

Casa Publicadora das Assembleias de Deus: estratégias de marketing na regulação do “ideal” feminino

Ana Luíza Gouvêa Neto¹

A Casa Publicadora das Assembleias de Deus (CPAD), inaugurada em 1937, emerge como uma tentativa de unificar as publicações assembleianas. Atualmente, figura como maior editora evangélica no Brasil e na América Latina. Controlada pela CGADB (Convenção Geral das Assembleias de Deus do Brasil) a editora, assume características de empresa capitalista em um mercado cada dia mais competitivo, no qual, marketing, publicidade, propaganda, racionalidade são características que garantem o lucro e a expansão da marca.

A publicadora abarca, na atualidade, desde livros, Bíblias e hinários até revistas de Escola Dominical, CDs, DVDs e revistas. No ano de 1997, foi fundada a Editora Patmos, braço internacional da CPAD. Além de contar com distribuidoras de seus produtos em várias capitais e cidades do país (Manaus, Fortaleza, São Paulo, Florianópolis, Rio de Janeiro, Salvador, Brasília, Vila Velha, São Luís, Belo Horizonte, Juiz de Fora, Belém, Cuiabá, Curitiba e Recife) ², conta também com distribuidoras no exterior, por exemplo, no Japão, nos Estados Unidos e em Portugal.

São realizadas vendas através da internet³, do telefone, por meio do televendas, e nas lojas físicas. A publicadora possui SAC e um cadastro de clientes que desejem receber ofertas em seu e-mail. Para além, possui Facebook⁴, Instagram⁵, Twitter⁶, Flickr⁷, Google +⁸ e página no Youtube⁹ a fim de atualizar fiéis e não fiéis às novidades da editora.

¹ Doutoranda no departamento de Pós Graduação em Ciência da Religião, Universidade Federal de Juiz de Fora, bolsista Capes. e-mail: analu172@hotmail.com

² NETO, Ana Luíza Gouvêa. *Na Capa e por dentro: uma análise sociohistórica sobre a mulher evangélica em publicações assembleianas*. Dissertação (Mestrado em Ciência da Religião) – UFJF, Juiz de Fora, 2015. Orientação de Emerson José Sena da Silveira.

³ Disponível em: <<http://www.cpad.com.br/>>. Acesso em: 10 set. 2013.

⁴ Disponível em: <<https://www.facebook.com/editoraCPAD>>. Acesso em: 10 set. 2013.

⁵ Disponível em: <http://instagram.com/editora_cpad>. Acesso em: 10 set. 2013.

