

## Gêneros em debate: o programa *Saia Justa* e as transformações históricas no canal GNT<sup>1</sup>

CHAMUSCA, Tess<sup>2</sup>

Universidade Federal da Bahia, Brasil, <tesschamusca@gmail.com>.

**Resumo:** A partir do programa *Saia Justa*, o trabalho analisa as transformações históricas da identidade de marca do canal GNT por meio de uma articulação teórica e metodológica entre identidades de gênero e gêneros televisivos. Com base em Gutmann (2015), o artigo conjuga a análise dos programas e de enunciados de realizadoras e de críticos televisivos. Tomando como recorte os anos de 2002 (estreia do programa), 2003 (foco do GNT no “universo feminino”) e 2017 (chegada de Taís Araújo e demarcação do GNT como um canal de “valorização da diversidade”), o texto propõe uma reflexão sobre a trajetória do programa e do canal. A análise aborda como, em 2002 e 2003, processos de hierarquização entre jornalismo, documentário e entretenimento trazem à tona um contexto de desigualdade de gênero. Em 2017, se o programa dialoga, sobretudo, com mulheres casadas, heterossexuais e mães – o que em alguma medida reforça um determinado papel para as mulheres na sociedade – por meio dele, o GNT também aborda questões raciais, assim como outras formas de vivenciar a maternidade que convocam uma transformação da paternidade.

**Palavras-chave:** GNT, *Saia Justa*, programa de debate, relações de gênero, historicidades.

Este trabalho faz parte de uma pesquisa mais abrangente de doutorado que tem por objetivo compreender as transformações históricas da identidade de marca do canal fechado GNT a partir de uma articulação entre gêneros televisivos e identidades de gênero. Este artigo, especificamente, tem o intuito de discutir a partir do *Saia Justa*, produção exibida há 16 anos no GNT, como os sentidos disputados em torno do programa e da emissora foram se modificando historicamente. Dessa forma, partindo de três momentos – a estreia do programa (2002), o lançamento do GNT como canal dedicado ao “universo feminino” (2003) e a chegada da primeira apresentadora negra (Taís Araújo) em consonância com a demarcação do GNT como um canal de “valorização da diversidade” (2017) –, o texto propõe uma reflexão mais ampla sobre a trajetória do *Saia Justa* e do GNT.

O recorte teórico e metodológico se justifica por conta da centralidade que o gênero ocupa na indústria televisiva. Por um lado, como ressalta Mittell (2001, p. 3, tradução nossa), “gênero é o modo primário de classificar um vasto conjunto de opções textuais da televisão”, o que significa dizer que ele orienta e organiza a relação que a indústria, a audiência, a crítica e a academia constroem com a TV.

<sup>1</sup> O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (Capes) – Código de Financiamento 001.

<sup>2</sup> Doutoranda em Comunicação e Cultura Contemporâneas (PósCom/UFBA). Integra o Centro de Pesquisa em Estudos Culturais e Transformações na Comunicação (TRACC) e o grupo de pesquisa Cultura Audiovisual, Historicidades e Sensibilidades (CHAOS).

Além disso, investigar como os gêneros operam nessa dupla dimensão – televisiva/identitária – é produtivo na medida em que modos de fazer televisão trazem à tona formas de lidar com expectativas culturais em relação às masculinidades, feminilidades e seus trânsitos. Em outras palavras, assim como qualquer outro espaço, a televisão também é generificada. Nesse sentido, qualquer canal poderia ser investigado a partir dessa articulação. Porém, como a relação entre televisão e contexto cultural e a observação das transformações históricas são aspectos importantes para a pesquisa, foi escolhido um canal brasileiro com uma longa atuação na TV fechada. Aliado a isso, compreender como valores de gênero conformam o fazer televisivo de um canal se torna uma tarefa menos difícil de ser executada quando o próprio canal coloca-os no centro de sua identidade de marca, posição adotada pelo GNT desde 2003, quando ele passa a se definir e a ser reconhecido como um canal dedicado ao universo feminino. Antes disso, o GNT foi um canal de notícias, entre 1991 e 1996, e se vinculou fortemente à produção de documentários até 2002.

