

**Ave Maria da Graça?:
O sagrado e o profano nas narrativas da maternidade de Xuxa na *Folha de S.Paulo*¹**

Vanessa Patricia Monteiro Campos²

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio), aluna mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação

RESUMO:

O trabalho pretende analisar como as matérias publicadas no jornal *Folha de S. Paulo*, nos anos de 1997 e 1998, sobre a maternidade de Maria da Graça Xuxa Meneghel precisaram combinar dois tipos de estilo para a produção de narrativas jornalísticas: o funcional e o que chamamos de “resistência”. É perceber como estes textos, que relataram as tentativas de concepção, a gravidez e o parto da filha da apresentadora, Sasha Meneghel Szafir, dialogaram com a dicotomia de tratar simultaneamente o assunto como profano e sagrado. Profano, quando o processo era tratado como um fato natural, biológico. E um tema sagrado em dois níveis: pelo fato da mãe Xuxa ser sacralizada no imaginário do leitor como a criadora de uma vida, espaço comum às mulheres, remetendo a Santa Maria mãe de Deus, e como um mito-celebridade do contemporâneo.

PALAVRAS-CHAVE:

Jornalismo; narrativas; Xuxa; celebridade.

¹ Trabalho apresentado ao NP 02 – Jornalismo, do V Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom.

² Formada em jornalismo (1986) e publicidade (1987) pela PUC-Rio, foi selecionada, em 1997, para a especialização em jornalismo impresso, curso criado pela Faculdade da Cidade e pelo jornal O Dia. Trabalhou por mais de 13 anos como repórter das editorias de política e cultura em jornais como Última Hora e Folha de S. Paulo. Em 1992, especializou-se na cobertura da televisão e do meio artístico, tendo atuado em revistas como Amiga, Contigo e Chiques até 2003. Iniciou mestrado em março de 2004.

O trabalho pretende analisar como as matérias publicadas no jornal *Folha de S. Paulo*, nos anos de 1997 e 1998, sobre a maternidade de Maria da Graça Xuxa Meneghel precisaram combinar dois tipos de estilo para a produção de narrativas jornalísticas: o funcional e o que chamamos de “resistência”. E perceber como estes textos, que relataram as tentativas de concepção, a gravidez e o parto da filha da apresentadora, Sasha Meneghel Szafir, dialogaram com a dicotomia de tratar simultaneamente o assunto como profano e sagrado. Profano, quando o processo era tratado como um fato natural, biológico. E um tema sagrado em dois níveis: pelo fato da mãe Xuxa ser sacralizada no imaginário do leitor como a criadora de uma vida, espaço comum às mulheres, remetendo a Santa Maria mãe de Deus, e como um mito-celebridade do contemporâneo.

Assim, num primeiro momento, torna-se vital para esta análise mostrar como se caracterizou a linha editorial da *Folha de S. Paulo* nos últimos 30 anos. E o caminho mais lógico é lembrar um pouco da história do jornal que começa, em 1921, com a criação da *Folha da Noite*. Em julho de 1925, começou-se a publicar a *Folha da Manhã*, a edição matutina da *Folha da Noite*. Já a *Folha da Tarde* foi fundada 24 anos depois. Em 1º de janeiro de 1960, os três títulos da empresa se fundem e surge o jornal *Folha de S. Paulo*. A *Folha* deu início à revolução tecnológica e à modernização do seu parque gráfico, que a colocaram na liderança da imprensa diária brasileira nos anos 80. Em junho de 1981, o documento de circulação interna "A *Folha* e alguns passos que é preciso dar" surgiu como a primeira sistematização de um projeto editorial. O texto fixou três metas: informação correta, interpretações competentes sobre essa informação e pluralidade de opiniões sobre os fatos.

Em 1983, a *Folha* se tornou a primeira redação informatizada na América do Sul com a instalação de terminais de computador para a Redação e edição de texto. Desta forma, numa base bem industrial, o jornal passou a economizar 40 minutos no processo de produção. Nesta época, também foi criado o Datafolha, instituto de pesquisa de opinião pública e de mercado, que faz levantamento de temas de interesse dos leitores e fornece informações à produção editorial. Em junho de 1984, circulou internamente o documento "A *Folha* depois da campanha diretas-já". O modelo proposto foi o de um jornalismo crítico, pluralista, apartidário e moderno. O *Manual da Redação* foi implantado em 1985 como o primeiro guia para jornalista que condensava uma concepção de jornal, da política

editorial às fases de produção. No mesmo ano, a *Folha* publicou um novo projeto editorial que tinha como política, além de um jornalismo crítico, apartidário, moderno e pluralista, implantar um jornalismo de serviço e adoção de novas técnicas visuais. A base para este projeto era o jornal americano *USA Today*.