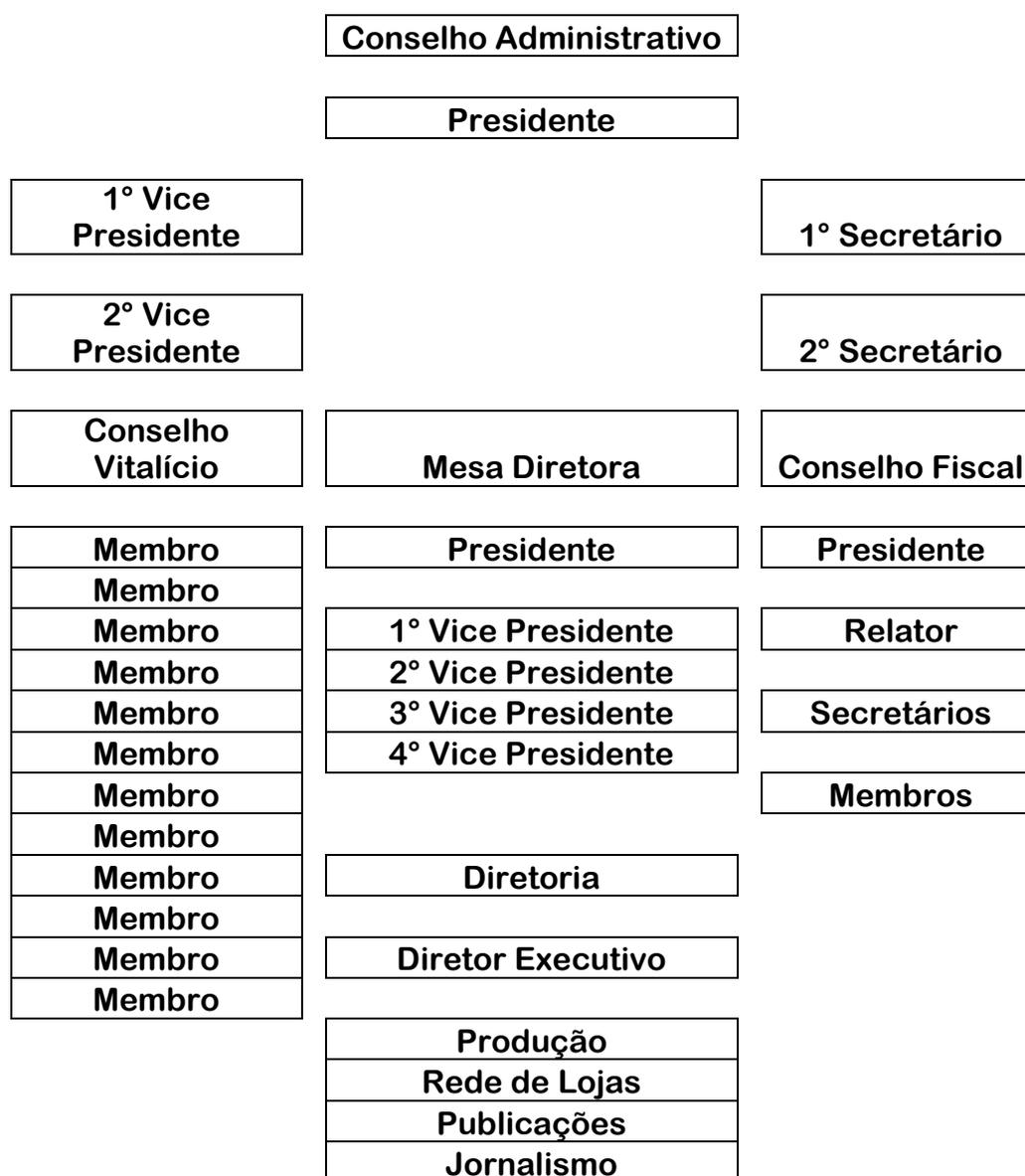
⁶ Disponível em: <<https://twitter.com/EditoraCPAD>>. Acesso em: 10 set. 2013.

⁷ Disponível em: <<https://www.flickr.com/photos/51444563@N03/>>. Acesso em: 10 set. 2013.

⁸ Disponível em: <<https://plus.google.com/+EditoraCPADBr/posts>>. Acesso em: 10 set. 2013.

José Wellington Costa Júnior é o grande nome que figura neste momento, ao assumir os cargos de presidente da CGADB em 1995 e do Conselho Administrativo da CPAD em 2003¹⁰, impulsionou o desenvolvimento da marca (CPAD). No entanto, a administração da CPAD não se faz apenas pelo presidente, o organograma exposto a seguir representa a estrutura administrativa da CPAD.

Imagem 1 – Organograma CPAD¹¹



⁹ Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/CPADvideo?feature=watch>>. Acesso em: 10 set. 2013.

¹⁰ ARAUJO, Isael de. *Dicionário do movimento Pentecostal*. 1. ed. Rio de Janeiro: CPAD, 2007. p.178 e 214.

¹¹ ARAUJO, Isael de. *Álbum comemorativo dos 70 anos da CPAD: história da casa editora das Assembleias de Deus - 1940 a 2010*. Rio de Janeiro: CPAD, 2010.

Multimídia
Comunicação
Financeiro
Comercial

Nota-se, ao analisar a estrutura do organograma, que as publicações da CPAD passam por inúmeras áreas até que saiam do papel. A estrutura nada diferencia da de uma grande corporação capitalista, na qual a hierarquia burocratizada existe com a finalidade de gerar lucros.

De acordo com Kotler; Keller (2006, p.2) o sucesso, expansão e lucro das empresas têm se tornado cada dia mais dependentes de um bom trabalho de marketing, o qual depende de planejamento e execução cuidadosos. O site da CPAD¹² é uma boa forma para se perceber como a empresa faz uso do marketing integrado (produto, preço, praça e promoção)¹³, bem como de uma rede de marketing. Nele, pode-se identificar as oito áreas contidas na base do organograma exposto anteriormente e a intercomunicação existente entre elas.

