o livro (autores, editores, distribuidores, livreiros e público). As implicações dessas estratégias, em termos da modernização de suas relações profissionais, modificando progressivamente os antigos moldes organizacionais carismáticos e voluntaristas, disseminando uma cultura racional- burocrática de gestão do negócio do livro religioso, assim como as atuais respostas à questão da tensão e articulação entre mercado e religião constituem o objeto de nosso interesse neste *paper*.

Livro religioso e sociedade no Brasil

O crescimento evangélico nos últimos 20 anos – atestado pelos Censos de 1991 e de 2000 – tem sido objeto de um sem-número de

estudos acadêmicos (Mariano, 1999 e Giumbelli, 2002). Ultimamente, percebe-se uma tendência à realização de recortes analíticos específicos, como os ligados à política, à mídia e à produção e consumo de bens simbólicos religiosos no meio evangélico (Birman, 2003; Fonseca, 2003; Martino, 2003). No entanto, o grande crescimento do mercado do livro religioso (especialmente o evangélico e o espírita), atestado em diversas matérias da grande imprensa, em pesquisas realizadas sob encomenda da Câmara Brasileira do Livro (Retrato da Leitura no Brasil, 2001 e Diagnóstico do Mercado Editorial Brasileiro, 2000) bem como em pesquisas nacionais sobre hábitos de leitura entre diferentes classes sociais (Ribeiro, 2003) não recebeu ainda a devida atenção dos pesquisadores, diluído que está na constelação geral do crescimento evangélico. Sem patrocínio estatal, desprovido de divulgação na grande imprensa e com uma comercialização ainda bastante dirigida, o mercado do livro religioso cresce de forma amplamente desproporcional à média do mercado editorial brasileiro, apresentando uma taxa de crescimento quatro vezes maior no ano de 2000, por exemplo.

A expansão do consumo de literatura religiosa é evidente quando se considera que 6 milhões de Bíblias foram vendidas no Brasil em 2000, contra apenas 4 milhões nos Estados Unidos. É possível ter uma imagem mínima da distribuição social deste incremento ao considerar que o gênero religioso é o preferido por 54% nas classes E e D (as que menos lêem e compram livros) contra as um total de 21 % de preferência nas classes A e B, num país em que 16% da população adquire 73% dos exemplares vendidos.¹ Os que menos lêem, têm começado a ler mais, mas o fazem privilegiando gêneros religiosos.²

Analogamente ao que Roger Chartier (1998) salientou para a França moderna, a aquisição e posse de livros, jornais e revistas em diferentes segmentos sociais são dados indiciários que não podem ser generalizados como representativos da totalidade das práticas de consumo cultural e leitura ou, no caso aqui em questão, da diferenciação interna do campo religioso.

As transformações do livro religioso devem ser analisadas em diversos planos: de um lado ele enfrenta as questões de classificação, fronteiras e passagens que ora diluem ora estreitam os contornos semânticos da categoria “religião” na sociedade brasileira. Outra importante dificuldade reside na consistência dos dados e quantificações sobre o tamanho do campo e do mercado editorial, nem sempre precisos e por

vezes olhados com ceticismo pelos editores. Ainda que os editores reconheçam a pertinência da designação “religião” enquanto um gênero diferenciado, as fronteiras entre os gêneros são problemáticas. Livros espiritualistas, esotéricos e de auto-ajuda encerrariam experiências de leitura radicalmente não-religiosas? Em que uma literatura sobre “liderança empresarial” ou sobre “vida cristã”, publicada por editoras reconhecidamente evangélicas, como a Mundo Cristão, distingue-se da categoria “auto-ajuda”? Esses não são apenas problemas de classificação bibliográfica – ou mesmo de colocação dos livros em estantes de livrarias – mas indicam os dilemas que escritores e editores encontram na relação com os destinatários e que não deixam de recolocar a questão das fronteiras do religioso na contemporânea modernidade brasileira.³

A reflexão sobre as mudanças no mercado do livro religioso não deve tomar senão como indiciária a presença de uma oferta mais abrangente de títulos e conteúdos, assim como deve relativizar a percepção do afrouxamento dos controles eclesiásticos do mundo editorial. Uma sociologia do livro religioso deve abarcar todos os âmbitos do processo editorial, formado de autores, editores, distribuidores, jornalistas, livreiros e leitores, considerando que o produto “livro”, além de tradicionalmente simbolizar status e pretensões de distinção, tem presença dentro e fora dos espaços religiosos, constituindo um repertório aberto de questões etnográficas na relação com os consumidores. Todos esses nós do circuito editorial estão inter-relacionados e podem fornecer preciosas referências que, além de iluminar as questões de significado social, penetração e diferentes apropriações do objeto livro, contribuem também para o entendimento da relação entre religiosidade e consumo de bens simbólicos,⁴ com a ressalva de que os editores são os mediadores culturais privilegiados desse universo, por se manterem em contato com as diversas faces do mercado e do público leitor.

