



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

EDITORAS CATÓLICAS NO BRASIL

Gabriel Machado Rodrigues da Silva

Rio de Janeiro/RJ
2011



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO**

EDITORAS CATÓLICAS NO BRASIL

Monografia de graduação apresentada à
Escola de Comunicação da Universidade
Federal do Rio de Janeiro, como
requisito parcial para a obtenção do
título de Bacharel em Comunicação
Social, Habilitação Produção Editorial.

Gabriel Machado Rodrigues da Silva

Orientadora: Profa. Dra. Isabel Siqueira Travancas

Rio de Janeiro/RJ
2011

FICHA CATALOGRÁFICA

SILVA, Gabriel Machado Rodrigues da.

Editoras católicas no Brasil. Rio de Janeiro; UFRJ/ECO, 2011.

Monografia (Graduação em Comunicação Social – Produção Editorial) –
Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ, Escola de Comunicação - ECO.

Orientadora: Isabel Siqueira Travancas.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO

ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

TERMO DE APROVAÇÃO

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, avalia a Monografia **Editoras católicas no Brasil**, elaborada por Gabriel Machado Rodrigues da Silva.

Monografia examinada:

Rio de Janeiro, no dia 06/12/2011

Comissão Examinadora:

Orientadora: Profa. Dra. Isabel Siqueira Travancas

Doutora em Literatura Comparada pela UERJ

Prof. Dr. Eduardo Refkalefsky

Doutor em Comunicação pela Escola de Comunicação – UFRJ

Prof. Dr. Mário Feijó Borges Monteiro

Doutor em Letras pela PUC-Rio

Rio de Janeiro/RJ

2011

SILVA, Gabriel Machado Rodrigues da. **Editoras católicas no Brasil**. Orientadora: Isabel Siqueira Travancas. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO. Monografia em Produção Editorial.

RESUMO

Este trabalho visa apresentar um panorama das editoras católicas no Brasil, traçando um histórico de sua atuação no país, desde a chegada das congregações que dão origem às tradicionais editoras até as mais recentes, e analisando o cenário atual, em que há o dilema entre o livro como missão e o livro como produto, e a religião se torna um “fato de mercado”. O foco recai inicialmente sobre Vozes, Paulinas e Canção Nova, para então se aprofundar sobre a terceira, em um detalhamento da comunidade que a criou, de seu Clube da Evangelização e de seu sistema de comunicação, aspectos essenciais na dinâmica da editora.

SUMÁRIO

1. Introdução	1
2. Histórico das editoras católicas <i>Da chegada das congregações até o crescimento do mercado e a estruturação da Igreja no Brasil</i>	5
3. Livro como missão ou livro como produto? <i>Profissionalização e “dessacralização” das editoras. Os casos de Vozes, Paulinas e Canção Nova</i>	20
4. Editora Canção Nova <i>Comunidade, Clube da Evangelização e um sistema de comunicação a serviço da Igreja</i>	39
5. Conclusão	57
6. Referências	61

1. INTRODUÇÃO

O Brasil é um dos maiores países católicos do mundo. Segundo pesquisa do Centro de Políticas Sociais da Fundação Getúlio Vargas (FGV) de 2009¹, 68,43% da população segue o catolicismo. De acordo com o Censo Anual da Igreja de 2008 realizado pelo CERIS/Promocat², a Igreja conta, no país, com 10.200 paróquias e 272 dioceses. Entre comunidades, casas religiosas e capelas estimam-se 200 mil estabelecimentos instalados no Brasil, que abrigam mais de 20 mil presbíteros (bispos e padres), 54 mil religiosos e religiosas, entre diáconos, irmãos e irmãs. Isso sem falar nos mais de 10 milhões de agentes pastorais.

Porém, na verdade, muitos que se dizem católicos nem são praticantes ou pouco frequentam a paróquia. O que acontece é que se institucionalizou o catolicismo no Brasil (atualmente, de forma bem mais branda) e é natural se declarar adepto. Contudo, mesmo para os que vivem essa crença, o conhecimento da doutrina e a formação em geral são aspectos deficitários, em especial se comparados a outras religiões. A Igreja vem procurando suprir essa necessidade por meio de cursos e material direcionado, e nesse contexto os livros são de suma importância.

Infelizmente, não há dados recentes relativos apenas aos títulos católicos, mas, através dos livros religiosos em geral, podemos ver o crescimento da área. Segundo a Pesquisa Produção e Venda do Setor Editorial Brasileiro de 2010³, entre os segmentos de livros, destacam-se os religiosos, que produziram mais (36%), imprimiram mais (39%) e, conseqüentemente, faturaram mais (23,34%, num faturamento de cerca de R\$496 milhões). Isso se comparado com o ano anterior porque, levando-se em conta apenas os dados de 2009, quem lidera mesmo o setor são os didáticos. Quanto aos títulos editados, os religiosos ficaram em 3º, com 7.581.

Entretanto, como acontece com muitas pesquisas, esta está longe de ser precisa, apesar de ser a mais exata do setor editorial. Como assinala a jornalista Raquel Cozer, do *Estado de*

¹ Disponível em: www.fgv.br/cps/religiao. Acesso: 22/11/11, às 17h30.

² Disponível em: www.promocat.com.br/historia-da-promocat.htm. Acesso: 22/11/11, às 23h55.

³ Pesquisa da Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (Fipe), encomendada pela Câmara Brasileira do Livro (CBL) e pelo Sindicato Nacional de Editores (Snel), da qual participaram 114 editoras que representam 56% do universo em termos de faturamento. Fonte: www.publishnews.com.br/telas/noticias/detalhes.aspx?id=64697. Acesso: 23/11/11, às 3h30.

*S. Paulo*⁴, os totais de exemplares comercializados e títulos publicados referentes a 2009, por exemplo, não batem com os da pesquisa divulgada nesse ano, mas a CBL informou que as alterações em todos os números decorreram dos resultados do Censo do Livro 2009. Esse censo foi realizado entre novembro de 2010 e abril de 2011 e afere o ano de 2009, e a diferença nos resultados de 2009 pré e pós-censo demonstra a “maleabilidade” dos números. Porém, são a única medição feita.

Se já existe essa imprecisão quando se trata de livros em geral, a situação piora no que se refere aos religiosos. Tanto pelo fato de as editoras do ramo não visarem em primeiro lugar ao lucro — ou seja, não há muitas informações sobre volume de negócios e exemplares vendidos — quanto pelo fato de não haver muito interesse no estudo relativo a esse tema, não se encontram muitos registros. E isso me motiva a buscar a pesquisar sobre o assunto. Por ser católico e sempre procurar formação sobre a religião, a monografia será duplamente gratificante. Além disso, sabia da importância de se reunir informações relevantes sobre a área que poderiam servir de subsídios para futuros trabalhos, diante da escassez de produção sobre o tema religioso, especialmente católico.

Além disso, de certa forma, dará continuidade a um trabalho que iniciei na monografia anterior, de Jornalismo, “Os meios de comunicação na Igreja Católica: novos rumos e uma Canção Nova”. Ao final do outro trabalho, eu me identificara com a Comunidade Canção Nova, com sua capacidade de inovação e modernização e a interatividade de seu sistema de comunicação, que buscam uma nova forma de evangelização. É um posicionamento diferenciado dentro do cenário religioso católico, que visa aos mais jovens.

Nesta monografia, minha dúvida é como a editora Canção Nova se insere nesse sistema de comunicação. O livro é considerado um produto “menor” pela Comunidade, frente à TV e ao rádio, por exemplo? Ele está conectado às outras mídias, como normalmente acontece com os canais da CN? Como é o processo de produção? Essas foram as questões norteadoras.

Contudo, antes de se chegar à editora Canção Nova, dois temas que já vinham à tona e que precisavam ser estudados eram o surgimento das editoras católicas e o panorama delas no país. Era necessário se deter em cada um deles para, a partir daí, poder analisar melhor a editora que é foco deste trabalho. Além do mais, como trabalho na área de produção editorial

⁴ Disponível em: <http://blogs.estadao.com.br/a-biblioteca-de-raquel/11/08/16/pesquisa-producao-do-mercado-editorial-em-2010>. Acesso: 23/11/11, às 3h50.

e tenho interesse de trabalhar com obra religiosas, quem sabe numa editora do ramo, esses assuntos — e a monografia como um todo — me são de fundamental importância.

Dessa forma, este trabalho se inicia, no capítulo 2, com um histórico das editoras católicas no Brasil: a chegada das congregações religiosas ao país, vindas da Europa, instalando aqui suas gráficas e começando a fazer seus impressos; o crescimento do mercado livreiro, que impulsiona, assim, também as editoras religiosas; a integração nacional promovida pela Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB) e a renovação empreendida pelo Concílio Vaticano II, que possibilitou a difusão do livro católico, a ampliação do público leitor e a redefinição da função sacral do livro. As editoras que mais serão mencionadas, por seu histórico, serão a Vozes, por seu papel de destaque no meio intelectual, e as Paulinas, pelo destaque nas áreas de material bíblico, pastoral e catequético. As editoras contempladas serão Paulus, Loyola, Salesiana, Ave-Maria, FTD, Santuário, Cléofas, Canção Nova, Palavra & Prece, edições CNBB. À exceção da Canção Nova, as demais também serão mencionadas na atualidade, e não apenas no histórico, pois não serão analisadas nos capítulos seguintes.

O panorama atual é o foco do capítulo 3. O consumo de livros no país aumenta e, conseqüentemente, a produção. As editoras passam a se dividir entre tratar o livro como missão ou como produto — mas, no geral, variando entre as duas vertentes. Serão exploradas a relação entre “cultura industrial” e “cultura de massa”, expressa por Edgar Morin, e a questão da criação (conflito entre o novo e a repetição de fórmulas). Os livros de formação humana se popularizam e proliferam coleções e a segmentação. A religião se torna um “fato de mercado”: os artigos religiosos são “dessacralizados”, gerando polêmica, as feiras do ramo se profissionalizam, os livros católicos entram na lista de mais vendidos. Para análise do catálogo, são selecionadas nesse capítulo as editoras Vozes, Paulinas e Canção Nova: as duas primeiras, por serem as maiores e mais conhecidas, tradicionais, e a última, por ser o foco do capítulo 4 e um contraponto, já que se trata de uma editora menor e nova.

Para finalizar, o capítulo 4 se detém sobre a editora Canção Nova. Em primeiro lugar, fala-se sobre a própria Comunidade, seu reconhecimento pontifício, abrangência nacional e atuação internacional. O Clube da Evangelização — formado por sócios evangelizadores que contribuem mensalmente e recebem a Revista Canção Nova — e seu sistema de comunicação são aspectos essenciais sem os quais não seria possível entender o papel da editora e sua posição dentro da Comunidade. Também são abordadas a produção, distribuição, venda e divulgação da casa, com suas devidas particularidades, tanto no que se refere ao contexto

católico quanto ao livreiro em geral. Outros pontos importantes serão a propagação do carisma, dos valores e ideais da Comunidade por meio dos livros e de outros produtos do Departamento de Audiovisuais (DAVI); a importância das redes sociais; e a força do livro em meio ao sistema de comunicação.

As principais fontes desta monografia serão *O livro no Brasil*, de Laurence Hallewell, e *E o verbo se faz imagem: Igreja Católica e os meios de comunicação no Brasil, 1962-1989*, de Ralph Della Cava e Paula Montero — em especial o texto de Paula Montero “Letras católicas na sociedade de massas” —, utilizados principalmente nos capítulos 2 e 3 para traçar o histórico. Os sites das próprias editoras foram bastante consultados para obtenção de textos institucionais e informativos e dos catálogos, além de testemunhos, vídeos etc., somente aí acessíveis. Os sites do PublishNews (www.publishnews.com.br), com sua lista de mais vendidos, e da empresa católica Promocat Marketing Integrado (www.promocat.com.br) — organizadora da feira ExpoCatólica — foram essenciais na pesquisa. E, por fim, o portal da Canção Nova (www.cancaonova.com), que possui dezenas de canais de conteúdo sobre a Comunidade, com blogs, twitters, vídeos, áudios, páginas diversas que dão suporte para conhecer a CN.

Ao final, a meta é que o leitor possa ter um amplo panorama sobre as editoras católicas no Brasil e descortinar uma área que não é muito explorada, mas que possui suas especificidades. Muitas das editoras já existem há mais de um século e fazem parte da história do país, uma história que é contada por meio de livros.

2. HISTÓRICO DAS EDITORAS CATÓLICAS

Da chegada das congregações até o crescimento do mercado e a estruturação da Igreja no Brasil

Num mundo dominado pelo audiovisual e pelas crescentes inovações da internet, o livro impresso é um suporte que resiste. Ultimamente, já foi colocado em xeque por diversas vezes, com o advento do e-book, mas ele segue como um importante instrumento de produção de ideias e divulgação de um modo de ver e de atuar no mundo.

Desde seus primórdios, o cristianismo tem uma estreita relação com o texto escrito. Partindo do Verbo divino e das palavras proferidas por Jesus em suas pregações e dizeres aos apóstolos, chega-se aos manuscritos dos evangelistas e seus discípulos, dos profetas e de seguidores inspirados pelo Espírito Santo, assim como aos documentos dos Padres da Igreja⁵, bispos e demais cristãos. O próximo passo é o mais notório: o primeiro livro impresso por Gutenberg, a Bíblia. E esse volume produzido na tipografia, juntamente com diversos outros exemplares, levará à difusão do Livro Sagrado, em meio aos conflitos de Martinho Lutero contra a Igreja Católica, sacerdote este que iria fundar o protestantismo. Mas essa é outra história.

O que importa é perceber a ligação primordial da religião com a palavra escrita. Livros, boletins, revistas e jornais sempre tiveram papel de destaque na evangelização e propagação de valores e doutrina, e as editoras são os agentes por excelência desse processo. Para se chegar ao panorama atual, é necessário, primeiramente, fazer um histórico da atuação delas no contexto de nossa sociedade, e este trabalho, como já foi dito, se deterá sobre as instituições católicas. Um material fundamental para esse estudo se encontra no texto “Letras católicas na sociedade de massas”, de Paula Montero, dentro do livro *E o verbo se faz imagem*, de sua autoria e de Ralph Della Cava.

Os impressos católicos se iniciam com o trabalho apostólico de congregações que se estabelecem no Brasil. Segundo Paula Montero (1991:164-165), elas vêm ao país e instalam oficinas tipográficas a fim de lutar contra o anticlericalismo, a maçonaria e o positivismo da República nascente e de manter o vínculo cultural entre as congregações europeias e seus missionários nas colônias. Já em 1883, os salesianos criam uma escola em Niterói com uma

⁵ Viveram entre os séculos II e VII, e são assim chamados, no Oriente e no Ocidente, por serem considerados “Pais” da Igreja, pois firmaram os conceitos da fé católica e enfrentaram heresias, sendo responsáveis, entre outros, pela Tradição e Magistério da Igreja.

gráfica a fim de utilizá-la para o aprendizado profissional; em 1898, os claretianos, da Congregação dos Missionários Filhos do Imaculado Coração de Maria, começam a publicar em São Paulo a revista *Ave Maria*, a primeira revista mariana do país; e, em 1900, os redentoristas começam a editar, junto ao Santuário de Aparecida, o semanário *O Santuário*, órgão oficial da Basílica. No final do século XIX, é a vez dos franciscanos, que criam em Salvador o jornal *O Mensageiro de Fé*. Em 1901, instalam uma tipografia em Petrópolis, para imprimir cartilhas escolares, livros litúrgicos e catequéticos.

Já nos anos 1929 e 1931, as congregações paulinas desembarcam no Brasil, primeiramente os padres, da Pia Sociedade de São Paulo (Paulus), e depois as religiosas, da Pia Sociedade das Filhas de São Paulo (Paulinas), iniciando um trabalho de difusão da leitura com as famílias da imigração italiana do bairro operário do Brás, em São Paulo. As irmãs distribuíam o semanário *La Squilla*, editado pela tipografia dos paulinos, vendiam livros sobre a vida de santos e catecismos na porta da igreja e deixavam nas caixas de correio o folheto litúrgico *O Domingo*. Em 1934, elas passam a ter sua própria máquina tipográfica e começam a editar uma versão brasileira da revista italiana *Família Cristã* e, em 1935, publicam seu primeiro catecismo, *Mês de maio*, tradução da obra do Pe. Afonso Muzzarelli.

Como visto, a editoração sempre esteve presente nas congregações, porém, por um bom tempo, seria apenas um instrumento de trabalho subsidiário, vinculado unicamente às necessidades apostólica e educacional das congregações (*Ibid.*, p.165). Desde os anos 1920, pensadores católicos já haviam se destacado no cenário nacional, como Jackson Figueiredo e Alceu Amoroso Lima, e em 1930 o empresário e poeta Augusto Frederico Schmidt fundara uma livraria católica, a Livraria Schmidt Editora⁶, mas as casas de edição religiosa só teriam relevância no âmbito editorial brasileiro na década de 1950.

No período da II Guerra Mundial, surgem editoras católicas de pequeno porte, mas inseridas no debate intelectual da época, como é o caso, por exemplo, da Livraria e Editora Artes Gráficas Indústrias Reunidas (AGIR), fundada por Cândido Guinle de Paula Machado, juntamente com Alceu Amoroso Lima, em 1944 — mesmo após seu departamento gráfico ser vendido, o nome permaneceu (HALLEWELL, 2005:494). Desde o princípio, seu catálogo abrangia as áreas de religião, arte, literatura brasileira, pedagogia e livros didáticos, às quais foram acrescidas biografia, comunicação, fotografia, culinária, teatro e literatura infanto-juvenil. O primeiro título da editora foi *A descoberta do outro*, autobiografia espiritual de

⁶ Na livraria, reuniam-se escritores como Sobral Pinto, Manuel Bandeira, Afonso Arinos de Melo Franco e o próprio Alceu Amoroso Lima, que formavam o chamado “Círculo Católico”. A editora também publicou autores como Lúcio Cardoso, Rachel de Queiroz, Graciliano Ramos e Gilberto Freyre (HALLEWELL, 2005:423-427).

Gustavo Corção, que teve um grande impacto por ocasião de seu lançamento. Um dos primeiros sucessos foi *O pequeno príncipe*, cujos direitos foram adquiridos junto à Editora Globo; desde então, ele é o maior best-seller da casa, tendo chegado à sua 48ª impressão em 2006. Um dos primeiros títulos foi também *O lustre*, de Clarice Lispector. Segundo dados de Hallewell (p.495), em 2005 a Agir possuía 320 títulos e “goza da reputação de ser a editora mais bem-administrada de toda a indústria editorial do Brasil”⁷.

Voltando à época da II Guerra, é importante salientar que a Vozes publica obras significativas sobre temas religiosos num momento em que escasseavam os livros importados da Europa. Porém, como já foi dito, é só na década de 1950 que o livro religioso começa a ganhar destaque. A Reforma de Ensino de 1954, ao estender o ensino religioso ao primeiro e segundo ciclos, intensifica a produção catequética. As irmãs Paulinas iniciam a produção da coleção “Doutrina cristã”, um catecismo para professores e alunos que atinge, em pouco mais de 10 anos, o número de 5,3 milhões de exemplares impressos (MONTERO & DELLA CAVA, 1991:165). Em 1955, quanto à produção, a Vozes se encontrava na 9ª posição entre todas as editoras registradas à época, com 55 edições; a Agir, na 14ª, com 36; Paulinas, 23ª, com 20; e Salesiana, 34ª, com 7 (HALLEWELL, 2005:372). Às vésperas do golpe de 1964, com relação à quantidade de livros, a ordem era a seguinte: Agir, 20ª, com 60; e Vozes, 32ª, com 22 (*Ibid.*, p.536).

No final dos anos 1960, ocorre um crescimento global do mercado nacional de livros, decorrente da ação do Estado no setor (MONTERO & DELLA CAVA, 1991:163). Em 1966, é criado o Grupo Executivo da Indústria de Papel e Artes Gráficas (GEIPAG), que investe milhões no reequipamento das indústrias gráficas, e, ao mesmo tempo, para baratear o preço do livro, o governo estimula a fabricação de papel nacional.

Em novembro de 1966, com a finalidade de baratear os custos do livro didático, é criada a Comissão Nacional do Livro Técnico e Didático (COLTED), financiada pelo Ministério da Educação, pela United States Agency for International Development (USAID), com a colaboração do Sindicato dos Editores (SNEL). Ela investe logo de início cerca de 9 milhões de dólares no setor. Em 1973, é a vez de serem isentas de imposto todas as etapas de produção e venda do livro.

⁷ A Agir diminuiu sua produção de livros católicos a partir da década de 1960 (M. & D.C., 1991:198, nota 52) e fechou as portas em 1999 como editora própria (HALLEWELL, 2005:494). Em 2002, se tornou selo da Ediouro. Sofreu grande reforma editorial e gráfica em 2004. Manteve seus principais títulos, como *O pequeno príncipe* e *Auto da compadecida*, de Ariano Suassuna, e incorporou a seu catálogo autores como Pagu, Antonio Callado, Edison Carneiro, Bárbara Heliadora, Flávio Moreira da Costa e Lúcio Rangel. (Fonte: www.ediouro.com.br/site/seals/index/agir. Acesso: 02/10/11, às 16h30)

Todo esse movimento acaba beneficiando igualmente a produção religiosa, e a expansão do mercado, especialmente no campo educacional, possibilita o aparecimento de novas editoras católicas (M. & D.C., 1991:166). A editora Frère Théophane Durand⁸ (FTD), dos maristas, é fundada em 1902, mas surge mesmo com força em 1965, visando ao setor didático. Ela já ganhara um certo destaque no mercado editorial com o sucesso dos livros de matemática de segundo grau de Benedito Castrucci, cuja obra *A conquista da matemática*, escrita em colaboração com José Ruy Giovanni, vendeu, apenas em 1982, 600 mil exemplares (HALLEWELL, 2005:565). Em 1967, a editora já é a 8ª do país em termos de lucro (*Ibid.*, p.573) e, de 1971 a 1974, a 10ª editora que mais se beneficiou do programa de coedições com o Instituto do Livro, com 30 títulos (*Ibid.*, p.568).

Em 1963, surgem as edições Loyola, dos jesuítas, publicando coleções de preparação para casamento e educação da juventude. Em 1964, a Salesiana — fundada em 1962 pela Congregação dos Padres Salesianos —, até então com uma atividade exclusivamente gráfica, começa a produzir livros, sobretudo na área de catequese escolar. Começa com apenas 6 a 8 títulos por ano, mas em 1987 já edita 70 títulos e 150 reedições. Vozes e Paulinas também são favorecidas pelo crescimento do mercado — em 1969, a primeira era a 4ª em produção nacional, com 84 títulos (HALLEWELL, 2005:573).