“O marketing é uma função organizacional e um conjunto de processos que envolvem a criação, a comunicação e a entrega de valor para os clientes, bem como a administração do relacionamento com eles (KOTLER; KELLER, 2006, p. 4)”. Nesse sentido, o bom marketing envolve a compreensão das necessidades, desejos e demandas com o objetivo de atingir o público-alvo positivamente.

¹² Disponível em: < <http://www.cpad.com.br/>>. Acesso em: 09 out. 2012.

¹³ Kotler, Philip; KELLER, Kevin Lane. *Administração de marketing: a Bíblia do marketing*. 12. ed. São Paulo: Pearson, 2006.

O sucesso, administração e expansão da CPAD se devem à burocratização e racionalização da editora em forma de empresa, apoiada por um trabalho de marketing atuante em todas as suas áreas. Com o objetivo de transmitir a mensagem pentecostal, a CPAD produz e reproduz elementos que ditam as relações políticas, econômicas e sociais no interior da Assembleia de Deus.

A questão para a presente comunicação gira em torno de identificar uma revista da CPAD (*Nosso Lar*) como plataforma de entrega de conceitos e benefícios. Tal revista age como canal de marketing na influencia de desejos e modos de comportamento pretendidos pela CGADB no tocante às mulheres.

Nesse sentido, o presente trabalho tem como finalidade analisar como a revista: *Nosso Lar* opera como canal de marketing para a normatização de um ideal feminino de acordo com preceitos cristãos incentivados pela Convenção Geral. Por haver um limite de espaço, serão trazidas à discussão apenas alguns trechos e imagens da revista que se julgou interessante para identificar a normatização de um ideal feminino.

A revista, *Nosso Lar*, não mais publicada em dias atuais, conta com treze edições entre os anos de 1992 a 1996. As páginas de *Nosso Lar* dão pistas de como as mulheres cristãs deveriam ser na década de 1990. A revista se descreve em seu corpo editorial da seguinte maneira: “Nosso Lar: Revista evangélica bimensal, lançada em janeiro de 1993, e destinada à edificação e evangelização da família cristã (NOSSO LAR, 1992, p. 2).” De acordo com Carlos¹⁴ (nome fictício para a preservação da identidade do entrevistado), a revista, apesar de se definir direcionada à família cristã, tem a mulher como seu público alvo.

Nosso Lar, publicada pela editora CPAD, teve seu primeiro volume comercializado em dezembro de 1992 e seu último, em julho de 1996. Ao todo, o período vigente de publicações da revista foi de três anos e sete meses. Apesar de se definir como uma revista bimensal, sua periodicidade foi alterada no decorrer dos anos. O único ano em que a periodicidade bimensal, proposta inicialmente, foi mantida é em 1995. Nas visitas realizadas ao CEMP

¹⁴ Fala de Carlos em 16 nov. 2013.

(Centro de Estudos do Movimento Pentecostal), os funcionários não souberam explicar o porquê de diferentes intervalos de publicações.

No intervalo compreendido entre 1992 a 1996, são contabilizadas treze revistas, às quais se teve acesso através de visitas realizadas ao CEMP. Cada volume da revista apresenta entre cinquenta e cinquenta e três páginas. A quantidade de páginas varia de acordo com o tamanho das publicações contidas em cada edição. *Nosso Lar*, em suas edições, apresenta de três a seis artigos de temáticas diversas. Importante salientar que grande parte destes artigos está relacionada à construção e manutenção da família cristã.

Além dos artigos trazidos em cada edição, *Nosso Lar* apresenta uma seção, mais ou menos fixa, em todas as edições. A primeira edição da revista apresenta dez seções fixas. Quatro delas são direcionadas às mulheres, tendo por base uma teoria de gênero universalizante, na qual há uma hierarquia entre os sexos/gêneros, com papéis bem definidos na sociedade para mulheres e homens, por exemplo, a seção *Entre Nós*.