Essa breve panorâmica visa salientar a influência e difusão deste veículo na mídia. Voltando a minha pesquisa, fiz um levantamento de todas as menções feitas a Xuxa durante os anos de 1997 e 1998 em todas as páginas da *Folha*. Depois, selecionei apenas as narrativas que continham menção à gravidez de Xuxa. Cheguei a um total de 55 textos em 1997 e 127 em 1998. Para facilitar a minha análise, não dividi os textos por editoria, mas por estilo, a saber: primeira página, capa, reportagem, coluna social, coluna, coluna de TV, crônica, crônica jocosa, editorial, ombudsman, cartas dos leitores e foto legenda. E esta é a tabela comparativa dos dois anos.

NARRATIVAS / ANO	1997	1998
Primeira página	3	5
Capa	1	2
Reportagem	20	42
Coluna Social	8	14
Coluna	0	3
Coluna de TV	3	9
Crônica	2	12
Crônica jocosa	4	15
Artigo	5	7
Ombudsman	2	5
Cartas dos leitores	7	13

Assim, acredito que seja importante para a compreensão desta análise, nos determos apenas em alguns destes estilos de narrativas, como a primeira página e a reportagem. E perceber como as normas do manual de redação e estilo, utilizado por todos os profissionais do jornal paulista, definem estes estilos. Deste modo, poderemos entender onde a *Folha* consegue manter seu projeto editorial em todas as matérias publicadas sobre Xuxa, naquilo que Fernando Resende chama de “narrativas atrofiadas”.

Nesse sentido, os relatos jornalísticos devem, de modo geral, cumprir o objetivo de serem o mais fiel possível à realidade da qual se fala, como se tal fidelidade dissesse respeito à forma que se dá ao texto e não aos recursos narrativos com os quais nele se opera. Na verdade, cria-se e alimenta-se a ilusão de que as histórias contadas através dos jornais possam e devam descomplexificar o cotidiano.. Assim, tornando-se explicações acerca dos fatos, antes mesmo de narrá-los, o que deveriam ser narrativas jornalísticas são, antes de

tudo, meros relatos acerca do que se passou ontem, quando não se propõem a ser previsões do que se passará amanhã. Esses entraves, de base epistemológica, porque se encontram na maneira de conceber/ler o jornalismo, determinam uma prática baseada em conceitos e funções, dando margem à produção de narrativas que neste trabalho serão chamadas de “atrofiadas” (2002, p 41).

E onde o modelo não funciona de forma satisfatória, surgindo o que Resende define como “narrativas de resistência”. Vale mais uma vez citá-lo longamente

Essas narrativas de resistência... são assim chamadas porque eclodem em um lugar onde impera a dureza do relato. No jornalístico, quando essas narrativas são encontradas, percebe-se a riqueza de situações narrativas que os fatos do cotidiano oferecem e, invariavelmente, sente-se o contraste da aspereza do discurso, tanto o jornalístico oficial como o que sobre ele se profere... É importante salientar, ainda, que se trata de pensar essas narrativas como da ordem do coletivo, do modelo que visa a entender a comunicação como sendo *social* (2002, p 152).

A fim de compreender melhor a escolha de determinados tipos de narrativa para análise, é importante uma reflexão do papel deste mito-celebridade nos dias de hoje. Até o século XIX, o mito era fábula, invenção e ficção, como preconizava o Iluminismo, segundo Mircea Eliade (2002). Hoje, o estudo retoma os conceitos de sociedades arcaicas, onde o mito é “história verdadeira” e, ademais, extremamente preciosa por seu caráter sagrado, exemplar e significativo” (Ibid, p 7). Assim, uma das principais funções do mito no contemporâneo consistiria em revelar os modelos exemplares de todos os ritos e atividade humanas significativas. Eliade também afirma que os meios de comunicação de massa trabalham com estruturas míticas de imagem e comportamento imposto à coletividade, e que torna exemplar uma personalidade através de sua mitificação (2002, p 159). O autor salienta ainda que as mitologias estão camufladas “nos espetáculos que ele (o homem moderno) prefere” (1992, p 165).

É o momento de refletirmos também sobre uma definição do mito como experiência de sentido proposta por Joseph Campbell. O autor afirma que cada indivíduo deve encontrar um aspecto do mito que se relacione com a sua própria vida. E divide o mito em quatro funções básicas.

A primeira é a função mística... A segunda é a dimensão cosmológica... A terceira função é a sociológica, suporte e validação de determinada ordem social... Mas existe uma quarta função do mito, aquela, segundo penso, com que todas as pessoas deviam tentar se relacionar - a função pedagógica, como viver uma vida humana sob qualquer circunstância (1990, p 32).

Em todas as funções, o mito-celebridade pode ser estudado, mas a mais interessante parece ser mesmo a apontada por Campbell, a pedagógica. É tentar entender como estes novos mitos ajudam as pessoas a tentar se relacionar com a vida, numa profunda experiência de sentido. Explorar a pertinência da idéia de Edgar Morin que a estrela-mito “oferece e comercializa um saber ser, um saber amar, um saber viver” (1989, p. 105).

A estrela... é realmente um mito, não apenas fantasia mas também idéia-força. É típico do mito se inserir ou se encarnar de qualquer maneira na vida. Se o mito das estrelas adere tão notavelmente à realidade, é porque esta é a realidade que o produz” (ibid., p 106-107).