As editoras católicas começam a diversificar suas publicações, buscando, por um lado, atender às demandas cada vez maiores do setor educacional e, por outro, às necessidades de consumo cultural e informação da classe média que emergiu durante o “milagre brasileiro” (M. & D.C., 1991:166). Outro fator é a expansão das universidades, leigas e católicas, nos anos 1970, o que amplia o público leitor. Desde 1969, a Vozes começa a investir bastante no setor universitário, em especial na área de ciências humanas. As edições Loyola passam a produzir obras de moral e cívica para colégios, e essas vendas lhe dão a base para seu início. Já as Paulinas, que se dedicam principalmente a catequese e liturgia, acompanham com mais vagar esse movimento em direção aos títulos não religiosos.

Nesse período, a produção e a tiragem de títulos religiosos também cresce regularmente (M. & D.C., 1991:168). Entre 1973 e 1978, a primeira praticamente dobra, alcançando o total de 15 milhões de exemplares, além do salto de 25 milhões de folhetos

⁸ Homenagem ao superior geral da Congregação Marista entre os anos de 1883 e 1907. Durante sua gestão, deu enorme estímulo à produção de obras didáticas para todas as disciplinas e deixou sua marca na profissionalização dos maristas como educadores e na expansão desse trabalho, oferecendo-lhes a formação de nível superior necessária a um educador.

produzidos em 1978 para 50 milhões em 1982. De 1973 a 1982, a proporção de livros religiosos dentro do mercado passa de 6,5% em 1973 para 12,5% em 1982.

Podemos ver igualmente a posição das editoras católicas no mercado a partir dos dados do *Leia Livros*⁹, citados por Hallewell (pp.658-659). Como o autor faz questão de salientar, “Os dados não são universais e, portanto, não refletem rigorosamente a situação. A falha não é da *Leia Livros*, mas das editoras, que não enviavam regularmente ao periódico seus lançamentos para serem incluídos na bibliografia. É isso o que explica a ausência na classificação, por exemplo, do Ibep (uma das maiores casas brasileiras da época, senão a maior), FTD, Ao Livro Técnico e outras”. A ordenação abaixo é por títulos em geral: novos mais reedições. Primeiro aparece a quantidade total, depois os novos títulos entre parênteses.

Produção das editoras católicas de 1979-1985¹⁰

	1979	1980	1981	1982	1983	1984	1985
Vozes	1ª 216	2ª 280	3ª 414 (138)	2ª 449 (177)	3ª 458 (126)	3ª 404 (129)	3ª 544 (451)
Paulinas		16ª 72	5ª 190	4ª 402 (166)	4ª 342 (166)	4ª 356 (163)	4ª 433 (419)
Loyola	10ª 124	19ª 64		11ª 145	7ª 258 (145)		
Salesiana			17ª 89	20ª 95	11ª 119		

É importante também destacar que, em 1981, o *Leia Livros* publica uma lista de best-sellers daquele ano, classificados em ficção, não ficção e infantis, e a *Vozes* se encontra na 7ª posição na categoria de não ficção (HALLEWELL, 2005:657).

Interessante observar que em 1986, quando se trata das 100 maiores editoras de livros não didáticos, nenhuma delas produz mais de 8% dos títulos editados por ano, mas, restringindo o escopo às editoras católicas, só Paulinas e Vozes respondem por 63% dos livros publicados. Segundo o *Leia Livros* de junho de 1987, citado por Paula Montero (p.168), levando em conta todas as editoras, em 1986 as Paulinas produziram 7,5% dos títulos e 6%

⁹ Mensário de crítica de livros, criado em maio de 1977, exibia a produção editorial nacional, e era publicado inicialmente pela Brasiliense, que o vendeu à editora Joruês, mas sobreviveu apenas até 1990.

¹⁰ OBS: Quando não consta a posição da editora, é porque ela não atingiu níveis suficientes para ficar entre as primeiras. Em 1979, foi o caso de Paulinas e Salesiana, que não figuravam entre as primeiras dez editoras do Brasil. Em 1980, Salesiana, ausente entre as primeiras dez. Em 1981, Loyola, fora da seleção das primeiras 21 editoras. Em 1984 e 1985, Loyola e Salesiana não figuram entre as 12 primeiras.

dos exemplares, sendo a 2ª em produção, e a Vozes, 5% dos títulos e 6% dos exemplares, sendo a 4ª. Já no âmbito católico:

Porcentagens de produção entre as editoras católicas (1986)

	% Títulos	% Exemplares
Paulinas	36%	33%
Vozes	27%	31%
Loyola	15%	10,5%
Salesiana	7%	5%

Já em 1987, a ordem quanto à produção é a seguinte, com base no número de títulos novos (HALLEWELL, 2005:737):

Produção das editoras católicas em 1987

Posição	Empresa	Títulos novos editados em 1987	Tiragem média por título	Exemplares editados	Vendas em dólares USA	Ordem por faturamento
2ª	Paulinas	512	5.454	2.792.000	?	?
6ª	Vozes	417	8.952	3.733.000	?	?
9ª	FTD	319	?		9.100.000	5º
12ª	Loyola	256	5.117		?	?
24ª	Santuário	114	7.491		?	?

Para entender como se formaram mercado e público para o livro católico no Brasil, é necessário compreender o contexto da Igreja no país. À época do Concílio Vaticano II, momento de renovação da instituição, a editora Vozes participa da divulgação das novas ideias do concílio, lançando uma média de 10 livros por mês sobre o assunto. Os novos ares da Igreja refletem na atuação da editora, que, em 1962 — mesmo ano da inauguração do evento —, passa por uma mudança em sua direção geral. É quando entra frei Ludovico Gomes de Castro, que amplia o parque gráfico, dobra a equipe de trabalho e expande a linha editorial das publicações. Repensando o papel de editora religiosa no interior da cultura brasileira a partir do conceito de “diálogo com o mundo” da Constituição pastoral *Gaudium et Spes*¹¹ — isto é, de preocupação pastoral com os problemas da realidade social —, a Vozes

¹¹ Disponível em: www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_const_19651207_gaudium-et-spes_po.html. Acesso: 02/10/11, às 23h25.

começa a publicar livros ligados a temas como terra, desemprego, dívida. A *Revista Eclesiástica Brasileira* (REB) e a *Revista de Cultura Vozes*, produzidas pela editora, também sofrem uma renovação e passam a defender o ecumenismo e a crer que não existe temática católica, pois todos os assuntos devem interessar ao cristão (M. & D.C., 1991:170).

Esse debate com o público não católico proposto pela Vozes leva a editora a se tornar cada vez mais um interlocutor de peso no meio intelectual brasileiro. O setor leigo da editora se consolida em 1969, quando Rose Marie Muraro, se torna editora de assuntos não religiosos e a produção do gênero passa a ser 50% de toda a produção. Além disso, a *Revista de Cultura Vozes* aborda assuntos ainda não muito discutidos na universidade, como o fenômeno da comunicação e cultura de massas. A Vozes também é pioneira em publicar títulos ligados à Teologia da Libertação (TL), que surge nos anos 1970, buscando unir o social ao religioso, dentro do contexto de países periféricos da América Latina, inclusive utilizando ideias marxistas. Esse movimento, e conseqüentemente as obras da Vozes, provocam polêmica nos setores mais conservadores, que consideravam que o lado social era mais valorizado que o espiritual e condenavam o uso do marxismo.

Devido a essas questões ideológicas, o Vaticano passa a pressionar a província dos franciscanos para que exerça controle sobre a editora. Até aquele momento, a Vozes crescera com a edição de livros de crítica social, explorando a relutância do regime militar em desafiar abertamente os órgãos da Igreja. Com o apoio da ordem franciscana e da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB), conseguira evitar a presença de censores em suas redações. Não sendo uma editora confessional — ligada hierarquicamente à ordem a que se ligava, como é o caso das edições Paulinas e da Loyola —, possuía um alto grau de liberdade com relação às autoridades eclesiásticas.

Com a pressão de Roma, Leonardo Boff, escritor e teórico da TL, é condenado em 1985 a um ano de silêncio pela Congregação da Doutrina da Fé, por causa do livro *Igreja: carisma e poder*. Rose Marie Muraro — autora de *Sexualidade, libertação e fé* — também desagradava ao Vaticano, por sua posição feminista controversa, e ambos acabam exonerados. Em junho de 1986, frei Ludovico Gomes de Castro é substituído por um colegiado que respondia mais diretamente à congregação. Em abril de 1991, Boff é afastado do cargo de redator da *Revista de Cultura Vozes* e quatro teólogos são encarregados de examinar todo artigo a ser publicado nas revistas da editora (HALLEWELL, 2005:660-661).

A Vozes assume um papel intelectual de destaque nacional, deixado vago pelas editoras católicas dos anos 1950, como é o exemplo da Herder em São Paulo, que traduzia as

obras do padre Lebret¹², e da AGIR no Rio de Janeiro, que reunia os pensadores católicos mais conservadores, como o já citado Gustavo Corção, Leonel Franca, João Mohana etc. (M. & D.C., 1991:171).

Já as edições Paulinas são mais voltadas para o lado pastoral, tendo como propulsora a difusão da Bíblia e da Catequese. Como diz o diretor das edições dos Paulinos, citado por Paula Montero (p.172), “Nossa vocação não é ser intelectual. O Paulino é eminentemente prático. Procura assessores no campo teórico. Somos para a difusão da mensagem cristã através dos meios de comunicação”. E é por isso que a editora começa a crescer apenas na década de 1970, quando a Igreja Católica no Brasil iniciou a sua estruturação em nível nacional.

Até aquela década, não havia qualquer integração entre dioceses, bispos e religiosos espalhados pelo país; cada qual tinha uma vida relativamente autônoma. A CNBB começa a buscar formas de conhecer melhor as paróquias, coordenando, rentabilizando e planejando suas ações pastorais, e adota o Plano Pastoral de Conjunto, a ser implementado de 1965 a 1969 (*Ibid.*, p.172). Mas apenas próximo dos anos 1970 é que as tentativas principiam a dar resultado. Impulsionadas pelo Concílio Vaticano II, as congregações são estimuladas a promover a renovação na Igreja em todos os níveis das estruturas diocesanas.

Com as novidades do concílio, novos documentos e novas ideias borbulhando, era necessário que os fiéis fossem alimentados com essas diretrizes. E é nesse contexto que o livro católico surge como um instrumento fundamental. Segundo o Anuário Católico (*apud* M. & D.C., 1991:174), na década de 1960 havia um público leitor de mais de 10 mil clérigos, que chega, em 1985, incluindo as ordens femininas, a 54 mil. Até então, a maioria das ordens religiosas que possuía parque gráfico trabalhava para um público em geral restrito e regionalizado. A expansão dos pontos de venda para outras regiões do país faz com que as editoras ampliem a quantidade de leitores. Até 1968, por exemplo, a Vozes só possuía 3 filiais, na própria região sudeste, e as Paulinas se concentravam mais nas regiões sudeste e sul — o elevado índice de analfabetismo e a extrema pobreza eram impedimentos para a

¹² A Herder era uma filial brasileira da homônima alemã, aberta em 1952, que atualmente atua com o nome de EPU — Editora Pedagógica e Universitária (HALLEWELL, 2005:685). O padre Lebret foi um dos introdutores da preocupação com o desenvolvimento global dentro da Igreja Católica. Participou da redação de documentos conciliares como o *Gaudium et Spes* e foi o inspirador da encíclica *Populorum Progressio* (www.vatican.va/holy_father/paul_vi/encyclicals/documents/hf_p-vi_enc_26031967_populorum_po.html), durante o pontificado de Paulo VI.

expansão às demais regiões. Atualmente, a primeira tem 19 filiais e 13 centros de distribuição (incluindo Portugal), e a segunda possui 24 casas de missão/ lojas.

A revista paulina *Família Cristã* alcança uma dimensão mais nacional com a criação de uma equipe de reportagem em Recife, no mesmo período em que as Paulinas se expandem pelo país, entre 1977 e 1987. A natureza do carisma paulino — o trabalho com a divulgação bíblica e catequética através dos meios de comunicação — torna essa congregação cada vez mais indispensável ao trabalho das dioceses, que solicitam que casas e livrarias sejam fundadas nas cidades para evangelizar (M. & D.C., 1991:175).

Como editora, as Paulinas só começam a ter uma produção significativa no final da década de 1970, mas, como se pode ver, elas já vão progressivamente constituindo sua capacidade de divulgação, passando, inclusive, a nível nacional. Em 1962, é criado o Instituto Superior de Pastoral Catequética (ISPAC) no Rio de Janeiro, e as Paulinas são encarregadas, pela CNBB, de produzir manuais catequéticos sintonizados com sua orientação. É assim que surgem os maiores best-sellers da editora: a coleção “Jesus nos leva ao Pai”, que, entre 1968 e 1987, imprimiu 7 milhões de volumes, e o *Pequeno catecismo de iniciação cristã*, que em 1973 já estava em sua 28ª edição¹³ (M. & D.C., 1991:176).

Cada vez mais as Paulinas se aproximam da CNBB, auxiliando na produção de material para o movimento bíblico e a pastoral vocacional, que em 1980 foi fornecido para mais de 50 mil grupos ativos das dioceses de São Paulo, como os círculos bíblicos e as Comunidades Eclesiais de Base (CEBs)¹⁴. E essa participação direta no planejamento da ação pastoral permite que as Paulinas tenham uma ideia precisa do que necessita ser publicado e distribuído.

É um conjunto de novas necessidades que vai se formando, de informar o corpo eclesial e os fiéis das novas campanhas, posicionamentos e mudanças do rumo da Igreja. Um mercado que se diversifica, dinamiza e precisa ser alimentado pelo livro religioso. E esse novo “diálogo com o mundo” proposto pelo Concílio facilita a expansão das editoras, pois as incentiva a publicar livros voltados para os não católicos (M. & D.C., 1991:177). Paula Montero (1991:177) afirma que, segundo a editora responsável das Paulinas à época, “O grande envolvimento do leigo, encontros de estudos bíblicos e dezenas de outras coisas que se criaram na Igreja (...) valorizaram o livro[,] que começou a ser instrumento que acompanhava o desenvolvimento da pastoral”.

¹³ Provavelmente aqui se queria dizer “reimpressão”, que em muitos livros se confunde com (re)edição.

¹⁴ Grupos organizados da Teologia da Libertação.

Aos poucos, a produção do livro católico começa a atingir o nível dos milhões de exemplares e a evangelização vai tomando forma de uma “pastoral de massas”. Assim, o episcopado inicia as tentativas de organizar e direcionar o mercado e, em 1980, ocorrem os primeiros encontros das editoras católicas, que se realizam duas vezes ao ano, com o apoio da CNBB. As editoras buscavam agilizar o sistema de circulação e consumo de livros, pois o volume da produção já tornava insuficiente a distribuição apenas por intermédio das livrarias, e elas esperam contar com a rede de paróquias. Já a CNBB queria unificar ideologicamente a produção católica e adequar a edição de textos às necessidades da pastoral que surgiam. Para Paula Montero (p.178), essas reuniões eram importantes porque se constituíam “numa das instâncias de organização e racionalização da produção do livro católico”. Lá se definiam prioridades de trabalho e orientações ideológicas, distribuíam-se benefícios e responsabilidades e delimitava-se “o âmbito de atuação de cada ator no interior do campo”.

Quanto a essa “atuação”, foram vistos principalmente até agora os casos da Vozes e das Paulinas. Outro braço da congregação paulina é a Paulus, da Pia Sociedade de São Paulo¹⁵, que inicia suas atividades em 1931. No mesmo ano, publicam o primeiro Santo Evangelho no Brasil, que teve tiragem de 10 mil exemplares, e começam a produção de livros. “Fiel ao ideal de falar de tudo cristãmente, procurando alcançar também cristãos não católicos, não cristãos e não crentes”¹⁶, a editora, tem hoje publicações nas mais variadas áreas: antropologia, apoio pedagógico, autoajuda, bíblicos, catequese, comunicação, devocionais, dicionários, documentos da Igreja, educação, espiritualidade, ética, filosofia, história, infanto-juvenil, literatura, pastoral, psicologia, sociologia e teologia. Atualmente, a editora conta com cerca de 3 mil títulos e está presente em 26 cidades no Brasil. Além de Bíblias e livros, a Paulus tem consistente atuação com folhetos litúrgico-catequéticos, como *O Domingo, O Domingo – Palavra, O Domingo – Crianças, Liturgia Diária e Liturgia Diária das Horas*, e a revista bimestral *Vida Pastoral*. O mais popular deles, *O Domingo*, tem tiragem semanal de quase dois milhões de exemplares¹⁷.

¹⁵ A congregação ainda abrange a Pia Discípulas do Divino Mestre, as Irmãs de Jesus Bom Pastor — Pastorinhas, e a Congregação Nossa Senhora Rainha dos Apóstolos para as Vocações — Irmãs Apostolinas.

¹⁶ Disponível em: www.paulus.com.br/institucional/index.php?option=com_content&view=article&id=18&Itemid=45 e www.paulus.com.br/institucional/index.php?option=com_content&view=article&id=15&Itemid=42. Acesso: 09/10/11, às 14h20.

¹⁷ Descrição mais detalhada sobre cada um e acesso ao texto do periódico referente ao dia disponíveis em: www.paulus.com.br/institucional/index.php?option=com_periodico&controller=periodico&task=periodico_detalhes&id_periodico=124. Acesso: 09/10/11, às 14h50.

Outro exemplo de editora atuante no país são as edições Loyola, que, com uma produção quase inteiramente voltada para os títulos religiosos, “especializou-se” no público dos movimentos leigos da Igreja, como os cursilhos de cristandade e a Renovação Carismática Católica (RCC). Ela começa a se expandir na década de 1970, a partir dos cursos de “promoção humana” ministrados pelos padres jesuítas ligados à editora. Porém, sem contar com uma rede de livrarias, ela precisa da promoção dos autores engajados na militância católica e da RCC. Depois da Vozes, o maior distribuidor da Loyola é o padre Eduardo Dougherty, jesuíta americano que está no Brasil desde 1966, hoje à frente da Associação do Senhor Jesus. Essa associação edita a revista *Brasil Cristão*, com tiragem de 184 mil exemplares, e possui um site que recebe a visita de milhares de pessoas de todo o mundo; além disso, ela é dona da TV Século 21¹⁸. Muitas vezes a editora é auxiliada por uma imensa rede de catequistas e paróquias, algo, portanto, fora de seu alcance (M. & D.C., 1991:179). Hoje com mais de 3.500 títulos em catálogo e mais de 5.200 publicações, as edições Loyola figuram entre as maiores editoras do Brasil, publicando obras de referência nos campos de teologia, Bíblia e pastoral, como a Suma Teológica, o Catecismo da Igreja Católica, Dicionário de Símbolos, Coleção “Ferramentas Bíblicas”, livros de Marco Bagno e Arnaldo Niskier, entre outros¹⁹. Também publica, desde 1981, a revista *Mensageiro do Coração de Jesus*, um dos meios de expressão e divulgação da devoção ao Sagrado Coração de Jesus, difundida especialmente pelos membros do Apostolado da Oração²⁰.

A editora Salesiana²¹ atua principalmente nas áreas de educação, paradidáticos, religião e salesianidade e tem destaque na produção de agendas escolares. Presta também serviços gráficos, campo onde atua há mais de 40 anos. Parceira da Associação de Educação Católica (AEC), que produz a *Revista de Educação AEC*, leva a proposta da Salesiana a um amplo conjunto de escolas e instituições de ensino católico de todo o país. A editora tem papel essencial na Rede Salesiana de Escolas, que já está no Brasil há 120 anos. Esta compreende mais de 100 instituições de ensino fundamental e médio, de norte a sul do Brasil, com aproximadamente 90 mil alunos e 4 mil educadores. São também 10 grandes universidades e centros universitários, oferecendo mais de 100 cursos, e uma rede muito ampla de obras sociais e de formação profissional²². A Salesiana está estreitamente vinculada

¹⁸ Disponível em: www.asj.org.br/padreeduardo.asp. Acesso: 08/10/11, às 20h20.

¹⁹ Disponível em: www.loyola.com.br/institucional/historia.aspx. Acesso: 08/10/11 às 20h35.

²⁰ Disponível em: www.loyola.com.br/institucional/historico.aspx. Acesso: 08/10/11 às 20h45.

²¹ Disponível em: www.editorasalesiana.com.br/quem_somos.aspx. Acesso: 09/10/11, às 15h.

²² Disponível em: www.editorasalesiana.com.br/rede.aspx. Acesso: 09/10/11, às 15h.

a uma proposta pedagógica, unificada e trabalhada com material didático próprio desde 2005, em todas as escolas salesianas do Brasil, sem contar as escolas conveniadas. Além de toda essa bagagem, a editora publica o bimestral *Boletim Salesiano*, que no Brasil tem tiragem de mais de 60 mil cópias²³.

Já a FTD se firmou entre as lideranças de adoção de obras das disciplinas básicas do currículo escolar, “estabelecendo padrões de qualidade na linguagem, no conteúdo e na apresentação gráfica do material escolar”. Além disso, possui o FTD - Sistema de Ensino, ligado a diversas escolas por todo o Brasil. Hoje, conta com mais 1.100 autores catalogados e mais de 4 mil obras impressas, e um parque gráfico de 51 mil metros quadrados. A editora possui dez filiais responsáveis pela distribuição e venda de livros. Equipes de divulgação externa realizam visitas constantes a escolas, livrarias e órgãos públicos, levando os mais recentes lançamentos e colhendo informações sobre os produtos adotados. Todas as filiais possuem um *showroom* (sala dos professores) no qual são expostas as principais obras²⁴.

A editora Ave-Maria tem como grande destaque sua Bíblia Sagrada, difundida amplamente pelo público católico. Começou a ser produzida em 1957, e sua primeira edição atingiu a tiragem de 42 mil exemplares. Traduzida dos originais grego e hebraico, pelos monges beneditinos de Maredsous (Bélgica), é considerada uma das melhores traduções do mundo. Apenas na década de 1980 a editora ampliou seu acervo editorial, de pouco mais de uma dezena de livros devocionais para mais de 1.000 títulos em diversas áreas (estudos bíblicos, catequese, espiritualidade, autoajuda, liturgia, teologia, devocional, mariologia, infanto-juvenil e educação). Sua rede de livrarias conta com apenas nove lojas espalhadas pelo Brasil e, em algumas delas, disponibiliza espaços para a formação de evangelizadores e dos fiéis²⁵.

A editora Santuário tem como best-seller, na 70ª edição, com mais de 500 mil exemplares impressos, o *Manual do devoto de Nossa Senhora Aparecida*. Este foi o primeiro livro publicado pela editora, em 1904, cuja primeira edição, de 3 mil exemplares, esgotou já no final daquele ano. Além do já citado *O Santuário*, a instituição tem como periódico o *Ecos marianos*, publicado desde 1927, com informações sobre o que se passa no Santuário Nacional e um resumo do crescimento da devoção à Virgem de Aparecida. Houve época em que sua edição chegou a superar a cifra de 60 mil exemplares. E, igualmente, o folheto litúrgico *Deus Conosco* — surgido na década de 1970 —, que traz os textos da missa e está

²³ Mais sobre o boletim em: www.editorasalesiana.com.br/boletim_o_que.aspx. Acesso: 09/10/11, às 15h.