Entre Nós é a primeira seção em todas as edições da revista. A coluna se encontra em quatro disposições distintas. Na primeira disposição, a seção é escrita com o texto todo em rosa, abrangendo em suas linhas as principais matérias contidas em cada edição. A imagem da seção é uma mesa, sobre a qual há potes e compotas de doces caseiros. Na imagem, ainda há uma cortina de cor salmão, e uma violeta roxa; na verdade, duas edições trazem essa disposição. Na segunda disposição, a seção não apresenta cores; a imagem é a mesma da descrita acima, porém o texto é escrito em preto em um fundo cinza. A edição de ago./set. de 1993 é a única a apresentar a coluna desta forma. A partir do quarto volume, a seção *Entre Nós* tem uma pequena modificação. O texto passa a ser escrito em preto. O título da seção e a primeira letra do texto são escritos em rosa. A imagem varia entre um café da manhã servido na cama, com flores, toalhas e pães – quatro edições apresentam essa disposição – e um café servido em uma mesa, com geleias, croissants e flores – figurando em seis edições. Abaixo se vê a primeira disposição da coluna.

Imagem 2 – Seção *Entre Nós* – 1992.¹⁵

¹⁵ NOSSO LAR. Rio de Janeiro: CPAD, ano 1, n. 0, p. 3, dez. 1992.



Relevante observar alguns aspectos relativos às disposições, as quais, por mais diversas que sejam, expressam as mesmas características. Têm seus fundos compostos por cores delicadas, são compostas por elementos ligados ao feminino, tais como flores, toalhas, louças delicadas. As imagens da seção relacionam-se à teoria de gênero em Bourdieu (2011), a qual mostra o feminino ligado à natureza, à casa, ao jardim. Tais características compõem uma visão androcêntrica que relaciona o feminino ao dominado e ao espaço doméstico. Acredita-se que a coluna seja dirigida às mulheres, por utilizar, em seu designer gráfico, elementos ligados à feminilidade e ao binarismo sexual.

Outra seção interessante de se notar é a *Passo a Passo*. Presente em dez edições de *Nosso Lar*, a seção da primeira edição traz em suas páginas moldes e as formas para se confeccionar um Blazer. A coluna é marcada pela cor rosa e apresenta a mesma imagem da seção *Entre Nós*. Apresenta, também, a imagem de uma mulher vestida com um blazer rosa – cor de carne. A coluna dirige-se exclusivamente às mulheres, e a passagem a seguir corrobora essa afirmação.

É muito gratificante quando fazemos algo, com nossas próprias mãos, que se torna objeto de admiração e elogio. Na seção *Passo a passo*, apresentaremos ideias práticas e fáceis que você mesma poderá

desenvolver. Nesta edição, ensinaremos como confeccionar uma peça versátil e que nunca sai de moda: o blazer. Pegue agulha, linha, tesoura... e mãos à obra! (NOSSO LAR, 1992, p. 10).

O trecho acima evidencia o direcionamento da coluna. Ao utilizar o pronome de reforço no feminino – mesma –, a revista explicita quem é seu interlocutor. Verifica-se que há uma construção de gênero relacionada a uma identidade, e, nesse contexto, a estrutura binária de gêneros naturaliza a divisão do trabalho. Assim, quando o texto propõe ao leitor que pegue agulha, linha e tesoura, ainda que o pronome de reforço não estivesse no feminino, a proposta seria feita às mulheres, inseridas em um ambiente doméstico e às voltas com os afazeres diários de dona de casa. Levanta-se uma hipótese, no entanto, de que a coluna também sirva para o mercado de trabalho. Tal leitora poderia confeccionar o blazer por exercer o ofício de costureira. Nesse contexto, apesar da mulher estar inserida no mercado de trabalho, sua função ainda se relaciona com as características ligadas à feminilidade, ou seja, os cuidados, as artes manuais. A coluna reforça a ideia de divisão do trabalho e de hierarquia sexual, ao supor que costura seja trabalho feminino.

A seção *Congelamentos* está presente em onze edições de *Nosso Lar*. Na primeira edição demonstra como tornar o congelamento uma atividade rentável. Novamente, a atividade remunerada aparece ligada ao lar e à função da mulher de dona de casa. Ao confeccionar e congelar os alimentos, a mulher tem a oportunidade de vender seus produtos através da venda realizada pelo esposo fora de casa. A coluna é marcada por cores claras, puxadas para o tom de rosa, e por imagens ligadas ao *lôcus* feminino. Nesse contexto, vê-se nitidamente a divisão sexual do trabalho entre o casal. Enquanto a mulher confecciona a comida a ser vendida, o homem vende esse produto no espaço público.