Retomando a construção da figura mítica de uma celebridade, é importante salientar, então, que ela é feita através de uma edição “mediatizada” de fatos e acontecimentos. Mas a mídia não efetua esta fabricação a seu bel prazer e solitariamente. “Esta edição é, de certa forma, realizada em ‘comum acordo’ com o público e ancorada no carisma do ídolo em foco”, diz Ronaldo Helal (1998, p. 144). Como mito criado através da espécie de fama que Micael Herschmann e Carlos Alberto Messeder Pereira definem como “celebridade do show business” em tipologia proposta no texto “Isto não é um filme?: Ídolos do Brasil contemporâneo” (2002, p. 56), Xuxa adaptou antigos conceitos míticos da tradição grega para a sociedade mediatizada dos dias de hoje. Pois na mitologia da fama do contemporâneo, os protagonistas assumem papéis já conhecidos, estereótipos, como o *self-made man* ou a *Cinderela*.

A mídia produz celebridades para poder (re)alimentar-se delas a casa instante em um movimento cíclico e ininterrupto, como vemos em Guy Debord que denominou “sociedade do espetáculo” as novas relações sociais criadas pela mediatização de imagens. Como o espaço público é substituído pela visibilidade, o indivíduo precisa passar pela fama midiática, espaço que propicia a construção de novas imagens. Os meios de comunicação destacam-se, então, como instrumento fundamental para que se forge o polimento exaltado de si-mesmo pelo indivíduo, que se esmera, então, para estar sempre presente na mídia. Complementando esta leitura, Maria Rita Kehl coloca que a subjetividade é substituída pela exposição, isto é, “troca-se o indivíduo-sujeito pela fama” (2002).

Assim, participar do encantado círculo da mídia, onde não é difícil conseguir quinze ou mais minutos de fama, parece ser mesmo um desejo do sujeito contemporâneo. Uma fantasia tão sedutora que Campbell lembra o resultado de uma pesquisa feita numa escola

secundária do Brooklin³ que perguntava aos alunos o que eles gostariam de ser. “Dois terços dos estudantes responderam: ‘uma celebridade’. Eles não tinham a noção da necessidade de dar a si próprio para realizar alguma coisa. Só queriam ser conhecidos. Ter fama”, comenta (1990, p. 142).

Essa imagem mágica da fama não leva em conta tudo que acarreta na vida do sujeito conhecido por todos. Celebidades tornam-se pessoas públicas e, como tal, perdem seu direito à privacidade. Morin analisou as estrelas de cinema como os mitos modernos, confirmando esta demanda do público que idolatra estes famosos. “Hoje em dia, as fotografias das estrelas continuam a aparecer em primeiro plano em jornais e revistas. Sua vida privada é pública, sua vida pública é publicitária, sua vida na tela é surreal, sua vida real é mítica” (1989, p 15). E o autor também fala sobre o fato do homem ao ser reconhecido como tal, vê reconhecido seu direito de imitar estes novos deuses. “As... estrelas modelos-de-vida correspondem a um apelo mais profundo das massas no sentido de uma salvação individual, e suas exigências, neste novo estágio de individualidade, se concretizam num novo sistema de relações entre o real e o imaginário” (Ibid, p 21).

Por outro lado, a exposição da intimidade é uma das principais estratégias de sobrevivência das celebridades: mostrar seu quarto na mídia mantém o famoso sob os refletores. Mais do que se identificar, o espectador se vê na figura da estrela: aquela poderia ser a cama dele, tamanha é a intimidade que os une. A mídia cria, então, um sentido de uma auto-semelhança. Como analisa John Thompson.

De uma forma ou de outra, muitos indivíduos nas sociedades modernas estabelecem e sustentam relações de intimidade não recíprocas com outros distantes. Atores e atrizes, astros e estrelas e outras celebridades da mídia se tornam familiares e íntimas figuras, muitas vezes assunto de discussão e de conversa rotineira na vida diária dos indivíduos (2004, p. 191).

Assim, cada momento da biografia de uma celebridade é superdimensionado, transformado em capítulos e consumido avidamente pelo público como o roteiro de uma novela emocionante. Porque a valorização do biográfico é diretamente proporcional à capacidade desse indivíduo em roubar a cena, tornar-se famoso. Felipe Pena lembra que, no passado, era preciso ler a biografia de uma estrela para conhecer as passagens de sua intimidade que ela julgasse conveniente divulgar. “Hoje, a biografia é escrita diariamente na mídia. O

³ Bairro de Nova York, nos Estados Unidos.

espaço dos heróis (mesmo os pré-fabricados) foi ocupado pelas celebridades, a superexposição substitui a virtude (*areté*) como valor supremo” (2004, p. 42), afirma.