²⁴ Disponível em: www.ftd.com.br/a-editora-ftd/D57. Acesso: 09/10/11, às 19h40.

²⁵ Disponível em: www.avemaria.com.br/editora/editora.jsp. Acesso: 09/10/11, às 20h.

espalhado por várias regiões do Brasil. Hoje, a marca Santuário possui cerca de 2.100 títulos publicados, a maior parte deles na linha popular religiosa, mas também vários outros de nível acadêmico, nas áreas de moral, bioética, direito canônico, teologia geral, espiritualidade, escritos antigos do cristianismo, estudos bíblicos, dicionários especializados, atlas bíblicos e da história do cristianismo etc²⁶.

Idealizada em 1996, a editora Cléofas nasceu com uma proposta incomum: publicar e divulgar os livros de apenas um autor, o professor Felipe Aquino. Sempre focada em temas ligados à Igreja Católica, cresceu baseada na missão de mostrar aos leitores o quanto a espiritualidade e a vida em Cristo é importante para o desenvolvimento pessoal e social. Destaca-se ainda pela publicação de livros de autoajuda, baseados em textos bíblicos²⁷. Para entender melhor quem é esse autor, Felipe Aquino já lançou 59 títulos e é apresentador na Rádio e TV Canção Nova, nos programas *Escola da fé* e *No coração da Igreja*, e também participa do programa *Trocando ideias*. Percorre o Brasil e outros países promovendo Encontros de Aprofundamento destinados a jovens, noivos e casais. Na WebTV Canção Nova, comanda o programa *Palavra da fé*, e desde 2007 possui um blog no portal da Canção Nova, dedicado a abordagens de temas ligados à Igreja e que ao mesmo tempo façam parte da vida da sociedade: blog.cancaonova.com/felipeaquino/sobre-o-blog²⁸. Logo, é um autor midiático e com uma obra ampla.

A editora Canção Nova possui apenas 14 anos de atuação no mercado editorial e conta com mais de 200 títulos nas áreas de espiritualidade (obras devocionais, oracionais e de formação), livros infanto-juvenis e biográficos²⁹. É mais uma peça da evangelização da CN, fundamental para a subsistência da Comunidade, e parte do DAVI (Departamento de Audiovisuais). Seu catálogo e especificidades serão detalhados nos próximos capítulos.

A Palavra & Prece Editora também tem pouco tempo de existência: 11 anos. Dirigida por leigos, segundo seu site ela “figura entre as empresas que mais crescem no segmento editorial”³⁰, e o catálogo possui mais de trezentas publicações. Em todo o território nacional, conta com a parceria com as distribuidoras Loyola e Mãe da Igreja³¹, e está presente internacionalmente, em Angola, Argentina, Espanha, Estados Unidos, Itália, Japão, Malta,

²⁶ Disponível em: www.editorasantuario.com.br/default2.asp?pg=sys/nucleo&cat_cod=152. Acesso: 09/10/11, às 20h25.

²⁷ Disponível em: www.cleofas.com.br/editora.aspx. Acesso: 09/10/11, às 20h45.

²⁸ Disponível em: www.cleofas.com.br/professor_felipe.aspx. Acesso: 09/10/11, às 20h45.

²⁹ Disponível em: <http://editora.cancaonova.com/editora.php>. Acesso: 09/10/11, às 21h.

³⁰ Disponível em: www.palavraeprece.com.br/index.php/quemsomos. Acesso: 22/10/11, às 12h15.

³¹ Disponível em: www.maedaigreja.com. Acesso: 22/10/11, às 12h10.

Moçambique, Polônia e Portugal. A Palavra & Prece também possui um projeto especial chamado Memórias³², cujo objetivo é produzir livros voltados exclusivamente para a história e as datas especiais de congregações e comunidades. Essas publicações têm capa dura e podem ter reserva de verniz, alto-relevo e tinta especial, sendo que há três opções de impressão: colorido, duas cores e P&B. A editora igualmente produz, junto com a Loyola, um material didático voltado para catequistas e catequizandos, intitulado “Conte comigo para ver Jesus”³³.

Para finalizar, existem também as edições CNBB, criadas no dia 14 de dezembro de 2005, com sede em Brasília. Destinam-se à publicação, divulgação, venda e distribuição de documentos e subsídios da CNBB e da Igreja, úteis ao cumprimento de sua missão evangelizadora, sob a forma de livros, brochuras, folhetos, jornais, revistas, CDs, entre outros³⁴. O catálogo é dividido em Bíblia, catequese, comunicação, documentos (Santa Sé, CELAM [Conselho Episcopal Latino-Americano] e CNBB), doutrina, ecumenismo, JMJ³⁵, juventude, leigos, liturgia, missões, pastorais sociais, projeto “O Brasil na Missão Continental”, vida e família, vocação, entre outros. A editora tem coleções como À luz de Aparecida; Aos jovens com afeto; Direito canônico; Estudos da CNBB – Verde (cor das capas); Subsídios Doutrinários – Vinho; Universidades. Anualmente, a CNBB publica material para a Campanha da Fraternidade³⁶, como banners, cartazes, adesivos, livros e cartilhas para diversos momentos, como círculos bíblicos, vias-sacras, vigílias eucarísticas. E ainda há possibilidade de assinar três periódicos: Comunicado mensal, Notícias – boletim mensal e Roteiros homiléticos.

Segundo dados de 2008³⁷, a Igreja Católica no Brasil possui quarenta editoras, dentre as quais as seis maiores têm quinze mil títulos em catálogo. A maioria é de editoras pequenas, que tem poucas publicações e às vezes estão ligadas a grupos e comunidades, como Ágape Editora, Ecclesiae, edições Louva-a-Deus, editora PUC-Rio, editora Reflexão, Nossa Senhora da Paz Livraria e Editora etc. São editoras com pouco tempo de existência, que não se

³² Disponível em: <http://palavraeprece.com.br/memorias>. Acesso: 22/10/11, às 12h30.

³³ Disponível em: <http://contecomigojesus.com.br>. Acesso: 22/10/11, às 12h30.

³⁴ Disponível em: www.edicoescnbb.com.br/site/page.php?idPage=13. Acesso: 09/10/11, às 21h05.

³⁵ Jornada Mundial da Juventude, criada pelo Papa João Paulo II para reunir os jovens do mundo inteiro de três em três anos, comemorando o Dia Mundial da Juventude. A próxima JMJ será no Rio de Janeiro, em 2013 (apesar de a última ter sido em 2011, ela não será realizada em 2014 devido à Copa do Mundo no mesmo ano).

³⁶ Campanha realizada anualmente pela Igreja no Brasil, sempre no período da Quaresma, idealizada por D. Hélder Câmara. Seu objetivo é despertar a solidariedade dos fiéis e da sociedade em relação a um problema social concreto, buscando soluções. A cada ano é escolhido um assunto e um lema, que explicita em que direção se busca a transformação.

³⁷ RABELO, Carina. “O avanço dos católicos na mídia”. Revista Istoé, Nº 2028, 17 de setembro de 2008, p. 68.

comparam com as grandes tradicionais e as médias com uma quantidade razoável de lançamentos, mostrando a diversificação de casas publicadoras.

Tradicionais ou não, as editoras passam por transformações especialmente após o Concílio Vaticano II, com mais intensidade no século XXI, buscando um público não católico e tornando seus livros mais comerciais e a religião, um “fato de mercado”. É o que será mostrado no próximo capítulo.

3. LIVRO COMO MISSÃO OU LIVRO COMO PRODUTO?

*Profissionalização e “dessacralização” das editoras.
Os casos de Vozes, Paulinas e Canção Nova*

É a partir da renovação empreendida pelo Concílio Vaticano II e da integração nacional promovida pela CNBB que as publicações católicas começam a se difundir e o seu mercado, a expandir. Com a participação efetiva dos leigos na Igreja, os livros ampliam seu público, e o pensamento do “diálogo com o mundo” leva a uma mudança de ideias, redefinindo a função sacral do livro. É o que podemos ver na fala de um ex-editor da Vozes, citado por Paula Montero (1991:182): “cultura é tudo que eleva o Homem, portanto toda cultura é católica.”

Assim, o que se entendia por livro religioso ganha uma nova dimensão e, além do público leigo católico, vêm se juntar o não católico e não crente, que será visado pelas editoras, nem que seja nas entrelinhas. O consumo de livros aumenta, e isso automaticamente leva a um investimento na modernização da produção e na profissionalização da distribuição. Inicia-se a produção em escala industrial: racionalização do trabalho, standardização, exigência nas margens de rendimento etc. As congregações começam a repensar seu papel no âmbito cultural, definindo os limites éticos de sua produção em oposição às exigências do mercado e adequando o sentido de vocação à nova divisão social do trabalho (MONTERO & DELLA CAVA, 1991:181).

Toda essa questão está ligada à relação entre “cultura industrial” e “cultura de massa”, expressa por Edgar Morin (*apud* M. & D.C., 1991:187). A última está voltada para a rentabilidade máxima e tem a preocupação de agradar o consumidor; ela procura adequar sua cultura às exigências desse público. A primeira, ao contrário, deseja convencer e educar, seja pelo sistema do Estado, seja pelo sistema eclesial. Ela não é prioritariamente estimulada pelo lucro, logo não tem que satisfazer o consumidor e pode propor valores da “alta cultura” ou “conscientizadores”; procuram adaptar o público à sua cultura. Porém, para se impor no mercado e atrair público de fora da Igreja, é necessário às vezes conquistar o leitor. E assim sempre se opera a tensão entre o livro como missão e o livro como produto.

Outro aspecto presente nesse contexto é o da criação (*Ibid.*, p.188). A cultura de massa convive com dois lados contraditórios: a necessidade de evitar riscos, repetindo fórmulas aceitas, e a necessidade de renovar a produção. Quando se trata de produto religioso, esse problema não surge da mesma forma, pois há uma divisão entre os mundos da estética e da

religião. A cultura industrial religiosa é de antemão independente do criador; o que o livro religioso procura ensinar já está mais ou menos pré-definido pelos limites da doutrina. O produtor pode apenas mudar a maneira de apresentar o conteúdo, modernizando, por exemplo, a linguagem e o aspecto gráfico do livro ou a abordagem.

A tendência à produção para a “massa”, de homogeneizar e “falar pouco para muitos” pode ser também percebida nas editoras católicas, como, por exemplo, nos títulos, digamos, “semirreligiosos”, que procuram dar ao leitor uma “formação mais humana” (*Ibid.*, p.193). Essa literatura associa “rudimentos de psicologia a conselhos práticos para situações difíceis” e é consumida por um grande público, não se distinguindo muito dos livros do gênero publicados pelas editoras leigas. É o caso de livretos como o famoso *Minutos de sabedoria*, da Vozes, escrito por um ex-barnabita que se tornou espírita e que, desde 1982, já vendeu 11 milhões de exemplares³⁸. É uma produção que “dilui a mensagem religiosa num conjunto de proposições mais ou menos padronizadas — mensagens de otimismo, felicidade e amor”, buscando alcançar um “público médio”. Segundo seus defensores, seria uma forma sutil de injetar valores cristãos na cultura de massa (*Ibid.*, p.193).

Mais uma característica dos livros religiosos é a tendência à segmentação dos públicos e à proliferação das coleções (*Ibid.*, p.194). Essas mudanças demonstram a diversificação da produção, que passa a acompanhar os temas que a Igreja vai promovendo. As coleções vêm dar sequência ao movimento de personalização, por meio de publicações serializadas, com aspecto gráfico, tamanho e linguagem padronizados, o que estimula o consumo sucessivo de vários títulos.

Dentro dessa tensão entre o livro como missão e o livro como produto, os produtos religiosos vão adquirindo mais o caráter de mercado, e novas iniciativas surgem para incentivar esse aspecto. É o caso da Promocat Marketing Integrado, empresa brasileira de comunicação especializada no segmento católico que foi criada em 2002. De acordo com seu diretor-geral, Fábio Castro,

O segmento católico é exigente e sentia a necessidade de maior qualificação em relação aos fornecedores de produtos e artigos religiosos. A maioria das empresas fornecedoras era pequena e mantinha-se no mercado sem perspectiva de crescimento, além de desconhecer as reais necessidades da Igreja, que mantém anseios permanentes pela qualificação e diversificação dos produtos junto a seus fornecedores³⁹.

³⁸ BALBI, Marília. “Pioneirismo e modernidade” (Matéria de capa) *In: Panorama editorial* nº 58 – ano VII (2011), p.31. Disponível em: <http://pt.calameo.com/read/000059048bbca065beeca>. Acesso: 16/10/11, às 0h30.

³⁹ Disponível em: www.promocat.com.br. Acesso: 16/10/11, à 1h.

A Promocat realiza anualmente feiras de produtos e serviços religiosos (ExpoCatólica), de promoção do turismo religioso (Peregrinus) e de divulgação de congregações e comunidades (ExpoVocacional), e promove o Salão Anec de Educação, voltado para a educação católica, e o Congresso Nacional de Gestão Eclesial (CONAGE). Possui publicações na área de Gestão e Administração Eclesial — como a revista bimestral *Paróquias & Casas Religiosas* — e edita o Censo Anual da Igreja Católica e o Anuário Católico do Brasil. Por meio da Promocat Comunicação Inteligente, sua própria agência, ela opera nas áreas de publicidade, jornalismo, pesquisa, eventos e internet, sempre com ações alinhadas às diretrizes da Igreja Católica. É também responsável pelo portal Guia Católico, que integra todos os dados da Igreja Católica no país, e por um mailing que inclui os contatos das livrarias e empresas de artigos religiosos espalhadas pelo Brasil.

A visão da empresa é a da profissionalização, de tratar o religioso não apenas como algo a ser levado com fé: “Tornar-se uma empresa de referência na promoção do segmento religioso católico, ser reconhecida tanto no âmbito religioso quanto fora dele pela seriedade, solidez e a alta qualidade de seus trabalhos.”⁴⁰

Concentremo-nos na ExpoCatólica, que é o evento que interessa para o setor livreiro. A feira é realizada desde 2003, com o objetivo de fomentar e promover o segmento e encurtar o caminho entre fornecedores, fabricantes e consumidores, do mesmo modo como ocorria com feiras de outros setores. Formatada com base em projetos similares encontrados na Europa e nos Estados Unidos, um dos principais desafios da ExpoCatólica é não abandonar as particularidades, linguagem e diretrizes que a Igreja Católica exige.

Após oito anos de criação, a feira já integra o competitivo calendário de negócios de São Paulo⁴¹ e conta anualmente com cerca de 35 mil visitantes. O público-alvo é formado por padres, freiras e lideranças religiosas, mas o evento atrai maciçamente lojistas, atacadistas e o consumidor comum. Em 2011, houve 200 expositores presentes no evento⁴². Os dois primeiros dias da feira são dedicados exclusivamente para o atacado, quando os expositores, perante o público potencial, terão espaço para atuar na fidelização e busca de novos clientes. Nos dias abertos ao público consumidor é o grande momento de venda direta para uma massa de mais de 20 mil pessoas. Segundo o site da Promocat, “O primeiro grande resultado alcançado (...) e que hoje é latente aos olhos de todos é a melhoria na qualidade dos produtos

⁴⁰ Disponível em: www.promocat.com.br. Acesso: 16/10/11, à 1h.

⁴¹ Disponível em: www.promocat.com.br/historia-da-promocat.htm. Acesso: 16/10/11, à 1h30.

⁴² Disponível em: www.radiocoracao.org/noticias/expocatolica-2011-sua-igreja-viva. Acesso: 13/10/11, às 14h.

e serviços produzidos para o culto da fé católica e para a missão pastoral da Igreja. A partir da ExpoCatólica o setor se fortaleceu e ganhou credibilidade dentro e fora da Igreja”⁴³.

Em expansão, o segmento religioso marca presença em diferentes realidades. São mais de 10 mil lojas de presentes e artigos religiosos espalhadas pelo Brasil, além de livrarias especializadas que comercializam esses produtos. Sem contar as mais de 30 mil casas religiosas entre paróquias e comunidades que são pontos potenciais de difusão da religiosidade⁴⁴.

Ao mesmo tempo em que podem ser considerados como profissionalização e qualificação do meio religioso católico, tais eventos também são vistos, em especial por setores mais conservadores da Igreja, como “mercantilização” da fé: o sagrado torna-se profano. O teólogo da PUC-SP Fernando Altemeyer opina: “A mensagem cristã não é um produto. Ela pode até ser apresentada num mundo marcado por signos dentro de uma roupa, mas ela não cabe dentro da roupa, porque a mensagem cristã é gratuita.” Já o padre Trevisan, da TV Século 21, afirma que “a mensagem não é comercial, mas nós vendemos produtos que a levam e precisamos fazer marketing disso. Temos um excelente produto que é a mensagem do evangelho e a linguagem do marketing está bem adequada à religiosa”⁴⁵.

No documento “Igreja e Internet”, de 2002, o Pontifício Conselho das Comunicações Sociais (PCCS) alerta que é necessário tomar cuidado quanto a essa oferta de produtos religiosos:

a vasta gama de opções relativas aos produtos e serviços de consumo, disponíveis na Internet, pode ter um efeito excessivo sobre a religião e encorajar uma abordagem «consumista» no que se refere à fé. Os dados indicam que alguns utentes que visitam os *web sites* religiosos podem vir a encontrar-se numa espécie de liquidação, seleccionando e escolhendo elementos religiosos uniformizados que correspondam aos seus gostos pessoais. A «tendência que alguns católicos têm, de ser selectivos no seu apego» aos ensinamentos da Igreja, constitui um problema reconhecido noutros contextos; temos necessidade de mais dados para saber se, e até que ponto, este problema é exacerbado pela Internet⁴⁶.

⁴³ Disponível em: www.promocat.com.br/historia-da-promocat.htm. Acesso: 16/10/11, às 1h30.

⁴⁴ Disponível em: www.midiacatolica.com/rondonia/noticias/brasil/837-expo-catolica-2011.html. Acesso: 13/10/11, às 14h15.

⁴⁵ TEIXEIRA, Fabrício e PACETE, Luiz Gustavo. “Ver pra crer” (matéria de capa). Revista Imprensa, Nº 243, março de 2009, p. 29.

⁴⁶ Disponível em: www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_20020228_church-internet_po.html. Acesso: 13/11/11, às 21h30.

De acordo com o sociólogo Luís Benedetti (1986), “O mundo religioso é uma população cada vez mais seletiva de consumidores (...) e a religião se torna um fato de mercado” (*apud* M. & D.C., 1991:145).

E esse “fato de mercado” se torna presente nas listas de mais vendidos. Naturalmente que as posições das editoras católicas na atualidade nem se comparam com as de antigamente, já que a concorrência entre as editoras se acirrou, e as demais têm um investimento pesado. Os rankings que serão utilizados neste trabalho serão os do site PublishNews (PN), newsletter e portal especializados no mercado editorial que existem há 10 anos e 2 anos, respectivamente.

O ranking de 2010 do PN na verdade só começa no dia 17/09. Segundo o site, ele

é elaborado a partir da soma simples das vendas de todas as livrarias consultadas. Os números e gráficos aqui apresentados refletem justamente esta soma. Trata-se, portanto, de uma amostra e não do universo da venda de livros no Brasil. Como as livrarias mandam no máximo listas com os 20 livros mais vendidos em cada categoria, as posições finais da lista, a partir do 15º lugar, apresentam uma maior margem de erro⁴⁷.

Esses critérios valem não só para este ranking, mas para todos os demais do PN. Em 2010, apenas três editoras católicas apareceram, ao longo do ano, nas listas semanais de cada categoria. A editora Ave-Maria esteve presente com *Minha primeira Bíblia com a turma da Mônica*, de Luis Erlin, na categoria Infanto-juvenil, com 542 exemplares vendidos. É a parceria da editora com Mauricio de Sousa que dá frutos. A editora Canção Nova apareceu com *Quem me roubou de mim? — O sequestro da subjetividade e o desafio de ser pessoa*, do padre Fábio de Melo, na categoria Autoajuda, com 1.167 exemplares. E a editora Vozes, com *Qual é a tua obra? — Inquietações propositivas sobre gestão, liderança e ética*, de Mario Sergio Cortella, parte do selo Vozes Nobilis, na categoria Negócios, com 1.408 exemplares. Os dois primeiros livros não atingiram números suficientes para ficar entre os 20 mais vendidos de 2010, mas o terceiro ficou em 18º em sua categoria.

Em 19 de maio de 2011, no Blog do PublishNews, Carlo Carrenho, sócio-fundador do PN, postou um texto sobre critérios de ranqueamento⁴⁸. Ele comenta que o ranking de editoras do site é democrático porque “contamos cada título que alcança a lista como um ponto para cada editora, permitindo assim que várias editoras menores apareçam nas listas,

⁴⁷ Disponível em: www.publishnews.com.br/telas/mais-vendidos/ranking-anual.aspx?data=2010&tipo=anual. Acesso: 19/10/11, às 0h40.

⁴⁸ Disponível em: <http://publishnews.wordpress.com/11/05/19/os-exemplares-que-fazem-a-diferenca>. Acesso: 22/10/11, às 11h15.

particularmente as mensais e anuais, com algum livro que foi sucesso por uma ou duas semanas”. Mas também é injusto porque “editoras que têm menos títulos na lista, mas são mais eficientes — i.e. seus títulos vendem mais exemplares e permanecem mais semanas na lista —, acabam sendo prejudicadas no ranking ao obter apenas um ponto por título”.

Assim, Carlo Carrenho estudou a lista anual de 2011 do PN, utilizando as listas semanais de 07/01 a 13/05, e somou o número de exemplares que cada editora colocou na lista, independentemente do número de títulos. Segundo ele, “este estudo se baseia apenas nos 100 títulos que todas as semanas entram na lista de mais vendidos do PublishNews e não na totalidade do mercado. Desta forma, editoras que vendem bem em mercados alternativos ou possuem um catálogo forte, com long-sellers, acabam subdimensionadas neste estudo”.

De acordo com esses parâmetros, as editoras católicas se encontravam nas seguintes posições:

***Classificação das editoras católicas
com base nos exemplares vendidos (07/01/11-13/05/11)***

Posição	Editora	Quantidade de exemplares na lista	Participação na lista	Quantidade de títulos na lista
28 ^a	Loyola	2.311	0,16%	1
30 ^a	Ave-Maria	2.070	0,14%	1
34 ^a	Voices	1.275	0,09%	1

Para se ter uma ideia, a líder era a editora Globo (principalmente por causa de *Ágape*), com 297.424 exemplares vendidos e participação de 20,52%.

Até 16 de outubro de 2011, as vendas das editoras católicas eram as seguintes:

Vendas das editoras católicas em 2011, até 16/10⁴⁹

Editora	Livro	Categoria	Nº de exemplares vendidos
Voices	<i>Qual é a tua obra?</i> (Mario Sergio Cortella)	Negócios	7.375
	<i>Não nascemos prontos</i> (Mario Sergio Cortella)	Não ficção	823

⁴⁹ Disponível em: www.publishnews.com.br/telas/mais-vendidos/ranking-anual.aspx. Acesso: 22/10/11, às 12h40.

