

## A CONSTITUIÇÃO DISCURSIVA DA PREDESTINAÇÃO DE XUXA

---

FERNANDO ZOLIN-VESZ\*

DANIE MARCELO DE JESUS\*\*

---

### RESUMO

Este trabalho fundamenta-se em preceitos da análise de discurso crítica (FAIRCLOUGH, 2001; MAGALHÃES, 2010) e no conceito de cultura da mídia de Kellner (2001). Nele objetiva-se investigar a constituição da qualidade mítica da apresentadora Xuxa, na edição especial da revista *Contigo*, em homenagem aos seus trinta anos de carreira. A análise demonstra que a construção discursiva da sua predestinação torna-se crucial para compreender tanto o mito Xuxa, uma vez que é tida como o fator decisivo de seu sucesso profissional, quanto a reprodução e a manutenção de discursos que buscam explicações (sobre) naturais para o sucesso.

**PALAVRAS-CHAVE:** mito, discurso hegemônico, predestinação.

---

### INTRODUÇÃO

*Deus marcou o nome de Xuxa com  
dois xis para não perdê-la de vista.*

MARLENE MATTOS

A trajetória profissional de Maria da Graça Xuxa Meneghel, como modelo, apresentadora de programas infantis, cantora e atriz, constituiu-se em uma das mais bem-sucedidas da história da indústria brasileira do entretenimento. Desde que o foco de seu trabalho passou a ser o universo infantil, em meados da década de 1980, Xuxa transformou-se em um dos maiores ícones da televisão, da indústria fonográfica e do

---

\* Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso (IFMT), Cuiabá, MT, Mestre em Estudos de Linguagem (UFMT).

Email: fernando.vesz@blv.ifmt.edu.br

\*\* Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT), Cuiabá, MT, Doutor em Linguística Aplicada e Estudos da Linguagem (PUC-SP).

Email: daniepuc@gmail.com

cinema. O sucesso rendeu-lhe a designação de “Rainha dos Baixinhos”, e seu nome tornou-se uma das marcas mais conhecidas e consumidas do país (CAMPOS, 2006). Apesar desse êxito, contudo, poucos trabalhos acadêmicos<sup>1</sup> se preocuparam em estudar a construção discursiva dessa personalidade que invade nossos lares pelos mais diversos canais da mídia.

Este artigo, portanto, propõe-se investigar, por meio da análise de sua biografia constante na edição especial da revista *Contigo*, em homenagem à apresentadora, publicada pela Editora Abril em 2009, as construções discursivas que conferem a Xuxa uma trajetória heroica e mítica no sentido de apresentá-la como alguém predestinado por forças superiores. A edição especial *Xuxa – 30 anos de carreira* constitui-se na mais recente publicação acerca de sua trajetória artística e pessoal. A proposta é homenagear a apresentadora em uma edição especial que traz “toda a sua vida em textos e fotos” a fim de que o leitor possa apreciá-la e guardá-la. Convém salientar que a revista *Contigo* está entre as publicações mais representativas no país responsáveis pela cobertura jornalística da vida das celebridades. Em relação à Xuxa, a apresentação da edição credencia a revista nesse sentido, com a afirmação de que “acompanhou esses 30 anos de carreira de perto”.

A análise baseia-se nos estudos sobre a cultura da mídia conforme Kellner (2001) e na relação entre discurso e sociedade (FAIRCLOUGH, 2001; MAGALHÃES, 2010; RESENDE & PEREIRA, 2010); privilegia, contudo, os principais acontecimentos (seu nascimento, o surgimento de seu codinome, sua “descoberta” no mundo da moda etc.) que remetem a trajetória da apresentadora à construção discursiva da sua predestinação, ao mesmo tempo em que procura analisar sua biografia como justificativa e/ou explicação para o seu sucesso junto ao público infantil.

