



**SAIA JUSTA:
Debate franqueado revela o novo ser da mulher contemporânea¹**

Isabela de Almeida Freire²
Prof. Dr. Wilfredo Maldonado³
Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB

RESUMO

O presente trabalho tem o objetivo de analisar o programa *Saia Justa* para compreender de que forma ele representa a identidade da mulher contemporânea. Para isso, utilizamos o suporte metodológico proveniente do estudo dos modos de endereçamento e analisamos o formato do programa *Saia Justa*, articulando-o com os conceitos de gêneros televisivos. Dessa maneira foi possível comparar o nosso objeto de estudo com os demais programas femininos televisivos.

PALAVRAS-CHAVE: Debate; Gêneros; Modos de endereçamento; Programa Feminino; Saia Justa.

ABSTRACT

This study aims to analyze the Saia Justa program to understand how it represents the identity of the contemporary woman. For this, we used the methodological support from the study of the addressing modes and analyze the format of Saia Justa program, linking it with the concepts of television genres. Thus it was possible to compare our object of study with other female television programs.

KEYWORDS: Addressing modes, Debate; Female Program; Genres; Saia Justa.

¹ Trabalho apresentado no Intercom Jr. – Jornalismo do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 15 a 17 de maio de 2014.

² Graduanda do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da UFPB, email: isabelaalmeidafreire@gmail.com

³ Orientador do trabalho. Prof. Dr. Wilfredo Maldonado, Professor do curso de Jornalismo do DECOMTUR/UFPB, email wilfredomaldonado@hotmail.com



Introdução

Este trabalho pretende analisar o programa feminino de debate *Saia Justa*, que estreou em abril de 2002 e é exibido semanalmente no canal de TV por assinatura GNT, da rede Globosat Canais, como uma alternativa aos programas femininos tradicionais.

O objetivo geral do trabalho é verificar as estratégias de endereçamento do programa *Saia Justa* na procura de elucidar se, de fato, o novo formato desse programa contribui para a mudança na representação feminina na TV. Para tanto, realizamos um breve resgate histórico da imprensa feminina brasileira e dos primeiros programas de TV femininos para termos um referencial de comparação.

Na sequência abordamos a noção de gêneros do discurso, através do pensamento do filósofo Mikhail Bakhtin (1997), relacionando-os à televisão, através dos estudos de Itânia Gomes (2011) e outros autores. A definição do gênero do programa em questão é de fundamental importância para a análise dos modos de endereçamento e nos permitirá compreender o estilo de *Saia Justa*, como um programa de debate. Em seguida, faremos uma tratamos dos pressupostos metodológicos, os modos de endereçamento, bem como seus operadores de análise, fundamentados na operacionalização conceituam desenvolvida por Gomes (2011), Silva (2005) e Oliveira (2008). Finalmente, faremos a análise, propriamente dita, do programa *Saia Justa*, mais precisamente do nosso *corpus*, o qual inclui as edições referentes aos dias 9 e 14 ago. 2013, 18 set. 2013 e 30 out. 2013. Essa análise nos permitirá compreender de que forma o estilo e formato do programa contribui para uma nova forma de representação da mulher contemporânea.

Das revistas femininas aos programas de TV

Desde o surgimento da imprensa feminina no século XVII, até os dias de hoje, a mulher colheu muitos frutos de sua luta em direção à igualdade sexual, no entanto, a representação feminina na mídia não se modificou na mesma proporção. A primeira revista feminina no Brasil, a *Espelho Diamantino*, de 1827. Apesar de ser direcionada às mulheres, a maior parte não eram alfabetizadas e a produção da revista era realizada



exclusivamente por homens. Portanto, sendo as senhoras da elite burguesa as que tinham acesso a educação, sabiam ler, dispunham de tempo e dinheiro, naturalmente constituíam o público-alvo das revistas.