Como o título da tabela diz, esta é uma compilação de livros publicados pelas editoras católicas, independentemente se são livros religiosos ou não (assim como editoras não católicas publicam livros religiosos).

	<i>O corpo fala</i> (Roland Tompakow e Pierre Weiel)	Autoajuda	203
	<i>Não espere pelo epitáfio...</i> (Mario Sergio Cortella)	Não ficção	186
Ave-Maria	<i>Minha primeira Bíblia com a turma da Mônica</i> (Luis Erlin)	Infanto-juvenil	4.526
Loyola	<i>A vida é feita de escolhas</i> (Dalcides Biscalquin)	Autoajuda	2.311
Palavra & Prece	<i>Amar, sofrer, perdoar e continuar</i> (Padre Serginho)	Autoajuda	553
FTD	<i>A volta ao mundo em 80 dias</i> (Julio Verne)	Infanto-juvenil	192

É importante destacar que o livro *Qual é a tua obra?* se encontrava na 14ª posição em sua categoria. E pode-se ver que essa obra provocou a entrada na lista de outros dois livros do autor.

Considerando-se apenas o mês de agosto de 2011 (o último com a lista mensal no PN na data de 22/10), os valores são os seguintes:

Vendas das editoras católicas em agosto de 2011 ⁵⁰

Editora	Livro	Categoria	Nº de exemplares vendidos
Vozes	<i>Qual é a tua obra?</i> (Mario Sergio Cortella)	Negócios	1.984
	<i>Não nascemos prontos</i> (Mario Sergio Cortella)	Não ficção	604

⁵⁰ Disponível em: www.publishnews.com.br/telas/mais-vendidos/ranking-mensal.aspx?data=01/08/11&tipo=mensal. Acesso: 22/10/11, às 13h.

	<i>O corpo fala</i> (Roland Tompakow e Pierre Weiel)	Autoajuda	203
	<i>Não espere pelo epitáfio...</i> (Mario Sergio Cortella)	Não ficção	186
FTD	<i>A volta ao mundo em 80 dias</i> (Julio Verne)	Infanto-juvenil	192

Interessante perceber que o número de exemplares de *O corpo fala*, *Não espere pelo epitáfio* e *A volta ao mundo em 80 dias* é o mesmo da tabela anual, logo todos foram vendidos apenas em agosto. Nesse mês, *Qual é a tua obra?* ficou em 5º na categoria de Negócios, e *Não nascemos prontos*, em 8º na de Não ficção.

Uma das aparições mais recentes⁵¹ de editoras católicas nas listas semanais é a da Vozes na semana de 10/10/11 a 16/10/11⁵², mais uma vez com *Qual é a tua obra?*, com 331 exemplares (8ª posição em Negócios). E, na semana de 19/09 a 25/09⁵³, a editora Ave-Maria e a *Minha primeira Bíblia com a turma da Mônica*, com 246 exemplares (13ª posição em Infanto-juvenil).

Para se ter um conhecimento mais detalhado da produção católica, é necessário se deter sobre algumas editoras e analisá-las com mais cuidado. Neste trabalho, as editoras selecionadas foram a Vozes, as Paulinas e a Canção Nova.

A Vozes já tem, em sua história, mais de 5 mil títulos lançados⁵⁴, e destes mais de 2 mil títulos estão ativos em seu catálogo, número que é acrescido a cada mês com uma média de 15 lançamentos⁵⁵. O coordenador nacional de vendas da Vozes Teobaldo Heidemann explica o sucesso dos 110 anos de existência: “Precisa ter missão, valores, políticas, além de estratégias fortes para manter seu equilíbrio interno e não se perder em meio aos modismos, para que as tendências agreguem potencial e não degradem seu valor.” (BALBI, 2011:31)

⁵¹ Tendo-se como referencial a data de 22/10.

⁵² Disponível em: www.publishnews.com.br/telas/mais-vendidos/Default.aspx?data=21/10/11&tipo=semanal. Acesso: 22/10/11, às 13h20.

⁵³ Disponível em: www.publishnews.com.br/telas/mais-vendidos/Default.aspx?data=30/09/11&tipo=semanal. Acesso: 22/10/11, às 13h25.

⁵⁴ Disponível em: www.universovozes.com.br/editoravozes/web/view/PosicaoEditorial.aspx. Acesso: 23/10/11, às 19h45.

⁵⁵ Disponível em: www.universovozes.com.br/editoravozes/web/view/AEmpresa.aspx. Acesso: 23/10/11, às 19h47.

O site da editora⁵⁶ divide o catálogo em seis editoriais: Cultural, Teológico-espiritual, Catequético-pastoral, Produtos sazonais, Revistas e o selo Vozes Nobilis. Mas, em outra parte do portal⁵⁷, são acrescentadas mais três seções: Lembranças, Literatura infantil e Audiovisuais. No total, existem 121 coleções, um número que demonstra claramente a característica da segmentação e proliferação de coleções.

Na área cultural, a Vozes publica obras de administração/gestão, antropologia, astronomia, biografias, comunicação, culinária, dinâmicas e jogos, ecologia, economia, educação e pedagogia, espiritualidade e mística, filosofia, história, letras, literatura de autoconhecimento, literatura e ficção, metodologia de estudo e pesquisa, obras de referência, política, psicologia, saúde, serviço social e trabalho, e sociologia. Segundo Hallewell (2005:621), a Vozes tem uma sólida linha de edições de sociologia, especialmente de sociologia da comunicação, o que a levou à cibernética e a obras sobre jornalismo e editoração. Um dos best-sellers desta seção, com 700 mil exemplares vendidos desde 1988, é *O corpo fala — A linguagem silenciosa da comunicação não verbal* (68ª ed.), que analisa “os princípios subterrâneos que regem e conduzem o corpo”, com o auxílio de 314 ilustrações⁵⁸.

Na área teológico-espiritual, além da Bíblia, há publicações nos seguintes temas: biografias, devocionários, documentos da igreja, espiritualidade e mística, espiritualidade mariana, filosofia, franciscanismo, igreja, literatura de autoconhecimento, liturgia, obras de referência, pastoral, sagrada escritura e livros apócrifos, teologia bíblica, teologia histórica, teologia prática e teologia sistemática. É quando aparecem os livros mais polêmicos da editora, como os títulos sobre Teologia da Libertação — a exemplo de *Como fazer teologia da libertação*, *Jesus Cristo libertador* e outros de Leonardo Boff e Clodovis Boff — e uma obra intitulada *Caderno de exercícios para ficar zen em um mundo agitado*, que de fato utiliza princípios da tradição zen budista.

A Vozes é uma editora que preza o ecumenismo e o estudo de questões que não necessariamente são católicas — às vezes até mesmo próprias a outra religião. E um título exemplificador desse caráter é o *Dicionário de teologia feminista*, que, “escrito por mulheres de diversas religiões, procura manter um cunho ecumênico, cultivando uma teologia centrada na salvação, no êxito e na totalidade”. Um tema também incomum. Mas percebe-se que obras

⁵⁶ Disponível em: www.universovozes.com.br/editoravozes/web/view/Editorial.aspx. Acesso: 23/10/11, às 20h15.

⁵⁷ Disponível em: www.universovozes.com.br/editoravozes/web/view/CatalogoVozes.aspx. Acesso: 23/10/11, às 22h10.

⁵⁸ Disponível em: www.universovozes.com.br/editoravozes/web/view/DetalheProduto.aspx?ProdID=8532602088&. Acesso: 27/10/11, às 23h25.

polêmicas como *Igreja: carisma e poder* e *Sexualidade, libertação e fé* não se encontram mais no catálogo da editora⁵⁹ — a primeira passou para a Record, e da segunda não se tem registro.

Na área catequético-pastoral, a divisão é feita entre catequese para Crisma, catequese para Primeira Eucaristia, catequese (geral e para outros fins), ensino religioso, e pastoral. O portal possui o Blog da Catequese⁶⁰, com publicações específicas para catequese; textos para reflexão com Leitura Orante e destinados à formação de catequistas; documentos sobre catequese; temas para serem trabalhados, com significado e localização no Novo Testamento; sugestão de encontros com dinâmicas; celebrações para animar a vida litúrgica; orações para alimentar a espiritualidade; eventos de todo o Brasil; notícias sobre catequese.

Na área de produtos sazonais, há as agendas, o Almanaque Santo Antônio (publicado anualmente, desde 1978), o calendário de mesa do Sagrado Coração de Jesus, os diários Vozes, o Guia do dizimista, as Meditações para o dia a dia e a Folhinha do S.C. de Jesus — que já vendeu 70 milhões (BALBI, 2011:31). Nas lembranças, há apenas três títulos: *Cinco minutos diante de Santo Antônio* (11ª edição), *Devoção a São Judas Tadeu* (4ª edição) e *Terço: mistérios jubilosos* (7ª edição). E o catálogo infantil conta com 54 títulos, de *O arco da velha* até *A viagem da minhoca cirandeira*. Entre discos e vídeos, há 20 títulos na seção de Audiovisuais.

Lançado em 2005, o selo Vozes Nobilis contém publicações especiais do catálogo Vozes. Com o objetivo de atingir a um público mais amplo, sem afastar-se das temáticas tradicionalmente presentes entre as obras da editora, o selo possui “autores conhecidos do grande público” e livros de cunho existencial, filosófico e espiritual. “Visam, também, fazer uma ponte entre o conhecimento erudito e a prática, entre o saber acadêmico e sua aplicabilidade, agregando valor e sentido ao dia a dia dos leitores.”⁶¹ No total, o Nobilis abarca 63 títulos, entre os quais *A águia e a galinha* (48ª ed.), de Leonardo Boff, que já vendeu, desde 1997, 263 mil exemplares (*Ibid.*, p.31).

Outros livros do selo são as obras de Mario Sergio Cortella, citados anteriormente na lista do PublishNews. O campeão é *Qual é a tua obra? — Inquietações propositivas sobre gestão, liderança e ética* (16ª ed.), sobre o mundo corporativo, que “desmistifica conceitos e pré-conceitos, e define o líder espiritualizado como aquele que reconhece a própria obra e é

⁵⁹ O catálogo de 2007 (último disponível) pode ser baixado em:

www.universovozes.com.br/editoravozes/web/view/DownloadsEditora.aspx. Acesso: 23/10/11, às 23h55.

⁶⁰ Disponível em: www.universovozes.com.br/editoravozes/web/view/BlogDaCatequese.aspx. Acesso: 23/10/11, às 23h30.

⁶¹ Disponível em: www.universovozes.com.br/editoravozes/web/view/Historia.aspx. Acesso: 24/10/11, às 23h25.

capaz de edificá-la, buscando incessantemente o significado das coisas”. Segundo o autor, “A ideia de trabalho como castigo precisa ser substituída pelo conceito de realizar uma obra... Enxergar um significado maior na vida aproxima o tema da espiritualidade do mundo do trabalho”⁶². De acordo com a revista *Panorama editorial* (*Ibid.*, p.31), essa obra já vendeu no total, desde 2007, 200 mil exemplares. Em *Não nascemos prontos — Provoações filosóficas* (12ª ed.), “O autor mostra que quando estamos insatisfeitos somos capazes de inovar, mudar e nos construir aos poucos, pois o grande desafio humano é não se satisfazer com as coisas como estão”⁶³. Já *Não espere pelo epitáfio... — Provoações filosóficas* (11ª ed.) é “construído com pensatas filosóficas sobre temas presentes no cotidiano da vida”, “aguça os sentidos e induz à tomada de atitude positiva no desejo de se encontrar a cada dia”⁶⁴.

Outro best-seller da Vozes, citado também pela *Panorama editorial* (*Ibid.*, p.30-31), é *Brasil: nunca mais*, de D. Paulo Evaristo Arns, sobre as torturas na época da ditadura, que foi lançado em julho de 1985 e, quinze dias depois, já estava em 1º na lista de mais vendidos, e lá ficou por 25 semanas. No total, figurou no ranking por 91 semanas consecutivas, tendo vendido, à época, 350 mil exemplares. Atualmente se encontra na 39ª edição.

A lista segue com *Vigiar e punir — História da violência nas prisões*, de Michel Foucault (38ª ed.), que desde 1976 vendeu 200 mil exemplares, e *O Ser e o Nada*, de Jean-Paul Sartre (20ª ed.), da Coleção Textos Filosóficos, com 100 mil exemplares desde 1997. O famoso livreto *Minutos de sabedoria*, já citado no início do capítulo com seus milhões vendidos, está em sua 41ª edição e agora possui 10 novas opções de capas, para que, segundo a editora, o leitor possa escolher a que mais combina com o próprio estilo. Além disso, o livro pode ser encontrado também em áudio.

O devocionário *Tratado da verdadeira devoção à Santíssima Virgem*, de São Luís Maria Grignion de Montfort (40ª ed.), desde 1974 vendeu 280 mil exemplares; o manual de orações populares *Orações do povo de Deus*, de Frei Orlando Bernardi (28ª ed.), tem 350 mil vendidos desde 1991; *No caminho de Jesus - Álbum litúrgico-catequético* (publicado anualmente), vendeu 800 mil; e *Crescer em comunhão*, coleção de livros didáticos para catequese paroquial em cinco volumes, tem 2,2 milhões vendidos por volume.

⁶² Disponível em: www.universovozes.com.br/editoravozes/web/view/DetalheProduto.aspx?ProdID=8532635792&. Acesso: 26/10/11, às 22h45.

⁶³ Disponível em: www.universovozes.com.br/editoravozes/web/view/DetalheProduto.aspx?ProdID=8532632866&. Acesso: 26/10/11, às 22h45.

⁶⁴ Disponível em: www.universovozes.com.br/editoravozes/web/view/DetalheProduto.aspx?ProdID=8532632220&. Acesso: 26/10/11, às 22h55.

Outras obras que se destacam no catálogo são as Obras Completas de Carl Gustav Jung, que começaram a ser traduzidas em 1974 e incluem títulos como *Interpretação psicológica do dogma da Trindade*, *Psicologia e religião*, *Psicologia e religião oriental*, *Resposta a Jó*, *O símbolo da transformação na missa* e *Um mito moderno sobre coisas vistas no céu*. Também chama atenção o clássico *1964 — A conquista do Estado*, do historiador e cientista político René Armand Dreifuss, lançado em 1981 e agora em sua 7ª edição, mais uma obra sobre a ditadura.

Para finalizar a seção de livros, a Vozes lançou um novo selo, o Vozes de Bolso, durante a Bienal do Livro de 2011. Os pockets têm como objetivo oferecer textos clássicos do catálogo da editora em diversas áreas do conhecimento — especialmente filosofia, sociologia, psicologia, antropologia e história — e proporcionar uma leitura mais acessível e ágil sem abrir mão do conteúdo e do projeto gráfico. Com formato menor, 11cm x 18cm, os livros são mais econômicos. Segundo o livreto de promoção do selo, distribuído na Bienal, “sempre que possível, foram deslocadas para o final do livro as notas de rodapé, beneficiando a leitura e oferecendo mais leveza ao texto”. Os primeiros títulos são *A arte da guerra*, *Assim falava Zaratustra*, *Brasil: nunca mais*, *O conceito de angústia*, *Confissões*, *O manifesto do partido comunista* e *O príncipe*. A cada três meses quatro títulos serão lançados, chegando a um total de 12 livros ao ano⁶⁵. Novamente de acordo com o livreto, ainda estão programados 20 títulos pelo menos. Um dos objetivos para a criação dos pockets é que “a leitura de obras clássicas das áreas humanas tem-se tornado não apenas um luxo e privilégio de quem envereda pela carreira acadêmica, mas também uma necessidade profissional de uma ampla camada de leitores”. Além de selecionar e converter títulos do catálogo atual para o formato de bolso, novos títulos serão lançados especialmente neste formato⁶⁶.

Na seção de revistas, a Vozes possui seis publicações⁶⁷. A *Concilium* é uma revista internacional de teologia, editada simultaneamente em oito idiomas, e a *Grande Sinal* é uma revista de espiritualidade e mística. A *Estudos Bíblicos* interpreta as Sagradas Escrituras à luz da realidade da Igreja na América Latina e contém também estudos exegéticos e relatórios sobre experiências pastorais bem-sucedidas. É uma publicação ecumênica, elaborada por professores, pastores, biblistas e agentes da pastoral das Igrejas Católica, Luterana, Metodista e Anglicana. A *SEDOC* (Serviço de Documentação) é uma revista bimestral, editada pelo

⁶⁵ Disponível em: www.publishnews.com.br/telas/noticias/detalhes.aspx?id=65021. Acesso: 29/10/11, às 13h05.

⁶⁶ Disponível em: www.franciscanos.org.br/v3/cultura/especiais/11/vozes/26.php. Acesso: 29/10/11, às 13h25

⁶⁷ Saiba mais em: www.universofozes.com.br/editoravoze/web/view/Revistas.aspx. Acesso: 29/10/11, às 13h25.

Instituto Teológico Franciscano de Petrópolis, e reúne documentos que dizem respeito à vida da Igreja, principalmente no Brasil e na América Latina. A *REB* (Revista Eclesiástica Brasileira), desde 1941, “procura levar um espelho da ação e da reflexão da Igreja no Brasil contribuindo para o incremento e a atualização da missão evangelizadora”. Por último, a *RIBLA* (Revista de Interpretação Bíblica Latino-Americana), publicação quadrimestral que se inspira em duas vertentes: procura ouvir a revelação de Deus, por um lado codificada na história bíblica e, por outro lado, codificada no contexto histórico-cultural latino-americano e caribenho. Desde 1988, em fascículos temáticos, é editada em espanhol e português, e seus ensaios são elaborados por exegetas, pastores e professores das Igrejas Católica, Luterana e Metodista.

Continuando com a análise de editoras, as Paulinas são uma das grandes, que possui hoje um catálogo de mais de 3 mil títulos⁶⁸. A congregação paulina assume a comunicação como seu estilo de vida, de anunciar a Palavra pelos meios de comunicação, incluídos aí os livros.

Os meios de comunicação, à luz da espiritualidade dos Padres e Irmãos Paulinos, adquirem valor sobrenatural. Padre Alberione dizia aos Paulinos: “A máquina, o microfone, o vídeo, são o nosso púlpito; a tipografia, a sala de produções, de projeção, de transmissão, são como a nossa igreja.”⁶⁹

E o site continua, de forma um tanto quanto polêmica, mas preocupada com a evangelização a todo custo:

Não podemos esperar que as pessoas venham à Igreja, devemos procurá-las em suas casas. Se o povo gosta de revistas, livros, filmes, shows, vamos apresentar a verdade de Jesus em nossas revistas, nossos livros, nossos filmes, na internet na televisão...

(...)

Não basta ser uma grande jornalista, uma profissional perita nas artes da comunicação; se não existir uma chama dentro, uma relação com AQUELE de quem emana e para quem se dirige toda a nossa criatividade, nossa ação não comunicará vida.⁷⁰

O desafio é “evangelizar com competência profissional e eficácia apostólica”⁷¹. E é nesse espírito que a Paulinas produz seus livros. Os títulos são divididos nas seguintes categorias: álbuns, atuação da Igreja, Bíblia Sagrada, catequese, ciências da religião, ciências

⁶⁸ Disponível em: www.paulinas.org.br/institucional/editora.aspx. Acesso: 29/10/11, às 17h25.

⁶⁹ Disponível em: www.paulinos.org.br/novo/quem_somos.php. Acesso: 29/10/11, às 17h30.

⁷⁰ Disponível em: www.paulinas.org.br/institucional/espiritualidade-paulina.aspx. Acesso: 29/10/11, às 17h40.

⁷¹ Disponível em: www.paulinas.org.br/institucional/editora.aspx. Acesso: 29/10/11, às 18h20.

humanas, dicionários, ensino religioso, espiritualidade, literatura, novenas, programas de rádio, saúde/medicina e teologia.

Em Álbuns, são vendidos livros para recordar momentos marcantes como o nascimento do bebê, o Batismo, a Primeira Comunhão, a Crisma e a festa de 15 anos, todos em duas versões: simples e de luxo. Como a descrição de um deles assinala: “Estas páginas, alegres e vivas, convidam você a reviver a alegria desse momento e a completar este álbum com desenhos, palavras e fotos. Também ensinam a fazer postais ou cartões de agradecimento. Este se tornará, assim, um pequeno livro de história: a sua!” Esses álbuns são bastante comprados por parentes ou pela própria paróquia como recordação do momento.

Atuação da Igreja é dividida em duas partes, Documentos da Igreja e Documentos do Papa, prestando um grande serviço ao público católico, que assim tem acesso aos textos do episcopado e do pontificado e pode se manter a par das diretrizes e novas publicações.

Bíblia Sagrada se divide em Textos bíblicos (as Bíblias propriamente ditas, com dez versões das Paulinas) e Estudos bíblicos. As Bíblias das Paulinas possuem um hot site próprio: www.paulinas.org.br/biblia/index.html. Em 4º na lista de mais vendidos do site das Paulinas que aparecia em 29/10/11⁷², estava a *Bíblia Sagrada - nova tradução na linguagem de hoje* na versão Bolso / Palavra Viva (2ª ed.). Segundo o site, “a maior vantagem dessa nova tradução continua sendo sua linguagem mais acessível. Os tradutores adaptaram as expressões originais dos textos bíblicos, pertencentes à cultura do Antigo Israel, ao modo de se falar atual em nossa cultura”⁷³.

Catequese possui faixas etárias como Crianças, Adolescente e Juventude, e um de seus livros estava em 3º nos mais vendidos tanto em 29/10 quanto em 30/11: *A Bíblia na catequese*, de Inês Broshuis (4ª ed.). De acordo com o site, o livro foi concebido porque muitos catequistas sentem dificuldades para utilizar a Bíblia, apresentando “informações importantes, nem sempre encontradas de maneira clara nos cursos ou manuais de formação bíblica”⁷⁴, com o auxílio de técnicas e dinâmicas.

Ciências da Religião abrange 25 títulos, e não só acerca do catolicismo, mas também sobre outras religiões, como islamismo e espiritismo. Ciências Humanas se divide em Autoajuda, Biografia, Comunicação, Educação, Educação Escolar (voltados à comunicação,

⁷² Constava em: www.paulinas.org.br/loja/HomeLivros.aspx, mas a cada dia há uma nova lista e não há links com arquivamento.

⁷³ Disponível em: www.paulinas.org.br/loja/DetailheProduto.aspx?idProduto=7288. Acesso: 30/10/11, às 19h45.

⁷⁴ Disponível em: www.paulinas.org.br/loja/DetailheProduto.aspx?IDProduto=2074. Acesso: 30/10/11, às 20h40.

de acordo com o carisma da congregação), Psicologia, Sociologia, Questões Sociais (aposentadoria, terceira idade, política, pobreza), Filosofia e Família.

