

# O FUNCIONAMENTO DE UMA SEMÂNTICA GLOBAL EM VISÃO MISSIONÁRIA: UMA ANÁLISE DISCURSIVA DE UMA REVISTA FEMININA CRISTÃ

**Daiane Rodrigues de OLIVEIRA<sup>1</sup>**

**Resumo:** A revista *Visão Missionária* é uma publicação da União Feminina Missionária Batista do Brasil. Essa revista ensina as mulheres batistas como exercer seus vários papéis no cotidiano enquanto cristãs. O objetivo deste trabalho é comparar a revista *Visão Missionária* com as revistas femininas em geral. Este trabalho baseia-se na noção de Semântica Global proposta por Maingueneau. Para tanto, primeiramente, apresenta-se a constituição de *Visão Missionária*, mostrando como a Semântica Global batista funciona nessa constituição. A seguir, compara-se essa publicação com outras revistas femininas no geral.

**Palavras-chaves:** Discurso Religioso, Feminino, Protestantismo, Revistas, Semântica Global.

**Abstract:** *Visão Missionária* magazine is a publication of the Baptist Woman's Missionary Union of Brazil. The magazine teaches the Baptist Woman how to play her various functions in daily as a Christian. The aim of this research is to compare the *Visão Missionária* magazine with the feminine magazines in general. This work is based in the notion of *Global Semantic* proposed by Maingueneau. In other to do this, first of all, it presents the constitution of *Visão Missionária*, showing how the Baptist Global Semantics works in this constitution. Later, it compares this magazine with the publicity in feminine magazines in general.

**Key-words:** Religious Discourse; Feminine; Protestantism; Magazines; Global Semantics

## 1. Considerações Iniciais

---

<sup>1</sup> Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Linguística do Instituto de Estudos da Linguagem (IEL) – UNICAMP. daiane.unicamp@gmail.com

A primeira revista feminina de que se tem notícia surgiu em 1693 na França, mas, segundo a historiadora Anne Higonnet (1991), foi apenas a partir da década de 1830 que essas publicações se tornam cada vez mais populares, atingindo a uma vasta audiência feminina. Segundo a autora, embora algumas sejam mais centradas em moda, outras no governo doméstico ou ainda sobre o que fazer no tempo livre, todas partilham fronteiras da feminilidade tradicional. Em tais publicações, as mulheres são advertidas a melhorar a sua aparência física, a gerir seus lares de um modo mais eficiente e econômico e a triunfar sobre a adversidade. Entretanto, embora as leitoras sejam encorajadas a dominar a sua situação pessoal, nunca são encorajadas a pô-la em questão.

A revista **Visão Missionária** é uma publicação trimestral da **União Feminina Missionária Batista do Brasil** e funciona como meio educativo e prescritivo da igreja, veiculando as regras e valores da doutrina batista. Acontece que tais valores são atravessados por posições do discurso sobre o feminino. Em nenhum momento tais posições anulam os valores ditos cristãos, mas são configuradas e ajustadas de acordo com tais valores.

O objetivo do presente trabalho<sup>2</sup> é realizar uma comparação entre essa publicação e as dirigidas às mulheres de uma forma geral. Para tanto, tomamos como modelo teórico de análise o proposto por Maingueneau em **Gêneses do Discurso** (1984). Neste livro, o autor propõe que cada discurso é regido por uma *Semântica Global*, a qual funciona como um filtro de enunciados, que permite distinguir os discursos pertencentes a um posicionamento discursivo. Essa *Semântica Global* funciona como sistema de restrições, regulando todos os níveis do discurso (como a dêixis, o estatuto dos enunciadores, o modo de coesão) e também os espaços institucionais por onde esse discurso circula. Em nossa pesquisa, partimos da hipótese de que há uma semântica global do discurso batista que rege todos os planos discursivos da Igreja Batista e de suas organizações, entre elas a União Feminina Missionária e, por consequência, a Revista **Visão Missionária**. Desse modo, propomos que tal semântica funciona como um filtro de enunciados do discurso sobre o feminino nesta revista.