Para analisar esses momentos de distintas definições do GNT sem enquadrá-los como fases estanques que se sucedem, são convocadas as reflexões sobre a historicidade dos processos comunicacionais desenvolvidas por Ana Paula Goulart, Bruno Leal e Itania Gomes (2017, p. 41), que argumentam sobre a necessidade de, frente ao predomínio de abordagens marcadas pelo argumento das rupturas emblemáticas, promover estudos que considerem a dimensão processual, as transformações no tempo e a visão de continuidade, entendendo também que, em cada época, há uma multiplicidade de tempos, que estão superpostos. Assim, busca-se também compreender o jornalismo e o documentário não como marcas de distinção do GNT que foram deixadas para trás e sim como elementos que ganham novos significados quando postos em relação com outros programas e outros contextos.

São convocados aqui autoras e autores que, ao refletirem sobre convenções televisivas ou sobre normas de regulação do corpo e formas com que cada pessoa lida com ele, enfatizam sua dimensão histórica e cultural, sem desprezar sua materialidade. Butler entende o gênero como um ideal que materializa performativamente os corpos que governa. Ou seja, se refere à “forma corriqueira pela qual os gestos, movimentos e estilos corporais de vários tipos constituem a ilusão de um eu permanente marcado pelo gênero” (BUTLER, 2003, p. 200). Configurando uma norma que atua pela “repetição estilizada de atos”, o gênero, porém, nunca é completamente internalizado, pois se trata de “uma norma que nos escolhe, mas que nós ocupamos, invertemos e ressignificamos, já que a norma nunca consegue determinar-nos por completo” (BUTLER, 2008, p. 186, tradução nossa).

A concepção de uma norma de gênero que se repete incessantemente e ao mesmo tempo é historicamente revisável se aproxima da noção de estabilidade em fluxo, utilizada por Jason Mittell

(2001) para compreender os gêneros televisivos. Para o autor, os gêneros são, ao mesmo tempo, fluidos e coerentes. De modo que há sempre uma formação estável, reconhecida socialmente, mas suas características são dinâmicas, mutáveis e sujeitas a transformações. O que se vincula ao fato de que o gênero é entendido como uma categoria cultural. Em outras palavras, ele adquire sentido por meio da relação entre textos televisivos e práticas culturais como a produção, distribuição, promoção e recepção em contextos históricos específicos. Por conta disso, o autor defende que a análise de gênero televisivo deve conjugar o estudo das produções televisivas e dos discursos que circulam a respeito delas.

Em consonância com essas abordagens, as reflexões sobre a identidade de marca do GNT são norteadas pelas proposições de Catherine Johnson (2012) e Juliana Gutmann (2015). Johnson (2012) explica que uma identidade de marca mescla os valores de uso e valores simbólicos associados a um produto ou serviço, buscando encorajar lealdade à marca, estabelecendo uma distinção em relação à concorrência e tornando-a uma referência de qualidade. Para a autora, a marca é uma forma cultural intangível que ganha valor e significado a partir do que os consumidores fazem e dizem sobre ela, funcionando como um ponto de encontro entre produtores e consumidores. Gutmann (2015) entende organizações televisivas como espaços de interação com características próprias que se expressam nas produções televisivas e cujo sentido se produz socialmente, por meio de um diálogo entre indústria, texto televisivo e recepção.

De acordo com ela, interpretar o canal televisivo como espaço de interação entre produção e recepção “pressupõe uma análise que o considere espaço de disputa de padrões e valores implícitos e explícitos que conformam, por práticas repetidas, um específico modo de vida, uma específica cultura” (GUTMANN, 2015, p. 7). O que significou, em seu estudo, tentar compreender o que conforma um “jeito MTV” a partir da análise de textos, paratextos e contextos. Movimento que, por sua vez, também mantém relação com o percurso analítico proposto por Mittell (2001) para investigar os gêneros televisivos. Seguindo esta proposta metodológica, neste artigo são analisadas edições do programa *Saia Justa* – 10 vídeos encontrados no YouTube com edições de 2002 e 2003 e os 39 episódios disponíveis no GNT Play da formação do *Saia Justa* de 2017 – e matérias e críticas publicadas nos jornais Folha de São Paulo, O Estado de São Paulo e O Globo, de onde também são retirados depoimentos de Letícia Muhana, que foi diretora do canal, e da produtora e apresentadoras do programa<sup>3</sup>.