Assim, impõe-se progressivamente a percepção de que há uma tendência a substituir uma situação anterior do livro religioso feito por editoras diretamente controladas por grupos religiosos (posto que editoras laicas fazem títulos religiosos e editoras religiosas ficam de olho no mercado laico), distribuído por amadores, vendido por visionários, distribuído num regime de voluntariado e lido apenas por *insiders* numa situação muito desfavorável em face do lugar da Bíblia sagrada, no caso dos evangélicos, ou das obras de Kardec e Chico Xavier, no caso espírita.

As próprias casas editoriais deixam de comportar-se como correias de transmissão de Igrejas e passam a funcionar de acordo com os parâmetros de uma racionalidade capitalista, onde o livro religioso permanece como um produto diferenciado, mas que agora admite funcionários leigos e terceirização de funções⁵. Como resultado, os editores passam a pensar-se cada vez mais como protagonistas com importância crescente no interior do campo religioso, organizando-se em associações, como a Associação Brasileira de Editores Cristãos (evangélica), ou seja, constituindo um *campo* onde pensam e definem seus rumos, papel social e questões comuns.

O livro espírita: fim dos monopólios, modernização da linguagem e manutenção do ethos

Até pelo menos a década de 1970, os livros religiosos eram mais controlados (tanto em termos de conteúdo quanto de apresentação gráfica e agenciamento do negócio) pelas hierarquias formais – Igrejas e Federações Espíritas – sendo projetados como parte de estratégias de conquista e reafirmação de vínculos de fidelidade no interior de congregações ou como veículo de proselitismo das propostas doutrinárias. No caso do livro católico, o estudo pioneiro de Paula Montero (1992) já situava as implicações da tensão entre mercado e religião na definição do formato, público e organização institucional do negócio do livro religioso, prenunciando as questões que foram mais tarde enfrentadas por editores de outras religiões.

A partir da década de 1980 verifica-se a tendência à pluralização e expansão das editoras, cujos pólos mais dinâmicos são encontrados entre os espíritas kardecistas, pela associação tradicional entre prática espírita e leitura (por ser uma religião de letrados) e os evangélicos, consolidando-se editoras de expressão nacional, com propostas religiosamente identificadas, mas autônomas em relação a instituições religiosas, como a espírita Petit e a evangélica Mundo Cristão, lado a lado com outras de iniciativas editoriais de menor porte. Novas propostas são postas em prática em termos de adequação da linguagem, volume de texto, diversificação temática e apresentação gráfica, afinando-se com as exigências de um mercado progressivamente mais segmentado e desregulado.

O espiritismo é uma alternativa religiosa típica de camadas médias urbanas, que enfatiza o saber letrado e a formação erudita, com intensa valorização das práticas de estudo e leitura (Lewgoy, 2000). O público espírita é o mais escolarizado entre as religiões de maior expressão nacional (mais de 50% tem entre segundo grau e nível superior cf. Prandi e Pierucci, 1996) movimentando um mercado editorial de mais de uma centena de editoras, nacionais e regionais, antigas e novas, cujas dimensões não estão suficientemente quantificadas.⁶ Seus livros têm uma boa aceitação entre o público não-espírita, podendo ser encontrados em livrarias próprias, livrarias comuns, bancas de revistas e postos de venda de livros em centros espíritas.

De classificação problemática como “religião” – muitos espíritas não se declaram ao Censo como de religião espírita (juntamente com a tradicional dupla filiação, “católico de batismo” e “espírita na prática” ou seja, “sem religião”, ainda que longe de ser “anti-religioso”), preferindo-se pensar como um movimento laico, o que resulta numa provável sub-representação na estatísticas de afiliação religiosa. Predomina, entre os kardecistas, um leitorado feminino de camadas médias urbanas instruídas, muitas das quais com uma origem nominalmente católica, as quais combinam os traços de uma moralidade católica com o respeito ao racionalismo científico. Este público encontra nos romances psicografados uma espécie de gênero-síntese das pretensões de autocultivo e edificação moral, em narrativas mediadas pela explícita presença da doutrina espírita coroando a metadiscursivamente a conclusão dos textos (Lewgoy, 2000).

Trata-se de um segmento religioso em que o livro é tradicionalmente usado para proselitismo e educação religiosa, mas, excetuando-se as obras de Allan Kardec, predominam as vendas de romances psicografados, como os de Chico Xavier e Divaldo Franco e, mais recentemente, as obras psicografadas por Zíbia Gasparetto, Luiz Sérgio e Vera Lúcia de Carvalho.

As polêmicas em torno do livro espírita centraram-se historicamente no valor atribuído às obras complementares à Codificação de Allan Kardec, mais especificamente no problema da autoria e da verossimilhança das obras psicografadas.⁷ O foco sobre a autoria é coerente com uma fase de maior controle editorial por parte das federações.⁸ Com o aparecimento de editoras com uma forte mensagem espírita, mas de perfil organizativo laico, ou seja, sem uma filiação institucional

explícita (como a paulista Petit, que conta com um *staff* próprio de escritores, médiuns e “espíritos autores”) este foco desloca-se progressivamente para a adaptação da linguagem literária às características de um novo público leitor. Muitos dos que nunca haviam lido livros espíritas, em vez de iniciarem-se com Kardec ou Chico Xavier, estão iniciando-se agora com Patrícia ou Zíbia Gasparetto, nomes mais representativos dessa mudança estilística nos romances psicografados.