## 2. A semântica global batista

Maingueneau (2008) propõe que cada discurso é regido por uma *Semântica Global*, a qual funciona como um filtro de enunciados, que permite distinguir os discursos pertencentes a um posicionamento discursivo. Segundo o autor,

---

<sup>2</sup> As discussões apresentadas neste artigo fazem parte da minha dissertação de mestrado, intitulada *No SPA com Deus*, defendida em março de 2012, no Instituto de Estudos da Linguagem (IEL) - UNICAMP.

a menor unidade discursiva supõe o acionamento do conjunto do sistema de restrições, e seu pertencimento à FD se manifesta por referência a esses esquemas de base, que são igualmente fórmulas de uma generalidade e de um rigor máximos, que cada enunciado especifica a sua maneira (2008, p.70).

Apesar de sua abrangência, esse sistema é “pobre”, no sentido de que são necessários poucos operadores para construir um discurso. E é justamente a simplicidade desse sistema que possibilita que os enunciadores o dominem. O autor afirma que cada enunciador de discurso dispõe de uma *competência discursiva*<sup>3</sup>: um sistema simples, porém, fortemente estruturado, o qual permite que ele seja capaz de reconhecer enunciados pertencentes ao seu posicionamento como também capaz de produzir um número ilimitado de enunciados inéditos pertencentes a esse posicionamento. Além disso, essa competência é também *interdiscursiva*, permitindo que o enunciador reconheça enunciados contrários a sua competência. Como explica o autor, a competência *interdiscursiva* supõe a “aptidão para reconhecer a incompatibilidade semântica de enunciados ou da(s) formação(ões) do espaço discursivo que constitui (em) seu Outro” (MAINGUENEAU, 2008, p.55).

Propomos que o discurso batista se constitui a partir das seguintes teses:

- O cristão deve agir.
- O cristão age ordenadamente.
- O cristão deve agir de forma equilibrada.
- O cristão age no mundo, mas não é do mundo.
- Todo cristão é um evangelizador.
- Cada cristão precisa ter uma formação bíblica.
- Cada cristão é responsável por si.

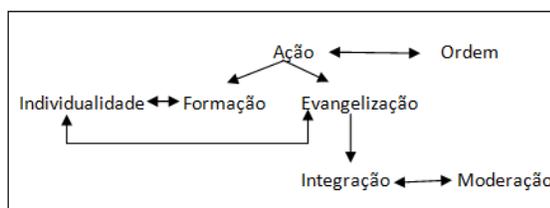
Ressaltamos que tais teses não funcionam exclusivamente no discurso batista, uma vez que o espaço protestante configura-se por um conjunto de pressupostos compartilhados pelos diferentes discursos. Contudo, a relação com essas teses varia entre os discursos.

---

<sup>3</sup> Maingueneau (2008) propõe a existência de uma competência discursiva semelhante ao modelo da competência linguística de chomskiana, mas diferentemente desta, a discursiva não se funda na hipótese do inatismo, nem pode ser analisada como a gramática do discurso. Enquanto a questão da aquisição da linguagem chomskiana relaciona-se à explicação da capacidade que os falantes têm de aprender uma língua diante de um número limitado de *performances*, a “aquisição” da competência discursiva relaciona-se à simplicidade do sistema de restrições do discurso e a possibilidade de dominá-lo.

A partir dessas teses, propomos que semas básicos que compõem o discurso batista são: /Ação/, /Ordem/, /Integração/, /Moderação/, /Evangelização/, /Formação/ e /Individualidade/.

Quadro 1 – Semas do discurso batista



Tendo em vista tais semas, partimos para a análise da revista **Visão Missionária**.

### 3. A constituição de Visão Missionária

Desde o início da igreja Batista no Brasil, as mulheres da denominação têm se reunido para realizar atividades como orações, estudos bíblicos e trabalhos sociais, formando, assim, as primeiras Sociedades Femininas Batistas. Em 1908, foi organizada a **União Missionária das Senhoras Batistas do Brasil**, com o intuito de organizar nacionalmente o trabalho das sociedades femininas. A partir de 1963, a organização passou a se chamar **União Feminina Missionária Batista do Brasil** (doravante UFMBB). Segundo Elza Andrade, editora de **Visão Missionária**, esse nome condiz com o ideal da organização: “Feminina porque não é só para as senhoras, mas abrange todo o elemento feminino” e “Missionária, porque a sua razão de ser é Missões” (VM<sup>4</sup>, 2T1998).