Deste modo, os meios de comunicação tem um papel fundamental neste processo, como também ressaltam Herschmann e Pereira. Porque o farto material biográfico veiculado na mídia passa a ter grande importância “porque constrói a sensação de que fazemos parte de uma grande coletividade, isto é, o material biográfico – ficcional e não ficcional –, de certa forma, alimenta e recria comunidades de fãs e consumidores” (2003, p. 11). Com um diferencial que Elizabeth Rondelli e Herschmann apontam: neste tipo de biografia, o que “mais nos é apresentado não é uma trajetória do indivíduo com começo, meio e fim demarcados, mas alguns episódios de suas vida que se vão revelando como significantes” (Ibid, p. 80).

A divulgação maciça da intimidade de Maria da Graça Meneghel, desde o início de sua carreira artística, ainda como modelo, facilitou seu rápido reconhecimento por parte do público e a conquista de uma legião de fãs. Respalhada por bons motivos. Além de uma plástica invejável que não hesitou em exibir nas capas das revistas, inclusive as destinadas ao público masculino, ela começou a namorar em 1980 uma celebridade já mitificada no país e no mundo, o jogador de futebol Pelé. O romance entre Xuxa e Pelé trouxe benefícios para a estrela até o rompimento público e definitivo (coincidência ou não, foi o ano de sua estréia na Rede Globo e do início do estrondoso sucesso do programa *Xou da Xuxa*).

Mas o namoro dos dois foi muito mais do que um prato cheio para os paparazzi e os jornalistas durante os seis anos que durou. Herschmann e Pereira analisam o fato, utilizando o trabalho de uma pesquisadora americana, Amélia Simpson, que escreveu o livro *Xuxa: The mega marketing of gender, race and modernity* sobre a apresentadora brasileira. “O namoro de Xuxa com Pelé – na época que ela apenas ascendia ao estrelato – permitiu que os brasileiros resolvessem sentimentos conflitantes que oscilam entre o reconhecimento de uma ‘identidade brasileira mestiça’ e a celebração do ‘ideal de beleza branca, loura’” (2000, p 56).

Mas o namoro com Pelé não foi a única vez que Xuxa teve seu nome intimamente ligado por motivos sentimentais a um mito internacional dos esportes. Em 1989, ela iniciou um namoro que durou um ano com o campeão de automobilismo Ayrton Senna. O relacionamento dos dois foi tão marcante, e maciçamente explorado pela mídia, que na

ocasião da morte do piloto, em 1994, os quatro anos de separação foram esquecido. A apresentadora posou de viúva inconsolável, com o beneplácito da família Senna, enquanto a última namorada do ídolo, Adriane Galisteu, era afastada do velório e do enterro.

Mas se Xuxa teve rumorosas histórias de amor com dois mitos nacionais, com direito a especulação de romances com inúmeros famosos – como John Kennedy Jr, Jean Claude Van Damme, Márcio Garcia, Daniel e David Copperfield –, Maria da Graça Meneghel amargou uma solidão profunda nos anos de estrelato como *Rainha dos Baixinhos*. A ponto de procurar sensibilizar seu público para que aceitasse a idéia de uma fertilização artificial, pois não achava o pai perfeito para ser pai de uma prole. “Declarou isto em pleno *Xuxa Park*, exibido nas manhãs de sábado”, lembra Regina Echeverria (1999, p 68). Aos 32 anos, em 1995, ela informou aos fãs sua decisão de partir para a inseminação artificial, com o propósito de ter gêmeos se não engravidasse em três anos.

Como o público parecia inconformado com a solidão de sua *Rainha* e não muito animado com a perspectiva de uma produção independente, Xuxa anunciou seu namoro com o modelo/empresário Luciano Szafir, em 1996. E após declarar publicamente que seu desejo de ser mãe ia finalmente se concretizar nos próximos meses, ela conseguiu dar a boa notícia aos fãs em cadeia nacional, no programa *Domingão do Faustão*, no dia 6 de dezembro de 1997. Por isto, logo depois do anúncio no Faustão, Xuxa fez questão de alardear a seriedade do seu compromisso, aparecendo de aliança no dedo igual à do namorado. Mas ela continuava morando sozinha em sua mansão em Vargem Grande (Rio de Janeiro), sem esboçar nenhuma tentativa de modificar seu estado civil. Por isto não foi surpresa para ninguém que o namoro acabasse antes mesmo de Sasha nascer em 28 de julho de 1998.

No ano seguinte, o fato de ser mãe solteira rendeu, então, a Maria da Graça Meneghel uma reprimenda pública do então ministro da Saúde, José Serra. Considerando que ela era uma pessoa pública, Serra criticou-a por ser um mau exemplo para o seu público, formado basicamente por crianças e adolescentes. Xuxa não recebeu a bronca em vão. Retrucou mostrando sua maturidade e poderio econômico que a qualificavam para prescindir de um parceiro para criar sustentar Sasha. Os fãs aplaudiram sua *Rainha*. O mito mostrou sua força. E o ministro José Serra teve que se retratar.