O ponto a destacar, no caso espírita, é a desinstitucionalização do controle da oferta, da circulação e da recepção dos livros pelas federações, multiplicando-se as editoras, coleções e projetos editoriais vinculados a critérios de mercado, inclusive com uma substantiva tendência à modificação da linguagem dos espíritos nas obras psicografadas tornando-a mais leve e coloquial. Este é o caso dos romances psicografados publicados pela editora Petit,⁹ identificada com doutrina espírita, mas independente de centros ou federações, e também da campeã de vendas Zíbia Gasparetto. Com editora própria e sempre constando na lista dos mais vendidos, Zíbia rompeu há vários anos com o movimento espírita institucional, por contrariar o tabu que interdita ao médium auferir lucros pessoais com os próprios escritos, inaugurando uma tendência neoespírita mais composta com uma visão positiva do mercado e do lucro, ao mesmo tempo em que sua cosmovisão aproxima-se gradualmente da Nova Era e da auto-ajuda.

Há, no meio espírita, uma tendência crescente a compreender o negócio do livro de forma mais positiva, profissional e autônoma, subtraindo-o à lentidão das federações, como expresso em entrevista por um distribuidor de livros espíritas de Porto Alegre. Trabalhando nos limites de uma proposta de difusão do livro espírita e egresso de uma trajetória de vários anos como funcionário da livraria da Federação Espírita do Estado do Rio Grande do Sul, o entrevistado abriu um negócio próprio em 1996, trazendo seu know-how do trabalho assim como um conjunto de contatos comerciais que lhe permitiu manter o foco na clientela espírita sem ruptura de laços com os dirigentes regionais do movimento.

Esta nova relação do livro espírita com seus leitores é coerente com a autonomização de sua matriz cultural face à autoridade moral de centros e de federações, o que implicou no surgimento de uma nova geração de autores, não mais ligados aos antigos *staffs*, ainda que mantendo vínculos doutrinários com o movimento espírita. Ou seja, ainda

que gozando de grande prestígio, as federações não mais detêm o monopólio do carisma e do controle institucional sobre o que se publica e vende em nome da doutrina espírita.

As denominações evangélicas e o livro: da Bíblia à auto-ajuda

As mudanças na sociedade brasileira a partir dos anos 80, com a mídia religiosa ampliando o seu espaço nos meios de comunicação e a concomitante escolarização de faixas mais amplas da população, abriram o caminho para o *boom* do livro religioso, tanto no sentido da emergência de um público interessado em traçar seus próprios percursos religiosos de leitura, quanto no que se refere à reorientação das dinâmicas e estratégias da oferta editorial, num mercado maior e mais segmentado.

Para os evangélicos a equação que conjuga livro religioso com renda, escolaridade e práticas de leitura apresenta-se mais complexa do que para os espíritas, em face da heterogênea realidade das Igrejas e de um campo editorial em que se combinam situações mais denominacionais e outras, de cunho misto ou interdenominacional.¹⁰ Em primeiro lugar, é preciso enfatizar que os protestantes produzem *discursos* sobre a leitura da Bíblia e a escolarização como inseridos no núcleo central de sua tradição.¹¹ Trata-se, assim, de uma cultura bíblica que se dissemina juntamente com a alfabetização nos segmentos populares urbanos, incluindo muitos recém-alfabetizados e neoleitores de Bíblias.

A Bíblia é o livro mais adquirido entre os convertidos. Muitos se alfabetizam motivados pelo desejo de um contato direto com “a palavra”, o que lhes permite também o acompanhamento do serviço religioso nas Igrejas, bem como a leitura individual do texto bíblico. Daí provém os inúmeros casos de neoleitores entre os evangélicos recém-convertidos de classes populares, que provavelmente são o segmento social que menos experimenta a desalfabetização entre os adultos pobres recém-alfabetizados.

Só o tempo dirá se esta cultura bíblica evangélica irá sobrepor-se e continuar transformando, por outros meios, a cultura bíblica oral, de tradição católica. Por ora, impõe-se o mapeamento da disseminação diferencial desta cultura bíblica entre as classes populares, investigando as práticas de leitura em comum ou silenciosa, em família ou entre irmãos

de fé, as leituras coletivas, o uso de Bíblias no dia-a-dia e nos cultos o cumprimento de planos de leitura de origem congregacional no lar, as orientações mistas, etc.

O sucesso de vendas da Bíblia levou os editores evangélicos a incrementarem o lançamento de Bíblias segmentadas (“para mulheres”, “de liderança”, “anotadas”, etc.), em que se destaca uma ênfase no atendimento das especificidades do público feminino, responsável por mais da metade de fiéis leitores e neoleitores no mundo evangélico¹². Nesse ponto reavivam-se velhas polêmicas sobre o valor relativo ou exclusivo de textos sagrados em detrimento ou a favor de livros complementares. Alguns, especialmente em denominações menores e mais sectárias, reprovam qualquer leitura fora da Bíblia. Mas cresce a tendência dos que sem deixar de afirmar a absoluta primazia da Bíblia, enquanto norte e instância última de consulta, admitem complementá-la com escritos de irmãos de fé sobre os mais variados assuntos, especialmente entre os protestantes históricos e os neopentecostais,