Em Dicionários, há apenas o *Dicionário crítico de teologia*, o *Dicionário de símbolos* e a *Enciclopédia da Bíblia*. Ensino Religioso abarca 30 títulos, entre os quais a coleção didática de Maria Inês Carniato, do 1º ao 9º ano, começando por *Viver é muito bom* e terminando com *Nossa opção religiosa*. Espiritualidade é dividido em Mensagens e preces, Mestres espirituais, Vida de santos e Vida religiosa. Em Literatura, os números impressionam, já que não se espera que haja tantos títulos na seção (ainda mais se comparando com as demais): são 479 obras, e destas, 325 são infanto-juvenis, na sua maioria nem se referindo diretamente à religião, mas sempre colocando em pauta os valores.

Em Novenas, há publicações dos mais variados santos, mas as que se destacaram entre os mais vendidos foram *Santa Edwiges - novena e biografia* (6ª ed.) e *São Geraldo Majela - novena e biografia* (2ª ed.), ambas de J. Alves. A primeira ficou em 1º lugar nos dias 29 e 30, e a segunda, em 5º no dia 30. A presença desses santos talvez se explique pelos dias em que são comemorados, 15 e 16 de outubro, respectivamente, além do fato de Santa Edwiges ser bem conhecida, como a intercessora dos endividados.

Programas de rádio contém cinco títulos com roteiros para radiotransmissões, e Saúde/Medicina possui 13 livros, sobre temas como alcoolismo, câncer, farmacêutica, menopausa, entre outros. E, por fim, Teologia é subdividida em Arte, Cristologia, Direito Canônico, Doutrina Social da Igreja, Eclesiologia, Ecumenismo, História da Igreja, Liturgia, Mariologia, Moral, Multidisciplinar, Pneumatologia (doutrina dos seres espirituais), Sacramentos, Sistemática e Teologia Pastoral.

Entre os mais vendidos do site, nos dias 29 e 30, encontrava-se, em 2º, *Quando fala o coração: o amor dá sentido à vida*, de Rosana Pulga (6ª ed.). A autora é uma irmã que se dedica especialmente à divulgação da Bíblia, oferecendo uma leitura original do texto sagrado, numa perspectiva sapiencial, através de uma metodologia hoje muito difundida, a da repetição constante, durante todo o dia, de alguma frase que tenha falado ao coração do leitor. Assim, ele pode alcançar o fim proposto: a contextualização da Bíblia em sua vida⁷⁵. Em 5º lugar no dia 29, aparecia *Encontro com Jesus*, versão Simples [que não é Luxo], de Maria de Lourdes Belém (1ª ed.), que traz as principais orações que acompanham o cristão no dia a dia, o roteiro da Celebração Eucarística, a explicação sobre os sacramentos e seus símbolos e o

⁷⁵ Disponível em: www.paulinas.org.br/loja/DetailheProduto.aspx?IDProduto=7249. Acesso: 30/10/11, às 23h55.

Santo Rosário, produto mais voltado para o jovem que celebra a Primeira Comunhão⁷⁶. E, em 4º no dia 30, *Ele enxugará suas lágrimas*, de Carlos Afonso Schmitt (34ª ed.), opúsculo que “auxilia no fortalecimento da fé dos que se encontram sem horizontes por terem perdido pessoas a quem amavam”⁷⁷.

Além de livros, as Paulinas produzem um periódico universitário e quatro revistas. O semanal *Comunicação e educação* é feito em parceria com a Universidade de São Paulo (USP) e a Escola de Belas Artes (ECA), com aproximadamente 150 páginas, e tem como objetivo formar cidadãos críticos e divulgar os avanços científicos na área⁷⁸.

A revista *Família Cristã* (www.familiacrista.org.br) é muito tradicional na Paulinas: começou sendo publicada na Itália, mas, em 1934, já era a criada a versão brasileira. Era apresentada assim: “Não achareis nela erudição, nem elegância de veste tipográfica, mas uma boa palavra para o bem de vossas almas, instruções para o desembaraço das vossas ocupações diárias.”⁷⁹ Seu lema é “informação de qualidade, jornalismo feito por profissionais especializados e, principalmente, conteúdo condizente com os valores”⁸⁰, voltado para toda a família, como diz o nome da revista. Na década de 1980, a publicação passou a ser impressa no parque gráfico da Editora Abril e chegou ao auge atingindo a sua maior tiragem: 217 mil assinantes. E atualmente mais de 250 mil pessoas leem mensalmente a revista — ressaltando-se que aí se contam bem mais que os assinantes⁸¹.

Para celebrar a edição número 800 da *Família Cristã*, em agosto de 2002 nasce o suplemento infanto-juvenil *Super+*, que, quatro anos depois, vira uma revista mensal em formato de gibi, com vida própria, dedicada a um público “pouco contemplado pelo mercado editorial religioso”⁸². Ainda nessa linha infantil, existe no site o Espaço Criança Paulinas (www.paulinas.org.br/espacocrianca), com jogos ligados a personagens de livros da editora; as histórias em quadrinhos *Vamos rezar*, que ensina o Pai-Nosso, e *Mudar de escola. E agora?*, esta retirada da revista *Super+*; o livro *Teatro de Natal*, de Ir. Patrícia Silva e ilustrações de Wendel Pimenta; *O mundo se transforma num lugar muito melhor...*, livreto com propaganda de livros infantis produzido pelo setor de marketing da editora; e *Planeta*

⁷⁶ Disponível em: www.paulinas.org.br/loja/DetalleProducto.aspx?IDProducto=8592. Acesso: 31/10/11, às 19h50.

⁷⁷ Disponível em: www.paulinas.org.br/loja/DetalleProducto.aspx?IDProducto=202. Acesso: 31/10/11, às 19h55.

⁷⁸ Disponível em: www.paulinas.org.br/loja/HomeEspecial.aspx?IdHomePage=166. Acesso: 31/10/11, às 20h.

⁷⁹ Disponível em: www.paulinas.org.br/fc/historico.aspx. Acesso: 31/10/11, às 22h10.

⁸⁰ Disponível em: www.paulinas.org.br/fc/home.aspx. Acesso: 31/10/11, às 22h10.

⁸¹ Disponível em: www.paulinas.org.br/fc/historico.aspx. Acesso: 31/10/11, às 22h10.

O cálculo médio que se faz para chegar ao número de leitores de uma publicação é 4 vezes o número de exemplares (ou seja, cada exemplar teria quatro leitores).

⁸² Disponível em: www.paulinas.org.br/supermais. Acesso: 31/10/11, às 22h30.

Passatempo, livreto com brincadeiras, para chamar a atenção das crianças, já que não é possível fazer os passatempos. Todos disponibilizados pelo site Youblisher (www.youblisher.com), que transforma PDFs em arquivos que simulam revistas que podem ser folheadas.

Outras revistas são *Diálogo — Revista de Ensino Religioso*⁸³ e *Ciberteologia*⁸⁴. A primeira, com quatro números anuais, é monotemática, abordando assuntos pertinentes ao ensino religioso. Além de artigos de fundamentação teórica, a revista apresenta experiências pedagógicas, sugestões de atividades e dinâmicas educativas, notícias sobre o ensino religioso e indicações de leitura e de subsídios relativos ao tema. A segunda é eletrônica e trimestral e, de acordo com o site, “entendemos que o pensamento teológico, seja na área da pesquisa acadêmica, seja no desafio de pensar criticamente a práxis cristã, necessita urgentemente achar seu lugar na era da informação para não ficar a reboque das novas técnicas cibernéticas”. Ela oferece ao público, a cada número, além de artigos científicos de pesquisadores desta e de áreas afins, excertos dos principais livros das Paulinas em forma de artigos e comentários, resenhas, agenda dos eventos católicos mais significativos, com espaço para fórum e opiniões dos visitantes.

Além de todas essas publicações, as Paulinas possuem o Serviço de Animação Bíblica e o Serviço à Pastoral da Comunicação. O primeiro, entre outros projetos, produz a coleção Bíblia em Comunidade, em quatro séries, num total de 50 volumes, que está mais bem-detalhada aqui: www.paulinas.org.br/sab/publicacoes.aspx. Uma das iniciativas do segundo é a coleção Pastoral da Comunicação: Teoria e Prática, dividida em três séries, e diversas publicações, detalhadas em: www.paulinas.org.br/sepac/publicacoes.aspx.

A editora Canção Nova não pode ser comparada com essas gigantes do mercado editorial. Com apenas 14 anos de existência, ela faz parte, porém, de um extenso sistema de comunicação, que será visto mais a fundo no próximo capítulo. Seu catálogo se divide somente em três seções por faixa etária: adulto, juvenil e infantil. Na primeira, consta a maioria dos títulos e se encontra o livro mais vendido da editora em 2010, que apareceu na lista do PublishNews: *Quem me roubou de mim? — O sequestro da subjetividade e o desafio de ser pessoa* (56ª ed.), do padre Fábio de Melo. Abordando algumas questões sobre as dificuldades das relações humanas, o padre — que também é sucesso na TV e em seus CDs e DVDs — convida a um mergulho na subjetividade, com uma linguagem leve, por meio de

⁸³ Disponível em: www.paulinas.org.br/dialogo. Acesso: 31/10/11, às 22h35.

⁸⁴ Disponível em: <http://ciberteologia.paulinas.org.br>. Acesso: 31/10/11, às 22h35.

reflexões filosóficas, textos poéticos e histórias reais⁸⁵. Já o livreto *Ofício da Imaculada Conceição* é a obra da editora que possui mais reedições: cerca de 820 mil exemplares já foram adquiridos em 164 edições já lançadas⁸⁶.

Na página principal do site da editora, mencionam-se dois livros entre os mais vendidos: *Salmos — Minha vida, minha oração*, de Frei Patrício Sciadini (1ª ed.), traz pequenas meditações e orações sobre cada um dos salmos, “amigos de jornada de tanta gente e companheiros fiéis que vêm em nosso socorro para nos dirigir a Deus, (...) na alegria, na tristeza, e em todos os momentos da vida”⁸⁷; e *Pedi e recebereis — Poder da oração*, em sua 25ª edição revisada e atualizada, que traz diversas novenas para serem realizadas durante o ano todo a partir de várias propostas.

Na seção de Mais vendidos (http://editora.cancaonova.com/mais_vendidos.php), ainda entre os livros para adultos, encontram-se *Massas — Coleção Manhã Viva* (1ª ed.) e *Matrimônio*, do Prof. Felipe Aquino (1ª ed.). Como o nome diz, o primeiro integra, juntamente com outras cinco, uma coleção de obras de receita, ligada ao programa da TV Canção Nova “Manhã viva”. Todas as receitas foram enviadas pelos telespectadores e selecionadas pela editora. O segundo também faz parte de uma coleção: a Coleção Sacramentos. São sete volumes curtos, cada um abordando um sacramento, todos organizados pelo mesmo autor, permeados por documentos da Igreja, com textos escritos em linguagem formal, mas acessíveis a um público amplo. Pode parecer estranho que esses livros não sejam publicados pela editora Cléofas, fundada pelo Prof. Felipe Aquino, mas ele possui outras duas obras na Canção Nova e uma grande ligação com a Comunidade, sendo membro do Conselho Diretor e trabalhando na formação espiritual e humana de seus membros e funcionários.

Entre os juvenis, destaca-se *Eu, tu, nós*, de Francisco Sodero (1ª ed.). “Escrito para os jovens de todas as idades”, o livro é dividido em duas partes e trata de ética e cidadania, com o objetivo de incentivar que o leitor tenha uma convivência sadia com os demais, para o bem da sociedade. Já *PHN — 12 histórias de amor*, de Gabriel Chalita (1ª ed.), presta uma homenagem ao movimento Por Hoje Não vou mais pecar (PHN) — criado pelo missionário Dunga para os jovens —, por meio de relatos contados e entremeados pela poética do autor, mostrando as mudanças que o Amor de Deus e o poder da fé realizam na vida das pessoas.

⁸⁵ Disponível em: <http://editora.cancaonova.com/sinopse.php?cod=572>. Acesso: 02/11/11, às 16h10.

⁸⁶ Disponível em: <http://blog.cancaonova.com/editora/11/08/22/a-obra-com-mais-reedicoes-da-editora-cancao-nova>. Acesso: 14/11/11, às 19h40.

⁸⁷ Disponível em: <http://editora.cancaonova.com/sinopse.php?cod=865>. Acesso: 02/11/11, às 16h20.

Entre os infantis, um dos mais vendidos é a Coleção Princesas da Bíblia, que aproveita o universo de fantasia, contos de fadas e brincadeiras vivido pelas crianças para apresentar personagens da Bíblia em quatro livrinhos: *Rainha de Sabá*, *Sara*, *Rebeca* e *Rute*. Outro do segmento é *Adão e Eva & Caim e Abel* (2ª ed.), integrante da coleção Histórias Bíblicas do Antigo Testamento para colorir, que possui outros nove livros com passagens bíblicas diversas. Como se pode ver, a maioria dos mais vendidos faz parte de uma coleção, demonstrando mais uma vez a proliferação de coleções assinalada no início do capítulo.

Está é só uma introdução à editora Canção Nova, da qual o próximo capítulo tratará com mais detalhes. Porém, ela pertence a uma comunidade, que possui suas particularidades e carismas, e uma editora, naturalmente, não se resume apenas aos livros, mas a toda uma cadeia, que também envolve um processo comunicacional. Assim, para se compreender a editora Canção Nova, é necessário analisar diversos fatores e variáveis, que serão vistos no capítulo 4.

4. EDITORA CANÇÃO NOVA

Comunidade, Clube da Evangelização e um sistema de comunicação a serviço da Igreja

Para falar sobre a editora Canção Nova, é necessário falar sobre a Comunidade Canção Nova. Fundada em 2 de fevereiro de 1978 pelo Padre Jonas Abib, parte da Renovação Carismática Católica (RCC), ela obteve o reconhecimento pontifício em 2008 — quando completava trinta anos de existência —, ou seja, foi reconhecida oficialmente pelo Papa. Ser reconhecida como uma Associação Internacional de Fiéis significa estar a serviço não somente de uma Igreja local (arquidiocese ou diocese), mas a serviço da Igreja no mundo inteiro, o que lhe dá um *status* e uma responsabilidade ainda maior.

Outro indicativo da aprovação da Santa Sé com relação ao trabalho de evangelização da Canção Nova já acontecera em 2007, quando Padre Jonas Abib recebera o título de Monsenhor do Papa Bento XVI, título que é concedido a padres que se destacam por relevantes serviços prestados à Igreja e aos fiéis em suas dioceses.

A atual sede da Comunidade é em Cachoeira Paulista (SP) e possui 372 mil m². O espaço hoje comporta o Centro de Evangelização Dom João Hipólito de Moraes (para 70 mil pessoas); o Rincão do Meu Senhor (para 4 mil pessoas); o Auditório São Paulo (para 700 pessoas); os prédios da Rádio e da TV Canção Nova; a “Casa de Maria” (lugar para confissão e reza do terço); Pousada Sérgio Abib (para abrigar participantes de eventos). Além de capelas; área de intercessão; posto médico; escola; restaurante; padaria; refeitório; postos bancários; lojas de artigos religiosos; pousada; área de camping e, no entorno, prédios administrativos e obras sociais.

A Canção Nova também tem mais 19 Casas de Missão no Brasil, sendo sete em São Paulo, e nos estados de Bahia, Ceará, Mato Grosso, Paraná, Pernambuco, Rio de Janeiro, Rio Grande do Norte, Sergipe e Tocantins, além de no Distrito Federal. Também existem cinco Casas no exterior, em Assunção (Paraguai), Fátima (Portugal), Jerusalém, Marietta (EUA), Roma e Toulon (França). Cada Casa de Missão possui um site próprio, reunidos em: www.cancaonova.com/portal/canais/casas. Segundo Eliane de Oliveira (2003:65), somando-se todos os membros destas casas, calculam-se mais de 600 participantes. Toda Casa de Missão possui um atendimento do Clube da Evangelização para orientar e receber os sócios

evangelizadores, além de oferecer produtos de evangelização Canção Nova e momentos de oração⁸⁸.

Toda essa estrutura é sustentada pelo Clube do Ouvinte (porque se iniciou na Rádio) ou Clube da Evangelização, que possui casa para arrecadação em Cachoeira Paulista. O Clube é formado pelos sócios evangelizadores, católicos que contribuem fazendo doações para a Canção Nova. Eles são convocados a ajudar na evangelização, na caminhada da Comunidade. A frase presente no blog do Clube (<http://blog.cancaonova.com/clube>), do Papa Paulo VI, sintetiza o chamado: “Aquele que coopera com a evangelização tem os mesmos méritos do evangelizador.” Outras mensagens que dão o tom do Clube são “Juntos promovendo o bem!” e “Nascemos da evangelização e existimos para a evangelização. Essa é a nossa missão!”, do Mons. Jonas.

A Comunidade Canção Nova não vive sem as contribuições, visto que ela não possui outra fonte de renda, e, por isso, está constantemente promovendo o Projeto Dai-me Almas, que surgiu em 1997. O nome do projeto vem da passagem de Gênesis 14,21: “Dai-me almas e ficai com o resto.” Mons. Jonas Abib diz: “Dai-me Almas é muito mais do que pessoas, porque alma vem de *animus*, no latim, que quer dizer vida. (...) Não é marketing para vender, muito menos para conseguir sócio ou dinheiro (...) Isso é missão. (...) veja a qualidade e o estado desses católicos batizados. São ovelhas sem pastor e, por não estarem evangelizados, estão perdidos, sem rumo.”⁸⁹

Como já destacado, o sócio evangelizador, ou mesmo algum contribuinte isolado, coopera com a Comunidade na busca, atração e perseverança de mais almas para Deus e Jesus Cristo. É necessária a subsistência para que mais pessoas obtenham a salvação e se renovem, e assim, a cada mês, há uma meta a ser alcançada nas arrecadações — meta que, em muitos meses, não se consegue atingir.

Toda pessoa que se torna uma benfeitora da Canção Nova faz um cadastro e a partir daí passa a receber a Revista Canção Nova⁹⁰, mensalmente, em sua casa. A última edição disponível no site, de outubro de 2011⁹¹, teve 474 mil unidades impressas, ou seja, existiam 474 mil sócios evangelizadores, já que só eles têm direito a receber a publicação (ela não é comercializada). A revista é um importante instrumento de evangelização, com a qual o sócio

⁸⁸ Disponível em: http://clube.cancaonova.com/materia__php?id=11115. Acesso: 05/11/11, às 18h20.

⁸⁹ Disponível em: http://clube.cancaonova.com/materia__php?id=11114. Acesso: 05/11/11, às 18h30.

⁹⁰ Algumas edições disponíveis no site de publicações Issuu, mas não estão em ordem cronológica: http://issuu.com/search?q=can%C3%A7%C3%A3o%20nova&si=0&ps=10&sb=visual&rp=*. Acesso: 05/11/11, às 18h30.

⁹¹ Disponível em: http://issuu.com/cancaonova/docs/revistacn_outubro2011. Acesso: 06/11/11, às 22h25.

fica por dentro dos acontecimentos da Igreja Católica, eventos, formação, atualidade, entre outras coisas. Há a carta ao leitor, do jornalista responsável pela revista Osvaldo Luiz; uma seção de testemunhos, alguns dos quais voltados para a ajuda na construção do Santuário do Pai das Misericórdias⁹²; “Palavra do fundador”, texto do Mons. Jonas; seção “Palavra da Igreja”; “Palavra em destaque”, escrita por Luzia Santiago, cofundadora da CN; “Administração e vida”, redigida por Wellington Silva Jardim, mais conhecido como Eto, cofundador e administrador da Fundação João Paulo II⁹³; matéria de capa; “+ vida”, voltado para saúde e escrita por um médico; “Educando”, com textos de Gabriel Chalita, apresentador na TV Canção Nova; “Ação jovem”, de Andréa Taisa, mais conhecida como Déia, apresentadora do programa jovem “Bem da Hora”; “Santo do mês”, do padre Fabrício, membro da CN; “Formação”, do prof. Felipe Aquino. Na contracapa há sempre uma oração a um santo. Praticamente todos os que assinam uma seção têm como contato não só e-mail, mas blog próprio (ou site próprio) e twitter. Ao longo da revista, há propaganda dos eventos e produtos da Comunidade, como livros e audiobooks, sempre com o slogan “Presentes que transformam vidas!”.

A Canção Nova também tem uma publicação em Portugal⁹⁴, voltada para o Clube do Benfeitor, com estrutura semelhante à brasileira, buscando ter uma conexão com a sede, pois também contém textos de Mons. Jonas, Prof. Felipe Aquino, Eto, Luzia, além de seções escritas por membros da CN em Portugal. E a mais nova criação da Comunidade é a Revista Canção Nova Kids, que surgiu em outubro de 2011. O “Recado aos responsáveis” no site do Clubinho da Evangelização (clubinho.cancaonova.com) explica, sob o título “Nossas crianças merecem evangelização assim, de um jeito feito só para elas”:

Revista Canção Nova Kids é sinônimo de evangelização, com linguagem infantil, diversão, cor e alegria para as nossas crianças. São quadrinhos, passatempos, curiosidades, mural e orações.

Ela foi desenvolvida com base nos valores e virtudes da nossa Igreja. Contém conteúdo catequético oferecido de uma maneira simples e fácil de entender.

As passagens bíblicas são inseridas nos quadrinhos e brincadeiras. A vontade de ser cristão é despertada com histórias e a ajuda de uma nova turma,

⁹² Igreja que está sendo construída na sede da Comunidade por meio de uma campanha de doação. Texto da campanha: “Construa esse sonho com a gente! Envie sua doação em ouro e seu testemunho de vida para uma de nossas Casas de Missão ou para a Fundação João Paulo II”, e acima uma foto do “esqueleto” da igreja. Abaixo do nome do santuário, vem escrito “Uma atitude de fé”.

⁹³ Pessoa jurídica representante da Comunidade, base administrativa sem fins lucrativos, que recebe as doações e mantém em especial o Sistema Canção Nova de Comunicação.

⁹⁴ Edição de fevereiro 2009 disponível em: <http://issuu.com/cnportugal/docs/fevereiro09>. Acesso: 07/11/11, às 0h25.

liderada por Jonas, um personagem que se parece muito com nosso Monsenhor Jonas Abib, inspirado neste santo homem, fundador da Canção Nova, evangelizador desde sempre. A revista traz, ainda, os personagens da Canção Nova já conhecidos por nossas crianças [dos programas da TV] ⁹⁵.

O sócio evangelizador, então, pode cadastrar uma criança no site, seja filho, seja afilhado, seja sobrinho etc. e passa a receber a nova revista. O mascote, como foi dito acima, é o menino Jonas, e existe a Turminha do Clubinho e o Mural do Jonas, que funciona como um blog.

Além do sócio evangelizador, outra figura importante para as doações à Comunidade é o sócio arrecadador, que atua principalmente em regiões distantes dos centros comerciais e com pessoas com dificuldade de acesso a bancos e a casas lotéricas, recolhendo as doações e conquistando novos sócios.