#### A CULTURA DA MÍDIA

De acordo com Kellner (2001), há uma cultura contemporânea dominada e veiculada pela mídia, que não apenas informa e/ou entretém, mas também contribui “[...] para nos ensinar como nos comportar e o que pensar e sentir, em que acreditar, o que temer e desejar – e o que não” (KELLNER, 2001, p. 10). Baseando-se em interpretações dos estu-

dos culturais britânicos, da Escola de Frankfurt, de algumas posições da teoria pós-moderna, do feminismo e da teoria multicultural, o autor afirma que a mídia é “[...] o lugar da cultura nas sociedades contemporâneas” (KELLNER, 2001, p. 54) e, portanto, seus textos não são simples veículos de uma ideologia dominante, mas produções complexas que incorporam discursos sociais e políticos em uma arena de lutas que os grupos sociais usam com o propósito de promover seus próprios programas e ideologias. Dessa forma, o autor pretende que os estudos sobre a cultura da mídia “[...] sejam uma tentativa de situar as produções culturais em contextos econômicos, sociais e políticos mais amplos dos quais elas emergem e nos quais exercem seus efeitos” (KELLNER, 2001, p. 74).

Segundo o autor, a cultura da mídia contribui para estabelecer a hegemonia de determinados grupos e projetos políticos, levando os indivíduos a ver em certas ideologias “o modo como as coisas são”, ou seja, os textos culturais populares naturalizam e ajudam a mobilizar o consentimento a posições hegemônicas. Mitos como Xuxa, por exemplo, são considerados pelo autor como máquinas ideológicas minuciosamente construídas para celebrar e reproduzir posições e atitudes hegemônicas.

Entretanto, o autor ressalta que “[...] os textos devem ser lidos como expressão de várias vozes, e não como enunciação de uma única voz ideológica, que precise então ser especificada e atacada” (KELLNER, 2001, p. 148). Essas várias vozes, conforme o autor, são as contradições, os elementos contestatórios periféricos e os silêncios estruturados no texto que compreendem estratégias sobre, por exemplo, como o que é periférico pode ser tão significativo quanto o que é nuclear em termos de posições ideológicas, ou como elementos periféricos podem desconstruir posições ideológicas afirmadas no texto por contradizê-las ou enfraquecê-las, ou de que modo o não-dito é tão importante quanto o que foi realmente dito.

Essa pedagogia crítica da mídia, como Kellner (2001) a define, visa, segundo o próprio autor, ao desenvolvimento da capacidade de “[...] discernir as mensagens, os valores e as ideologias que estão por trás dos textos da cultura da mídia” (KELLNER, 2001, p. 83), no sentido de perceber o modo como a cultura da mídia transmite representações que influenciam pensamentos e comportamentos. Esse discernimento e

essa percepção possibilitam às pessoas, conforme o autor, um empoderamento em relação à cultura em que vivem, o que pode contribuir tanto para a promoção de questionamentos sobre a organização da sociedade quanto para a participação dos indivíduos em movimentos políticos que lutem por transformações sociais.

## DISCURSO E SOCIEDADE

De acordo com Resende & Pereira (2010), um dos aspectos centrais dos estudos sobre o discurso é a relação entre linguagem e sociedade, ou seja, o discurso não apenas se constitui na sociedade como também participa na sua constituição. Esta relação pode ser percebida, como vimos na seção anterior, a partir da relação entre comunicação e sociedade: mais do que informar, a comunicação mediática constitui-se em um elemento de estruturação e transformação de inúmeras instâncias da vida social (RESENDE & PEREIRA, 2010).

Inserido nesta perspectiva, Fairclough (2001) considera que uma abordagem crítica do discurso deve se orientar dentro de uma perspectiva linguística associada a um pensamento social e político no estudo da mudança social. O discurso seria, portanto, uma prática, não apenas de representação do mundo, mas de sua significação, constituindo-o e construindo-o em significado.

Esse enfoque centra-se, deste modo, na relação dos processos de produção textual com a interpretação da prática social. Nesse contexto, o termo “texto” é entendido como “[...] materialidades dos eventos e práticas sociais, o que inclui a fala, a escrita e a imagem” (MAGALHÃES, 2010, p. 11). Assim, “textos não refletem simplesmente as coisas sociais, mas ajudam a construir nosso entendimento sobre elas, participam na sua constituição, têm efeitos materiais no mundo” (RESENDE & PEREIRA, 2010, p. 1). Neste sentido, a análise crítica do discurso em que nos apoiamos pode ser definida como “[...] um programa de estudos que toma o texto como unidade de análise centrada nos conceitos de discurso, poder e ideologia” (MAGALHÃES, 2010, p. 10).