Com o passar do tempo, a organização criou novas revistas. As crianças e jovens passaram a ter publicações específicas. E, em 1967, a revista de senhoras passou a se chamar **Visão Missionária**. A respeito da mudança do nome da revista, foram apresentadas as seguintes justificativas:

#### Por que Visão Missionária?

É um título mais expressivo – O novo nome distingue melhor o objetivo principal de nossa organização. Através dos tempos, o ideal missionário tem animado as valorosas irmãs batistas, que dão seu irrestrito e caloroso apoio

<sup>4</sup> Doravante as citações da revista **Visão Missionária** serão apresentadas da seguinte maneira: a sigla VM representa o nome da revista, após a sigla aparece o trimestre de publicação acompanhado da letra T, e, posteriormente, o ano de publicação. Assim, nesta nota, VM, 2T1998 representa revista *Visão Missionária*, segundo trimestre de 1998.

ao trabalho de missões no mundo. O título de sua revista, portanto, fala de algo que tem sido uma constante no coração das senhoras.

**É um título mais atraente** – Visão Missionária é um título que atrai e que apela ao nosso coração.

**É um título mais interessante** – A tendência atual, no campo jornalístico, é para títulos mais curtos, com menor número de palavras. O novo nome está dentro deste requisito técnico, sendo mais interessante e mais atualizado.

(VM, 1T1967)

Essas justificativas são derivadas de dois semas do discurso cristão-batista, /Evangelização/ e /Integração/. Uma justificativa é de que o nome foi alterado, porque o novo título relaciona-se à causa da /Evangelização/ defendida nesse discurso. Além disso, outra justificativa é que o título precisava ser mais atraente, atualizado e interessante, seguindo “a tendência atual”. Nesse sentido, há uma posição de /Integração/ com a atualidade. Os batistas defendem uma contextualização no mundo, embora tal contextualização seja moderada pela doutrina cristã.

Com o tempo, a revista passou a ter, cada vez mais, um formato parecido com o das outras revistas femininas em geral, trazendo seções que tratam de assuntos tidos como tipicamente femininos, como beleza, culinária, artesanato, cuidados com a família. A UFMBB propõe que a mulher cristã esteja integrada no mundo, “atualizada” nos assuntos e questões atuais. No entanto, essa integração deve ser moderada pelos valores batistas. Nesse sentido, segundo o discurso batista, a mulher cristã deve ler **Visão Missionária** e não as outras revistas femininas em geral. A revista se propõe, assim, a substituir as outras revistas.

#### **4. A organização da revista**

Os exemplares de **Visão Missionária** são organizados em diferentes seções, são elas: o editorial, atualmente assinado por Elza Andrade, coordenadora Nacional da MCA; a seção de cartas de leitoras, que apresenta, além das cartas, fotos das sociedades femininas espalhadas pelo Brasil; a seção intitulada *Gente Nossa*, que traz biografias de mulheres que tenham sido importante na história da UFMBB; a seção programas especiais, com sugestões de peças, jograis e poesias para a comemoração das mais variadas datas e festividades; a seção de estudos mensais, que devem ser realizados durante as reuniões das mulheres na igreja; a seção *Liderança* e a seção *Terceira Idade*. Além destas, a revista tem também seções que tratam de beleza, saúde, artesanato, culinária e atualidade. Na seção atualidade, são tratados diversos temas como, por exemplo, *Reencarnação e comunicação com os mortos* (1T1995), *Brasil, 500 anos* (2T2000), *Fidelidade conjugal em tempos de AIDS* (4T2000), *Clonagem humana* (1T2003).