Com esta contextualização, podemos voltar para a análise das narrativas publicadas na *Folha*. E, para isto, reproduzirei as normas do *Novo Manual de Redação*, publicado em 1992. A primeira página é descrita do seguinte modo:

Como vitrine do jornal, ela expõe os principais assuntos da edição. Deve ser representativa de todas as editorias. O texto precisa ser exemplar em qualidade, concisão e clareza. Fotos e artes (de preferência em cores) têm prioridade. É feita por uma equipe exclusiva. Seu conteúdo é discutido em reuniões vespertinas diárias. A definição de seu desenho e da manchete é feita pela Secretaria de Redação e submetida à Direção da Redação. Os editores devem se esforçar para que os assuntos de sua área estejam presentes na *Primeira Página* com frequência (p 161). Chamada é o texto curto na *Primeira Página* que resume as informações publicadas pelo jornal a respeito de um assunto. Remete o leitor para as páginas que trazem a cobertura extensiva. Mais do que qualquer outro, é um texto jornalístico que exige frases curtas, secas, substantivas. Deve dar ao leitor a idéia de completude. Recomenda-se evitar o excesso de palavras como *ontem*, *que*, *segundo*, *afirmou* (p 130). Manchete é a principal notícia do dia e deve receber o título mais importante da *Primeira Página* (p 154).

A matéria inicial que iremos examinar é esta chamada de primeira página:

Xuxa anuncia na TV que está grávida

Xuxa Meneghel, 34, está grávida de um mês. Ao lado do namorado, o ator Luciano Szafir, 29, a apresentadora fez o anúncio no "Domingão do Faustão". Ex-namorada de Pelé e de Ayrton Senna, Xuxa proclamava o desejo de ser mãe pelo menos desde 1995. A apresentadora foi o trunfo da Rede Globo ontem na guerra de audiência com o "Domingo Legal", de Gugu Liberato (SBT). A Globo inseriu na programação chamadas sobre a ida de Xuxa ao Faustão. A notícia da gravidez, no entanto, foi dada antes por Gugu. No momento do anúncio, a Globo obteve 28 pontos de audiência, contra 17 do SBT. Na média, Gugu bateu Faustão pela oitava semana consecutiva (FOLHA DE S.PAULO, 08/12/1997, p 1).

A forma está bastante correta pelos preceitos do manual da *Folha*: exemplar em qualidade, concisão e clareza. O mais intrigante é mesmo o conteúdo da matéria. O que causa estranheza, logo de cara, é a necessidade de apontá-la como ex-namorada de Pelé e de Ayrton Senna. Afinal, são dois mitos brasileiros, o que já dá um tom de uma certa sacralização, por tabela, de Xuxa. Ela não é uma mulher qualquer: é uma mulher, obviamente especial, que namorou dois heróis nacionais. O texto é perfeito ao contextualizar sua vontade de ser mãe, um dos assuntos mais presentes na cobertura de celebridades na época. A gravidez da apresentadora é tratada, com bastante pertinência, como uma espécie de subproduto de comunicação, com índices de audiência para mostrar o anúncio como um evento midiático. O que, aliás, será o mote principal de todos os textos publicados pela *Folha* sobre Xuxa na época.

Outra notícia de primeira página, desta vez após o nascimento de Sasha Meneghel Szafir.

Filha de Xuxa é parecida com o pai

Sasha, a filha da apresentadora Xuxa Meneghel, 35, é parecida com o pai, o ator e modelo Luciano Szafir, 29. Sasha nasceu ontem, à 0h45, no Rio. Ela é morena e, segundo seu avô Luiz Meneghel, pai da apresentadora, é "a cara" de Szafir, que está separado de Xuxa. Mãe e filha devem ter alta amanhã por volta do meio-dia, segundo os médicos. A apresentadora deve voltar a gravar no fim de agosto, em sua casa (FOLHA DE S. PAULO, 29/07/1998, p 1).

Novamente a forma está na base do jornalismo padrão no Brasil desde 1950. O que Resende define como "funcionalista" - "...um ordenamento que visa ao aperfeiçoamento e à eficácia comunicativa, adequa-se perfeitamente a um *modus operandi* industrial cujo propósito é uma produção reconhecidamente formatada" (2002, p 44). O diferencial está mesmo no conteúdo. Numa matéria realizada pela própria *Folha* (REVISTA DA FOLHA, 10/05/1998, p 6-9) durante a gravidez, Xuxa manifestou seu medo que a criança se parecesse com a família do namorado. Para ela, o único na família Szafir bonito era Luciano. Logo, o jornal fez uma pequena ironia com base num assunto que foi um furo seu. A ênfase na separação também é um dado a ser explorado já que, diferente da cobertura de celebridades, o jornal paulista, quando tratou a separação, não se baseou em boatos, apurou a matéria com o próprio Luciano (COTIDIANO, 25/07/1998, p 3).