---

<sup>3</sup> Não é pretensão deste artigo fazer uma análise exaustiva de cada episódio. Para uma análise mais detalhada dos anos de 2002 e 2003, ver Pirajá (2017). Um estudo focado no ano de 2017, mais especificamente em como o *Saia Justa* e o *Superbonita* materializam o discurso de valorização da diversidade do canal GNT, foi apresentado no XX Encontro da Rede Feminista Norte e Nordeste de Estudos e Pesquisas sobre Mulher e Relações de Gênero, realizado na UFBA de 4 a 7 de dezembro de 2018.

Em abril de 2002, quando o GNT, como disse Barbara Gancia (2002, p. E9) em sua coluna no jornal Folha de São Paulo, “fez todo aquele alarde na estréia do “Saia Justa”, definido como um programa de debate feminino, o canal vivia um momento de legitimidade junto ao público e a crítica por conta do incentivo à produção documental<sup>4</sup> e também mantinha na sua grade um programa aclamado<sup>5</sup> e referência do período em que ele atuou como canal de notícias – o programa de debate *Manhattan Connection*. Em diálogo com esse contexto, a análise dos programas disponíveis no YouTube e do discurso de realizadoras no período de estreia do *Saia Justa* levou à identificação de um duplo movimento por parte do canal: a tentativa de resguardar sua autoridade jornalística e de negociar com as expectativas culturais em torno do que seria uma programação feminina, afirmando um diferencial do GNT.

Ao promoverem uma análise histórica e cultural do talk show no Brasil, Fernanda Silva e Juliana Gutmann (2017, p. 11) explicam que, “apesar das marcas textuais indicarem uma proximidade com talk shows”, tipo de programa prestigiado na indústria televisiva que tem em Jô Soares seu expoente mais reconhecido, os programas apresentados por Hebe Camargo e aqueles que seguiram o seu formato costumavam não ser reconhecidos pelos críticos como talk show e sim como programa de variedades ou programa feminino, nomenclaturas que “visavam distinguir o tipo de conversação em relação à ‘entrevista jornalística’”.

Por sua vez, ao pesquisar as apropriações do jornalismo por programas de variedades matinais, Jussara Maia conclui que a desqualificação desse movimento diz de uma “operação simbólica que posiciona a mulher numa relação com a esfera dos assuntos considerados sem importância, sob a ótica de uma abordagem iluminista, segundo a qual apenas os temas sobre política, economia e cidadania mereceriam o reconhecimento como pertinentes ao jornalismo” (MAIA, 2012, p. 300). Os dois estudos trazem à tona as relações de poder que circunscreviam os espaços que podiam ser ocupados na programação televisiva por atrações que conjugavam apresentação feminina e discussão de questões íntimas, domésticas e cotidianas.

Isso se expressa na própria configuração do programa *Saia Justa*, que, nesse período de estreia, embora tentasse agregar elementos do entretenimento e do jornalismo, acabava se organizando a partir de uma cisão entre eles. O debate era conduzido por Mônica Waldvogel, reconhecida por sua trajetória nas editorias mais prestigiadas do campo do jornalismo (política e

---

<sup>4</sup> Em matéria publicada no jornal O Estado de São Paulo, Luiz Carlos Merten (2001, p. D4) afirmou que “ao longo de dez anos, o canal GNT, da Globosat, estabeleceu importantes parcerias com empresas produtoras do país e do exterior para realizar documentários que têm sido seu grande diferenciador em relação às TVs abertas e por assinatura”.