Os primeiros periódicos femininos de todo o mundo tinham em comum o fato de trazerem os assuntos: Moda, beleza, literatura, belas-artes, culinária e amor. No final do século XIX e início do século XX, um fenômeno da cultura de massa reforçava o ideal do amor romântico nascido no século XVIII: a literatura feminina dos folhetins e romances açucarados. A mulher, consumidora dessas histórias, se entregava às leituras como uma fuga da rotina de dona de casa e continuava a esperar a chegada do homem dos sonhos: amoroso e rico, que a fizesse alcançar a realização pessoal.

Esse viés ideológico caracterizou a imprensa feminina desde o seu surgimento, os textos costumam ter recomendações visando o homem (manutenção do *status quo* machista patriarcal). Para Buitoni (1981), as ações sugeridas são sempre em função “dele”. Ela deve fazer tal coisa para ele, para agradá-lo. Apesar de toda aparência em contrário, o eixo principal dos conteúdos é legitimar/induzir a submissão feminina à ordem patriarcal. Uma outra característica da imprensa feminina é que sua relação com a atualidade é banalizada. Na imprensa feminina os temas se distanciam do contexto atual e predomina o jornalismo interpretativo, opinativo e de caráter ideológico. Segundo Buitoni (1981, p.5), “o jornalismo informativo não é muito usado pela imprensa feminina: logo, o próprio tratamento da matéria não favorece a ligação mulher/mundo.” Por isso percebemos o distanciamento entre a mulher real e a mulher ideal (a mulher mito) na imprensa feminina.

Em 1957, Hebe Camargo conduziu os programas “Maiôs a Beira Mar” e “Com a mão na massa” na TV Tupi, de São Paulo, além de “O mundo é das mulheres”, na TV Paulista. Na década de 80, estreou um programa feminino que se constituiu num marco para a renovação dos programas femininos na televisão brasileira: *TV Mulher*, transmitido pela rede Globo e depois pela TV Manchete, diariamente pela manhã. O programa contou com vários apresentadores durante a sua trajetória, entre eles, Marta Suplicy, Marília Gabriela, Clodovil Hernandez, Ney Gonçalves Dias, Ala Szerman e Xênia Bier. Em sua vinheta de abertura, a música “Cor de rosa choque”, de letra composta por Rita Lee e



Roberto de Carvalho, e imagens de bastidores de um programa de TV comandado e operado por mulheres, deixava claro o seu público-alvo.

A partir disso, muitos outros programas dedicados ao universo feminino integraram a grade de programação das emissoras brasileiras. No entanto, verifica-se que a maioria dos programas femininos ainda está focado em pautas relacionadas ao âmbito doméstico e continuam tendo como público-alvo as donas de casa. Nesses mesmos programas, fala-se “sobre” a mulher, “para” a mulher, entretanto, não é muito frequente perceber, de fato, a voz feminina, a voz feminista, a voz da mulher socialmente excluída, a voz da mulher contemporânea.

O nosso interesse na análise do programa *Saia Justa*, do canal GNT, pressupõe que seu formato marca uma ruptura em relação aos programas tradicionais que tem o gênero feminino como seu público-alvo. Pressupomos que seu novo formato traz um diferencial discursivo na representação da mulher contemporânea, que pode ser evidenciado através da análise das suas estratégias discursivas aqui desenvolvidas na perspectiva teórico-metodológica dos modos de endereçamentos.

A representação feminina na TV

De acordo com Marcondes Filho (1988), a televisão, de um modo geral, confirma os papéis tradicionais da mulher. “A submissão feminina também é 'naturalmente' veiculada, através do papel secundário atribuído à mulher.” (MARCONDES FILHO, 1988, p. 83).

A televisão é um importante fator na transmissão de valores e estilos de vida. Verifica-se na TV e outros veículos midiáticos de uma forma geral, que a representação das mulheres não costumam ser defasada e parcial. Dados do documentário *Miss Representation* - o substantivo *miss* em inglês tem o sentido, entre outros, de senhorita e também o de falta de, no caso do referido documentário a sugestão de sentido aponta para a falta de representação - lançado em 2011, escrito e dirigido pela atriz Jennifer Siebel Newsom, mostram que jovens mulheres na faixa dos 20 e 30 anos, representam 39% da população, no entanto, essa faixa etária constitui 71% das mulheres que aparecem na televisão, enquanto que a faixa etária de 40 anos que compõem 47% da população,



representam apenas 26% das mulheres que aparecem na programação televisiva. É fácil associar as informações do documentário americano à realidade do Brasil e do mundo, em relação a super valorização da juventude, assim como ao padrão de beleza (idealizado) inatingível para maioria das mulheres.