No geral, a estruturação das edições é muito parecida, os assuntos e temas tratados são apresentados em uma ordem mais ou menos fixa. Há uma regularidade nos temas tratados em cada trimestre de acordo com as datas comemorativas do ano. Assim, nas edições do primeiro trimestre, geralmente, há artigos relacionados ao *Dia internacional da mulher* e o encarte com a programação de missões mundiais de acordo com o calendário da Junta de Missões. Nas edições do segundo trimestre, os temas são *Dia do Pastor*, *Dia das mães*, *Páscoa*, *Dia da Educação Cristã Missionária* (23 de junho) e o mês da *Família* (maio). Nas edições do terceiro trimestre, há programações para o *Dia dos pais* e o anexo de missões nacionais. E, por fim, nas edições do quarto trimestre, os temas são *Dia da Bíblia* (2º domingo de dezembro), dia do *professor*, *Dia Batista de Oração Mundial* (Baptist Women’s World Day of prayer – 1 de novembro), *Natal* e *Ano novo*.

Em números, a revista **Visão Missionária** é dividida da seguinte forma:

Tema	Total de páginas	
Índice, editorial e distribuidores	3	4%
Cartas e fotos de leitoras	1	1%
Biografias	3	4%
MCA	4	6%
Educação Religiosa	7	10%
Terceira Idade	3	4%
Atualidade	5	8%
Saúde	2	3%
Beleza	1	1%
Culinária	1	1%
Artesanato	1	1%
Propaganda	3	4%
Denominação Batista	5	8%
Missões	11	16%
Programações especiais	11	16%
Estudos	9	13%
Total	67	100%

Maingueneau (2008) propõe que nos discursos não há uma estrutura profunda e outra superficial, mas os diferentes planos discursivos devem ser levados em conta, uma vez que integram, ao mesmo tempo, a significância e são regulados pelo sistema de restrições do discurso. Nesse sentido, apresentamos algumas considerações a respeito dos planos discursivos de **Visão Missionária**.

Em termos de dêixis, as cenas de enunciação<sup>5</sup> que aparecem na revista são variadas. As cenografias e cenas genéricas estão de acordo com o esquema de composição das

<sup>5</sup> Maingueneau (2006) propõe que um texto, enquanto rastro de discurso, pode ser analisado em termos de “cena de enunciação”. O autor propõe que essa cena é formada por três planos complementares: a *cena englobante*, que se refere ao tipo de discurso, a *cena genérica*, relativa ao tipo de gênero, e a *cenografia*, construída no próprio texto.

revistas femininas de um modo geral. Nesse sentido, há receitas, artigos, anúncios, cartas de leitoras. Porém, na maioria das vezes, essas cenas genéricas e cenografias remetem à cena englobante do discurso religioso. Obedecem, portanto, ao sistema de restrições do discurso cristão-batista. Já os estudos não aparecem nas revistas femininas. Esse é um gênero típico de discursos didáticos. Esses estudos estão ligados ao sema /Formação/. Entretanto, não só esses estudos, mas a própria existência da revista está ligada a esse sema. Desse modo, essa publicação tem um caráter pedagógico/formativo. O seu objetivo é doutrinar as mulheres batistas.

No que diz respeito ao estatuto dos enunciadores na revista, esses são caracterizados como crentes inspirados, porém devidamente preparados para isso. No exemplar descrito, a formação profissional dos autores é enfatizada: gerontólogo, pastor, dentista, médico, historiador, pedagoga, professora. Entretanto, além de sua formação profissional, em **Visão Missionária**, enunciatória e coenunciadoras são interpeladas como instrumentos de Deus.

E nós somos o instrumento divino na prática de tão sublime tarefa (VM, 2T1991).

A figura de Deus é tomada como fiadora do discurso. Ele é apresentado como o verdadeiro Enunciador, como indica uma carta enviada à revista:

Eu me alegro porque sei que Deus me ama e põe no meu caminho coisas tão boas, como as pessoas que escrevem esta revista, pessoas consagradas que recebem a Visão de Deus (VM, 2T1998).

Na carta, a leitora realiza um jogo de linguagem com a palavra “Visão”, tanto no sentido de “Visão” como o nome da revista quanto de “Visão” enquanto uma inspiração divina – a vontade de Deus. A leitora reconhece o caráter instrumental daqueles que escrevem na revista, porém, esse é um instrumental *consagrado*. Esse adjetivo aponta para uma preparação. Não é apenas uma inspiração, mas se exige desse “instrumento” uma consagração – uma preparação, posição que retoma a importância que os batistas dão à educação, à /Formação/. Eles atribuem a Deus a honra pelo trabalho, contudo enfatizam a importância da preparação daqueles que escrevem, como mostra o excerto a seguir:

Esta é a história de uma mulher cristã que se entregou nas mãos de Deus para fazer a sua vontade e ele a tornou uma das maiores líderes do trabalho feminino no Brasil. Foi preparada para ser um vaso muito precioso e até o fim da sua vida não vacilou nem temeu, porque sabia a quem servia e ao seu Deus deu toda a glória (VM, 2T1983).