<sup>5</sup> Lilian Fernandes (2002, p. 3), na nota “Mais patrocínio e menos gastos, a saída para salvar o ‘Manhattan’”, publicada no jornal O Globo, afirma que “o público pede pelo primeiro programa brasileiro de TV paga” e explica que, diante das manifestações dos fãs, a equipe do GNT e a produtora do programa estavam pensando em soluções para mantê-lo na grade do canal depois da alta do dólar ter tornado seu custo muito alto.

economia), que tinha constantemente sua condição de jornalista colocada em relevo por parte da produção e da crítica como algo que a diferenciava de suas três colegas artistas supostamente mais emotivas (a escritora Fernanda Young, a atriz Marisa Orth e a cantora Rita Lee). A atração era dividida em três blocos, no primeiro se discutia política e economia e nos dois outros eram abordados temas da vida cotidiana. A conversa se dava em um cenário que reproduzia em detalhes uma sala de estar, convocando uma atmosfera pessoal, informal e íntima.

Se a gestora do canal, Leticia Muhana, afirmava que “política, economia, consumo, tudo pode ser comentado refletindo o espírito da mulher contemporânea” (FIORI, 2002, p. F14), a produtora do programa, Suzana Villas Boas, fazia questão de dizer que ele não tinha enfoque jornalístico, pois se aproximava mais de “um chá das cinco” (DIONÍSIO, 2002, p. 8). A apresentadora Mônica Waldvogel reforçava esse entendimento ao argumentar que, enquanto o *Manhattan Connection* “coloca jornalistas discutindo grandes temas”, a conversa no *Saia Justa* “não tem nada de roteirizado, falamos de comportamento” (REIS, 2003, p. D10).

De modo que, nesse primeiro momento, o *Saia Justa* se mostra como uma tentativa falha de posicionamento da mulher no debate público porque embora a princípio haja um discurso de que as mulheres podem falar sobre tudo, é atribuído menos valor a essas falas, já que o que se enfatiza no fim das contas é a possibilidade de captar e exibir a espontaneidade de um papo despretensioso entre amigas. Essa forma de significar o programa se manifesta de modo mais agressivo nas críticas como uma desqualificação de um espaço feminino de fala. As apresentadoras são definidas como “comadres com Q.I” (RÉ, 2002, p. D3) e “time de mulheres despachadas e sem freios na língua que, em diversos momentos, espalharam veneno em cruéis comentários” (JACINTHO, 2002, p. D5).

Assim, construir um programa de debate nesses moldes é contribuir para certa resignação por parte das mulheres diante do fato de que sua possibilidade de se expressar sobre qualquer tema continua limitada pelo enquadramento da leveza, do humor, da descontração, enquanto vozes masculinas são levadas a sério. Ainda que não tenha sido possível ver todos os episódios exibidos em 2002 e 2003, a partir do reduzido material audiovisual disponível no YouTube, é possível tecer outras considerações a respeito do que constitui as mulheres e homens imaginados pelo GNT como públicos desejáveis para o programa e para o canal.

Em 2002, o discurso da gestora do canal e das apresentadoras do programa coloca como diferencial do GNT a tentativa de criar uma programação feminina que não reforce o vínculo entre feminino e domesticidade. O que significava para elas interagir com mulheres urbanas que trabalham fora e são independentes financeiramente. Porém, ao mesmo tempo, o programa remete a uma conversa em um ambiente doméstico (um cenário da sala de estar detalhadamente composto) e as “mulheres contemporâneas” convocadas pelo GNT são definidas por Suzana Villas Boas como

peças que “lidam com as mesmas questões que suas avós e com a modernidade, continuando femininas” (DIONÍSIO, 2002, p. 8). Então, na verdade, o que se opera é um reforço de que a casa continua sendo uma questão que diz respeito à mulher, ainda que ela também ocupe a rua.

Concepção que pode ser observada na edição veiculada no dia 17 de dezembro de 2003, quando a associação entre mulher e âmbito doméstico se expressa em um debate sobre os aspectos envolvidos na relação patroa-empregada. Aqui não há uma convocação do patrão como alguém implicado neste assunto, e também há um recorte de classe, pois é, sobretudo, do ponto de vista da patroa que o tema é discutido. A mesma edição oferece pistas sobre o que se espera dos homens no contexto do canal. Na administração da casa, somente o marido de Rita Lee é mencionado como alguém que a ensinou que empregadas precisam de direcionamento. Uma sexualidade que deve ser vivenciada estritamente dentro dos padrões heterossexuais também surge em uma discussão sobre um livro de um autor gay que escreveu dicas para mulheres de como se relacionar como homens.