Marcondes Filho (1988) chama o padrão de beleza de “modelos” que não existem na realidade, “são construções abstratas, mentais”, que constantemente são realimentadas e preenchem o imaginário social.

Os modelos possuem historicidade, isto é, o modelo de beleza de hoje não é o mesmo que havia há 100 anos, o qual por sua vez, não é o mesmo do Renascimento. Assim, são criados modelos que passam a funcionar como 'padrão estético' a ser seguido. (...) A mulher, para ser considerada bonita, de corpo esteticamente perfeito, deverá se parecer com esse modelo que só existe na cabeça das pessoas. De tempos em tempos são escolhidas algumas mulheres que satisfazem às exigências do modelo. (...) Obviamente, como as pessoas envelhecem, logo deixam de corresponder ao modelo, sendo por isso superadas. (MARCONDES FILHO, 1988, p. 98)

A questão dos gêneros televisivos

O filósofo Mikhail Bakhtin (1997), precursor no estudo desse conceito, define gêneros discursivos ou textuais como “tipos relativamente estáveis de enunciados.” Bakhtin (1997) usa o termo “relativamente”, porque existe a possibilidade de variações resultantes das interações sociais de todos os campos das atividades do homem.

A utilização da língua efetua-se em forma de enunciados (orais e escritos), concretos e únicos, que emanam dos integrantes duma ou doutra esfera da atividade humana. O enunciado reflete as condições específicas e as finalidades de cada uma dessas esferas, não só por seu conteúdo (temático) e por seu estilo verbal, ou seja, pela seleção operada nos recursos da língua (...), mas também, e, sobretudo, por sua construção composicional. Estes três elementos (conteúdo temático, estilo e construção composicional) fundem-se indissolivelmente no *todo* do enunciado, e todos eles são marcados pela especificidade de uma esfera de comunicação. (BAKHTIN, 1997, p. 279)

O estilo linguístico é um elemento do gênero do discurso. Para Bakhtin (1997, p. 283), ele “nada mais é senão o estilo de um gênero peculiar a uma dada esfera da atividade e da comunicação humana”; ele está relacionado à unidades composicionais, como por exemplo, o tipo de vínculo entre o locutor e os demais componentes da comunicação. Na classificação dos gêneros discursivos, o jornalismo estaria inserido no gênero narrativo.-



No entanto, para Gomes (2011), a notícia também é um gênero do discurso. Ela varia de acordo com o meio em que é divulgada, seja ele jornal, rádio ou televisão, “e, como tal, um conjunto de convenções que ajudou a configurar o jornalismo como uma instituição socialmente reconhecida e no interior da qual fazem sentido as noções de imparcialidade e objetividade e as distinções entre fato e ficção, informação e entretenimento.” (GOMES, 2011, p. 24).

Raymond Williams² (1979 apud Gomes, 2011) também define a notícia como um gênero do discurso. Os elementos seriam: a posição ou a postura do autor em relação ao material, o assunto adequado e o modo de composição formal. O assunto, por exemplo, vem da esfera pública, e o modo de composição formal inclui componentes como o *off*, a cabeça, a passagem, as sonoras e a nota pé. Sendo assim, as características de um texto noticioso, permitem que os leitores o reconheçam de imediato.