Fora o carro-chefe bíblico, há também muitas situações diferenciadas. Os luteranos no Rio Grande do Sul, por exemplo, confrontam-se com tendências internas contraditórias, desde a versão protestante da Teologia da Libertação até um movimento carismático, ainda que a renovação carismática luterana, forte tendência leiga no interior da Igreja, não tenha estabelecido uma referência literária no interior de sua instância editorial.¹³

Junto ao crescimento de Igrejas específicas, amplia-se um difuso mercado literário evangélico com categorias, títulos e autores com um bom trânsito interdenominacional, sem que isso expresse um *projeto* agenciado por dirigentes eclesiásticos. Trata-se de uma circulação multidirecional que acompanha a formação de um mercado religioso, no interior da nebulosa cultural evangélica.¹⁴

A revista *Veja*, de 3 de julho de 2003, na matéria intitulada “A força do senhor”, estimou o mercado literário evangélico em 15 milhões de exemplares de Bíblias, livros e publicações diversas, com um faturamento anual de 300 milhões de reais. Uma vez aquecido o mercado editorial pela venda de Bíblias, é provável que várias editoras sintam-se motivadas a procurar os públicos de diversas denominações através de temas e categorias mais inclusivas ou em direção oposta, investir num proselitismo mais aberto, apostando na abertura do fiel aos novos ideais evangélicos, a despeito da orientação de seu pastor.¹⁵ Por exemplo, se os

livros de Edir Macedo e de Kenneth Hagin são anunciados numa revista como a Consumidor Cristão (dedicada ao mercado cultural evangélico e dirigida por profissionais identificados com as Igrejas Protestantes Históricas) pode-se presumir que se queira atingir não apenas o público fora das Igrejas neopentecostais, mas também que essa revista, de vocação interdenominacional, atinja parte da membresia dessas Igrejas.¹⁶

Enquanto para o ethos católico a unidade institucional e comunitária é a norma e a divisão é sempre problemática, a cultura evangélica tem mais familiaridade com a fragmentação, o que tem significativas implicações no conhecimento das características internas dos distintos sub-campos editoriais. Ademais, a tensão mercado X Igreja não se comporta no campo evangélico da mesma forma do que no espírita ou no católico, abrindo-se diversas possibilidades de composição e níveis de englobamento/inclusividade entre editora, missão, distribuição e denominação, assim como entre livraria e leitor.

Nesse sentido, há editoras evangélicas denominacionais, como a CPAD (Casas Publicadoras da Assembléia de Deus), a Betel (também ligada à Assembléia de Deus) a Gráfica Universal (Igreja Universal), a editora da Graça (Igreja Internacional da Graça de Deus), a SEPAL (Batista), a SINODAL (Luterana) e outras não-denominacionais, como a Mundo Cristão (ainda que mantenha um perfil de identificação doutrinária com as protestantes históricas) e a editora Vida (a maior de todas, subsidiária da americana Zondervan Books, dirigida pelo pastor Eudes Martins, da Assembléia de Deus), mas que participam de um circuito em que são reconhecidas como “editoras evangélicas”. A marca de identificação “evangélico” é central na demarcação da identidade religiosa da editora, face às não-evangélicas, como as seculares, laicas, católicas, espíritas e etc. Dificilmente um livro os livros circularia entre as membresias, em caso de dúvida sobre a condição evangélica da editora.¹⁷

No mundo evangélico, a difusão do livro é uma espécie de “ministério” podendo ser inclusive associada a “chamados” ou “visões” em que *Deus convoca o crente para a abertura de uma livraria* ou para o trabalho de distribuidor ou de colportor. Ora, essa visão missionária sem ser a única e constante mobiliza fortes energias militantes, mas cria algumas situações adversas aos critérios profissionais de certos editores, obrigando-os a exercer toda a sua tolerância diante de comportamentos tidos como amadores ou ineficazes, (consignada na expressão sem “visão do negócio”) especialmente no que tange às dificuldades de

organização, comunicação, marketing e distribuição dos livros no interior do universo evangélico. É preciso salientar que não se trata exatamente da passagem de uma situação de monopólio para outra de livre mercado, mas da saída de um momento caracterizado por um “amadorismo profético pré-moderno” (no sentido ideal típico sugerido por Pierre Sanchis, 2001) para uma tendência de redistribuição modernizante dos papéis sociais e religiosos, em face da extensão de uma visão racionalista da idéia de “negócio” para todo os nós do circuito do livro evangélico.

Pesquisas, como a de Alexandre Brasil Fonseca (2003) indicam que o público protestante histórico, de melhor renda e escolaridade em relação aos outros evangélicos, é ainda o maior consumidor *per capita* e leitor extensivo¹⁸ de livros religiosos além da Bíblia. Ora isto não quer não quer dizer que estes não comprem alguns títulos pentecostais nem que os compradores de livros dentre os pentecostais não cheguem nem perto de títulos produzidos pelos históricos¹⁹. Pelo contrário, é possível arriscar que as áreas de compartilhamento de leituras e de curiosidade mútua encontram-se em plena expansão, reforçando um leitorado “evangélico” lado a lado com um leitorado da Igreja “x” ou “y”.