Se em 2002 o GNT tenta dar ares de novidade a uma proposta de programa feminino que já estava presente em 1980, no TV Mulher (TV Globo) – que se definia como o “primeiro programa televisivo voltado para mulher moderna”, já que “as produções anteriores tinham como público-alvo as donas de casa” (Globo..., 2013) –, quando decide se lançar como “canal de alma feminina”, em setembro de 2003, ele parece se render ao que, em 2002, Rita Lee tinha classificado como “cama-mesa-banho do universo feminino da TV de sempre” (DIONÍSIO, 2002, p. 8). De modo que a nova grade do canal é pautada por temas como decoração, moda, gastronomia, beleza, sexo e comportamento, ainda que a atualidade também se mantenha como um valor para o canal, assim como um olhar jornalístico que se reafirma de modo mais sutil no discurso dos gestores.

A análise de matérias e críticas traz à tona dois tipos de resposta por parte da imprensa à mudança no canal. Por um lado, se as críticas sobre o *Saia Justa* promoveram uma comparação com o *Manhattan Connection* que era também uma hierarquização entre jornalismo e entretenimento, entre tradição e consagração do GNT como canal de notícias e o que foi tido como um quê de espontaneidade e irreverência de uma “conversa de comadres”, dessa vez os programas femininos eram tidos como os responsáveis por tomar o espaço dos documentários, uma grande vitrine do canal. “Menos documentários e mais revistas femininas. A vingança da futilidade?” (SÁ, 2003, p. E8), ironizou Xico Sá na Folha de São Paulo. Por sua vez, outra parcela incorporou o novo discurso de canal e o *Saia Justa* passa a ser definido como “um dos principais cartões de visita do canal” (SOUZA, 2003, p. T10) e “programa que contribui para a imagem de programação de qualidade do canal” (JIMENEZ, 2003, p. T3).

Mesmo reduzindo a exibição de documentários em sua grade, o GNT não abre mão do prestígio que adquiriu junto à crítica por conta do investimento no gênero. O canal coloca esse

vínculo a serviço de seu novo perfil. Assim, a faixa *GNT.Doc* é mantida, com produções sobre questões atuais e temas comportamentais. Em 2012, com o canal já sob a direção de Daniela Mignani, é retomado um investimento na coprodução de séries documentais dirigidas por importantes nomes do gênero, que são posicionadas como um fator de distinção para o GNT, tanto do ponto de vista formal quanto da maneira como abordam formas de vivenciar as parentalidades, as conjugalidades e as identidades de gênero que destoam dos padrões hegemônicos. O que fica claro na fala de João Jardim, diretor da série *Novas famílias*, que retrata arranjos familiares diversos: “Focamos mais no amor, senão vira Márcia Goldsmith. São famílias em que talvez seja preciso fazer um esforço maior para se chegar ao entendimento” (PENNAFORT, 2012, p. 1).

Aliado a isso, ao longo de sua trajetória, o *Saia Justa* foi construindo um modo de conversação em que há uma articulação mais orgânica entre informação e entretenimento e um debate mais horizontalizado entre as apresentadoras, que se mostram igualmente preparadas para contextualizar os fatos abordados, o que também tem a ver com a diluição do lugar de autoridade jornalística atribuído à mediadora com a chegada de Astrid Fontenelle<sup>6</sup> em 2013. Trata-se de um formato que se consolidou na grade do canal, gerando inclusive uma versão masculina lançada em 2015 (*Papo de Segunda*), e que também adquiriu mais legitimidade junto à crítica, de modo que mudam as expectativas em relação ao programa.