Sob a luz de uma teoria de gênero excludente e binária, o domínio político é interpretado como *lôcus* de poder, no qual se promulgam os valores sociais. Strathern (2006, p. 149) demonstra que, nas Terras Altas Ocidentais e Orientais, o prestígio masculino deriva-se de suas atividades coletivas, no espaço público, ao viajarem e estabelecerem parcerias para troca de

riquezas. Enquanto isso, a mulher fica restrita ao ambiente doméstico. A seção *Congelamentos* pode ser interpretada sob esse viés. Há uma divisão sexual do trabalho compartilhado, com diferenciação de *lócus* ligado ao poder. Ainda que o trabalho tenha sido exercido pelo casal, o prestígio recai sobre o homem, por ser o responsável por trazer o dinheiro para casa. Assim, há uma garantia de manutenção de hierarquização entre os sexos/gêneros.

A seção *Dia a Dia* está presente nas treze edições da revista e não varia sua forma. O assunto tratado é sempre ligado à culinária. Apresenta o fundo rosa e a mesma imagem da seção *Entre Nós*. É escrita em letras pretas e os detalhes são cor de rosa. A seção destina-se a facilitar o dia a dia da dona de casa ensinando receitas culinárias. As ilustrações presentes na seção dizem respeito às receitas ensinadas. Mais uma vez, encontra-se uma relação entre mulher e serviços domésticos.

No geral, *Nosso Lar* evidencia qual o tipo de ideal feminino relacionado à mulher cristã. Tendo por base as seções expostas acima e as demais seções da revista, pode-se concluir que há uma normatização do feminino ligada ao senso comum (preso a uma teoria de gênero estruturalista e universalizante), ao projetar a mulher no espaço doméstico centrada nas atividades de organização e funcionamento da casa. Afinidades entre mulher, cozinha e costura são as que se sobressaem em *Nosso Lar*. Assuntos financeiros, política e mercado de trabalho, para além do doméstico, aparecem de forma tímida, uma vez que tais assuntos são tidos como masculinos – ligados à racionalidade, à objetividade.

Para além das seções já expostas, julga-se relevante apresentar três editoriais da revista que permitem identificar a normatização feminina a partir da revista.

O corpo editorial do primeiro volume de *Nosso Lar* revela a divisão de trabalho entre o casal:

Nosso Lar acaba de nascer e começa a dar seus primeiros passos editoriais [...] a família cristã encontrará nas páginas de *Nosso Lar* o espaço adequado para sua edificação. *Nosso Lar* pretende vivenciar o dia a dia da família, respondendo às expectativas geradas pela vida moderna, que tanto pesam no comportamento do marido, como chefe de família, da

esposa, como dona de casa e dos filhos como prolongamento social (NOSSO LAR, 1992, p.1).

Já na primeira página do primeiro volume da revista *Nosso Lar*, em seu corpo editorial, escrito pela Redação, é possível perceber uma diferenciação entre os sexos/gêneros. Ao classificar o marido como chefe de família – aquele que provê a manutenção e estabilidade econômica da família – e a mulher como dona de casa – profissional do lar –, a revista marca sua postura em relação aos papéis os quais homens e mulheres devem ocupar na sociedade.

O segundo editorial selecionado para análise, transcrito a seguir, disserta sobre o papel da mulher na sociedade atual:

A sociedade de nossos tempos vem tomando novos rumos. Nela, vemos com destaque o papel da mulher. Mulher mãe, mulher esposa, mulher trabalhadora. Hoje em dia elas já ocupam espaços que há algum tempo jamais poderíamos imaginar que viessem a ocupar [...] NOSSO LAR traz neste número um pouco das vantagens e desvantagens da mulher-empregada, aquela que viu no mercado de trabalho a maneira de ajudar seu esposo na manutenção da casa. Entre ônibus lotados, cartão de ponto e chefes mal-humorados, essas “guerreiras”, com a graça de Deus, ainda encontram forças para cuidar da família, não se esquecendo nunca de seu papel principal: o da rainha do lar (NOSSO LAR, 1993, p. 1).

Interessante notar que há diferenças e semelhanças entre os dois editoriais expostos anteriormente. No primeiro há ênfase na divisão sexual/gênero do trabalho; no segundo, essa divisão encontra-se flexibilizada. Nota-se uma mulher mais ativa socialmente ao se estabelecer no mercado de trabalho. A função exercida exclusivamente pelo homem, a de trabalhar fora de casa, passa a ser exercida também pela mulher.