Em meio às comemorações dos trinta anos, em 2008, a Comunidade lançou a campanha “Ser Canção Nova é bom demais”. A Canção Nova celebra seu aniversário e o reconhecimento do Papa convocando seus sócios, membros e adeptos a ajudarem na evangelização e a proclamar os dizeres da campanha “aos quatro cantos do mundo”. Como escrito no site da campanha⁹⁶: “Um novo tempo, de maturidade, de combate e de convocação para uma grande ação evangelizadora.” São fabricados também produtos que destacam esse lema e visam à evangelização e à atração de mais adeptos à “filosofia” Canção Nova.

Além da cooperação financeira para manter a Obra, a Comunidade salienta a importância da propagação dos valores e ideais por parte dos carismáticos. É a aquisição da identidade e carisma Canção Nova como parte integrante do comportamento e personalidade do indivíduo. Isso porque a CN, assim como outras comunidades, é considerada uma “comunidade mental ou virtual”, pois se baseia em um ideal, filosofia ou estilo de vida compartilhado por indivíduos no seu cotidiano, mas extravasando laços físicos e territoriais, em que “a comunidade é vista como um amplo movimento no mundo, em direção à transformação pessoal e social” (AMARAL *apud* OLIVEIRA, 2003:62). Também é uma “comunidade emocional”, porque ocupa lugar não no território, mas na subjetividade dos fiéis (HERVIEU-LÉGER *apud* OLIVEIRA, 2003: 63).

Embora territorializadas (como a Canção Nova, com sede em Cachoeira Paulista), as comunidades devem expandir seu ideal comunitário e religioso a todos os lugares e pessoas possíveis. Por isso a grande importância da produção midiática, como divulgador e

⁹⁵ Disponível em: <http://clubinho.cancaonova.com/recado.php>. Acesso: 07/11/11, às 0h40.

⁹⁶ Disponível em: http://bomdemais.cancaonova.com/site/?page_id=71. Acesso: 07/11/11, às 1h20.

perpetuador de ideias, e da realização de eventos evangelizadores, com transmissão por TV, rádio, Internet e pelas novas mídias, como celular, iPhone etc.

E a CN conta com um amplo sistema de comunicação, aliado nessa divulgação. A Rede Canção Nova de Rádio existe desde 1995, quando a Comunidade começou a operar via satélite para todo Brasil. Dessa forma, em qualquer lugar do país, uma rádio pode retransmitir a programação, total ou parcialmente⁹⁷. Na América Latina, a programação é ouvida no Paraguai, México, Honduras, El Salvador, Guatemala e Nicarágua, e a Comunidade possui uma rádio em Portugal⁹⁸.

A TV Canção Nova (20 UHF), criada em 8 de dezembro de 1989, conta atualmente com 436 retransmissoras espalhadas pelo Brasil e cinco geradoras, que se encontram nas cidades de Belo Horizonte, Aracaju, Cachoeira Paulista, São José dos Pinhais (PR) e Florianópolis. Além das retransmissoras, a TV possui também cobertura em todo o país pela parabólica; em televisão por assinatura na Tecsat, Sky Brasil e cerca de 200 operadoras de TV a cabo. A TV ainda conta com produtoras em diversas cidades no Brasil, como Cachoeira Paulista, São Paulo, Aracaju, Rio de Janeiro, Palmas, Cuiabá, Belo Horizonte e Brasília.

Com a expansão da Comunidade pelo mundo, também há produtoras em outros países: Atlanta (Estados Unidos), Fátima (Portugal), Jerusalém e Roma. Sua programação pode ser vista em toda América do Norte e Sul, Europa, Norte da África e Oriente Médio por meio de um dos maiores distribuidores do mundo, que abrange 108 milhões de receptores. Em 2007, com apenas dez anos de formação de rede, a TV Canção Nova estabeleceu-se como a maior emissora de televisão católica do Brasil⁹⁹. Em 2008, a emissora inaugurou um novo canal de transmissão na Ásia que alcança todo o continente asiático, Egito, Austrália e Nova Zelândia¹⁰⁰. No mesmo ano, a TV contava com uma audiência em torno de 55 milhões de espectadores, um crescimento de 1.000% se comparado com os dados de dez anos atrás¹⁰¹.

O portal da Comunidade, que reúne os mais diversos canais de conteúdo, contabiliza 7 milhões de acessos por mês, revezando-se na liderança dos sites religiosos com o portal do Vaticano, “segundo os dirigentes do movimento”¹⁰². Entre as seções do site, encontra-se a WebTVCN (www.webtvcn.com), a primeira WebTV católica do mundo, criada em 2004,

⁹⁷ Disponível em: www.cancaonova.com/portal/canais/pejonas/textos.php?id=36. Acesso: 12/11/11, às 15h35.

⁹⁸ Disponível em: <http://comunidade.cancaonova.com/meios-de-comunicacao>. Acesso: 12/11/11, às 15h35.

⁹⁹ Disponível em: <http://comunidade.cancaonova.com/meios-de-comunicacao>. Acesso: 12/11/11, às 15h35.

¹⁰⁰ Disponível em: <http://comunidade.cancaonova.com/tv-cancao-nova>. Acesso: 12/11/11, às 15h35.

¹⁰¹ Disponível em: <http://comunidade.cancaonova.com/meios-de-comunicacao>. Acesso: 12/11/11, às 15h35.

¹⁰² NASCIMENTO, Gilberto. “Que se cuidem os infiéis” (matéria de capa). Revista Carta Capital, Nº 567, 14 de outubro de 2009, p. 36.

com diversos canais de áudio e vídeo 24h por dia na rede (TV Canção Nova, Rádios Canção Nova AM e FM, WebTVCN, Palestras em áudio e vídeo, Orações em áudio, Clipes e Música). A média de acessos da WebTV é de 350 mil por mês¹⁰³.

Outra seção do portal, essencial para a subsistência da Comunidade, é o Shopping CN (shopping.cancaonova.com), que, segundo seu *slogan*, disponibiliza “produtos para evangelizar”. O Shopping e seus produtos possuem um blog próprio e extensões no Twitter, Facebook, Orkut, Youtube e no site de relacionamentos da CN Gente de Fé (gentedefe.com). Conta com uma central de atendimento telefônico, o Call Center, que recebe, em média, 120 mil chamadas mensais e funciona 24 horas por dia, sete dias por semana, atendendo tanto ao varejo como ao atacado.

Uma das primeiras unidades da Fundação João Paulo II, o DAVI (sigla de Departamento de Audiovisuais e referência ao personagem bíblico que se destacou por seus salmos), criado em 1978, conta com uma estrutura multicanal de comercialização com iniciativas no varejo, atacado, catálogo, e-commerce e porta a porta¹⁰⁴. Envolve, hoje, uma centena de atividades diretamente ligadas à criação, execução, venda e distribuição de produtos de evangelização. São cinco áreas de atuação: Acessórios e vestuários, Produtos infantis, Gravadora, Editora, Duplicação (das mídias). Quando acontecem acampamentos de grande porte na Canção Nova, é disponibilizada uma loja extra do DAVI atrás do Centro de Evangelização, facilitando ao peregrino a aquisição dos produtos com mais facilidade e conforto¹⁰⁵. Segundo a página institucional da loja da CN¹⁰⁶, é “a mensagem de Cristo vestida, lida e escutada. Gravada no coração de cada pessoa”, que tem um grande poder sobre os fiéis: “as pessoas falam, agradecem, porque foi por meio destes produtos que conheceram a Jesus, transformaram seus casamentos e se aprofundaram na fé e na vida cristã.” De acordo com o blog dos Produtos CN¹⁰⁷, a missão do DAVI é “Distribuir conteúdo evangelizador a todos quantos for possível, por todos os meios físicos e/ou virtuais de comunicação, que permitam aos que tiverem contato com eles uma experiência pessoal com Jesus Cristo, sempre renovada”. E o blog ainda salienta o “diferencial representativo na divulgação da Palavra de Deus”, devido ao “forte suporte” do Sistema Canção Nova de Comunicação, algo que contribui para a cadeia do livro.

¹⁰³ Disponível em: http://wiki.cancaonova.com/index.php/Canção_Nova_na_Internet. Acesso em: 12/11/11, às 16h05.

¹⁰⁴ Disponível em: <http://comunidade.cancaonova.com/meios-de-comunicacao>. Acesso: 12/11/11, às 18h10.

¹⁰⁵ Disponível em: <http://wiki.cancaonova.com/index.php/Davi>. Acesso: 12/11/11, às 18h20.

¹⁰⁶ Disponível em: <http://loja.cancaonova.com/institucional>. Acesso: 12/11/11, às 18h25.

¹⁰⁷ Disponível em: http://blog.cancaonova.com/produtos/?page_id=4171. Acesso: 12/11/11, às 18h30.

Uma das funcionárias do DAVI, não identificada, diz em um vídeo¹⁰⁸ que eles analisam em qual canal de venda eles devem estar, qual o preço mais adequado para o público, que tipo de roupa vai ser feito, qual coletânea e palestra o público gostaria de ouvir, de ter etc., e a partir daí é montado o projeto, para ser desenvolvido. Uma equipe de 60 pessoas fica responsável pelos planos de ação, divulgação e vendas. Cada área tem um supervisor, e semanalmente é passado ao superintendente como está o andamento dos trabalhos.

Uma das formas de venda adotadas pela CN que mais faz sucesso é o porta a porta. É um canal de venda pessoal de produtos de evangelização com mais de 27 mil agentes em todo o território nacional, que se cadastram voluntariamente e recebem bimestralmente um catálogo com centenas de itens, além de ganhar uma fonte de renda extra. Como diz Mons. Jonas Abib aos agentes porta a porta: “O Porta a Porta da Canção Nova não bate na porta das casas. Ele bate na porta dos corações. Você é um parceiro de Jesus.”¹⁰⁹

E o sucesso da Comunidade não é um caso isolado: segundo a Pesquisa Produção e Vendas do Setor Editorial Brasileiro de 2009¹¹⁰, esse setor vem crescendo a cada ano: de 5,4% em 2006, a participação desse canal passou para 9,5% em 2007, 13,7% em 2008 e 16,6% em

2009, constituindo-se no terceiro mais importante canal. A explicação disso parece estar na

elevação do nível de renda das parcelas da população com renda mais reduzida e menor grau de instrução. Essas populações podem não ter a iniciativa de ir a uma livraria para comprar livros, mas se o livro chega às suas casas inseridos em catálogos de outros tipos de bens, o estímulo à compra pode ter sido dado e, havendo uma renda adicional, a compra pode ser feita. Os livros infantis e religiosos representam de 50% a 60% dos volumes comercializados.

E como surgiram os livros na Canção Nova? A editora começou publicando os livros do seu fundador, Jonas Abib, depois obras de autores da Comunidade e, mais recentemente, abriu para escritores de fora. Embora ainda jovem, a editora já conquistou importantes marcas de vendas: *A Bíblia foi escrita para você* e *Sim, sim! Não, não!*, ambos do Mons. Jonas,

¹⁰⁸ Disponível em: www.youtube.com/watch?v=Ekv4YAhL6es&feature=player_embedded. Acesso: 13/11/11, às 20h.

¹⁰⁹ Disponível em: <http://portaaporta.cancaonova.com/institucional>. Acesso: 13/11/11, às 20h.

¹¹⁰ Disponível em: www.snel.org.br/files/pesquisaMercado/relatorioAnual/relatorio_anual_2009.pdf. Acesso: 13/11/11, às 20h05.

venderam, juntos, quase um milhão de cópias. Em 2007, as vendas gerais chegaram a mais de 2 milhões de livros. Muitas obras já foram traduzidas para o inglês e o espanhol e comercializadas em diversos outros países, como Estados Unidos, Itália e Filipinas, e em toda a América Latina. Visando ampliar sua distribuição e se tornar conhecida do público em geral, em outubro de 2005, a editora participou da Feira Internacional do Livro de Frankfurt, a maior do mundo¹¹¹, e, em 2006, estreou na Bienal Internacional do Livro de São Paulo, participando novamente em 2008¹¹².

Segundo a editora Cristiana Negrão, os leitores da Canção Nova se concentram, em sua maioria, nas classes C e D. Em declaração à revista *Publishers Weekly* em outubro de 2009¹¹³, ela admite que os livros abordam temas simples e são fáceis de ler, e que a recessão econômica (que abalou o mundo à época) foi favorável aos negócios, já que os que estavam sofrendo puderam encontrar conforto em livros de autoajuda da editora. Ainda de acordo com a publicação, as lojas da Canção Nova não são uma importante fonte de renda, e sim o porta a porta, reflexo das classes que mais compram seus livros. Muitos não vão às livrarias ou não têm acesso a elas, e o agente da CN vai à casa deles levar os produtos.

Em meio a um sistema de comunicação moderno e com diversas opções de evangelização, o livro ainda é um meio tradicional que tem força. O blog da editora (blog.cancaonova.com/editora) oferece um texto que expressa isso:

Dentre todos esses meios [de comunicação da Comunidade], está a EDITORA CANÇÃO NOVA, que é um pequeno DAVI escolhido por Deus para derrotar o Goliás de hoje. Nós, da editora, fomos escolhidos por Deus para levar sua Palavra aos muitos lugares em que ela não chega nem pela rádio nem pela TV, como os presídios, por exemplo. Mesmo presos em celas, os presidiários providencialmente recebem algum livro, possibilitando seu encontro com Deus e seu batismo no Espírito. Recebemos também aqui muitos testemunhos de pessoas que, ao lerem os livros da EDITORA CANÇÃO NOVA, tiveram suas vidas transformadas. Esses são os frutos da nossa missão. Produzimos livros que podem ser lidos no ônibus, no metrô, nas idas e vindas do trabalho. Deus tem seus caminhos e sua pedagogia, e nós estamos aqui para contribuir com Ele¹¹⁴.

¹¹¹ Foram achados registros referentes à participação nos anos de 2009, 2010 e 2011. É provável que de 2006 a 2008 a editora também tenha estado presente. Catálogo da editora para a Feira de 2011, com 50 títulos e uma *backlist* de nove livros, disponível em: <http://issuu.com/editoracancaonova/docs/catalogofrankfurt2011>. Acesso: 20/11/11, às 22h.

¹¹² Não foram achadas informações sobre participação em 2010, mas o mais provável é que tenha acontecido.

¹¹³ ANDRIANI, Lynn. "The Other Amazon". *Publishers Weekly*, Volume 256 - Issue 40, Oct 05, 2009. Disponível em: www.publishersweekly.com/pw/print/20091005/801-international-publishing-brazil.html

¹¹⁴ Disponível em: <http://blog.cancaonova.com/editora/2010/12/21/somos-resultado-da-fidelidade-de-um-sonhador>. Acesso: 15/11/11, às 12h45.

Em um texto anterior, a coordenadora editorial Jocelma Cruz afirma: “A nós, EDITORA CANÇÃO NOVA, foi dada a capacidade de transformar sentimentos em palavras, para que estas cheguem ao seu coração e te conduzam a Deus. (...) A sua [missão], em cooperação com a nossa, será a de levar a riqueza do garimpo para o máximo de pessoas possível.”¹¹⁵

No blog do Porta a Porta (blog.cancaonova.com/portaaporta), constantemente aparece a mensagem: “Um livro sempre acrescenta algo de bom em nossas vidas. Na Canção Nova ele é a maior forma de evangelizar.” O site divulga frequentemente os produtos, muitas vezes com trechos de livros, textos dos autores, textos informativos com assuntos relacionados aos produtos — sempre fornecendo o código do catálogo — e testemunhos dos leitores e Evangelizadores Porta a Porta (EPP), como é o caso de Marina Mori, de Campo Mourão (PR), que deu seu depoimento no programa da TV CN “Juntos Somos Mais”:

Cada livro chegava para mim na hora certa. Foram 4 anos de hospital, 4 anos em que meu marido esteve doente. Os livros encaixavam exatamente com o que nós estávamos passando. Eu lia e depois passava para ele. Ficamos aguardando um rim para meu marido. A gente tem mania de querer tudo na hora. Os livros me fizeram entender que para tudo existe o tempo de Deus. O milagre aconteceu para nós, ele demorou um pouco mas veio. A Canção Nova nos fez entender que tudo o que vivemos é um milagre, não podemos desistir. Por isso me tornei Evangelizadora Porta a Porta, para levar esses livros a qualquer um. São livros que te fazem entender o verdadeiro sentido da vida. Tenho exemplos a dar! Na fase mais difícil que foi ficar longe das minhas filhas, vivendo uma “vida de hospital”, uma voz dentro de mim dizia: “Quando tudo passar você vai ser feliz!”, foi o livro *Saborear a vida*, do Padre Léo, que me fez perceber que é preciso ser feliz no momento presente. A Canção Nova me ensinou a sentir e dizer: eu já sou feliz agora! *Milagre aos nossos olhos*, do Monsenhor Jonas Abib, abriu os meus olhos para enxergar que tudo na vida é um milagre, bem na hora em que eu estava precisando de um¹¹⁶.

Por esse testemunho, se vê o importante papel dos livros na evangelização da Comunidade. A CN sempre faz questão de disponibilizar vídeos com declarações de mudanças de vida, dos efeitos de seus produtos, para que outros sejam “tocados” e para que ela possa subsistir com as vendas. Além do blog, o Porta a Porta possui um twitter próprio, o @portaaportacn, e um site: portaaporta.cancaonova.com. O catálogo mais recente disponível — que os EPPs recebem — é o nº 35, de novembro/dezembro de 2011¹¹⁷. Na seção de livros, podemos ver os autores mais conhecidos, como o Mons. Jonas Abib, Luzia Santiago, Eto,

¹¹⁵ Disponível em: <http://blog.cancaonova.com/editora/2010/12/16/a-arte-de-transformar-sentimentos-em-palavras>. Acesso: 15/11/11, às 13h.

¹¹⁶ Disponível em: <http://blog.cancaonova.com/portaaporta/?p=2913>. Acesso: 14/11/11, às 15h55.

¹¹⁷ Disponível em: http://issuu.com/portaaporta/docs/cat_pap_35_cn. Acesso: 14/11/11, às 17h.

Dunga, Padre Fábio de Melo, Gabriel Chalita, Pe. Léo, Prof. Felipe Aquino e outros que serão vistos mais à frente. O catálogo também tem livros de outras editoras, como Ave-Maria, Cléofas, Palavra & Prece e Santuário.

A editora também funciona com o sistema de revenda: quem quiser ser revendedor, é só telefonar a fim de solicitar livros para sua livraria, católica ou não, ou papelaria ou o estabelecimento que for. Há um vídeo explicativo no blog Produtos CN (blog.cancaonova.com/produtos/?page_id=5808) e um catálogo específico¹¹⁸. As lojas da própria Comunidade são em número de 22; cada uma tem e-mail próprio e algumas, blog (nas cidades onde há emissoras de rádio da CN), uns mais com “cara de blog”, com textos sobre a religião, outros mais divulgando eventos e sua cobertura, mas todos com conexão com o Clube da Evangelização¹¹⁹. As lojas estão presentes em Aracaju, Belém, Belo Horizonte (2), Brasília, Cachoeira Paulista, Campinas, Campo dos Goytacazes (RJ), Cuiabá, Curitiba, Fortaleza (2), Itabuna (BA), Londrina (PR), Lorena (SP), Natal, Rio de Janeiro, São José do Rio Preto (SP), São José dos Campos (SP – 2), São Paulo e Vitória da Conquista (BA).

E para que os livros cheguem a esses pontos de venda, é necessário todo um processo de produção, empreendido no centro de São Paulo. A editora, ao contrário das outras iniciativas da CN, não se localiza na sede da Comunidade, em Cachoeira Paulista. No site da editora, é possível ver a divisão de trabalho e as pessoas responsáveis por cada etapa, com fotos, nomes e e-mails, por meio de um aplicativo em Flash que reproduz a planta da casa e os setores, disponível em editora.cancaonova.com/tour.swf. Porém, está desatualizado, já que, por exemplo, a coordenadora editorial não é Iara Rosa, mas Jocelma Cruz. De qualquer forma, pode-se saber como funciona a editora. Nos recursos humanos, administradora e auxiliar administrativo. No comercial, vendedor, coordenadora de marketing, assistente comercial, gerente comercial e gerente de vendas. Na produção, diagramador, revisor, diretora de arte, ilustrador/desenhista, produtora de texto e arte-finalista. No editorial, coordenadora editorial e editora.

Em vídeo de abril de 2010 do canal no Youtube TV Canção Nova¹²⁰, durante um programa, Jocelma Cruz apresenta a editora por dentro e seus funcionários. Ela diz que, como a Canção Nova é um território eucarístico, a editora também deve ter um local para o encontro

¹¹⁸ Um catálogo de 2010 está disponível em: http://issuu.com/portaaporta/docs/catalogo_livraria_cn_2010. No mesmo site, o Issuu, há um catálogo de produtos para o atacado, de set/out 2011: http://issuu.com/midia.imprensa/docs/catalogo_virtual_set_out2011

¹¹⁹ Lista de blogs disponível em: http://blog.cancaonova.com/produtos/?page_id=6442. Acesso: 14/11/11, às 17h45.

¹²⁰ Disponível em: www.youtube.com/watch?v=llxn1hff1vg. Acesso: 20/11/11, às 20h40.

com Jesus no Santíssimo Sacramento, que é a capela, em cuja porta há o brasão de madeira da Comunidade. Esse brasão pode ser visto em comunidade.cancaonova.com/brasao e foi criado durante a comemoração de 30 anos da CN, quando ela recebeu o reconhecimento pontifício. Ele tem a forma, tradicional na heráldica, de um cálice e é ladeado pelos símbolos eucarísticos, o trigo e a uva (folhas de parreira).

Em vídeo de agosto do mesmo ano do canal TV CN São Paulo¹²¹, Jocelma também mostra a editora e fala sobre o processo de produção, semelhante a qualquer outra casa do ramo: o original chega do autor, vai para preparação e revisão, depois diagramado, e é feita uma capa que comunique a ideia do livro, e em seguida o livro é enviado para a gráfica. O processo é sempre acompanhado pelo autor, para que ele possa verificar se “a aspiração e a inspiração dele estão se tornando reais com o trabalho da editora. Nós falamos que é uma parceria mãe e pai, que juntos concebem o livro”. Segundo a coordenadora editorial, o autor precisa fazer com que o livro envolva o leitor, seja atraente, tanto um livro de evangelização quanto um secular.

Voltando ao site da editora Canção Nova, em todas as páginas de livro, além da sinopse e da ficha técnica, há o link “Fique sabendo o que a imprensa divulgou sobre nossos livros e autores” e dois botões que direcionam para Lançamentos e Mais vendidos. Na página principal, essas duas seções estão presentes, junto com os Destaques e os Recomendados, entre os quais *A juventude e a força do amor*, de Dom Rafael Llano Cifuentes (1ª ed.), *Dons de fé e milagres*, de Márcio Mendes (1ª ed.), *O meu lugar é o Céu*, do Pe. José Augusto (18ª ed., revisada e atualizada) e *A profecia do avivamento*, do Pe. Roger Luís (1ª ed.). Na seção de Imprensa, além do clipping e de cadastro dos jornalistas, estão disponíveis arquivos de logotipos, capas de livros e fotos dos autores.