A Reportagem é um tópico bem definido no *Manual*. Como Resende apontou acima, o funcionalismo é o mote do tipo de narrativa ideal para a *Folha*:

Relato de acontecimento importante, feito pelo jornalista que tenha estado no local em que o fato ocorreu ou que tenha apurado as informações relativas a ele. A reportagem é o produto fundamental da atividade jornalística. Ela deve conter a descrição do fato a mais exata e objetiva possível, o relato das versões de todas as partes envolvidas no fato e, se possível, a opinião de especialistas. Antes de tudo, o repórter deve procurar se informar sobre o assunto que vai cobrir. No local, deve observar e registrar detalhes do ambiente e dos personagens e ter especial atenção ao anotar números e nomes. A qualidade do texto final depende em larga medida do rigor na apuração dos fatos e da elaboração de um roteiro que divida os temas e os encadeie ao longo do texto (p 42).

O anúncio da gravidez de Xuxa, como demonstrado acima, mereceu chamada e foto na capa.

Presença da apresentadora eleva audiência; na média, SBT bate Globo pelo oitavo domingo seguido

Xuxa anuncia gravidez no "Faustão"

A apresentadora da Rede Globo Xuxa Meneghel, 34, esteve ontem no programa "Domingão do Faustão" com o namorado, Luciano Szafir, 29, para anunciar que está grávida dele.

"A partir de ontem (anteontem), quando recebi a notícia, não sou mais uma pessoa sozinha. Aconteça o que acontecer com a gente, eu vou ter sempre uma pessoa que vai ser minha", disse Xuxa, que está grávida há um mês.

Toda vestida de branco, com a barriga de fora e segurando a mão do namorado o tempo todo, Xuxa foi saudada pela platéia aos gritos de "ela merece" e "o teu bebê vai ser orgulho da nação".

...

Segundo dados preliminares do Ibope, antes da entrada de Xuxa no "Domingão do Faustão" (19h13), a audiência da Globo e a do SBT estavam empatadas em 20 pontos. A partir daí, a Globo passou à liderança, atingindo 28 pontos, contra 17 do SBT, no momento do anúncio da gravidez da apresentadora (19h23).

Das 19h37 às 19h42, enquanto Xuxa estava no ar, "Faustão" atingiu seu pico de audiência _34 pontos (Globo) contra 11 (SBT).

A média final ficou em 19 pontos para o "Faustão" contra 20 de "Domingo Legal" _é o oitavo domingo consecutivo que o programa do SBT bate o da Globo.

....

Xuxa havia prometido ao amigo Fausto Silva que, quando engravidasse, daria a notícia em primeira mão no programa dele. Ela chegou ao teatro Fênix, no Jardim Botânico (zona sul do Rio), às 18h40 para participar da gravação. Xuxa estava acompanhada de sua empresária, Marlene Mattos, da irmã de Marlene, Lurdinha, e de uma enfermeira. O namorado havia chegado 30 minutos antes, sozinho, assim como partiu sozinho, no final do programa.

(COTIDIANO, 08/12/1997, p 1).

Matéria absolutamente perfeita para o *Manual da Folha*, como se percebe. No lide já diz quem, quando, onde e o que, quatro das seis perguntas fundamentais para o jornalista. Como uma metalinguagem, descrevendo um evento que foi veiculado num programa de TV, faz um contraponto correto com o clima dos bastidores e, no decorrer do texto, procura dar informações suplementares, além de contextualizar e rememorar fatos. Até o fato de Xuxa e Szafir chegarem e partirem separados da gravação, algo que contradizia totalmente o clima de casal feliz do palco, não é tratado em tom de fofoca, mas sim como informação. O espaço de interpretação é ocupado ou não pelo leitor.

Beijinho, beijinho... .. tchau, tchau

Xuxa, em uma versão tupiniquim da cantora Madonna, anunciou há uma semana, em rede nacional, sua tão esperada gravidez. Cerca de 2,7 milhões de pessoas _só na Grande São Paulo_ viram também o empresário e ator de última hora Luciano Szafir, 29, ao lado de Xuxa, ser enquadrado na figura de "reprodutor de luxo", expressão usada três dias depois pelo próprio pai de Luciano.

A apresentadora de 34 anos disfarçou mal: interrompeu várias vezes as falas do namorado, confessou sentir que o filho é só dela ("as pessoas dizem que o filho é nosso, mas eu sinto que é meu") e levou Faustão a dizer que Luciano "foi escalado para ser pai".

Rica e carente, rainha até então estéril dos baixinhos, Xuxa encarnou sem querer o papel feminista deste fim de século. Depois de obterem destaque no mercado de trabalho, de terem derrubado o tabu da virgindade e a obrigatoriedade do casamento, faltava às mulheres se resolverem com o seu instinto maternal (REVISTA DA FOLHA, 14/12/1997, p 3-6).

O tom crítico e a relação com Xuxa, apesar de ser um texto geral sobre a premência pela maternidade e a opção por ser mãe independente do parceiro, aparece logo no título, um

mote da despedida da apresentadora dos seus telespectadores. A comparação com um dos maiores mitos-celebridades do contemporâneo Madonna, uma referência para Xuxa, tira a força por dar o tom de “versão tupiniquim”. O anúncio da gravidez é mostrado com um espetáculo midiático, com dados de audiência. Há uma maior flexibilidade com o tom da matéria, ainda mais por ser publicada na revista. Típico do jornalismo crítico que a *Folha* gosta de enaltecer. “O jornal não existe para adoçar a realidade, mas para mostrá-la de um ponto de vista crítico” (MANUAL, 1992, p 36).