A mulher é descrita como um “vaso preciso” e “uma das maiores líderes do trabalho”, todavia, para tanto, ela passou por uma preparação. Assim, mesmo que os enunciadores sejam tomados como instrumentos de Deus, devem se preparar para isso, passando por um processo de /Formação/.

As responsáveis por **Visão Missionária** são mulheres que têm uma formação específica, geralmente adquirida em cursos oferecidos pela própria denominação em duas escolas para mulheres: o Instituto Batista de Educação Religiosa (IBER), hoje, Centro Integrado de Educação e Missões (CIEM) e o Seminário de Educação Cristã (SEC). A importância dada à educação feminina cristã é tão enfatizada, que a cada ano é realizada uma campanha com esse fim. Chamamos a atenção para a apresentação que a revista faz de uma das autoras da revista:

Esposa do pastor Francisco Machado Rodrigues, da Segunda Igreja Batista de Rio das Ostras, RJ, Celma do Nascimento é pós-graduada em Psicopedagogia Institucional e Clínica. É também bacharel em Teologia e tem ainda outras especializações, entre as quais, pós-graduação em Educação religiosa pelo antigo Instituto Batista de Educação Religiosa (IBER), hoje Centro Integrado de Educação e Missões (CIEM) (VM, 4T2008).

Há uma grande ênfase na /Formação/ dessa autora. Ela tem uma formação secular específica (Psicopedagogia Institucional e Clínica), mas também uma /Formação/ batista (pós-graduação no Instituto Batista). É, nesse sentido, um sujeito autorizado nesse discurso.

Desarte, quanto aos *ritos genéticos*, isto é, “o conjunto de atos realizados por um sujeito em vista de produzir um enunciado” (MAINGUENEAU, 2008, p.132), nesse discurso, o enunciador deve ser preparado em uma das instituições de ensino batista. O enunciador típico é aquele que tem uma /Formação/ batista. Para poder inscrever-se nesse discurso e produzir enunciados, é necessário ter uma formação cristã específica. E tal /Formação/ é um pré-requisito para ser um “instrumento” de Deus.

##### **5. Visão Missionária e as revistas femininas em geral: o caso dos anúncios publicitários**

Para quem está acostumado às revistas femininas em geral, talvez a primeira surpresa seja a quantidade e tamanho dos textos. A grande maioria dos textos publicados em **Visão Missionária** tem no mínimo uma página de extensão. São textos geralmente longos. A publicação apresenta poucas figuras e gravuras, que, na grande maioria das vezes, são pequenas ou aparecem no plano de fundo. Essa é uma revista que exige, portanto, que o leitor dedique um certo tempo para a leitura dos artigos. É uma revista de /Formação/.

Outro aspecto que talvez cause estranhamento à leitora das revistas femininas em geral é o pequeno número de páginas dedicado à publicidade em **Visão Missionária**. Fonseca-Silva (1999), em pesquisa acerca da revista **Cláudia**, afirma que nesta publicação 24% das páginas são dedicadas à publicidade. Segundo a autora, a quantidade de páginas dedicadas a anúncios publicitários demonstra que esses, além de venderem o produto e apoiarem financeiramente a publicação, vendem também uma imagem da mulher que consome esses produtos, imagem relacionada aos temas tratados. Nas palavras da autora, “os anúncios publicitários que são veiculados na revista [Cláudia] estão relacionados aos temas e assuntos que são apresentados. Existe, na realidade, uma complementariedade entre reportagens e anúncios” (FONSECA-SILVA, 1999, p.47).