Em 2003, Xico Sá (2003, p. E8) afirma de maneira elogiosa que, às vezes, o programa alcança um grau de salão de cabeleireiro, mas o seu problema era teimar em ser inteligente e metido. Para avaliar o elenco que estreou em 2005, Cristina Padiglione continuou dizendo que a proposta do programa “é fugir da pretensão intelectual” (2005, p. D9) e mencionou “as trivialidades do Saia Justa” (2006, p. D. 9). Já no lançamento da formação de 2013, as críticas reivindicavam profundidade na abordagem dos temas. Em relação ao programa de estreia, Keila Jimenez (2013) observou que “faltou densidade nos assuntos” e Patrícia Kogut (2013) afirmou que o programa “decepciona com debate rasteiro” e “assuntos mais do que batidos”.

Além disso, buscando acompanhar uma sociedade em que as questões de gênero passaram a ser amplamente discutidas, o comportamento e as relações de gênero se colocam como principal temática do programa e cada vez mais as apresentadoras expõem suas experiências pessoais com o objetivo de pautar um debate que é público, que afeta toda a sociedade. Nesse sentido, o ano de 2017 é considerado aqui como um marco importante porque, no momento em que se coloca como

---

<sup>6</sup> Com uma trajetória mais versátil e inserção maior no entretenimento, a jornalista passou quase dez anos se relacionando com uma audiência jovem na MTV em diferentes programas, apresentou o *Melhor da Tarde*, na Band, liderou um programa diário ao vivo no próprio GNT, o *Happy Hour*, e antes de estreiar no *Saia Justa*, apresentava também no canal o *Chegadas e Partidas*.

um canal que valoriza a diversidade<sup>7</sup>, o GNT se posiciona de maneira mais incisiva como espaço de afirmação do feminismo e do antirracismo por meio de sua programação de linha, aqueles programas que têm uma presença contínua na grade do canal, que concentram o investimento dos anunciantes e com os quais o público tem uma relação cotidiana. Junto com o *Superbonita*, que passou a ser apresentado pela cantora Karol Conka, o *Saia Justa*, objeto deste artigo, é um lugar fundamental para a observação de como se materializa esse discurso da diversidade.

Em 2017, a atriz Taís Araújo e a cantora Pitty passam a dividir o sofá do *Saia Justa* com Astrid Fontenelle e a atriz Mônica Martelli, que apresentam o programa desde 2013. A própria escolha das duas é um indicador de como o GNT buscava capitalizar para si uma trajetória recente de engajamento na luta feminista e antirracista que ganhava destaque nos veículos jornalísticos e nas redes sociais. Quando esses assuntos estavam em pauta, as duas eram sempre convidadas a falar primeiro e, em relação a Taís Araújo, o intuito de promover uma aproximação com o público era ainda maior, porque ela passa a dividir com Astrid a prerrogativa de olhar diretamente para a câmera quando está debatendo no estúdio.

Por um lado, ter Taís Araújo como convidada da estreia de Karol Conka, que anuncia a atriz como “primeira negra gata a apresentar o Superbonita, abrindo portas para eu estar aqui hoje”, é estratégico para o GNT porque implicitamente afirma um suposto compromisso continuado com a representatividade negra na televisão quando na verdade o elenco do canal permaneceu majoritariamente branco em 2017. Nesse sentido, há uma diferença em relação ao modo como o canal decide abraçar a questão da equidade de gênero porque nesse caso o discurso está associado à existência de uma equipe gestora composta por mulheres. Porém, isso não significa que não foram operados deslocamentos no canal com a presença das duas novas debatedoras. As questões raciais foram discutidas com recorrência ao longo do ano e se o tema da desigualdade de gênero esteve presente na formação anterior, em 2017, o programa passa a se posicionar como feminista.

Além da particularidade da opressão enfrentada por mulheres negras, foram discutidos, em diferentes episódios, racismo institucional, intolerância, violência, genocídio, representatividade, afirmação dos cabelos crespos, identidade negra e diáspora. Aliado a isso, se no contexto de estreia do *Saia Justa* o âmbito doméstico não parecia ser um lugar de problematização porque a “mulher moderna” era entendida como aquela que dá conta de tudo e ainda cuida de si, em 2017 a casa passa a ser o lugar que precisa de reconfiguração para que a equidade de gênero seja alcançada. No programa, esse movimento passa por novas formas de vivenciar a maternidade, que implicam uma

---

<sup>7</sup> A página do canal no Facebook indica que “o GNT busca o respeito à voz das mulheres e a valorização da diversidade” como uma conquista de 2017.



convocação do homem à divisão de responsabilidades e um convite para que ele viva sua masculinidade de outra maneira.