Falando em jornalismo crítico, o jornalismo da Folha se esmerou ao dar um grande destaque para uma matéria publicada, não casualmente no Dia das Mães, sobre os preparativos para receber a “princesinha”.

XUXA FALA SOBRE OS SEUS PLANOS PARA SASHA, QUE JÁ TEM PISCINA NO QUARTO E 180 SAPATINHOS

Megalomaniazinha

Xuxa constrói anexo na "casa rosa" para receber baixinha-herdeira

O "quartinho" construído especialmente para Sasha, "pessoinha" que está na barriga de Xuxa, tem quase 80 m². Isso inclui uma "salinha" de brinquedos, uma "banheirinha" de hidromassagem e uma "piscininha" de 10m² só para ela. Tudo que se refere à baixinha-herdeira é assim: dito no diminutivo, mas sempre com muito exagero.

Cômoda para roupinhas? Imagina. Um "closetzinho" com 18m² foi construído só para abrigar as quatro malinhas de roupas que a menina já ganhou e os 180 pares de sapatinhos dessa mini Imelda Marcos. "O quarto da Sasha é o maior da casa", diz Xuxa.

O quarto e todo o resto da "casa rosa", onde mora a "mãe do ano", estão em um terreno de 145 mil m² (mais de 20 campos de futebol como o Maracanã) a 50 minutos do centro do Rio, em Vargem Grande. Mesmo criando a filha em um lugar com essas dimensões, Xuxa pede a Deus que Sasha não seja uma criança "espaçosa": "Detestaria que ela se tornasse aquele tipo de menina que acha que tudo é dela, tudo é para ela", diz.

Para segurar essa onda, Sasha vai ter de ter uma cabeça de monge budista. Haja espírito de desprendimento para manter a simplicidade no meio de tanto jardim, tanto coqueiro, tanto flamingo, tanto cachorro, laguinho, cachoeira. Os seguranças espalhados pelo terreno são tantos que se confundem com as árvores, como a cobra Casca, do filme infantil "Mogli, o Menino Lobo" (REVISTA DA FOLHA, 10/05/1998, p 6-9).

O texto brinca com os preparativos para o nascimento de Sasha na base do que o antropólogo Radcliffe-Brown chamou de “joking relations”(ALBA ZALUAR, 1980, p 201), onde tudo é permitido ser dito, desde que seja de modo jocoso. A começar pelo título, “Megalomaniazinha”, e no corpo do texto, onde tudo é colocado no diminutivo quando é imenso. A pergunta que interpela o leitor também é algo que foge ao convencional. Este tipo de reportagem caracteriza o que Resende nomeia como “narrativas de resistência”, como foi dito anteriormente. O repórter não é uma figura apagada. E o leitor deve,

obrigatoriamente, ter uma postura crítica diante da notícia. O espaço para interpretação deve ser ocupado por ele neste tipo de estratégia narrativa.

Mas não é apenas para falar de Xuxa que a narrativa de resistência aparece. Pouco antes do anúncio da gravidez de Xuxa, a menor M/Luana descobriu que estava grávida após um estupro. Garota de cidade do interior do Rio de Janeiro, a menor enfrentou um intenso debate envolvendo o Governo, a Igreja e ONGs sobre seu futuro e o da criança.

Depois de desistir do aborto e dar à luz em Jacareí, menina de 11 anos sonha que o filho vire cantor sertanejo

'Não é lindo ficar grávida junto com Xuxa?'

A menina de 11 anos, sem rosto e sem nome, que o país conhece apenas como M., está voltando para casa.

No ano passado, violentada por um lavrador em Sapucaia (RJ), onde vivia, engravidou e acabou despertando um debate nacional sobre o aborto.

Seus pais, modestos agricultores, foram à Justiça pedir permissão para interromper a gravidez. Temiam que a filha morresse durante o parto.

...

Não só o susto e as dúvidas acompanharam Luana durante as 39 semanas de gravidez. O ânimo da menina melhorou muito quando soube que Xuxa esperava um filho. "Vi no Faustão e quase caí para trás. Estávamos grávidas juntas. Não é lindo isso?"

Atrapalhou-se com as contas e pensou que "a rainha" poderia "ganhar o nenê" primeiro. Luciano acabou sendo mais rápido. "Minha mãe escolheu o nome, e eu aprovei."

Aprovou porque Luciano é também o nome "daquele artista" que faz dupla com Zezé di Camargo (o "Zezedi", como diz Luana). "Queria que meu filho virasse cantor sertanejo...

Não precisava nem ganhar dinheiro. Bastava botar a voz no mundo."

...

Em Jacareí, o relacionamento das três com a Folha só se tornou mais ameno depois que impuseram uma condição. Aceitariam conversar desde que pudessem mandar beijos pelo jornal.