Dois conceitos são fundamentais, portanto, para se compreender a relação entre discurso e sociedade: o conceito de ideologia e o de hegemonia. Para Fairclough (2001), ideologias são

significações/construções da realidade (o mundo físico, as relações sociais, as identidades sociais) que são construídas em várias dimensões das formas/sentidos das práticas discursivas e que contribuem para a produção, para a reprodução ou para a transformação das relações de dominação. (p. 117)

Já o conceito de hegemonia está ligado a “um foco de constante luta sobre pontos de maior instabilidade entre classes e blocos para construir, manter ou romper alianças e relações de dominação/subordinação, que assume forças econômicas, políticas e ideológicas” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 122).

Assim concebidas, as hegemonias possuem dimensões ideológicas e fornecem uma matriz e um modelo para a análise da prática social em termos de relações de poder. Esse conceito de hegemonia tanto fortalece o conceito de investimento político quanto representa uma forma de avaliar o investimento ideológico das práticas discursivas. Com esse entendimento, Fairclough (2001), assim como também sugere Kellner (2001) em relação à cultura da mídia, defende a importância da consciência crítica dos processos ideológicos no discurso, uma vez que, apesar de os sujeitos serem posicionados ideologicamente, também são “capazes de agir criativamente no sentido de realizar suas próprias conexões entre as diversas práticas e ideologias a que são expostos e de reestruturar as práticas e as estruturas posicionadoras” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 121).

#### A CONSTITUIÇÃO DA QUALIDADE MÍTICA DE XUXA E O DISCURSO HEGEMÔNICO DA PREDESTINAÇÃO

A biografia de Xuxa é construída pela revista de forma a ser compatível com uma trajetória heroica que propicia a criação mítica. Um primeiro aspecto em relação a essa característica do relato de sua vida apresenta-se já na capa da edição da revista em análise: a imagem de uma vencedora.

De acordo com Kress & Van Leeuwen (2001), toda imagem constrói discursos que procuram legitimar certos sentidos em detrimento de outros. No caso da capa apresentada, a imagem procura trazer a expressão de uma vencedora por meio de um estado de plena felici-

dade, reforçada pela mão direita que toca seu peito como um sinal de triunfo, que os sólidos trinta anos de carreira profissional (“Vida de modelo”, “Sucesso na TV”, “Os discos” e “Os filmes”), associados a sua vida pessoal (“A família”, “Os amores” e “Sasha”), trouxeram à apresentadora. Ao ser representada dessa maneira, Xuxa torna-se uma síntese daquilo que, pela visão hegemônica capitalista, almeja-se como ideal de vida: beleza, fortuna e satisfação pessoal, ou seja, atributos de uma pessoa considerada vencedora.

Figura 1. Capa da edição especial da revista em homenagem aos trinta anos de carreira de Xuxa



(Revista *Contigo*, 2009)

Essa primeira característica de tal imagem remete ao que Campbell (2003, p. 309-311) estabelece como um elemento fundamental do mito: “sempre houve tendência de dotar o herói de poderes extraordinários desde o seu nascimento”. No caso de Xuxa, o nascimento representa seu primeiro drama pessoal, sua primeira vitória e a primeira interferência do destino:

Ela nasceu Maria da Graça Meneghel, em Santa Rosa, Rio Grande do Sul, no dia 27 de março de 1963. O nome de santa foi dado pelo pai, Luiz Floriano, que fez uma promessa de batizar a criança com esse nome caso sua esposa, dona Alda, e a filha sobrevivessem às complicações decorrentes do parto. (Revista *Contigo*, 2009, p. 15)

Dessa forma, Xuxa já vem ao mundo como uma vencedora: sobreviveu às complicações do parto. O destino, nesse caso, também é decisivo: em virtude das complicações do nascimento, o bebê recebe “o nome de santa” como uma promessa do pai caso mãe e filha sobrevivessem. Essa primeira aproximação entre Xuxa e o sagrado parece sintetizar a explicação de seu sucesso profissional, pois, assim como expressa a epígrafe deste texto, Xuxa é acompanhada de perto por Deus. É possível perceber que se trata de uma artista que, em virtude de ter “nome de santa”, possui uma íntima relação com forças divinas, o que já poderia justificar sua vitoriosa trajetória. Esses fatores estariam diretamente relacionados a alguém abençoado por Deus desde o seu nascimento.

