

225

DISCURSOS SOBRE LIVRO E LEITURA ENTRE EDITORES EVANGÉLICOS BRASILEIROS. *Samuel Thomas Jaenisch, Bernardo Lewgoy (orient.) (UFRGS).*

Este trabalho visa analisar o posicionamento dos editores evangélicos face às rápidas transformações ocorridas neste segmento religioso nos últimos anos. O mercado do livro religioso vem apresentando taxas de crescimento amplamente superiores a do mercado editorial brasileiro (quatro vezes maior em 2002, por exemplo), e este aumento na demanda implica na reorientação das estratégias e concepções editoriais. Os editores, entendidos como formadores de opinião, articuladores e mediadores culturais entre as diversas partes do mundo evangélico, são responsáveis pelas decisões que materializam o mercado religioso do livro. Nosso objetivo então consiste em analisar os diferentes discursos, perspectivas e dilemas encontrados por esses editores frente às mudanças ocorridas no seu espaço editorial. Através de entrevistas realizadas com profissionais – selecionados em função da sua representatividade dentro do mundo evangélico e pertinência ao projeto – e de pesquisas em fontes secundárias, buscou-se observar 1) a diversidade de propostas existentes entre as editoras confessionais e não-confessionais, grandes e pequenas e entre concepções abertas e fechadas em relações ao mercado, destacando a importância da identidade religiosa nas opções editoriais; 2) a crescente profissionalização das editoras, frente à tensão Empresa X Ministério, implicando na modernização de padrões estéticos e de qualidade, na abertura a novos públicos - incluído o mercado secular – e no uso de profissionais não-evangélicos; 3) o investimento em novos autores e a crescente valorização dos autores nacionais frente às obras traduzidas; e por último 4) as tensões e articulações internas e as concepções associativas detectadas nesse espaço editorial. (BIC).