A maior parte da literatura publicada pelas editoras evangélicas é composta de traduções de títulos norte-americanos, ainda que algumas editoras invistam na promoção de autores locais como, por exemplo, Ricardo Gondim e Paulo Romeiro. Esta é, aliás, uma tendência que aponta para a autonomização das referências literárias e estilísticas dos evangélicos, a qual já havia sido prenunciada pelo sucesso editorial das obras de Caio Fábio. Esta abertura a autores brasileiros ocorre também nas editoras neopentecostais (como a Graça Editorial), através da simultânea promoção de títulos norte-americanos e nacionais da Confissão Positiva e Teologia da Prosperidade, através da publicações de autores como Kenneth Hagin e Jorge Linhares (este um dos autores mais citados na pesquisa de Brasil Fonseca, *idem*).

Sendo os pentecostais majoritariamente formados de membros das classes populares urbanas, excetuando-se os cerca de 10% que pertencem às classes médias, com maior escolaridade e poder aquisitivo²⁰ (Mariano, 1999), é nessa minoria que provavelmente vamos encontrar os mais assíduos compradores de títulos, não-bíblicos, neste segmento religioso.²¹ Nos casos da Igreja Internacional da Graça de Deus e da Universal, conhecidas pelo uso intensivo da mídia, os livros de suas editoras são provavelmente conhecidos na televisão, no jornal ou na própria

livraria da Igreja, após uma ativa promoção pelo pastor responsável pelo culto. Considerando-se que os neopentecostais têm uma menor convivência com membros de outras Igrejas, não é certo que o mesmo aconteça com os livros da Confissão Positiva, especialmente alguns mais caros, polêmicos e volumosos, como os de Peter Wagner, por exemplo (influente teólogo da Guerra Espiritual), podendo-se supor que sejam lidos pelos membros mais orgânicos dessas denominações, como pastores, diáconos e obreiros. Além de fenômenos de magnitude aparentemente espetacular, mas circunscrita à denominação, como o sucesso dos livros de Edir Macedo ou de R. R. Soares, em quase todas as editoras são lançados livros de auto-ajuda, uma categoria que pode ser compreendida simultaneamente como analítica e nativa – os quais versam sobre diversos tópicos, tais como as condições do sucesso na vida empresarial, liderança pessoal, vida conjugal, relações entre pais e filhos, drogas, homossexualismo, etc. O best-seller “O poder da esposa que ora”, de Stormie Omartian, lançado pela editora Mundo Cristão e descrito em entrevista por seu *publisher* pela ecumênica categoria “carismático”, é lido por históricos e pentecostais, podendo-se relacionar o seu bom trânsito ao fato de que explora um tema pouco polêmico, o que mostra a estratégia editorial de explorar as passagens no mundo evangélico, sem prejuízo de títulos aonde a crítica é franca.

O tema da auto-ajuda parece funcionar como uma língua franca em todos os quadrantes dos campos religioso e editorial, ainda que varie a percepção dos editores sobre o tema. Para alguns editores entrevistados, a auto-ajuda está diretamente ligada à *praticidade protestante*, responsável pelo sucesso editorial da subcategoria “vida cristã”, por exemplo – muito mais do que as tradicionais categorias “devocionais”, “apologéticos”, “missiológicos”, “testemunho”, etc., mas também pela pouca aceitação da do gênero ficção entre o leitorado evangélico²².

A inexistência de romances no mundo evangélico brasileiro – situação que contrasta sensivelmente com o crescimento da *christian fiction* nos Estados Unidos – não apenas pode ser creditada ao pragmatismo protestante, que sempre desconfiou do romance como veículo mundano e herético, mas também à hegemonia do cânone narrativo que gira em torno dos *topoi* bíblicos, da literatura de testemunho, da biografias e das histórias de missão e que está muito longe de se reconhecer como “ficcional”.²³

A realização de uma cultura interdenominacional, através de marchas, shows e encontros variados, como o Feirão Evangélico e a Feira Literária Cristã, e a freqüência eventual a livrarias evangélicas, onde livros de diferentes orientações doutrinárias podem ser encontrados, são situações que permitem ao crente ter vislumbres e fazer comparações com maior liberdade e nas quais há uma boa chance de se constatar que, para certos temas, as distâncias entre as Igrejas talvez não sejam tão grandes assim.

Cumprе salientar que, a despeito da explosão do mercado literário evangélico estar indiscutivelmente ligada ao crescimento neopentecostal, não se trata de uma explosão literária neopentecostal, mas do florescimento de um espaço editorial evangélico, marcado pelo aquecimento do interesse de leitores tradicionais e emergentes, dentro e fora das denominações, assim como pelo surgimento de neoleitores entre os convertidos mais pobres. Todos com um renovado interesse em alfabetizar-se, adquirir e ler impressos, tanto os da sua Igreja como os produzidos por outras denominações.