Isso não aparece no programa sem conflitos. Há primeiro um conflito de gerações. Ao conversarem sobre divisão da criação dos filhos entre mães e pais, Pitty e Taís Araújo afirmaram que já fazem isso com seus maridos – entendendo que o homem contemporâneo é aquele que cuida dos filhos – e que acreditam numa mudança de valores que envolve, por exemplo, demandar a instalação de fraldários em banheiros masculinos de lugares públicos. Por sua vez, Mônica e Astrid demonstraram perplexidade diante de tais depoimentos e enfatizaram que esse comportamento não é o padrão, que esse é o homem que a gente ainda vislumbra e sonha e que tudo depende da mulher estar preparada para deixar o homem fazer as tarefas. Os momentos em que as “saías” são filmadas no camarim também trazem à tona situações de conflito interno, pois ao relatarem estarem ausentes em alguns momentos da vida de seus filhos, Taís Araújo e Pitty oscilam entre a culpa e a defesa do investimento na carreira.

Por fim, há um conflito na própria grade do canal. Ao convidarem Rodrigo Hilbert para dar a sua opinião sobre o título de “homão da porra” atribuído a ele por conta das habilidades que ele exibe no programa que apresenta no GNT (*Temporo de Família*), as apresentadoras e ele concordam que o elogio não faz sentido porque ele faz o que todo homem deveria fazer. No programa, há inclusive uma crítica às mulheres que acham fofo os homens que se comportam dessa maneira. No entanto, no *Temporo de Família*, a figura de Rodrigo Hilbert é trabalhada para instigar o deslumbramento diante de suas inúmeras qualidades, já que ele é posicionado como um homem bonito, jovem, que consegue ao mesmo tempo dominar os ofícios da marcenaria, ferraria, cozinhar, fazer crochê, dividir as tarefas de casa e cuidar dos filhos.

Portanto, olhar para este momento mais recente da história do *Saia Justa* e do GNT tendo em conta a sua trajetória traz à tona as limitações do canal ao se colocar como espaço de valorização da diversidade, uma vez que convocar majoritariamente mulheres mães, casadas e heterossexuais é em alguma medida reforçar um determinado lugar para as mulheres na sociedade e ter menos possibilidades de diálogo com quem não se encaixa nesses perfis, mas também momentos de problematizações significativas para o modo como enxergamos as relações de gênero, mesmo dentro dessas limitações, e uma abordagem da desigualdade racial e de gênero como questões sociais e estruturais que demandam um enfrentamento coletivo. Além disso, deslocar estas pautas e enquadramentos para a programação de linha significa não só ampliar a visibilidade dessas discussões como mantê-las no cotidiano de quem se quer alcançar como público fiel do canal.

## **Referências**

BUTLER, Judith. *Problemas de gênero. Feminismo e subversão da identidade*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

\_\_\_\_\_. Identificación fantasmática y lá assuncion del sexo. In: \_\_\_\_\_. *Cuerpos que importan: sobre los limites materiales y discursivos del “sexo”*. 2. ed. Buenos Aires: Paidós, 2008. p. 143-178.

GLOBO COMUNICAÇÃO E PARTICIPAÇÕES. TV Mulher. *Memória Globo*. 2013. Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/auditorio-e-variedades/tv-mulher/tv-mulher-inicio.htm>>. Acesso em: 5 jul. 2017.

GOULART, Ana Paula; LEAL, Bruno Sousa; GOMES, Itania Maria Mota. A historicidade dos processos comunicacionais: elementos para uma abordagem. In: MUSSE, Christina Ferraz; VARGAS, Herom; NICOLAU, Marcos. (org.) *Comunicação, mídias e temporalidades*. Salvador: Edufba, 2017. p. 37-58.