Os poderes heroicos de Maria da Graça Meneghel também provêm do codinome pelo qual a conhecemos. Primeiramente, de acordo com a epígrafe, é por meio dos dois “xis” que compõem o nominalizador Xuxa que Deus a marcou para “não perdê-la de vista”. Além disso, o surgimento do apelido é, mais uma vez, tratado como obra do destino:

Foi nesse dia, ao sair da maternidade, que o bebê recém-nascido recebeu do irmão, Bladimir, o codinome com o qual ficaria internacionalmente conhecida: Xuxa. Não havia nenhum motivo aparente para tal apelido, e ninguém sequer imaginava que esse pequeno e inocente nome se tornaria anos mais tarde a marca de um ícone, uma referência mundial de alegria para crianças de vários países. (Revista *Contigo*, 2009, p. 15)

O acaso emerge neste excerto como o responsável pelo aparecimento do codinome através do qual a apresentadora é “internacionalmente conhecida”. Desse modo, a fama e o sucesso que o “pequeno e inocente nome” lhe trouxe devem-se a uma eventualidade, pois “não havia nenhum motivo aparente para tal apelido”. A concepção de acaso fadado pelo destino torna-se crucial para se compreender a constituição discursiva do mito Xuxa apresentada pelo enunciado em análise, principalmente no que se refere à predestinação da apresentadora.

Dessa forma, a estratégia simbólica de diferenciar Xuxa dos demais seres humanos constitui um processo de sistematização da assimetria de poder. Ao incluí-la no rol dos privilegiados, a revista exclui a todos que não possuem a divindade da apresentadora, fortalecendo o discurso hegemônico da predestinação. Explica-se, portanto, porque as demais pessoas não nasceram para o sucesso. Essa predestinação pode ser exemplificada por meio da imagem da página seguinte.

A construção discursiva da predestinação evidencia-se, neste caso, tanto icônica quanto textualmente. Em relação à imagem, a coroa e o cetro contribuem para a ideia de nobreza, o que pode ser imediatamente associado à designação “Rainha dos Baixinhos”. Por sua vez, o texto, que se apresenta na forma de legenda para explicar a imagem apresentada, revela-se decisivo para ratificar a proposta desta última: Xuxa, ainda criança, fantasiada de rainha, parece antecipar seu “destino de nobreza” que, por se tratar de uma determinação de forças superiores, já está “traçado”. O que poderia ser considerado uma brincadeira de criança (fantasiar-se para festas) torna-se mais um argumento da revista no intuito de persuadir o leitor de que Xuxa é predestinada a ser uma “rainha” ou, mais especificamente, a “Rainha dos Baixinhos”, pois ela estaria, desde a infância, acostumada ao trono e à posição de nobreza que lhe é conferida pelo destino. O discurso hegemônico, dessa forma, procura reafirmar a situação natural e permanente da nobreza de Xuxa independente do caráter sócio-histórico que a produz. Como bem afirma Fairclough (1989), as relações de poder são mais eficientes quando vistas como naturais no nosso cotidiano.

Ainda no interior dessa criação mítica de Xuxa, é importante ressaltar sua “descoberta”:





Figura 2. Xuxa, ainda criança, fantasiada de rainha  
(Revista *Contigo*, 2009, p. 13)

A grande virada na vida de Xuxa aconteceu quando ela tinha 15 anos. Era apenas uma adolescente, ainda cursava o segundo grau, mas já se virava bem sozinha. Pegava trens para se locomover no Rio de Janeiro e cumpria seus compromissos juvenis sem a ajuda de ninguém. Foi numa dessas andanças pela cidade, na companhia da irmã Mara, que um funcionário da Bloch Editores ficou encantado com a beleza e a espontaneidade da gauchinha e a convidou para

fazer um teste para se tornar modelo. Esse dia pode ser considerado um divisor de águas na vida de Maria da Graça Meneghel. Foi ali que a história de estrondoso sucesso deu o seu primeiro passo. (Revista *Contigo*, 2009, p. 21)