O grande problema em relação à leitura no mundo evangélico não se restringe aos dados sobre tiragens e vendas de livros e revistas: o desafio está em conhecer, etnográfica e estatisticamente o mundo do consumo e da recepção literária, a aquisição, circulação e leitura de títulos entre as denominações. O conhecimento dessas práticas permitirá estabelecer a apropriação e produção nativa de sentido dos livros religiosos pelos fiéis compondo uma perspectiva complementar à investigação dos discursos, posicionamentos e reflexões dos editores, com os dados sobre permanências e inovações nos projetos editoriais, bem como com os dados disponíveis sobre filiação religiosa no Brasil.

Conclusão

O Brasil tem vivido um sensível crescimento em seu mercado de livros religiosos. Indiscutivelmente relacionado às mudanças no campo religioso, esse processo contém, no entanto, inúmeras especificidades que determinam uma feição autônoma ao espaço editorial religioso, abrindo um campo de discussão para o conhecimento etnográfico das leituras dos fiéis. Sem representarem o conjunto do espaço editorial religioso, as editoras espíritas e evangélicas são, talvez, as mais representativas da magnitude dos recentes desafios e transformações implementadas na

estrutura do negócio do livro religioso, principalmente através da progressiva modernização de relações sociais e profissionais até há pouco tempo marcadas pelo monopólio institucional de Igrejas e Federações, o qual se desdobrava em relações de trabalho clientelísticas nas organizações religiosas pelo personalismo na gestão das relações com outras pontas do mercado, pelo voluntarismo e, sobretudo, por um mercado editorial pouco dinâmico e fechado .

No caso espírita, correspondente tanto a um novo momento na cultura e na vivência do espiritismo kardecista, quanto a um ávido e autônomo público de uma literatura predominantemente produzida no Brasil, essas transformações implicaram numa estruturação mais plural do segmento da oferta, atendendo a um novo público não necessariamente freqüentador de centros e federações, mas influenciado por essa matriz cultural, lado a lado com a manutenção do leitorado mais tradicional. Além da modernização da linguagem sem alteração significativa na visão de mundo espírita, é a divisão de trabalho entre instituições religiosas e instituições laicas o setor mais representativo das transformações recentes ocorridas no âmbito dos livros religiosos. Desenvolveu-se também o espaço da compreensão impessoal e racionalista na elaboração de contratos, na gestão das relações profissionais, na relação com os autores e na articulação com a distribuição fora do circuito especificamente religioso. Principal veículo de divulgação desta religião, a literatura espírita aquece um poderoso mercado editorial, o qual não tem uma necessidade imperiosa de uma rede de centros e representantes para a sua divulgação e aponta para a existência de várias modalidades e graus de relação com a doutrina espírita. De fato, o amplo consumo da literatura espírita não pode ser interpretado como conversional ou interno, mas indicador de uma alternativa religiosa que comporta, no limite, uma relação frouxa, individual e literária com sua doutrina.

No caso evangélico estas transformações estão diretamente ligadas ao impulso que as conversões mais recentes projetaram sobre as práticas culturais letradas dos fiéis, em função da tradição da cultura bíblica; à busca de suportes literários para a conversão em públicos neopentecostais, dotados ou não de potencial aquisitivo para comprar livros; a uma demanda dos neoconvertidos mais pobres por educação aonde emergem estratégias religiosas de letramento e ascensão social; e finalmente, a uma atitude mais reflexiva dos outros protestantes, históricos e renovados, que consomem mais literatura religiosa do que antes.

Ou seja, ao lado do surgimento de novos leitores (especialmente entre os neopentecostais) são incrementadas a compra e a leitura de livros religiosos entre as memórias mais antigas (pentecostais e protestantes históricos). Para atender a essas novas configurações na demanda por livros religiosos (e, porque não dizer, ajudando a produzir essas novas configurações do leitorado), deflagrou-se uma reorientação das concepções organizacionais e estratégias editoriais por parte das cerca de 100 editoras evangélicas brasileiras, a maioria concentrada no triângulo Rio - São Paulo - Minas Gerais, no mesmo sentido empresarial que as adotadas pelos espíritas.

Comparado ao livro espírita, que freqüenta livre e ativamente as livrarias “seculares”, é nova a relação do livro evangélico com o circuito externo às Igrejas²⁴ e a questão colocada aos editores evangélicos é a da abertura não necessariamente proselitista ao mundo não-evangélico, sem perder o foco enquanto identidade evangélica.

Mesmo sendo os neopentecostais os evangélicos que mais cresceram nos últimos 20 anos, e considerando-se que estes são também os responsáveis pela maior parte da circulação e aquisição de novas Bíblias, seria contudo errôneo acreditar que o mercado editorial evangélico cresce *exatamente* com as mesmas ênfases deste segmento (Teologia da Prosperidade, Confissão Positiva, Guerra Espiritual). Os dados disponíveis indicam um crescimento simultâneo de tendências denominacionais e interdenominacionais, em ritmos e proporções ainda não suficientemente estimadas, mas que indicam que emergem neoleitores entre os convertidos ao lado de leitores com um interesse literário renovado em todas as denominações, novas e antigas, históricas e pentecostais, todos com variados interesses, que incluem curiosidades sobre títulos e autores de outras Igrejas, de modo que a geometria das diferenças internas só parcialmente é válida para entender as atuais leituras nesse universo. Para ainda seguir as sugestões de Roger Chartier, apostamos na hipótese de que a cartografia do leitorado evangélico é simultaneamente formada da fronteiras e passagens, promovendo um intenso trânsito literário-religioso no interior desse universo.