Alguns aspectos merecem atenção: 1. A mulher vê-se obrigada a entrar no mercado de trabalho por situações econômicas da família. A passagem demonstra a necessidade de inserção no mercado de trabalho, e não a escolha. 2. Perda do *status* social do marido, junto à família. Nesse caso, pode haver uma atenuação na hierarquização entre os sexos/gêneros no interior da família. É suposto, à luz de uma teoria de gênero universalizante,

que o marido seja capaz de prover o sustento material da família, e, quando isso não ocorre, a divisão do trabalho pautado no sexo/gênero é transformada. 3. Ainda que haja uma transformação na divisão do trabalho, a mulher ainda é considerada como subordinada na hierarquia. O papel das características ligadas ao feminino ainda constituem o primeiro plano para a identificação da imagem de mulher.

As semelhanças entre os dois editoriais pautam-se na identidade da mulher forjada através de características ligadas a uma essência feminina, já esperada, inserida no espaço doméstico ou tendo o mesmo como *lócus* de construção e manutenção de identidade.

A seguir, leia-se o editorial da revista de número quatro:

Não bastasse as inovações, esta edição tem um aspecto todo especial. Nossa homenagem a você esposa, dona de casa, trabalhadora...enfim, a você mulher [...] que tem nos prestigiado a cada edição e, com fervorosas orações, ajudado o nosso jornadear. Maria, Fátima, Ana ou Tereza [...] não importa o seu nome, idade, cor ou classe social. O que importa é que, como mulher, você exerce uma papel importante no mundo, na igreja, na família, na obra de Deus (NOSSO LAR, 1995, p. 1).

As duas últimas citações expressam uma imagem feminina baseada na dualidade. A mulher é representada como profissional, com uma carreira para além do espaço doméstico, inserindo-se em um *lócus* de poder, dominado pelo masculino. Mas, ao mesmo tempo, a mulher é representada como dona de casa, com a função de cuidar dos filhos e do esposo. E, mesmo quando lhe são atribuídas as duas funções – lar e trabalho –, a função ligada à domesticidade se sobrepõe. A divisão sexual/gênero do trabalho e a associação de certas características a homens e a mulheres têm por base a diferenciação biológico-social.

A diferenciação por meio biológico-social se faz presente em diversas instâncias da sociedade, até mesmo dentro da Instituição religiosa. Com base em Souza (2009, p. 48), pode-se dizer que, no curso da história, as religiões não têm contribuído para a transformação da ordem sexual.

Ao contrário, reforça e legitima características tidas como essencialmente femininas. A religião, ao exercer poder simbólico na

formação da identidade, sob a luz de gênero, cristaliza a violência simbólica. A submissão feminina é autorizada e perpetuada através da religião que legitima tal ordem a partir da Bíblia. Apesar da CPAD ter caráter independente da Assembleia de Deus, a mesma encontra-se ligada à igreja através da CGADB e, desta maneira, utiliza a mesma linha de pensamento da igreja. O trecho da matéria a seguir permite compreender que não houve mudança na linha de pensamento no decorrer dos anos:

Acordar, fazer o café, arrumar a casa, preparar o almoço, arrumar as crianças, leva-las ao colégio, fazer compras, lavar a roupa, pegar as crianças no colégio, passar a roupa, preparar o jantar, lavar a louça, pôr as crianças para dormir [...] Algumas donas de casa ficam tão envolvidas com seus afazeres domésticos, e os maridos tão envolvidos com os problemas do trabalho, que se esquecem de um momento muito importante: seu momento a sós com Deus (NOSSO LAR, 1995, p. 26-27).

Os trechos acima fazem parte da matéria intitulada, *que espaço Deus ocupa em sua vida?* escrita por Adilson Faria Soares, à época pastor presidente da Assembleia de Deus Mutuá, no Rio de Janeiro. Nota-se que tanto a Redação quanto o autor convidado tratam com a mesma perspectiva os papéis ocupados por homens e mulheres na sociedade, construída a partir da diferenciação biológica entre os sexos.

O masculino assume, de forma naturalizada, características do tipo dominador, forte, racional, objetivo. O feminino assume características como frágil, subjetivo, dominado, emocional¹⁶.

A hierarquização dos sexos/gêneros, construída de maneira natural, institucionaliza a sociedade patriarcal, sobrepujando a mulher. Os lugares de mulher e de homem são construídos pela sociedade e legitimados pelas instituições detentoras de capital simbólico. A partir da construção de um *lôcus* bem marcado, a divisão do trabalho baseada na diferenciação sexual é instituída.