Então, lá vai: um beijo para a Xuxa, da Luana; um beijo para o Roberto Carlos, da mãe; e um beijo para o grupo É o Tchan, da irmã (COTIDIANO, 07/06/1998, p 6).

A matéria transcrita acima não tem nenhuma conotação de matéria convencional, apesar da história já ter sido tratada com um caráter estritamente funcionalista em reportagens anteriores na mesma editoria Cotidiano. O título com uma fala da entrevistada e principal personagem do texto dá o tom testemunhal do texto. Mostra também o deslumbre com a fama do sujeito contemporâneo, que está presente também na escolha do nome da criança e no que a menina deseja para o futuro do filho. O repórter Armando Antenore interfere na reportagem, colocando suas impressões e admite a negociação com os entrevistados. Fato geralmente oculto nas reportagens. O cuidado em enfatizar as expressões e o modo da fala de Luana também não são características comuns a um texto convencional. Como detalhe final, as últimas linhas da matéria remetem a ao modo de Xuxa lidar com seus baixinhos

em seus programas: deixava alguns eleitos, geralmente quem participava das competições, mandar um beijo para quem quisesse. Geralmente o beijo ia para a própria Rainha. M/Luana não fez nada além de imitar o que via na telinha

Deste modo, noticia-se de modo diferenciado a gravidez de Xuxa, mas também a de M/Luana. A sacralização da figura de mãe deu a ambas um olhar além da mera informação dada pelas perguntas básicas de: quem, como, o que, onde, por que e quando. Mas hoje M/Luana foi esquecida pela grande imprensa e Xuxa, agora acompanhada de Sasha, continua sendo uma das maiores estrelas da mídia nacional. Pois, como apontam Raquel Paiva e Sodré (2004, p 15), nas narrativas sobre celebridades, o olhar da fama se impõe como motivação da ação do texto. Assim, enquanto for uma artista de sucesso, Xuxa continuará merecendo um espaço sagrado na imprensa, como o mito-celebridade. E, como tal, ainda terá direito a várias narrativas que fogem do padrão funcional na *Folha*. Enquanto que M/Luana dificilmente será assunto de matéria novamente. E, se o for, será como um mero exercício de recuperação de uma personagem midiática perdida na memória. Cujo texto não deverá abrir mão da característica funcional de responder às seis questões do jornalismo, com ênfase no quem. Afinal, poucos leitores devem sacralizar ainda a história de M/Luana em seu imaginário.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CAMPBELL, Joseph. *O poder do mito*. São Paulo: Palas Athena, 1990.
- DÉBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- ECHEVERRIA, Regina. *Xuxa: Uma rainha no Brasil*. São Paulo: Editora Três, 1999.
- ELIADE, Mircea. *Mito e realidade*. São Paulo: Perspectiva, 6ª Edição, 2002.
- ELIADE, Mircea. *O sagrado e o profano*. São Paulo: Martins Fontes, 1992.
- HELAL, Ronaldo. "Cultura e idolatria: Ilusão, consumo e fantasia" in ROCHA, Everardo (Organização). *Cultura e imaginário: Interpretação de filmes e pesquisa de idéias*. Rio de Janeiro: Mauad, 1998.
- HERSCHMANN, Micael e PEREIRA, Carlos Alberto Messeder. "Isso não é um filme?: Ídolos do Brasil contemporâneo" in *Revista Lugar Comum nº 11*. Rio de Janeiro: E-Papers, 2000.
- HERSCHMANN, Micael e PEREIRA, Carlos Alberto Messeder (Organização). *Mídia, memória e celebridades: Estratégias narrativas em contextos de alta visibilidade*. Rio de Janeiro: E-Papers, 2003.
- KEHL, Maria Rita. *Visibilidade e espetáculo*. Disponível em: [www.estadosgerais.org/terceiro encontro/keh-espetaculo.shtml](http://www.estadosgerais.org/terceiro_encontro/keh-espetaculo.shtml), 2002.
- MORIN, Edgar. *As estrelas: Mito e sedução no cinema*. Rio de Janeiro: José Olympio Editora, 1989.
- Novo manual da redação*. São Paulo: Folha de S.Paulo, 1992.
- PAIVA, Raquel e SODRÉ, Muniz. *Cidade dos artistas: Cartografia da televisão e da fama no Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: Mauad, 2004.
- PENA, Felipe. *Teoria da biografia sem fim*. Rio de Janeiro: Mauad, 2004.
- RADCLIFFE-BROWN, A. R. "O método comparativo em Antropologia" in GUIMARÃES, Alba Zaluar (Organização). *Desvendando máscaras sociais*. Rio de Janeiro: Francisco Alves Editora, 1980.
- RESENDE, Fernando. *O olhas às avessas: A lógica do texto jornalístico*. São Paulo: ECA/USP, 2002.
- THOMPSON, John B. *A mídia e a modernidade: Uma teoria social da mídia*. Petrópolis: Vozes, 6ª Edição, 2004.