Outro elemento é o assunto adequado, que, no caso do jornalismo, deriva da esfera pública, principalmente das questões políticas e econômicas. Através do assunto, o jornalismo também demarca uma forma de comunicação socialmente situada, já que os leitores/espectadores irão identificar esses assuntos como parte do gênero. Por fim, as notícias possuem um modo de composição formal específico que funciona como uma estratégia retórica de ligação entre o endereçador e o endereçado. A composição indica o modo como o jornalismo informa sobre os assuntos da esfera pública. (SILVA, 2005, p. 28)

Segundo Patrick Charaudeau (2004 apud SIMÕES s.d.), as expectativas do leitor surgem após a identificação do gênero discursivo resultante do que ele denomina como “contrato social”. Isto é, quando se trata de certo domínio de prática social, o leitor pressupõe o que encontrará ali, já que o gênero discursivo obedece um “padrão”. Para o teórico, o gênero é caracterizado pelo modelo social pré-determinado que gera a expectativa. O mesmo ocorre com os gêneros televisivos. Ao assistir determinado programa de TV, o telespectador aciona sua bagagem cultural e se familiariza com formato que já foi visto anteriormente, assim, ele identifica que conteúdo será exibido.

Os gêneros discursivos aplicados para a televisão permitem entender as características, regularidades e especificidades dos produtos televisivos. Gomes (2011, p. 32) acredita que “gênero é um modo de situar a audiência televisiva, em relação ao programa, em relação ao assunto nele tratado e em relação ao modo como o programa se destina ao seu público.”



Gomes (2002) divide o conteúdo televisivo em cinco gêneros básicos: programas jornalísticos, programas de auditório, ficção seriada, publicidade e *reality shows*. O programa *Saia Justa* mistura informação e entretenimento, mas tem predominância do teor jornalístico, constatado, na nossa análise, pela constante exibição de reportagens e entrevistas durante os debates. Em consonância com a classificação de GOMES (2002), entendemos que é adequado classificá-lo no gênero “programas telejornalísticos”, e mais especificamente, subgênero telejornalístico “programa de debate”.

A classificação de Rezende (2009), também inclui “programa de debate” como uma subcategoria do “telejornalismo”. Para ele, ao contrário da subcategoria “programa de entrevista”, em que uma entrevista pode ser feita com apenas um entrevistado e um entrevistador, o debate pode ser produzido com várias pessoas. Portanto, o que diferencia o “programa de entrevista” do “programa de debate” “é o número de entrevistados e entrevistadores envolvidos na discussão de fatos e temas”.

O programa *Saia Justa*, classificado como “programa de debate”, estabelece relação com a atualidade, perceptível na escolha dos temas que são debatidos, no entanto, como é exibido semanalmente, a relação com a atualidade é diferida ou retardada em comparação com o imediatismo característico dos telejornais diários. Notícias pertinentes apenas no dia em que são publicadas, não são necessariamente desconsideradas na escolha das pautas de programas semanais, mas pudemos observar a prevalência da abordagem de assuntos atuais, mas não factuais. De modo geral, observamos a introdução de assuntos atemporais, e de acontecimentos que vinham sendo comentados exaustivamente pela mídia nos dias que antecedem a veiculação do programa.

Modos de endereçamento

Ao realizarmos a análise do programa *Saia Justa*, utilizamos o conceito metodológico de “modos de endereçamento” que nos permitiu compreender o estilo do programa, e o que o diferencia dos demais. Gomes (2011), autora que introduziu essa metodologia de análise no Brasil, associa a análise de modo de endereçamento ao conceito de gêneros televisivos para explicar quais são os "formatos e as práticas de recepção solicitadas e historicamente construídas pelos programas jornalísticos



televisivos." (GOMES, 2011, p. 33). Os recursos técnicos da linguagem televisiva é um dos operadores de análise que nos ajuda a definir o formato do programa. Ele diz respeito a forma como o conteúdo do programa se apresenta através dos recursos da linguagem televisiva, como enquadramentos, cenário, edição e áudio.

O operador de análise que se refere à “temática” faz com que o telespectador identifique se o programa é ou não de seu interesse. A organização das editorias, por sua vez, tem de levar em consideração o que é interessante para o seu público-alvo.

O contexto comunicativo é outro operador de análise usado nesta pesquisa, ele trata do processo de comunicação que abrange a produção e a recepção da mensagem, assim como todos os elementos envolvidos (emissor, receptor, tempo e espaço), isto é, o “(...) ambiente físico, social e mental partilhado” no processo comunicativo. (GOMES, 2011, p. 39).