Nessa perspectiva, a mulher se encaixa na esfera do privado, quer dizer, dona de casa, mãe de família, reprodutora; enquanto o homem se

¹⁶ SOUZA, Sandra Duarte de; LEMOS, Carolina Teles. *A casa, as mulheres e a igreja: gênero e a religião no contexto familiar*. São Paulo: Fonte Editorial, 2009. p. 32.

encaixa na esfera do público, da rua, do trabalho, da política. O homem, como *dominante*, é responsável pelo provento do material e do financeiro. Já a mulher, *submissa*, incumbe-se das responsabilidades do lar, como arrumar a casa, cuidar das crianças, de forma geral, do trabalho doméstico. Acredita-se que várias vezes a hierarquia entre os sexos/gêneros não é percebida pelas próprias mulheres.

Em uma matéria escrita por Ana Daysi Araujo e Débora de Almeida, leitoras falam sobre o que pensam da mulher trabalhar fora de casa. A citação seguinte corresponde à fala de uma das leitoras: “A mulher pode trabalhar, desde que o trabalho não esteja em primeiro plano em sua vida, deixando o lar em segundo (NOSSO LAR, 1993, p. 16).”

A fala da leitora evidencia o que Bourdieu (2011, p. 7) chama de violência simbólica, que exerce influência de forma suave e invisível, sem ser notada pelos atores que fazem parte desta. A leitora não tem consciência de que seu posicionamento advém da imagem feminina que a igreja impõe.

Na mesma matéria, é reificado o papel de submissão feminino:

Deus reservou o papel de adjutora para a mulher [...]. Ela nasceu para ser a adjudadora do seu esposo, em todos os aspectos da vida em família. Hoje, devido à crise estabelecida no país, esta ajuda tem se traduzido no lançamento da mulher no mercado de trabalho, embora o cuidado do lar ainda seja a prioridade (NOSSO LAR, 1993, p. 16).

Nota-se mais uma vez a mulher aparecendo em segundo plano, comparada ao homem. O diferencial dessa matéria é a saída da mulher para o mercado de trabalho. Aqui, a mulher assume o espaço marcado como masculino, o espaço público. Contudo, a prioridade feminina ainda é centrada na casa. Nesse e em quaisquer outros casos em que a mulher, por necessidade, precisa se lançar para o espaço público, as qualidades femininas não de se sobrepor às masculinas.

Não é negado à mulher trabalhar fora; quando necessário, porém, a domesticidade permanece. Importante salientar que nesse caso há perda de poder simbólico do esposo, incapaz de manter a estabilidade financeira do lar.

Em uma reportagem intitulada *Amor: via de mão dupla*, escrita por Ubirajara Crespo, tem-se quais são os papéis que cada par do casal deve representar:

Diversas pesquisas demonstram que a necessidade da mulher de receber afeto é tão grande quanto a do homem de se satisfazer sexualmente [...]. O marido ganha o coração da esposa suprimindo suas necessidades de afetividade, enquanto a mulher o faz sentir-se importante como homem (NOSSO LAR, 1995, p. 6).

O trecho acima expressa o androcentrismo naturalizado na ordem social. Relaciona a mulher à afetividade, ao emocional, à submissão; em contrapartida relaciona o homem ao dominador, ao sexual (presença do falo). Observa-se, nas trezes edições de *Nosso Lar*, a mesma perspectiva sobre os papéis desempenhados por homens e mulheres na sociedade.

Esses papéis são legitimados sempre através da Bíblia. Passagens tais como: “E ele mesmo deu uns para apóstolos, e outros para profetas, e outros para evangelistas, e outros para pastores e doutores (EFÉSIOS, 4:11)” e “E disse o Senhor Deus: Não é bom que o homem esteja só; far-lhe-ei uma ajudadora idônea para ele (GÊNESIS, 2:18)” são constantemente utilizadas para legitimar a posição e o papel da mulher – hierarquicamente inferior – no interior da igreja e na vida privada.