O leitor individual de livros religiosos, seja espírita ou evangélico, deve ser encarado, antes de tudo, como um ator social que joga com uma margens variáveis de liberdade na escolha e na interpretação de suas leituras, nunca podendo ser reduzido a uma expressão reflexa de sua identidade religiosa, não havendo, portanto, correspondência

biunívoca entre leitores e pertencimentos religiosas, mas um jogo complexo que deve ser examinado caso a caso. O estudo das editoras religiosas, por contemplar os mediadores por excelência entre religião, mercado e consumo é, nesse sentido, estratégico para a formulação de uma necessária agenda de pesquisa sobre as práticas de leitura e religião no Brasil.

Notas

* Versão modificada de trabalho apresentado nas XII Jornadas sobre Alternativas Religiosas para a América Latina no Seminário Temático Religião e Mídia. São Paulo, outubro de 2003. Agradeço aos valiosos auxílios de Airtón Jüngblut, Ricardo Mariano, Pablo Séman e ao editor Carlo Carrenho, que tornaram esse artigo possível.

¹ Fonte: “Livros religiosos são novo filão do mercado editorial”. Valor Econômico, 4 de outubro de 2001.

² Agradeço a Pablo Séman, que discutiu esse ponto comigo.

³ O próprio termo “livro religioso” não encontra acolhida unânime em todos os segmentos do campo religioso (os espíritas não concordam em serem classificados como “religião”) repetindo o mencionado fenômeno da sub-representação.

⁴ Pressuponho que no âmbito dos bens simbólicos os livros continuam a deter um status privilegiado, muito diferente de outras mídias, como revistas, rádio, jornais, música e televisão, as quais participam de um mercado religioso em expansão e que já foram objeto de diversas reportagens nos meios de comunicação, assim como de alguns trabalhos acadêmicos.

⁵ Mesmo as editoras tradicionais têm se importado mais com custos e concorrências e o setor de marketing, antes um termo tido como bizarro, passa a desempenhar um papel de peso na tomada de decisões.

⁶ A revista *Veja* de 26 de julho de 2000, estimou o universo do livro espírita em 170 editoras, 250 novos títulos por ano e cerca de seis milhões de exemplares vendidos por ano.

⁷ Chico Xavier, por exemplo, o mais lido dos médiuns espíritas sempre doou os seus direitos autorais, primeiro à Federação Espírita Brasileira e, posteriormente, a centros espíritas e obras e obras de caridade.

⁸ Sem falar nas disputas políticas que envolvem a autoria de mensagens psicografadas, tema que abordei em minha tese de doutorado (Lewgoy, 2000).

⁹ Um milhão de exemplares vendidos em uma década é a informação da editora Petit para o romance *Violetas na Janela*, assinado pelo espírito de Patrícia e pela médium Vera Lúcia de Carvalho.

¹⁰ Ainda que o “interdenominacional” seja sempre enunciado a partir de sujeitos inseridos numa região determinada do mundo evangélico, ou seja, de uma voz denominacional.

¹¹ O universo neopentecostal, pródigo na revalorização da oralidade, do ritual, do corpo e das emoções, exige alguma cautela na consideração, posto que para os estudos

depreciam o valor da palavra escrita em comparação com outros segmentos do mundo evangélico (Bastian, 1997; Corten, 1996). Sem desmerecer a evidente ênfase oral dos cultos neopentecostais, podemos questionar se tal interpretação não torna invisível o crescimento das práticas de leitura, minimizando a ampliação do movimento editorial nesse setor.

¹² A Sociedade Bíblica do Brasil detém os direitos autorais das Bíblias lidas nas denominações históricas (Edição Revista e Atualizada) assim como nas pentecostais (Edição Revista e Corrigida). Há que se salientar também que, se a maior parte dos leitores são mulheres, a maior parte dos autores de livros evangélicos ainda são homens.

¹³ A editora gaúcha Sinodal, afinada com o *establishment* luterano, não publica livros de orientação carismática. Na ausência de dados sobre a leitura nesta população, só nos resta supor que os carismáticos luteranos abasteçam-se da literatura produzida por seus confrades católicos.

¹⁴ Isso já havia sido apontado para a música gospel. O fenômeno que discutimos é análogo, mas distinto, pela nítida relação entre ascensão social pela educação, posse de livros e pretensões de status e distinção na sociedade brasileira.

¹⁵ A editora Mundo Cristão aposta simultaneamente em livros com bom trânsito interdenominacional, como “o poder da esposa que ora” e outros abertamente polêmicos, como as obras de Paulo Romeiro, conhecido crítico da Teologia da Prosperidade.

¹⁶ Cumpre ainda salientar a curiosa presença de uma editora judaica ortodoxa de São Paulo (Sêfer) no interior da revista Consumidor Cristão, anunciando a Torá, os Salmos, um dicionário português-hebraico, um livro sobre a história do povo judeu e um livro sobre o estilo de vida judaico, aliás temas que circulam no espaço de interesse do mundo evangélico a respeito do judaísmo. Tensões e divergências em algumas áreas não impedem negócios em outras. Bíblias Evangélicas, por exemplo, podem ser encontradas nas livrarias católicas (mas não o contrário) revelando que as passagens no mercado literário talvez sejam mais significativas das tendências do campo editorial religioso do que suas fronteiras internas.