Morin (1989, p. 35) salienta o acaso no mecanismo de acesso ao estrelato como uma das grandes características do *star system* hollywoodiano: “esse acaso é uma sina, esta sina é uma graça”. Entretanto, lembra o autor que as primeiras condições para esta “graça” são a beleza e a juventude, e podemos observar estes atributos presentes no fragmento acima que relata a “descoberta” de Xuxa, conforme tabela a seguir:

Tabela 1. Atributos do *star system* hollywoodiano presentes no excerto sobre a “descoberta” de Xuxa

ATRIBUTO	EXCERTO
Juventude	“ela tinha 15 anos” “era apenas uma adolescente”
Beleza	“um funcionário da Bloch Editores ficou encantado com a beleza e a espontaneidade da gauchinha”

Além disso, Xuxa enquadra-se em um padrão dominante de beleza: por ser descendente de imigrantes europeus do sul do país, é branca e possui olhos azuis. Dessa forma, observa-se a manutenção do discurso hegemônico do que significa beleza e dos quesitos necessários para tornar-se uma referência dessa qualidade. Contudo, sua “descoberta”, segundo o excerto, deveu-se ao encantamento que despertou no funcionário da Bloch Editores: mais uma vez a condição de predestinada aparece como vetor da biografia de Xuxa.

Outro aspecto que merece destaque na criação discursiva do mito Xuxa é a aproximação do relato de sua vida com as histórias dos contos de fadas. A apresentadora seria uma “protagonista de um conto de fadas da vida real” (revista *Contigo*, 2009, p. 9), e é possível perceber a intertextualidade com a personagem Cinderela ao longo de sua biografia. Assim como a personagem das histórias infantis, Xuxa também teve uma infância classificada pela revista como humilde (p. 15) ou modesta (p. 16):

Nascida em Santa Rosa, interior do Rio Grande do Sul, Maria da Graça Xuxa Meneghel chegou ao Rio de Janeiro aos 7 anos e foi

morar com a família em Santa Cruz e, depois, em Bento Ribeiro, bairros de classe média baixa, em uma casa modesta onde dividia tudo com os irmãos. Na rua, vivia a sensação de liberdade correndo descalça, jogando queimada e subindo em árvores. (Revista *Contigo*, 2009, p. 9-11)

Além dos pés descalços, há também menção à beleza, pois Xuxa considerava-se “esquisita”: uma “garotinha magra, loira, de cabelo fininho e olhos claros” (revista *Contigo*, 2009, p. 11) que andava de trem com sua “maletinha de maquiagem” no início de sua carreira de modelo. Entretanto, da mesma forma que ocorre no clássico infantil, também Xuxa é elevada a uma existência superior: “a infância modesta de Xuxa não lembra nem de longe a vida de majestade que ela leva nos dias de hoje” (revista *Contigo*, 2009, p. 16-18).

A convergência da biografia de Xuxa com a história de Cinderela conduz, novamente, à sua predestinação como mais uma forma de justificar seu sucesso. Desta vez, todavia, a aproximação com uma personagem dos contos de fadas parece-nos evidenciar o foco de seu trabalho: o universo infantil. Esse direcionamento torna-se necessário, uma vez que se trata da “Rainha dos Baixinhos” e ratifica a criação do mito Xuxa no imaginário da população. Dessa forma, Xuxa não é apenas apresentada pela revista como uma mulher bem-sucedida profissionalmente, já que

são mais de 2.500 capas de revistas – sendo 50 delas só no primeiro ano de carreira, 42 títulos em discos, CDs e DVDs, mais de 30 milhões de cópias vendidas, 14 programas infantis – sendo três deles produzidos fora do Brasil: *Xuxa Park*, na Espanha, *Xuxa*, nos Estados Unidos, e *El Show de Xuxa*, na Argentina – e 16 filmes, que, juntos, ultrapassaram a marca de 36 milhões de espectadores. (Revista *Contigo*, 2009, p. 8-9)

Sua biografia representa também a justificativa de como alcançou sucesso como apresentadora, cantora e atriz: Xuxa é predestinada e possui uma íntima relação com forças superiores que abençoam sua carreira. Portanto, não há como interromper ou impedir sua história. Esse é o destino de Xuxa. Assim, ao buscar a narrativa de vida da apresentadora, a revista procura elementos que justifiquem seu presente de

glória e apaga qualquer relação conflituosa que possa ter existido. Esse *modus operandi* da predestinação de Xuxa estabelece uma padronização do que seja sucesso como uma referência que se torna um símbolo natural de identificação coletiva.