A análise dos anúncios em **Visão Missionária** indica que essa relação também é estabelecida. Os anúncios veiculados estão relacionados também aos temas recorrentes na revista. Nesta publicação, apenas 3% das páginas são dedicadas a anúncios, os quais se dividem em, no máximo, três tipos: anúncio de algum congresso ou reunião da UFMBB, anúncio de alguma campanha evangelística ou pela educação cristã e anúncios de livros e periódicos da editora da UFMBB ou de outras editoras batistas. A presença desses anúncios aponta para três posicionamentos em relação à mulher cristã:

- (i) A mulher deve participar das atividades ligadas à UFMBB;
- (ii) A mulher deve contribuir com a obra missionária e com a educação cristã
- (iii) A mulher cristã deve ter uma boa formação cristã.

A grande frequência de anúncios de literatura na revista aponta para duas questões: uma de mercado, o próprio sustento da editora que vive do comércio desses livros. Assim como nas revistas femininas, em geral, os anúncios são o sustento financeiro da revista; em **Visão Missionária**, a venda da revista e dos demais livros mantém a editora. Outra questão é a importância que os batistas dão à leitura. Com a Reforma Protestante, a salvação passou a ser da alçada do indivíduo, cada um tem a responsabilidade pessoal para com a sua alma e a leitura da Bíblia passa a ser fundamental. Nesse sentido, a venda de livros ligados à igreja Batista aponta para esse posicionamento de responsabilidade pessoal da /Formação/ de cada batista. Essas sugestões/exigências de leituras são derivadas da semântica global do discurso batista que defende a /Formação/ do cristão.

Nossa análise indica que os anúncios de literatura veiculados em **Visão Missionária** mostram uma posição do discurso batista em relação à prática da leitura. Nestes anúncios, aparecem formulações como:

(1) Livro, o retorno é certo. A leitura é o investimento mais seguro e garantido que você pode e deve fazer agora, por um custo infinitamente baixo. Leia e dê livros de presente. União feminina tem tudo para você começar a investir já (VM, 3T1991).

(2) O que você ganhou ano passado? Se você quiser ser lembrada por muito tempo, ofereça algo que marque a vida de quem você ama. Presenteie com livros. As festas vêm, as festas vão. Mas os livros ficam com a influência que deixam e as lembranças que provocam (VM, 4T1992).

(3) E a família, como vai? A vida em família é um caminhar nem sempre tão fácil e agradável. Para ultrapassar as dificuldades e vencer os conflitos, é necessário regar o lar com muito amor e boa informação. Plante valores e conceitos cristãos com uma leitura especializada. Adquira e leia a série Família Feliz (VM 2T1993).

(4) O caminho certo para seu filho. Você é responsável pelo desenvolvimento espiritual de seu filho até que ele possa ser capaz de responder por ele mesmo perante Deus. Este livro é um guia prático para ajudar os pais a conduzir os pequeninos no caminho do Senhor (VM, 2T1997).

(5) Bons livros preparam a família cristã para a boa obra. Aproveite a ênfase missionária destes meses e coloque à disposição de sua família livros de grande valor! São livros que substituem, na mente e no coração, as emoções ilusórias de falsos heróis pelas experiências reais e edificantes de grandes homens e mulheres de Deus (VM, 3T1985).

(6) Invista em cultura para sua família. Neste natal presenteie com os livros da UFMBB (VM, 4T1995).

Nesta publicação, o livro é caracterizado como “o retorno certo”, “o investimento mais seguro e garantido”, o “guia prático”, que influencia, que deixa lembranças, que ajuda os pais na criação dos filhos, que “prepara a família para a boa obra”, que tem “grande valor”. A leitura de livros ligados à igreja é vista, então, como prática benéfica e necessária na preparação do cristão para a vida. No entanto, é preciso ressaltar que não é toda e qualquer leitura que é indicada, mas a da literatura de caráter batista. As outras leituras são avaliadas como livros que tratam de “emoções ilusórias de falsos heróis”. A leitora, portanto, é advertida a tomar cuidado com o que lê, para que não se afaste da “verdadeira” fé.