¹⁷ Para 3 editores evangélicos entrevistados é a identidade “evangélica” da editora que é condição *a priori* para o fiel considerar a possibilidade de adquirir um livro de teor religioso. O mesmo ocorre com os espíritas. O que não elimina mas multiplica as instâncias de questionamento e polêmica em torno das credenciais religiosas dos livros. Um livro autodenominado “espírita” pode ser rechaçado mesmo que venha de uma editora como a Federação Espírita Brasileira, como é o caso das obras de Jean-Batiste Roustaing, considerado por muitos espíritas como “antidoutrinário”.

¹⁸ Em Chartier (1998) a distinção entre uma “leitura intensiva” dos mesmos textos é oposta à grande revolução da leitura a partir do século XVIII, onde se registra o predomínio, pelo menos na Europa, de leituras variadas ou “extensivas”. Saliento que não estou falando aqui nem de toda a produção escrita que circula nas Igrejas, pois teria de incluir também números sobre jornais e revistas denominacionais, nem de tudo o que é lido pelos fiéis. Certamente os seus filhos recebem livros didáticos na escola e os jornais do mundo secular são fontes de informação consultadas, a não ser em raras situações de altíssimo controle e censura sobre os fiéis, em denominações menores e de perfil mais sectário.

¹⁹ Assim como editoras evangélicas podem publicar livros para o público não-evangélico, editoras pentecostais podem trabalhar com títulos sem uma clara profissão de fé na confissão positiva.

²⁰ Assim, pode-se estimar então um total de um a dois milhões de potenciais leitores de classes médias entre os neopentecostais.

²¹ O que evidentemente não quer dizer que os outros não compreendem esses títulos.

²² Pelo menos da ficção reconhecida como tal por sinais paratextuais que indicam “ficção” e “romance”.

²³ Assim, o cultivo secular e psicologizante do *self* encontra no romance o seu veículo emblemático, enquanto a auto-ajuda presume livros simultaneamente técnicos e práticos.

²⁴ Recentemente a Gráfica Universal celebrou acordo comercial com a Livraria Siciliano para a venda de seus produtos na livraria, o que foi percebido como extremamente auspicioso pelos demais editores evangélicos. O projeto editorial da Gráfica Universal é conhecido por investir em livros baratos, de linguagem acessível e ênfase nos autores celebrizados pela Igreja, como Edir Macedo.

Referências

BASTIAN, Jean-Pierre (1997) *La mutación religiosa de América Latina*. México, Fondo de Cultura Económica.

BIRMAN, Patrícia. (2003, org) *Religião e espaço público*. São Paulo: Attar Editorial.

CORTEN, André (1996) *Os pobres e o espírito santo: o pentecostalismo no Brasil*. Petrópolis: Vozes.

CHARTIER, Roger & CAVALLO, Guglielmo (1998) *História da leitura no mundo ocidental*. São Paulo: Ática.

DIAGNÓSTICO do setor editorial brasileiro (2003) São Paulo: Câmara Brasileira do Livro.

FONSECA, Alexandre Brasil (2003) *Evangélicos e mídia no Brasil*. Bragança paulista: Universidade São Francisco.

GIUMBELLI, Emerson (2002) *O fim da religião: dilemas da liberdade religiosa no Brasil e na França*. São Paulo: Attar Editorial.

LEWGOY, Bernardo (2000) *Os espíritas e as letras: um estudo antropológico sobre cultura escrita e oralidade no espiritismo kardecista*. Tese de doutorado em Antropologia, FFLCH - USP, São Paulo.

“Livros religiosos são o novo filão do mercado editorial” (04/10/2001). *Valor Econômico*.

MARIANO, Ricardo (1999) *Neopentecostalismo: sociologia do novo pentecostalismo no Brasil*. São Paulo: Loyola.

MARTINO, Luís Mauro (2003) *Mídia e poder simbólico*. São Paulo: Paulus.

MONTERO, Paula (1992) “O papel das editoras católicas na formação cultural brasileira”. In: SANCHIS, Pierre (org) *Catolicismo: modernidade e tradição*. São Paulo: Loyola, p. 219-250.

PRANDI, Reginaldo & PIERUCCI, Antônio Flávio (1996). *A realidade social das religiões no Brasil*. São Paulo: Hucitec.

Retrato da leitura no Brasil (2002). São Paulo: CBL/BRACELPA/SNEL/ABRELIVROS, 2002.

RIBEIRO, Vera Masagão (2003, org) *Letramento no Brasil*. Reflexões a partir do INAF 2001. São Paulo: Global - Instituto Paulo Montenegro.

SANCHIS, Pierre (2001) “Religiões, religião... alguns problemas do sincretismo no campo religioso brasileiro”. In: SANCHIS, Pierre. (Org.) *Fieis e cidadãos: percursos do sincretismo no Brasil*. Rio de Janeiro: UERJ, p. 9-57.