Percebe-se a utilização de *Nosso Lar* como um canal de marketing para imposição de um modelo de vida cristão referente às mulheres. A imagem de uma mulher submetida ao marido, inserida no espaço privado e no espaço doméstico é o valor que a revista pretende passar. O trecho abaixo, escrito por Beverly LaHaye, evidencia essa ideia:

A dona de casa perfeita [...] A mulher casada é dona de casa, cuidando do lar para o marido e os filhos. Deus criou a mulher para ser auxiliar. A mulher virtuosa é aquela que atende ao bom andamento de sua casa (NOSSO LAR, 1995, p. 14).

Nosso Lar traz em suas páginas as categorias de gênero/sexo de forma fixa e universal, sobretudo, centrada em uma perspectiva estruturalista. Encarar sexo e gênero como categorias universais e binárias, e construir o

conceito de identidade como algo fixa, são os principais perigos encontrados nas páginas analisadas.

Porém, as reflexões trabalhadas acima abrem possibilidades para a necessidade de compreensão da mulher evangélica assembleiana sem enquadrá-las em definições estanques, há que se contextualizar e historicizar qualquer objeto de estudo. E, dessa forma, compreender a igreja Assembleia de Deus dentro de um contexto geral é importante, contudo, há que se pensar nas relações e normatizações produzidas no interior da igreja, e os motivos pelos quais existem essas normatizações.

A possibilidade de significações e ressignificações dos ideais normativos circulados no meio religioso, agora toma nova forma de compreensão. Ao passo que o gênero e identidade são constituídos constantemente é possível interpretar os papéis de acordo com o contexto.

REFERÊNCIAS

ARAUJO, Isael de. *Álbum comemorativo dos 70 anos da CPAD: história da casa publicadora das Assembleias de Deus - 1940 a 2010*. Rio de Janeiro: CPAD, 2010.

ARAUJO, Isael de. *Dicionário do movimento Pentecostal*. 1. ed. Rio de Janeiro: CPAD, 2007.

BOURDIEU, Pierre. *A dominação masculina*. 10. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2011.

BUTLER, Judith. *Problemas de gênero: feminismo e subversão de identidade*. 4. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2012.

CPAD. Disponível em: <<http://www.cpad.com.br/>>. Acesso em: 10 set. 2013.

CPAD Facebook. Disponível em: <<https://www.facebook.com/editoraCPAD>>. Acesso em: 10 set. 2013.

CPAD Flickr. Disponível em: <<https://www.flickr.com/photos/51444563@N03/>>. Acesso em: 10 set. 2013.

CPAD Google+. Disponível em: <<https://plus.google.com/+EditoraCPADBr/posts>>. Acesso em: 10 set. 2013.

CPAD Instagram. Disponível em: <http://instagram.com/editora_cpad>. Acesso em: 10 set. 2013.

CPAD Twitter. Disponível em:<<https://twitter.com/EditoraCPAD>>. Acesso em: 10 set. 2013.

CPAD Youtube. Disponível em:<<https://www.youtube.com/user/CPADvideo?feature=watch>>. Acesso em: 10 set. 2013.

EFÉSIOS 4:11. In: *BÍBLIA SAGRADA*. São Paulo: Editora Paulinas, 2009.

GÊNESIS 2:18. In: *BÍBLIA SAGRADA*. São Paulo: Editora Paulinas, 2009.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. *Administração de marketing: a Bíblia do marketing*. 12. ed. São Paulo: Pearson, 2006.

NETO, Ana Luíza Gouvêa. *Na Capa e por dentro: uma análise sociohistórica sobre a mulher evangélica em publicações assembleianas*. Dissertação (Mestrado em Ciência da Religião) – UFJF, Juiz de Fora, 2015. Orientação de Emerson José Sena da Silveira.

NOSSO LAR. Rio de Janeiro: CPAD, ano 1, n. 0, dez. 1992.

NOSSO LAR. Rio de Janeiro: CPAD, ano 1, n. 2, ago./set. 1993.

NOSSO LAR. Rio de Janeiro: CPAD, ano 3, n. 3, jan./fev. 1995.

NOSSO LAR. Rio de Janeiro: CPAD, ano 3, n. 4, mar./abr. 1995.

SOUZA, Sandra Duarte de; LEMOS, Carolina Teles. *A casa, as mulheres e a igreja: gênero e a religião no contexto familiar*. São Paulo: Fonte Editorial, 2009.

STRATHERN, Marilyn. *O gênero da dádiva: problemas com as mulheres e problemas com a sociedade na Melanésia*. Campinas: Editora UNICAMP, 2006.