Figura 3. Xuxa é homenageada pelo Festival de Cinema de Gramado



(Revista *Contigo*, 2009, p. 99)

A imagem da página anterior encerra as seções que a revista denomina “Momento Xuxa” e apresenta mais uma de suas conquistas profissionais: ser homenageada por um dos mais importantes festivais de cinema do país – o Festival de Cinema de Gramado.

Tanto os aspectos icônicos quanto os textuais parecem colaborar, ainda outra vez, para a construção do mito. Xuxa é retratada como uma vitoriosa, carregando o prêmio conferido pelo Festival, e a legenda traz a expressão “consagração no cinema”, que precede a alusão ao reconhecimento dado à apresentadora por sua “contribuição” ao cinema nacional (haja vista os “36 milhões de espectadores” de seus filmes que a citação anterior menciona). Esse episódio possivelmente reflita e evidencie, de novo, o caráter da predestinação no sentido de que, ao conferir a Xuxa uma posição de destaque no cenário do cinema nacional e assim remeter ao aspecto vitorioso de sua carreira profissional, demonstra que ela continua colecionando conquistas e mantém-se no trono de majestade assim como na sua infância.

A construção discursiva da predestinação apresentada nesta análise, portanto, mostra-se crucial para se compreender a constituição do mito Xuxa proposta neste artigo. Sua “descoberta” envolve aspectos que estruturam e reproduzem o discurso hegemônico do perfil de beleza considerado ideal; ademais, sua ascensão como apresentadora de programas infantis deu-se em um momento

em que as empresas brasileiras iniciavam a copiar o modelo americano de fabricação de produtos voltados para as crianças com o uso de personagens de ficção, e estrelas do mundo artístico e esportivo. E Maria da Graça Meneghel apresentava uma vantagem [...]: era um produto nacional... (CAMPOS, 2006, p. 91)

Nesse sentido, como afirma Campos (2006), “Xuxa era a pessoa certa na hora certa”; a saber, além de enquadrar-se em um padrão de beleza europeizado (loira, magra e de olhos azuis), era, ainda, uma celebridade nacional, justamente em uma ocasião em que se buscavam “estrelas” dessa envergadura.

O discurso da predestinação, presente na biografia de Xuxa, procura justificar, como evidencia o exposto, sua criação mítica e, principalmente, conforme Campos (2006) propõe, a transformação da marca Xuxa em um vetor de consumo de valores e produtos.

“BEIJINHO, BEIJINHO, TCHAU, TCHAU”

Inspirados pelos vieses teóricos da análise de discurso crítica (FAIRCLOUGH, 2001; MAGALHÃES, 2010; RESENDE & PEREIRA, 2010) e na concepção de cultura da mídia de Kellner (2001), buscamos neste trabalho mapear, ainda que inicialmente, o discurso mítico que envolve Xuxa. Restringimo-nos, portanto, a analisar discursivamente alguns aspectos da biografia apresentada na edição especial da revista *Contigo*, a qual procurou traçar o conto de fadas que a própria apresentadora diz viver, e, sobretudo, reforçar os processos ideológicos que permeiam os discursos em torno de Xuxa.

Ao repetir a narrativa hegemônica sobre a apresentadora, a revista *Contigo* auxilia na reprodução e manutenção de um discurso que procura explicações (sobre)naturais para o sucesso – a predestinação. O perigo dessa leitura unilateral é explicar as diferenças não como um construto social, cultural e político, mas como algo próprio do sujeito. Dessa forma, pode-se explicar, por exemplo, a pobreza, a miséria e a violência como algo natural da sociedade moderna. Entretanto, assim como Fairclough (2001) e Kellner (2001), acreditamos ser possível desvelar esses discursos e talvez alterar certas concepções que nutrem as práticas sociais hegemônicas.