Estranhamente, o preço de nenhum livro está disponível no site e não se pode comprá-los a partir de lá, o que dificulta para o internauta. Para tal, é necessário ir ao Shopping CN, em que é possível baixar o 1º primeiro capítulo de alguns livros, ver o comum “Pessoas que compraram este produto também compraram” e acessar os sites ligados a Produtos CN: blog, Orkut, Facebook, Twitter, YouTube¹²², MySpace, Formspring.me (serve como um FAQ) e a rede social Gente de Fé.

Voltando ao site da editora, um dos livros que se diferencia dos demais lá é *Quem me*

¹²¹ Disponível em: www.youtube.com/watch?v=6KnBIek4xoc. Acesso: 20/11/11, às 20h30.

¹²² No canal de ProdutosCancaoNova, divulgam-se a instituição, as possibilidades de compra, os lançamentos, músicas etc. com a mensagem “Aqui você fica por dentro dos lançamentos e projetos especiais do DAVP”.

roubou de mim?, pois disponibiliza o 1º capítulo, com 22 páginas do PDF da prova diagramada (é possível ver a escala de cores, as marcas de corte e o nome do arquivo e dia e hora em que foi fechado) e um link para vídeo do programa da TV CN “Vitrine Canção Nova”.

Na seção de Autores, há links para seus livros e para entrevistas, eventos, site e/ou blog próprios e programas apresentados pelo escritor. A seguir, um painel dos autores da editora — muitos não são mencionados ou apenas foram citados anteriormente. Márcio Mendes é membro da Comunidade, onde atua em áreas ligadas a comunicação, e autor dos sete livros da coleção Dons do Espírito, entre outros. O casal missionário Ricardo e Eliana Sá sempre está junto em suas atividades e publicou livros em conjunto. Andréa Taísa (Déia) adaptou para uma coleção de livros o programa infantil da Turma da Arca, que ela mesma apresenta — assim como o programa jovem “Bem da Hora”. José H. Prado Flores é um leigo católico mexicano que desde a década de 1970 dedica-se à pregação em vários países; fundou a Escola de Evangelização Santo André, cujas apostilas de formação são publicadas pela editora. Pe. José Augusto é sacerdote desde 1997, responsável pela formação dos padres e faz parte do Conselho da Comunidade. Pe. Rufus é um frei indiano que trabalha com a RCC desde 1972 e concede palestras em retiros e conferências pelo mundo inteiro. Adriano Gonçalves é apresentador do programa da TV CN “Revolução Jesus”, voltado para os jovens, e autor do famoso *Santos de calça jeans*. Adelita Rozetti, mais conhecida como Tia Adelita, é apresentadora do programa infantil “Cantinho da criança” e autora da coleção Querigma das cores, que possui uma premissa interessante: apresentar o querigma, ou seja, o anúncio da mensagem cristã, para as crianças, e cada livro está associado a uma cor (*Aprendendo com as cores — Orientação aos evangelizadores; Vamos parar de pecar? — Livro Preto; Cheios do Espírito Santo — Livro Branco; Creia em Jesus e mude de vida — Livro Verde; Deus ama você — Livro Amarelo; Jesus me salvou — Livro Vermelho; Somos da família de Deus — Livro Azul; Uma história de amor — Livro Colorido*). Outras obras interessantes dela são a coleção Pastorinhos, sobre os primos Jacinta, Lúcia e Francisco; *Na trilha de um vencedor*, história do Papa João Paulo II contada em linguagem infanto-juvenil; e *O menino que podia voar*, sobre crianças especiais.

A editora também tem extensões em blog, Twitter e Facebook. O blog, assim como o Produtos CN e o Porta a Porta, faz a divulgação, não apenas dos livros, mas também foca na editora e em temas como leitura, revisão e outros ligados a livros. Um dos textos assinala a importância da presença da casa nas mídias:

a equipe da editora Canção Nova tem se esforçado para criar (bom) conteúdo nas mídias para que você, leitor, que nos prestigia adquirindo os nossos livros, possa ter acesso a conteúdos exclusivos, trechos de livros em primeira mão, promoções e, o mais importante, possa dar a sua opinião sobre as nossas publicações e sugestões de temas que gostaria que fossem publicados. Agradecemos a você, que faz parte da família Canção Nova, que já tem nos ajudado na evangelização, seja nos seguindo no Twitter, “curtindo” os nossos posts na fanpage do Facebook ou comentando nosso blog¹²³.

Em outro *post*, de agosto de 2011, a revisora da editora, Patricia Almeida, enfatiza a possibilidade de interação dos e-books e de inclusão de palestras e vídeos do autor e informava que a editora, Cristiana Negrão, e a coordenadora editorial, Jocelma Cruz, haviam participado do 2º Congresso Internacional do Livro Digital, organizado pela Câmara Brasileira do Livro, e “voltaram cheias de ideias e informações”¹²⁴. Na mesma página, o diagramador da editora, Claudio Tito Braghini Junior, explica sobre os e-books e sobre a opção pelo formato EPUB, e não PDF: “O EPUB é interativo, enquanto o PDF não. O EPUB permite a inclusão de animações, links, sites, o aumento ou diminuição da fonte, buscas no texto, anotações. O PDF é estático, não permitindo o uso de nenhuma dessas ferramentas.”¹²⁵ Finalmente, em setembro de 2011, a Comunidade destaca os e-books que a CN passou a editar, 27 no total¹²⁶.

A Comunidade já editava livros em outro formato: audiolivros ou, como também chama, livros para ouvir, em um total de 19¹²⁷. A maioria é narrada pelo próprio autor, sendo 10 deles de Márcio Mendes (toda a Coleção Dons do Espírito está incluída). São livros para os que gostam de ler mas não têm tempo e para os que não gostam e que, assim, podem ser evangelizados. Também é útil para pessoas com dificuldades de leitura ou necessidades especiais. Os áudios são divididos em faixas para que o ouvinte possa saber em que parte parou no livro, já que muito provavelmente ele não conseguirá escutar tudo de uma vez, pois são muitas horas de gravação. O interessante é que, por exemplo, o audiobook de *Dons de fé*

¹²³ Disponível em: <http://blog.cancaonova.com/editora/11/10/06/a-evangelizacao-nao-pode-parar>. Acesso: 15/11/11, às 11h15.

¹²⁴ Disponível em: <http://blog.cancaonova.com/editora/11/08/04/a-editora-cancao-nova-no-mundo-do-livro-digital>. Acesso: 15/11/11, às 12h30.

¹²⁵ Disponível em: <http://blog.cancaonova.com/editora/11/08/11/desvendando-os-misterios-do-e-book>. Acesso: 15/11/11, às 11h30.

¹²⁶ Disponíveis em: www.livrariasaraiva.com.br/pesquisaweb/pesquisaweb.dll/pesquisa?FILTRON1=M&PALAVRASN1=25774&ORDEM1=E&MODELON2=C&ID=C91C912E7DB090D102F100213. Acesso: 15/11/11, às 11h20.

¹²⁷ Disponíveis em: <http://portaaporta.cancaonova.com/categoria/audiolivros> e <http://shopping.cancaonova.com/categoria/audiolivros>. Acesso: 15/11/11, às 12h35.

e milagres estava sendo gravado antes mesmo de ser lançado o livro comum, mas o áudio só saiu um tempo depois do outro lançamento. Ainda em 2011, sairão dois livros para ouvir de Pe. Rufus e *Quem tem que mudar sou eu*, de Ricardo e Eliana Sá. Já existem projetos para gravar livros em outras línguas: espanhol, italiano e talvez inglês, como afirma a responsável pelos audiolivros¹²⁸.

O twitter da editora, @editoracn, coloca trechos de livros e links como “aperitivos” no Issuu¹²⁹, divulga lançamentos e eventos (às vezes mencionando o twitter do autor), faz promoções, posta vídeos de autores. Postou sobre participação na Feira de Frankfurt e sobre a ida da coordenadora editorial ao programa “Papo aberto”, da TV CN. O mais interessante é a antecipação dos novos livros, com mensagens como: “Obrigada, padre. Em breve estaremos trabalhando com o livro do senhor! Vai ser uma bênção!”; “Estamos trabalhando nos últimos detalhes do livro de estreia de @Pe_fabriciocn!”; “Mais uma novidade da editora Canção Nova vem por aí: ainda neste ano teremos um novo livro de @padrejoazinho!”; “a reunião na Editora CN foi uma benção, você vai tocar nessa graça quando estiver com esse livro nas suas mãos!”; “O livro de estreia de @Pe_fabriciocn, Fortes na Tribulação, já foi para a gráfica. Logo, logo ele sai do forno! #olhaolivro”, em geral utilizando essa *hashtag*, que é replicada pelos leitores. Também há postagem de foto no Twitpic com a visita do autor à editora (“Olha só quem passou aqui na @editoracn para conversar conosco sobre o seu livro de estreia!”) e com a capa da edição coreana de *A Bíblia no meu dia a dia*.

Outros perfis correlatos no Twitter são o @ProdutosCN (dá retweet (RT) nas postagens dos clientes que elogiam os produtos), @juntosomosmais, @daimealmas_cn, @Vitrinecn, @clubecn¹³⁰, @CNBomDemais¹³¹ e @casanovacn. Esse último é da promoção Casa Nova, Canção Nova (casanovacancaonova.com), que incentiva o fiel a comprar alguns produtos, dentro dos quais se encontra um cupom para concorrer a casas e kits de prêmios. Os itens participantes, sempre com o selo “Casa Nova, Canção Nova”, são os lançamentos *Quem é Jesus*, do Pe. Rufus, e *Dons de fé e milagres*, de Márcio Mendes, e a nova edição de *Aspirai aos dons espirituais*, de Mons. Jonas. Além disso, foram criados os kits Quem é Jesus, e Fé e Milagres (1 e 2). O primeiro inclui o livro do Pe. Rufus, um DVD, um CD, uma coletânea de pregações e outro livro. O segundo inclui o livro de Márcio Mendes, um CD, uma agenda,

¹²⁸ Fonte: www.youtube.com/watch?v=sO3a7Yb7C4E. Acesso: 20/11/11, às 21h25.

¹²⁹ Site que permite visualizar um arquivo PDF como se fosse um livro ou revista, folheando as páginas.

¹³⁰ Os dois últimos também possuem canal no Youtube com os respectivos nomes: Vitrinecn e comunicacaocn.

¹³¹ “Ser Canção Nova é Bom Demais é uma campanha que visa resgatar valores morais e cristãos que estão se perdendo nos dias de hoje.” Com página no Facebook: www.facebook.com/pages/Ser-Can%C3%A7%C3%A3o-Nova-%C3%A9-Bom-Demais/176004969120753?sk=wall

uma coletânea de pregações e outro livro. O terceiro inclui o livro de Márcio Mendes, dois DVDs, um CD e outro livro. A cada mês um novo produto entra na promoção.

Essa reedição do livro do fundador da Comunidade é parte de uma série de reedições do autor, justamente as obras que deram início à editora. No programa “Porta a Porta” de maio de 2010¹³², Jocelma Cruz afirmou que é feito um estudo das obras que estão no mercado para ver quais estão se esgotando. Sabendo que, dentro de três meses, tal título irá acabar, começa-se a fazer uma nova edição, iniciando-se por uma revisão de todo o livro, em especial para adequá-lo ao Novo Acordo Ortográfico. Também percebem-se detalhes que podem ser acrescentados às edições antigas, como foi o caso de *Canção Nova, uma obra de Deus*, aumentado em dois capítulos, como atualização da história da Comunidade, incluindo aí o reconhecimento pontifício. Em vídeo de 19/07/2011¹³³, a coordenadora editorial afirma que “a palavra é a mesma, a eficácia é a mesma, o entusiasmo é o mesmo” e que “novas gerações vão poder se encontrar com a força do Evangelho”. Ela mostra a preocupação em renovar as edições, colocar capas e um visual mais moderno, dizendo inclusive que não compraria a edição antiga, pois não tem uma capa que a atrai. Os livros do monsenhor já estão também na Polônia, Coreia, Itália, França, Colômbia, México, Croácia, Eslovênia etc.

Por vezes, a editora faz projetos especiais, como foi o caso da edição comemorativa de 400 mil exemplares de *Sim, sim! Não, não!*, em 2006, quando acrescentaram à edição um CD com orações do Mons. Jonas. E um livro surgiu do site de um membro da Comunidade, o *Blog da Salette Ferreira — Mensagens e testemunhos*, vencedor do prêmio Blogbooks 2009, categoria Religião. No programa “Cantinho da Criança”, da TV CN, o processo é inverso: no quadro “A Bíblia para crianças”, são utilizados os desenhos da *Bíblia para crianças* da editora Canção Nova, que às vezes ganham alguns recursos de animação. Um exemplo é a Criação do mundo: www.youtube.com/watch?v=aH9gyn4D_7o. E a obra *Na trilha de um vencedor* ganhou uma espécie de *trailer*: www.youtube.com/watch?v=Qz18omBptjY.

Essas são mais algumas demonstrações da convergência de mídias quando se trata dos livros da CN. E é também por meio dos programas de TV e rádio¹³⁴ que a Comunidade se faz presente para conversar com os sócios e para divulgar os produtos, sempre em vista da subsistência e evangelização.

¹³² Disponível no canal PortaCN: www.youtube.com/watch?v=XHaZs9vxYsI. Acesso: 15/11/11, às 15h.

¹³³ Disponível em: www.youtube.com/watch?v=48yMjRXsY8I&feature=related. Acesso: 15/11/11, às 14h55.

¹³⁴ Programação e descrição dos programas da TV e Rádio Canção Nova disponíveis em: www.cancaonova.com/portal/canais/tvcn/tv/progs.php e em www.cancaonova.com/portal/canais/radio/programasa2.php. Acesso: 20/11/11, às 21h30.

Na TV, existe há 11 anos o programa “Juntos somos mais”, onde a Comunidade se comunica com o sócio evangelizador, seja ele arrecadador, porta a porta, sócio por boleto, por débito automático ou depósito identificado. É o espaço em que o sócio testemunha o bem que ele experimenta através do Sistema Canção Nova de Comunicação e toma consciência do bem que ele promove na vida de outros. É também o programa de relacionamento com o público não sócio, mas que assiste e ajuda a Canção Nova, indo ao ar seis dias por semana. O programa “Clube do Ouvinte”, na Rádio, tem o mesmo viés, quatro vezes durante a semana.

Já “Porta a Porta”, na TV, apresenta novidades, promoções do catálogo e também testemunhos de pessoas que são beneficiadas com a ajuda financeira e espiritual, duas vezes por semana. “Conexão Davi”, na Rádio, como o nome diz, mostra os produtos do Departamento de Audiovisuais. Na televisão, “Vitrine Canção Nova” apresenta, por toda a semana, os produtos da Comunidade, segmentados nos programas “Áudio e Vídeo”; “Livros”; e “Acessórios”, com lançamentos e participação dos escritores e cantores, e há também o programa “Mix”, que, como o próprio nome diz, mistura as categorias. Como um de seus apresentadores diz, “Vender é uma desculpa, porque a gente leva até você histórias de vida, histórias de conversão, a gente leva um diferencial que é experiência que aquela pessoa que escreveu um livro, que gravou um CD ou que fez uma coletânea de palestras fez com Deus (...) O produto vai ajudar você, claro, na sua caminhada com Deus (...), que isso é o que de fato mais importa”¹³⁵.

Por fim, na TV e na Rádio, “Deus Proverá” tem o objetivo de transmitir aos fiéis que Deus providencia todas as coisas na Canção Nova e na vida de muitas pessoas através dos sócios. A apresentadora e seus convidados trazem sempre todos os investimentos, obras e eventos que acontecem na Canção Nova e também como está o andamento da meta financeira a cada mês.

Como os apresentadores dos programas e membros da Comunidade costumam escrever livros, acaba que as obras também podem ser divulgadas em programas que não são dedicados a produtos, como, por exemplo, no programa “Revolução Jesus”, voltado para o público jovem, cujo apresentador, Adriano Gonçalves, já escreveu dois livros.

A Comunidade Canção Nova, como vimos, sempre busca essa convergência de mídias: o apresentador da TV que investe em um livro, que é divulgado no Twitter e em blog. A CN está atrás do público jovem, que está “antenado” com as novidades e que não se satisfaz com apenas uma fonte, com poucas informações. Ele está acostumado à riqueza e a

¹³⁵ Disponível em: www.youtube.com/watch?v=6pbAbOPy9ZY. Acesso: 20/11/11, às 1h15.

múltiplas possibilidades de participar e a fazer várias tarefas ao mesmo tempo. É uma mente incansável que sempre precisa de estímulo e não se concentra numa só coisa.

Claro que a convergência não está voltada apenas para os jovens. Ela é uma tendência geral dos sites e de grupos comunicacionais, que visa atender à demanda cada vez maior pelo novo, por mais informações, por mais recursos. Se algo é visto na TV, logo precisa ter sua extensão nos demais canais da internet. Não à toa, tudo caminha para a unificação num só aparelho, com todas as mídias. E a Canção Nova sempre busca se modernizar para que sua evangelização não se enfraqueça, criando, por exemplo, aplicativos para o iPhone, e-books.

O investimento da CN nas redes sociais também é uma mostra de que a Comunidade não quer ficar para trás. É nessas redes que as pessoas se comunicam diariamente, compartilham informações, recomendam livros, vivem virtualmente, logo é de extrema necessidade que a CN esteja mergulhada nesse meio. Ali, os leitores interagem com os autores, com a editora, com os membros da Comunidade, dão suas opiniões e testemunhos, participam de programas, se sentindo parte da produção, da divulgação e da evangelização.

Aliás, esse é um detalhe muito importante: a Canção Nova trabalha muito a questão da pertença do fiel e de seu importante papel na evangelização. Quem deve evangelizar não é apenas a editora, a Comunidade: o fiel também é chamado a comprar o livro para ser evangelizado e passar isso adiante, para dar de presente, para ser um Evangelizador Porta a Porta, para recomendar leituras, para falar de Deus ao irmão, para compartilhar e não deixar o “tesouro” aprisionado; deixar de ser passivo para se tornar ativo no processo. E isso fortalece os laços do fiel com a CN, pois este se sente útil e parte de algo maior. Ele se sente ligado a diversos outros fiéis que fazem o mesmo e aos membros da Comunidade. Essa pertença é intensificada em lemas como Ser Canção Nova é bom demais, que visa propagar ideais e carismas — fazendo o fiel se identificar com uma “comunidade emocional” — ao mesmo tempo que divulgar os produtos.

O sentimento de filiação também é bastante trabalhado no que se refere aos sócios evangelizadores. Sem eles, a Comunidade não subsistiria, logo são produzidos programas especiais e publicações voltadas apenas para eles, como as Revistas Canção Nova comum e infantil. Aliás, a criação da segunda versão é um passo muito significativo no sentido de evangelizar desde cedo; é necessário renovar os fiéis e não deixar que o público apenas se envelheça.

O que este capítulo demonstrou, acima de tudo, é a força do livro. A força para evangelizar, a força da simplicidade, a força para chegar aonde outros meios não chegam, a

força das palavras, a força da oração. Uma força que é amplificada pelos outros meios aos quais ele se alia. Uma força que toma novas formas, como em e-books e em audiolivros. Resta à Canção Nova fazer jus a seu *status* de Associação Internacional de Fiéis, reconhecida pelo Papa, e levar a Palavra a todos os cantos do mundo.

5. CONCLUSÃO

As principais editoras católicas são tradicionais e fazem parte da história do país. Algumas surgiram, já aqui no Brasil, no século retrasado, quando os impressos nacionais não eram algo comum, passaram pelo momento de crescimento do mercado juntamente com as demais editoras, na época da ditadura, e agora se veem num mundo em que o impresso convive com dezenas de outras formas de se informar e comunicar. São diversas mudanças que foram transformando o papel do impresso e do livro na sociedade: de um mundo em que eles eram mais destinados à elite até um em que se procura torná-los mais acessíveis, ao mesmo tempo que não são mais o centro das atenções.

As editoras católicas não têm mais a mesma relevância que tinham, por exemplo, na época da ditadura, com a *Vozes* e sua posição intelectual de destaque. Nem elas se encontram entre as primeiras na lista de mais vendidos. É claro que *Vozes* e *Paulinas* são editoras de nome, respeitadas, e não vender muito não é algo que diminua o valor de uma instituição. Principalmente por causa de suas obras de referência, e que não são religiosas, a *Vozes* se destaca, e suas edições de bolso recém-lançadas atestam a importância que lhes é dada.

Simultaneamente, editoras que não são católicas vêm tentando atrair leitores (e conseguindo) por meio de livros religiosos. Principalmente após o enorme sucesso de *Ágape* (aliás, mais um best-seller do Padre Marcelo Rossi), cada uma das editoras procura a sua mina de ouro, desde Padre Fábio de Melo e Gabriel Chalita até Padre Reginaldo Manzotti e Padre Antônio Maria. Os padres estão cada vez mais em evidência na mídia, para desgosto dos mais conservadores, que veem aí a “dessacralização” do sagrado, a banalização. E, assim, as editoras laicas descobriram o filão mais ao estilo autoajuda e conquistaram, inclusive, leitores que não são da Igreja.

As editoras católicas procuram também, desde o Concílio Vaticano II e seu pedido de “diálogo com o mundo”, fazer publicações que não sejam estritamente religiosas para conquistar o leitor que não segue a religião. É uma tentativa de abertura, para que não se fique dependente apenas dos consumidores católicos, mas sem prescindir dos valores e da doutrina. A maioria dos livros dessas editoras que estão (ou já estiveram) na lista de mais vendidos seguem essa linha, como as obras de Mario Sergio Cortella e *O corpo fala*, da *Vozes*, e *A volta ao mundo em 80 dias*, da FTD. Assim como as demais editoras, as católicas passaram da condição do livro como missão (ideia “romântica”) para a do livro como produto (ideia

comercial). As católicas — e imagino que as religiosas em geral — ainda resistem para não fazer essa conversão total, mas é inevitável que oscilem entre os dois polos.

Isso porque a concorrência é cada vez maior no mercado editorial, o que deixa as católicas em desvantagem, num momento em que é mais difícil ainda vender (muitos) livros, diante da enorme disponibilidade de títulos. Apesar disso, na maioria das vezes, os pontos de venda das católicas se diferem dos pontos das demais, não sendo comercializadas nas livrarias comuns, mas sim, geralmente, em estabelecimentos especializados e paróquias. E seus leitores formam um público fiel (literalmente), que está ligado aos livros pela religião e por seu modo de vida — ainda que, nos últimos anos, o percentual de católicos no Brasil tenha caído, passando de 73,79% em 2003 para 68,43% em 2009¹³⁶.

Nesta monografia, infelizmente, não foi possível conhecer mais a fundo a editora Canção Nova. Foram enviados questionários e se tentou entrar em contato por e-mail, Twitter (perfil da coordenadora editorial Jocelma Cruz), telefone, mas a única resposta foi que estavam consultando a assessoria sobre as perguntas colocadas. Percebeu-se uma resistência a fornecer informações, provavelmente como proteção contra pessoas que se passam por católicas com segundas intenções. Como descobri na outra monografia, existe um departamento específico na CN, dentro da Fundação João Paulo II, responsável por todos os Trabalhos de Conclusão de Curso que envolvam a marca Canção Nova e Fundação João Paulo II. Existe a preocupação de que todos contenham informações corretas, por isso a necessidade da centralização de dados. Apesar dos contratemplos, foi possível ter um bom conhecimento da editora a partir do seu site, dos testemunhos, do blog, dos vídeos.