Finalmente, através da aplicação do operador de análise referente ao mediador e à relação com as fontes de informação procuramos identificar as estratégias discursivas que conferem credibilidade ao programa. Além da autoridade, que mostra dados sobre o assunto tratado, o cidadão comum também é uma fonte elementar quando se trata de programas jornalísticos.

Análise de Saia Justa

Na introdução do programa *Saia Justa*, a âncora Astrid Fontenelle conta aos telespectadores, se dirigindo às câmeras, os assuntos que serão debatidos naquela edição, enquanto isso, as imagens são intercaladas com imagens das demais apresentadoras comentando os assuntos nos bastidores. Nessa escalada do programa, as apresentadoras aparecem com pouca maquiagem, roupas despojadas e, geralmente, com bobs no cabelo. Observamos a aparência de um ambiente desorganizado, com roupas espalhadas, bolsas e sacolas. A ideia de transmitir informalidade se mantém como estratégia de aproximar o público das apresentadoras. Os telespectadores têm a sensação de que as apresentadoras são suas “amigas” e que são autênticas quando expõem suas opiniões e experiências pessoais.



O programa *Saia Justa* também usa os recursos técnicos para aproximar os telespectadores. Os movimentos de câmera, como a panorâmica, que é o movimento horizontal da esquerda para a direita ou da direita para a esquerda, confere dinamicidade ao programa, enquanto o enquadramento em primeiro plano denota intimidade. No programa, os efeitos sonoros são usados apenas na vinheta de abertura e nas reportagens e entrevistas exibidas. A ausência de efeitos sonoros durante o debate confere ao programa um aspecto *clean*, marcando assim um distanciamento com a atual tendência de dramatização dos fatos noticiados pelos telejornais de modo geral, tema estudado por COSTA NEVES (s/d).

A mediadora de *Saia Justa*, Astrid Fontenele, e as demais apresentadoras, dão o tom da atração, já que, como se trata de um programa de debate, é fundamental que os apresentadores se posicionem diante dos fatos e opinem sobre eles. Oliveira (2008) chama atenção para a "performance cênica do mediador", que determina o estilo do programa através da linguagem corporal dos apresentadores. Astrid Fontenelle, Mônica Martelli, Maria Ribeiro e Barbara Gancia se posicionam de forma descontraída sob o sofá posicionado no cenário do programa *Saia Justa*, gesticulam durante a fala como se estivessem numa conversa entre amigos e raramente se dirigem à câmera. Tal performance procura mostrar espontaneidade e passa a ideia de "conversa televisionada", dando um tom informal ao programa.

Com base no operador de análise "Contexto comunicativo", que abrange a produção e a recepção da mensagem, podemos destacar que o formato do programa *Saia Justa* propicia a aproximação com o público, ao desenvolver uma dinâmica interativa, entre as apresentadoras, própria da conversa informal. A nossa análise corrobora as observações de Hirt (2011) que considera que esse formato, semelhante a uma conversa fora da televisão, é pouco comum na grande mídia. "O programa rompe com os padrões da grande mídia quando ocorre a sobreposição de falas e a câmera não consegue focar quem está falando, ou seja, não consegue acompanhar a dinâmica da conversa, deixando o público, as vezes, sem saber quem expeliu determinada frase ou fez algum comentário."

Um outro fator que pode ou não fidelizar o telespectador é a seleção das pautas. O operador de análise que nos auxilia na abordagem desse modo de endereçamento, nos elucidada sobre o processo de identificação do telespectador com o programa evidenciando



se o programa é ou não de seu interesse. A organização das editorias, por sua vez, tem de levar em consideração o que é interessante para o seu público-alvo. De acordo com Silva (2005, p. 46), "a seleção temática e os critérios de noticiabilidade envolvidos na escolha dos temas variam de acordo com o programa e são um importante indicativo dos modos de endereçamento."

O programa *Saia Justa* tem como público-alvo, a mulher moderna, o que não elimina o interesse masculino sobre os assuntos abordados. Isso acontece porque o programa parte do pressuposto de que a mulher contemporânea também se interessa por assuntos culturalmente considerados "masculinos" e vice-versa. No entanto, o foco na figura da mulher é visível em toda a concepção estética do programa e em seu conteúdo editorial.