É preciso, no entanto, reconhecer que a compreensão do mito Xuxa ainda carece de mais estudos. Afinal, são reconhecidamente trinta anos de uma das carreiras mais bem-sucedidas da indústria do entretenimento no país, que influenciou o comportamento e os hábitos de consumo de gerações (CAMPOS, 2006). Pesquisas sobre o lugar que esse mito ocupa na cultura nacional seriam fundamentais para que pudéssemos entender as relações de poder estabelecidas no discurso midiático brasileiro.

THE DISCURSIVE CONSTITUTION OF XUXA’S PREDESTINATION

ABSTRACT

This article is grounded on the principles of critical discourse analysis theory (FAIRCLOUGH, 2001; MAGALHÃES, 2010) and Kellner’s culture of the media concept (2001). As a main objective, it looks into the constitution of Xuxa’s mythical quality as set out in the special edition of *Contigo* magazine,

commemorating her thirty years in show business. The analysis evidences that the discursive construction of Xuxa's predestination is crucial to comprehend her professional success as well the reproduction and maintenance of discourses which support (super)natural explanations for her success.

KEY WORDS: myth, hegemonic discourse, predestination.

---

#### NOTA

1 Ver, por exemplo, Simpson (1993), Valdivia & Curry (2000), Curry & Valdivia (2002), Campos (2006) e Sinval (2010).

#### REFERÊNCIAS

CAMPBELL, Joseph. *O herói de mil faces*. São Paulo: Cultrix, 2003.

CAMPOS, Vanessa Patricia Monteiro. *Querer, poder e conseguir: o processo da socialização para o consumo: o caso Xuxa*. 152 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2006.

CURRY, Ramona; Valdivia, Angharad N. Xuxa at the borders of U.S. TV: checked for gender, race, and national identity. In: MEEHAN, Eileen; RIORDAN, Ellen (Ed.). *Sex & money: feminism and political economy in the media*. 1. ed. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2002. p. 240-256.

FAIRCLOUGH, Norman. *Language and power*. Nova York: Longman, 1989.

FAIRCLOUGH, Norman. *Discurso e mudança social*. Brasília: Ed. UnB, 2001.

KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia - estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno*. Bauru: Edusc, 2001.

KRESS, Gunther; VAN LEEUWEN, Theo. *Multimodal discourse: the modes and media of contemporary communication*. Londres/Nova York: Arnold, 2001.

MAGALHÃES, Izabel. Análise de discurso crítica: questões e perspectivas para a América Latina. In: RESENDE, Viviane Melo; PEREIRA, Fábio Henrique (Org.). *Práticas socioculturais e discurso: debates transdisciplinares*. Covilhã: Livros LabCom, 2010. p. 9-28. Disponível em: [www.livroslabcom.ubi.pt](http://www.livroslabcom.ubi.pt). Acesso em: 21 maio 2010.

MORIN, Edgar. *As estrelas: mito e sedução no cinema*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1989.

RESENDE, Viviane Melo; PEREIRA, Fábio Henrique (Org.). Práticas socioculturais e discurso: uma apresentação. In: \_\_\_\_\_. *Práticas socioculturais e discurso: debates transdisciplinares*. Covilhã: Livros LabCom, 2010. p. 1-7. Disponível em: [www.livroslabcom.ubi.pt](http://www.livroslabcom.ubi.pt). Acesso em: 21 maio 2010.

REVISTA *Contigo. Xuxa* - 30 anos de carreira. Edição especial de homenagem. São Paulo: Abril, 2009.

SIMPSON, Amelia. *Xuxa - the mega-marketing of gender, race, and modernity*. Philadelphia: Temple University Press, 1993.

SINVAL, Maria Julianna Formiga Moura. *O “X” da questão: o fenômeno Xuxa e a construção das crianças com o “X”*. 84 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica) – Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2010.

VALDIVIA, Angharad N.; CURRY, Ramona. Xuxa!: can Latin Americans be blonde or can the United States tolerate a Latin American? In: VALDIVIA, Angharad N. *A Latina in the land of Hollywood and other essays on media culture*. 1. ed. Tucson: The University of Arizona Press, 2000. p. 125-147.