GUTMANN, Juliana F. Sobre performance e historicidade: uma abordagem estética e cultural da MTV Brasil. *E-compós*, Brasília, v. 18, n. 2, p. 1-16, mai./ago. 2015.

JOHNSON, Catherine. *Branding Television*. New York: Routledge, 2012.

MAIA, J. P. *Além da notícia: jornalismo em programas de entretenimento*. 317f. 2012. Tese (Doutorado) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2012.

MITTELL, Jason. A cultural approach to television genre theory. *Cinema Journal*, v. 40, n. 3, p. 3-24, Spring/2001.

PIRAJÁ, Tess Chamusca. O GNT entra em uma Saia Justa: articulações entre gêneros televisivos e identidades de gênero a partir do programa de debate. In: CONGRESSO TELEVISÕES, 1., 2017, Niterói. *Anais* [...] Niterói: UFF, 2017. Disponível em: <https://drive.google.com/file/d/10htBBSINXWBndyDe1wKjYYd5e8Nu-kBO/view>. Acesso em: 19 dez. 2018.

SILVA, F.M.; GUTMANN, J. F. O feminino dá o tom: resultados de uma análise histórica e cultural do talk show no Brasil. In: Encontro Anual da Compós, 26, 2017, São Paulo. *Anais...* São Paulo: Faculdade Cásper Líbero, 2017.

### **Matérias e críticas**

DIONÍSIO, R. Muito além da culinária. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 14 abr. 2002. TV Folha, p. 8.

FERNANDES, Lilian. Mais patrocínio e menos gastos, a saída para salvar o ‘Manhattan’. *O Globo*, Rio de Janeiro, 25 nov. 2002. Segundo Caderno, p. 3.

FIORI, V. Saia Justa é rosa-choque. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, 13 e 14 abr. 2002. Suplemento Feminino, p. F14.

GANCIA, Barbara. Será que o Datena roubou o coque da Benedita? *Folha de São Paulo*, São Paulo, 13 maio 2002. Ilustrada, p. E9.

JACINTHO, E. 'Saia Justa' mostra mulheres sem freios na língua. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, 20 abr. 2002. Caderno 2, p. D5.

JIMENEZ, Keila. 'GNT Fashion' ganha mais peso no canal. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, 29 jun. 2003. Telejornal, p. T3.

\_\_\_\_\_. Novas donas do "Saia Justa" são amiguinhas demais. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 8 mar. 2013. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/1242337-critica-novas-donas-do-saia-justa-sao-amiguinhas-demais.shtml>>. Acesso em: 19 fev. 2018.

KOGUT, Patrícia. 'Saia Justa' decepciona com debate rasteiro. *O Globo*, Patrícia Kogut, Rio de Janeiro, 8 mar. 2013. Disponível em: <<http://kogut.oglobo.globo.com/noticias-da-tv/critica/noticia/2013/03/saia-justa-decepciona-com-debate-rasteiro.html>>. Acesso em: 19 fev. 2018.

MERTEN, Luiz C. Encontro notável abre o Documenta. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, 5 nov. 2001. Caderno 2, p. D4.

PADIGLIONE, Cristina. De volta à bancada. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, 20 fev. 2006. Caderno 2, p. D9.

\_\_\_\_\_. A saia é justa, mais ainda falta liga. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, 20 maio 2005. Caderno 2, p. D9.

PENNAFORT, Roberta. Novos laços de família. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, 1º mar. 2012. Caderno 2, p. 1.

RÉ, A. D. GNT reúne comadres com Q.I. em 'Saia Justa'. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, 17 abr. 2002. Caderno 2, p. D3.

REIS, L. Conversa de mulher dá ibope na TV paga. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, 2 mai. 2003. Caderno 2, p. D10.

SÁ, X. Saia Justa peca ao se meter a 'inteligente'. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 3 jan. 2003. Ilustrada, p. 8.

SÁ, X. Humor salva a futilidade em estreias. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 2 out. 2003. Ilustrada, p. E8.

SOUZA, Niza. GNT planeja face ainda mais feminina. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, 7 set. 2003. Telejornal, p. T10.