Além dos anúncios de livros, há também reportagens sobre a importância da leitura, como a intitulada “Livros um bom presente”, veiculada no quarto trimestre de 1995. No artigo, o autor apresenta uma série de razões para que o leitor compre livros ao invés de outros presentes no Natal: “o livro não é um produto descartável como o videogame, que cansa, um carrinho, que enjoa ou uma boneca que envelhece”; “o livro é por natureza um estímulo ao pensamento, mesmo quando não lido. Quem vive entre livros (uma estante) está sempre desafiado a lê-los e pensar”; “quando lido, o livro é um estímulo ao desenvolvimento da consciência crítica, capaz de nos fazer mais felizes e mais cidadãos”. Logo a seguir, a revista apresenta um anúncio de duas páginas sobre a literatura oferecida pela UFMBB que

complementa a matéria. Esse anúncio mostra que não é qualquer leitura que é recomendada, mas a leitura de livros batistas, mais especificamente, da UFMBB. No discurso batista, a /Formação/ é extremamente defendida e valorizada. Desse modo, **Visão Missionária** existe por conta dessa necessidade de /Formação/ cristã. Aliás, a própria existência da UFMBB e da sua editora está baseada nessa necessidade de /Formação/.

Além disso, **Visão Missionária** defende que a compra de livros relativos à igreja é mais importante do que, por exemplo, a compra de itens de vestuário:

Achamos caro adquirir livros para ajudar no estudo bíblico, mas muitas pessoas não titubeiam em comprar um novo par de sapatos, só para combinar com um novo par de sapatos, só para combinar com determinada roupa... Em pouco tempo os sapatos se acabam, mas os conhecimentos e a inspiração dos livros perduram em nossas vidas, na vida dos filhos e na de quantos se relacionam conosco. São livros valiosos no esclarecer, no orientar, no ajudar a compreender certos fatos e afirmativas desconhecidas. (VM, 2T1990).

A revista propõe o estudo dos livros relativos à igreja. O “conhecimento” adquirido pela leitura desses é avaliado como duradouro. A comparação de **Visão Missionária** com outras revistas femininas mostra que, nas outras, a mulher nunca é advertida a deixar de comprar um item que contribua para o seu embelezamento (como um par de sapatos) a fim de comprar um item para sua formação (o livro).

Uma das posições relativas ao discurso sobre o feminino é que a beleza da mulher é seu maior bem ou trunfo. As revistas femininas defendem que a mulher deve ser e se manter bela a qualquer custo e em qualquer situação. Em **Visão Missionária**, a mulher também é advertida a cuidar de sua beleza, mas a /Formação/ cristã é avaliada como mais importante que a beleza. De um modo geral, a publicação defende as mesmas posições sobre o feminino, entretanto, tais posições são reguladas pelo discurso batista.

Além de anúncios de livros, outro tipo de propaganda veiculada em **Visão Missionária** é o de congressos e eventos da UFMBB. Sobre este selecionamos alguns *slogans* de congressos:

- (1) Mulher cristã para este tempo (VM, 3T1987).
- (2) Mulheres Cristãs qualificadas para o Novo Século (VM, 3T2000).
- (3) Celebremos e prossigamos cumprindo a Missão (VM, 1T2008).

Nesses *slogans*, também estão em funcionamento os semas da semântica global batista: a /Integração/, a /Ação/ e a /Evangelização/. A mulher é convidada a participar desses eventos, a fim de se qualificar para o tempo em que vive. A revista defende uma contextualização da mulher. Tal contextualização não é no sentido de misturar-se, mas no sentido de integrar-se ao mundo, a fim de mudá-lo, segundo a doutrina cristã. A mulher deve

agir no mundo (no tempo em que vive) de forma a alcançar o mundo pela /Evangelização/. Os três semas estão, assim, inter-relacionados: a mulher deve integrar-se ao mundo, a fim de agir na sua evangelização.

O terceiro tipo de anúncio que aparece em **Visão Missionária** são os das campanhas evangelistas e pela educação cristã. Desse tipo, selecionamos o seguinte anúncio veiculado no primeiro trimestre de 1999. Do lado esquerdo do anúncio, aparece a imagem do rosto de uma mulher que sorri, e, acima da imagem, o tema do anúncio: *Programa Priscila*<sup>6</sup>. Ao lado, aparece, em plano de um fundo, a imagem pintada de outra mulher e, acima desse plano de fundo, o seguinte texto:

O Programa Priscila da Junta de Missões Mundiais foi criado especialmente para você, mulher cristã. Embora tenha vivido há séculos passados, Priscila se parecia muito com você.