No contexto católico, a Canção Nova é uma comunidade da Renovação Carismática Católica (RCC) com prestígio nacional, alcance internacional e reconhecimento do Vaticano. Especialmente entre os conservadores, a CN — e toda a RCC — é alvo de polêmica, pois sua subjetividade e grande ligação com o Espírito Santo são associadas ao pentecostalismo. Dessa forma, os livros da editora não ficam atrás, pois replicam os carismas e o modo de viver a fé da Comunidade. Outra questão é o fato de padres se aventurarem na escrita e ganharem tratamento de “celebridade”, o que na editora não acontece — o padre Fábio de Melo tem o destaque que tem principalmente por seus CDs e pela promoção da Som Livre e da Globo.

No contexto editorial, apesar de seus poucos anos de existência e catálogo não tão extenso, a editora tem boas marcas de venda, especialmente com os livros do Mons. Jonas, que deram início às publicações. O fato de membros da Comunidade — em sua maioria,

¹³⁶ Disponível em: www.fgv.br/cps/religiao. Acesso: 30/11/11, às 5h35.

apresentadores da TV ou da Rádio — serem grande parte dos escritores cria um vínculo com o leitor, que já conhece o autor e o acompanha pelos programas e testemunhos. Não só na Canção Nova, mas também em outras editoras, são muito vendidos livros de oração e novena, por serem simples, úteis e pequenos; Bíblias, pela necessidade; e obras que fazem parte de coleções, o que é motivo para a maior proliferação de coleções (serialização), ao mesmo tempo que a personalização ao dividir as coleções.

No contexto comunicacional, ela tem diferencial com relação às outras. Por englobar TV, rádio e um grande portal, a Comunidade alia os livros a todos os outros meios de comunicação. Há uma convergência de mídias, em que a obra está aparecendo no Twitter, num blog, num podcast e num programa televisivo. O consumidor não vai encontrar os títulos apenas numa livraria católica ou na loja virtual; para onde quer que ele olhe ali estão sendo divulgados. É claro que não se trata da grande mídia, mas são canais abertos de comunicação com o leitor. Além disso, a venda dos livros está ligada à subsistência da Comunidade, que conta com seus sócios evangelizadores e demais fiéis para seguir em frente. A evangelização e a propagação do carisma da Comunidade também são aspectos que fortalecem os produtos e impulsionam o fiel a não ser um mero leitor, mas sim um evangelizador.

Esses são aspectos da Canção Nova que podem servir de parâmetro para as demais editoras católicas. As outras não possuem um sistema de comunicação como o da Comunidade, e a maioria mal tem ligação com um meio de comunicação, mas há editoras como as Paulinas e a Paulus, por exemplo, cuja vocação também é para a comunicação e que me lembraram a Canção Nova. Porém, pelo caráter mais “moderno” da última, preferi estudá-la no último capítulo a analisar os paulinos.

Muitas editoras realmente não necessitam das vendas para subsistir, como a CN, porém é importante assinalar o destaque que se dá ao papel do livro como canal de evangelização e de propagação dos ideais daquela congregação, comunidade ou grupo. Encarar o livro não apenas como um texto para passar ideias e informações, mas para transformar e fazer com que o leitor queira transformar outras pessoas, e para transmitir os carismas de quem produz o livro, quem sabe despertando no leitor uma vocação.

Outro aspecto é a interação dos livros com a internet, a fim de que eles não fiquem só no papel. Porque o leitor não fica parado e sempre busca saber mais sobre a obra, sobre o autor, sobre a produção etc. Em meio a tantos meios de comunicação, é necessário criar um forte vínculo com o livro. É dever da Igreja inovar cada vez mais sua ação, para que esteja

mais inserida nesse mundo de redes sociais e interatividade, falando aos internautas e às gerações mais novas.

O mundo cada vez mais se diversifica e se torna mais complexo, e é função da editora (não só das católicas, mas de todas) saber situar os livros em uma sociedade tão midiaticizada e em que há uma carga tão pesada de informações e de agentes de comunicação, mas que, em muitos lugares carentes, o livro é o meio mais acessível. Já é mais do que hora de ir para águas mais profundas.

6. REFERÊNCIAS

ANDRIANI, Lynn. “The Other Amazon”. *Publishers Weekly*, volume 256 - issue 40, Oct 05, 2009. Disponível em: www.publishersweekly.com/pw/print/20091005/801-international-publishing-brazil.html

BALBI, Marília. “Pioneirismo e modernidade” (Matéria de capa). *Panorama editorial* nº 58 – ano VII (2011), p.26-31. Disponível em: <http://pt.calameo.com/read/000059048bbca065beeea>

DELLA CAVA, Ralph & MONTERO, Paula. *E o verbo se faz imagem: Igreja Católica e os meios de comunicação no Brasil, 1962-1989*. Rio de Janeiro: Vozes, 1991.

HALLEWELL, Laurence. *O livro no Brasil: sua história*. 2ª edição revista e ampliada. São Paulo: Edusp, 2005.

NASCIMENTO, Gilberto. “Que se cuidem os infiéis” (matéria de capa). *Revista Carta Capital*, Nº 567, 14 de outubro de 2009, p.32-37.

[OLIVEIRA, Eliane Martins de](#). *O mergulho no Espírito de Deus: diálogos (im)possíveis entre a Renovação Carismática Católica (RCC) e a Nova Era na Comunidade de Vida no Espírito Canção Nova*. Rio de Janeiro, 2003. Tese de doutorado.

[ORO, Ari Pedro](#). *Avanço pentecostal e reação católica*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1996.

RABELO, Carina. “O avanço dos católicos na mídia”. *Revista Istoé*, Nº 2028, 17 de setembro de 2008, p. 64-68.

TEIXEIRA, Fabrício e PACETE, Luiz Gustavo. “Ver pra crer” (matéria de capa). *Revista Imprensa*, Nº 243, março de 2009, p. 24-31.

Sites consultados

- www.fgv.br/cps/religiao. Acesso: 22/11/11, às 17h30.
- www.promocat.com.br/historia-da-promocat.htm. Acesso: 22/11/11, às 23h55.
- www.publishnews.com.br/telas/noticias/detalhes.aspx?id=64697. Acesso: 23/11/11, às 3h30.
- <http://blogs.estadao.com.br/a-biblioteca-de-raquel/11/08/16/pesquisa-producao-do-mercado-editorial-em-2010>. Acesso: 23/11/11, às 3h50.
- www.ediouro.com.br/site/seals/index/agir. Acesso: 02/10/11, às 16h30
- <http://blogs.estadao.com.br/a-biblioteca-de-raquel/11/08/16/pesquisa-producao-do-mercado-editorial-em-2010>. Acesso: 23/11/11, às 3h50.
- www.ediouro.com.br/site/seals/index/agir. Acesso: 02/10/11, às 16h30
- www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_const_19651207_gaudium-et-spes_po.html. Acesso: 02/10/11, às 23h25.
- www.vatican.va/holy_father/paul_vi/encyclicals/documents/hf_p-vi_enc_26031967_populorum_po.html. Acesso: 02/10/11, às 23h30.
- www.vatican.va/holy_father/paul_vi/encyclicals/documents/hf_p-vi_enc_26031967_populorum_po.html. Acesso: 02/10/11, às 23h35.
- www.paulus.com.br/institucional/index.php?option=com_content&view=article&id=18&Itemid=45 e www.paulus.com.br/institucional/index.php?option=com_content&view=article&id=15&Itemid=42. Acesso: 09/10/11, às 14h20.
- www.paulus.com.br/institucional/index.php?option=com_periodico&controller=periodico&task=periodico_detalhes&id_periodico=124. Acesso: 09/10/11, às 14h50.
- www.asj.org.br/padreeduardo.asp. Acesso: 08/10/11, às 20h20.
- www.loyola.com.br/institucional/historia.aspx. Acesso: 08/10/11 às 20h35.
- www.loyola.com.br/institucional/historico.aspx. Acesso: 08/10/11 às 20h45.
- www.editorasalesiana.com.br/quem_somos.aspx. Acesso: 09/10/11, às 15h.
- www.asj.org.br/padreeduardo.asp. Acesso: 08/10/11, às 20h20.
- www.loyola.com.br/institucional/historia.aspx. Acesso: 08/10/11 às 20h35.
- www.loyola.com.br/institucional/historico.aspx. Acesso: 08/10/11 às 20h45.
- www.editorasalesiana.com.br/quem_somos.aspx. Acesso: 09/10/11, às 15h.
- www.editorasalesiana.com.br/rede.aspx. Acesso: 09/10/11, às 15h.

- www.editorasalesiana.com.br/boletim_o_que.aspx. Acesso: 09/10/11, às 15h.
- www.ftd.com.br/a-editora-ftd/D57. Acesso: 09/10/11, às 19h40.
- www.avemaria.com.br/editora/editora.jsp. Acesso: 09/10/11, às 20h.
- blog.cancaonova.com/felipeaquino/sobre-o-blog. Acesso: 09/10/11, às 20h20.
- www.editorasantuario.com.br/default2.asp?pg=sys/nucleo&cat_cod=152. Acesso: 09/10/11, às 20h25.
- www.cleofas.com.br/editora.aspx. Acesso: 09/10/11, às 20h45.
- www.cleofas.com.br/professor_felipe.aspx. Acesso: 09/10/11, às 20h45.
- <http://editora.cancaonova.com/editora.php>. Acesso: 09/10/11, às 21h.
- www.palavraeprece.com.br/index.php/quemsomos. Acesso: 22/10/11, às 12h15.
- www.maedaigreja.com. Acesso: 22/10/11, às 12h10.
- <http://palavraeprece.com.br/memorias>. Acesso: 22/10/11, às 12h30.
- <http://contecomigojesus.com.br>. Acesso: 22/10/11, às 12h30.
- www.edicoescnbb.com.br/site/page.php?idPage=13. Acesso: 09/10/11, às 21h05.
- www.promocat.com.br. Acesso: 16/10/11, à 1h.
- www.promocat.com.br/historia-da-promocat.htm. Acesso: 16/10/11, à 1h30.
- www.radiocoracao.org/noticias/expocatomica-2011-sua-igreja-viva. Acesso: 13/10/11, às 14h.
- www.midiacatomica.com/rondonia/noticias/brasil/837-expo-catomica-2011.html. Acesso: 13/10/11, às 14h15.
- www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_20020228_church-internet_po.html, acesso em: 13/11/11, às 21h30.
- www.publishnews.com.br/telas/mais-vendidos/ranking-anual.aspx?data=2010&tipo=anual. Acesso: 19/10/11, às 0h40.
- <http://publishnews.wordpress.com/11/05/19/os-exemplares-que-fazem-a-diferenca>. Acesso: 22/10/11, às 11h15.
- www.publishnews.com.br/telas/mais-vendidos/ranking-anual.aspx. Acesso: 22/10/11, às 12h40.
- www.publishnews.com.br/telas/mais-vendidos/ranking-mensal.aspx?data=01/08/11&tipo=mensal. Acesso: 22/10/11, às 13h.
- www.publishnews.com.br/telas/mais-vendidos/Default.aspx?data=21/10/11&tipo=semanal. Acesso: 22/10/11, às 13h20.

- www.publishnews.com.br/telas/mais-vendidos/Default.aspx?data=30/09/11&tipo=semanal. Acesso: 22/10/11, às 13h25.
- www.universovozes.com.br/editoravozes/web/view/PosicaoEditorial.aspx. Acesso: 23/10/11, às 19h45.
- www.universovozes.com.br/editoravozes/web/view/AEmpresa.aspx. Acesso: 23/10/11, às 19h47.
- www.universovozes.com.br/editoravozes/web/view/Editorial.aspx. Acesso: 23/10/11, às 20h15.
- www.universovozes.com.br/editoravozes/web/view/CatalogoVozes.aspx. Acesso: 23/10/11, às 22h10.
- www.universovozes.com.br/editoravozes/web/view/DetalheProduto.aspx?ProdID=8532602088&. Acesso: 27/10/11, às 23h25.
- www.universovozes.com.br/editoravozes/web/view/DownloadsEditora.aspx. Acesso: 23/10/11, às 23h55.
- www.universovozes.com.br/editoravozes/web/view/BlogDaCatequese.aspx. Acesso: 23/10/11, às 23h30.
- www.universovozes.com.br/editoravozes/web/view/Historia.aspx. Acesso: 24/10/11, às 23h25.
- www.universovozes.com.br/editoravozes/web/view/DetalheProduto.aspx?ProdID=8532635792&. Acesso: 26/10/11, às 22h45.
- www.universovozes.com.br/editoravozes/web/view/DetalheProduto.aspx?ProdID=8532632866&. Acesso: 26/10/11, às 22h45.
- www.universovozes.com.br/editoravozes/web/view/DetalheProduto.aspx?ProdID=8532632220&. Acesso: 26/10/11, às 22h55.
- www.universovozes.com.br/editoravozes/web/view/DetalheProduto.aspx?ProdID=8532635792&. Acesso: 26/10/11, às 22h45.
- www.universovozes.com.br/editoravozes/web/view/DetalheProduto.aspx?ProdID=8532632866&. Acesso: 26/10/11, às 22h45.
- www.universovozes.com.br/editoravozes/web/view/DetalheProduto.aspx?ProdID=8532632220&. Acesso: 26/10/11, às 22h55.
- www.publishnews.com.br/telas/noticias/detalhes.aspx?id=65021. Acesso: 29/10/11, às 13h05.
- www.franciscanos.org.br/v3/cultura/especiais/11/vozes/26.php. Acesso: 29/10/11, às 13h25

- www.universovozes.com.br/editoravozes/web/view/Revistas.aspx. Acesso: 29/10/11, às 13h25.
- www.paulinas.org.br/institucional/editora.aspx. Acesso: 29/10/11, às 17h25.
- www.paulinos.org.br/novo/quem_somos.php. Acesso: 29/10/11, às 17h30.
- www.paulinas.org.br/institucional/espiritualidade-paulina.aspx. Acesso: 29/10/11, às 17h40.
- www.paulinas.org.br/loja/HomeLivros.aspx. Acesso: 29/10/11, às 20h25.
- www.paulinas.org.br/loja/DetalleProducto.aspx?idProducto=7288. Acesso: 30/10/11, às 19h45.
- www.paulinas.org.br/biblia/index.html. Acesso: 30/10/11, às 20h25.
- www.familiacrista.org.br. Acesso: 30/10/11, às 20h25.
- www.paulinas.org.br/loja/DetalleProducto.aspx?IDProducto=2074. Acesso: 30/10/11, às 20h40.
- www.paulinas.org.br/loja/DetalleProducto.aspx?IDProducto=7249. Acesso: 30/10/11, às 23h55.
- www.paulinas.org.br/loja/DetalleProducto.aspx?IDProducto=8592. Acesso: 31/10/11, às 19h50.
- www.paulinas.org.br/loja/DetalleProducto.aspx?IDProducto=202. Acesso: 31/10/11, às 19h55.
- www.paulinas.org.br/loja/HomeEspecial.aspx?IdHomePage=166. Acesso: 31/10/11, às 20h.
- www.paulinas.org.br/fc/historico.aspx. Acesso: 31/10/11, às 22h10.
- www.paulinas.org.br/fc/home.aspx. Acesso: 31/10/11, às 22h10.
- www.paulinas.org.br/fc/historico.aspx. Acesso: 31/10/11, às 22h10.
- www.paulinas.org.br/espacocrianca. Acesso: 31/10/11, às 22h15.
- www.youblisher.com. Acesso: 31/10/11, às 22h20.
- www.paulinas.org.br/sab/publicacoes.aspx. Acesso: 31/10/11, às 22h25.
- www.paulinas.org.br/sepac/publicacoes.aspx. Acesso: 31/10/11, às 22h25.
- www.paulinas.org.br/supermais. Acesso: 31/10/11, às 22h30.
- www.paulinas.org.br/dialogo. Acesso: 31/10/11, às 22h35.
- <http://ciberteologia.paulinas.org.br>. Acesso: 31/10/11, às 22h35.
- http://editora.cancaonova.com/mais_vendidos.php. Acesso: 01/11/11, às 22h15.
- <http://editora.cancaonova.com/sinopse.php?cod=572>. Acesso: 02/11/11, às 16h10.
- <http://blog.cancaonova.com/editora/11/08/22/a-obra-com-mais-reedicoes-da-editora-cancao--nova>. Acesso: 14/11/11, às 19h40.

- <http://editora.cancaonova.com/sinopse.php?cod=865>. Acesso: 02/11/11, às 16h20.
- www.cancaonova.com/portal/canais/casas. Acesso: 03/11/11, às 22h15.
- http://clube.cancaonova.com/materia_.php?id=11115. Acesso: 05/11/11, às 18h20.
- <http://blog.cancaonova.com/clube>. Acesso: 05/11/11, às 18h25.
- http://clube.cancaonova.com/materia_.php?id=11114. Acesso: 05/11/11, às 18h30.
- http://issuu.com/search?q=can%C3%A7%C3%A3o%20nova&si=0&ps=10&sb=visual&rp=*. Acesso: 05/11/11, às 18h30.
- http://issuu.com/cancaonova/docs/revistacn_outubro2011. Acesso: 06/11/11, às 22h25.
- clubinho.cancaonova.com. Acesso: 06/11/11, às 22h30.
- <http://issuu.com/cnportugal/docs/fevereiro09>. Acesso: 07/11/11, às 0h25.
- <http://clubinho.cancaonova.com/recado.php>. Acesso: 07/11/11, às 0h40.
- http://bomdemais.cancaonova.com/site/?page_id=71. Acesso: 07/11/11, às 1h20.
- <http://issuu.com/cnportugal/docs/fevereiro09>. Acesso: 07/11/11, às 0h25.
- www.cancaonova.com/portal/canais/pejonas/textos.php?id=36. Acesso: 12/11/11, às 15h35.
- <http://comunidade.cancaonova.com/meios-de-comunicacao>. Acesso: 12/11/11, às 15h35.
- <http://comunidade.cancaonova.com/tv-cancao-nova>. Acesso: 12/11/11, às 15h35.
- www.webtvcn.com. Acesso: 12/11/11, às 15h40.
- shopping.cancaonova.com. Acesso: 12/11/11, às 15h45.
- gentedefe.com. Acesso: 12/11/11, às 15h45.
- http://wiki.cancaonova.com/index.php/Canção_Nova_na_Internet. Acesso em: 12/11/11, às 16h05.
- <http://comunidade.cancaonova.com/meios-de-comunicacao>, acesso em: 12/11/11, às 18h10.
- <http://wiki.cancaonova.com/index.php/Davi>. Acesso: 12/11/11, às 18h20.
- <http://loja.cancaonova.com/institucional>. Acesso: 12/11/11, às 18h25.
- http://blog.cancaonova.com/produtos/?page_id=4171. Acesso: 12/11/11, às 18h30.
- http://wiki.cancaonova.com/index.php/Canção_Nova_na_Internet. Acesso: 12/11/11, às 16h05.
- www.youtube.com/watch?v=Ekv4YAhL6es&feature=player_embedded. Acesso: 13/11/11, às 20h.
- <http://portaaporta.cancaonova.com/institucional>, acesso em: 13/11/11, às 20h.
- www.snel.org.br/files/pesquisaMercado/relatorioAnual/relatorio_anual_2009.pdf. Acesso: 13/11/11, às 20h05.
- <http://issuu.com/editoracancaonova/docs/catalogofrankfurt2011>. Acesso: 20/11/11, às 22h.

- <http://blog.cancaonova.com/editora/2010/12/21/somos-resultado-da-fidelidade-de-um-sonhador>. Acesso: 15/11/11, às 12h45.
- <http://blog.cancaonova.com/portaaporta/?p=2913>. Acesso: 14/11/11, às 15h55.
- <http://blog.cancaonova.com/editora/2010/12/16/a-arte-de-transformar-sentimentos-em-palavras>. Acesso: 15/11/11, às 13h.
- http://blog.cancaonova.com/produtos/?page_id=5808. Acesso: 14/11/11, às 15h35.
- editora.cancaonova.com/tour.swf. Acesso: 14/11/11, às 16h.
- http://issuu.com/portaaporta/docs/cat_pap_35_cn. Acesso: 14/11/11, às 17h.
- http://issuu.com/portaaporta/docs/catalogo_livraria_cn_2010. Acesso: 14/11/11, às 17h35.
- http://issuu.com/midia.imprensa/docs/catalogo_virtual_set_out2011. Acesso: 12/11/11, às 15h40.
- http://blog.cancaonova.com/produtos/?page_id=6442. Acesso: 14/11/11, às 17h45.
- comunidade.cancaonova.com/brasao. Acesso: 16/11/11, às 15h35.
- www.youtube.com/watch?v=Ilxn1hfflvg. Acesso: 20/11/11, às 20h40.
- www.youtube.com/watch?v=6KnBIek4xoc. Acesso: 20/11/11, às 20h30.
- <http://blog.cancaonova.com/editora/11/10/06/a-evangelizacao-nao-pode-parar>. Acesso: 15/11/11, às 11h15.
- <http://blog.cancaonova.com/editora/11/08/04/a-editora-cancao-nova-no-mundo-do-livro-digital>. Acesso: 15/11/11, às 12h30.
- <http://blog.cancaonova.com/editora/11/08/11/desvendando-os-misterios-do-e-book>. Acesso: 15/11/11, às 11h30.
- www.livrariasaraiva.com.br/pesquisaweb/pesquisaweb.dll/pesquisa?FILTRON1=M&PALAVRASN1=25774&ORDEMNI=E&MODELON2=C&ID=C91C912E7DB090D102F100213. Acesso: 15/11/11, às 11h20.
- <http://portaaporta.cancaonova.com/categoria/audiolivros> e <http://shopping.cancaonova.com/categoria/audiolivros>. Acesso: 15/11/11, às 12h35.
- www.youtube.com/watch?v=sO3a7Yb7C4E. Acesso: 20/11/11, às 21h25.
- www.facebook.com/pages/Ser-Can%C3%A7%C3%A3o-Nova-%C3%A9-Bom-Demais/176004969120753?sk=wall. Acesso: 20/11/11, às 22h.
- www.youtube.com/watch?v=XHaZs9vxYsI. Acesso: 15/11/11, às 15h.
- www.youtube.com/watch?v=48yMjRXsY8I&feature=related. Acesso: 15/11/11, às 14h55.

- www.cancaonova.com/portal/canais/tvcn/tv/progs.php e em www.cancaonova.com/portal/canais/radio/programasa2.php. Acesso: 20/11/11, às 21h30.
- www.youtube.com/watch?v=6pbAbOPy9ZY. Acesso: 20/11/11, às 1h15.