Mulher ativa, Priscila era quase perfeita. Como você, ela sabia muito bem como aproveitar o seu tempo dividindo-o entre as atividades profissionais, domésticas e eclesiais. Administrava o lar, cuidava do esposo, atuava na igreja e ainda engrossava o orçamento familiar com seu trabalho profissional.

Mas não foi pela sua espetacular capacidade de governar o lar e nem pela sua competência profissional que Priscila se destacou. Ela se sobressaiu nas páginas da Bíblia pelo seu amor à obra missionária. Quer hospedando Paulo ou acompanhando-o numa viagem missionária, ao lado do marido, o amor dessa mulher pela obra era evidente.

Hoje você tem a oportunidade de exercer no seu lar, na sua igreja e até mesmo no seu trabalho o mesmo fascínio de Priscila.

Veja como:

- Ore pelos missionários e desafie as mulheres de sua igreja a formarem grupos de oração em prol de Missões.
- Leve sua família a adotar (parcial ou integralmente) uma família missionária e oriente outras famílias a fazê-lo.
- Incentive sua igreja a adotar um missionário.

Tudo isso é possível através do PAM – Programa de Adoção Missionária da JMM.

O anúncio faz uma comparação entre a mulher cristã e a figura bíblica de Priscila. Essa é apresentada como uma mulher ativa e sábia. Essas duas especificações relacionam-se diretamente aos semas /Ação/ e /Formação/. Priscila é caracterizada como uma mulher atuante na sua família (“administrava o lar” e “cuidava do esposo”), no seu trabalho e em sua igreja. O que relaciona a figura de Priscila à da chamada mulher moderna, que divide o seu tempo na execução de diferentes funções. Bem como a mulher moderna, Priscila também era uma mulher de muitos afazeres domésticos e profissionais.

---

<sup>6</sup> Priscila é uma figura bíblica que trabalhava junto com seu marido Áquila na construção de Tendas. Ambos auxiliaram no trabalho missionário do apóstolo Paulo, hospedando e viajando junto com o missionário.

Contudo, o destaque principal está na atuação de Priscila no trabalho missionário. O tema fundamental do anúncio é a /Evangelização/. A mulher batista é, assim, convidada a participar e contribuir com o programa missionário da igreja. Além disso, o tema /Individualidade/ também entra em jogo. A leitora é interpelada como uma mulher cristã responsável pela /Evangelização/, que deve aproveitar a “oportunidade de exercer no seu lar, na sua igreja e até mesmo no seu trabalho o fascínio de Priscila”. Desse modo, esse anúncio também obedece ao sistema de restrições do discurso batista.

## **6. Considerações finais**

A comparação de **Visão Missionária** com outras revistas femininas em geral mostra que aquela não é uma revista de entretenimento nem de informação, mas uma revista de /Formação/. Seu objetivo é formar a mulher de acordo com a doutrina batista. Para tanto, além dos gêneros típicos presentes nas revistas femininas, como editorial, cartas de leitores, receitas e reportagens, a publicação apresenta também, em cada edição, uma série de estudos para a mulher batista. Sendo assim, essa revista não é apenas para ser lida, mas, principalmente, estudada.

Além disso, a análise indica que os enunciados sobre o feminino encontrados na publicidade de **Visão Missionária** são filtrados pela Semântica Global batista. Enfim, essa publicação funciona, portanto, como um meio de doutrinar as mulheres, formando-as de acordo com o discurso batista.

## **Referências bibliográficas**

FONSECA-SILVA, M. da C. **Discursos de gênero em revistas femininas: o caso Cláudia**. 1999, 155 p. Dissertação (Mestrado em Linguística). Instituto de Estudos da Linguagem da Universidade de Campinas, Campinas, 1999.

HIGONNET, A. Mulheres, imagens e representações. In: **História das Mulheres no Ocidente. O século XIX**. DUBY, G. PERROT, M. (org.). vol. V. Porto: Afrontamento, 1991.

MAINGUENEAU, D. **Gênese dos discursos**. Trad. Sírio Possenti. São Paulo: Parábola, 2008. 184p.