Fica claro que o programa *Saia Justa* contribui com a mudança na representação da mulher na mídia televisiva, pois nele a mulher é retratada como sujeito crítico e autônomo, que condena o machismo, mas que não se posiciona como adversário do homem. As apresentadoras também se mostram contrárias às regras sociais impostas a mulher através de determinados programas de TV, campanhas publicitárias e revistas femininas. Também observamos a postura incisiva ao defender a liberdade de vestir, comer, ser e agir. Do mesmo modo revelam seus próprios conflitos resultantes dos seus modos de vida, caracterizado pelo acúmulo de funções profissionais e familiares, revelando os sentimentos de culpa comuns na vida da mulher contemporânea, como podemos constatar na transcrição de um trecho da escalada do programa exibido no dia 30 de outubro de 2013, no momento em que as apresentadoras comentam sobre o tema "altos e baixos da vida".

Maria Ribeiro: *Eu acho que eu estou super em baixa com os meus filhos, tô em baixa com o meu marido.*

Mônica Martelli: *Imagina eu com a minha filha, vou ficar 10 dias sem vê-la agora.*

Maria Ribeiro: *Agora em compensação acho que eu tô em alta com o pessoal do aeroporto.*



Atualmente, a mulher divide seu tempo para executar múltiplas funções, educar os filhos, buscar o sucesso profissional, se relacionar, e cuidar de si. Além das cobranças pessoais, existe uma cobrança social, alimentada pelos veículos midiáticos, em se enquadrar nos padrões de beleza e permanecer jovem. Nesse aspecto o programa *Saia Justa* vai na contramão da maioria dos programas de TV, já que procura desconstruir os “padrões” e fomentar a liberdade da mulher contemporânea de viver à seu modo.

Na edição do programa *Saia Justa* referente ao dia 9 de agosto de 2013, as apresentadoras explicam por que atualmente existe uma paranoia acerca do envelhecimento e mostram o caminho pelo qual a mulher pode seguir para se esquivar dessa obsessão coletiva e ter uma boa velhice e deixam claro que também são influenciadas pela hipervalorização da juventude. A exposição dos conflitos pessoais das apresentadoras gera uma empatia do público, que passam a acreditar que as mulheres que ali estão, representam a mulher “real”. Na edição referente ao dia 9 de agosto de 2013, foi exibida uma entrevista com a autora do livro “A bela velhice”, a antropóloga Mirian Goldemberg, proporcionando uma discussão sobre essas questões. Veja a seguir alguns trechos transcritos e editados suprimindo algumas falas.

Barbara Gancia: *Ela fala nesse livro, ela se baseou em Simone de Beauvoir...*

Astrid Fontenelle: *(sobreposição de voz) Baseada em muitas pesquisas.*

Barbara Gancia: *Em muitas pesquisas e na Simone de Beauvoir. Ela envelheceu bem, provavelmente bem, porque ela tava preocupada com o que ela pensa não com a aparência dela e hoje em dia todo mundo tá preocupadíssimo...você vê que existem jovens de vinte anos que estão botando prótese...*

Mônica Martelli: *(sobreposição de voz) Hoje em dia ninguém mais tem sossego pra envelhecer.*

Mônica Martelli: *...A gente vive num mundo onde a juventude é mega, hiper-valorizada e, ao mesmo tempo, que é uma coisa contraditória, a gente tem hoje, o mundo nunca teve tanto idoso quanto a gente tem hoje.*

Astrid Fontenelle: *Como é que você se prepara?*

Mônica Martelli: *Eu acho que tem uma coisa, que concordo com ela, quando ela fala de projeto de vida. Eu tenho projetos a longo prazo. Então eu acho importante você ter*



projeto de vida, que o que deixa a gente vivo, que me impulsiona na minha vida são meus projetos de vida. Olha, eu não me vejo velhinha de cabelinho branco, de coquinho e vestidinho. Não me vejo. Também não me vejo como aquela mulher toda louca botocada, que todo mundo fala. Porque hoje em dia ninguém consegue envelhecer em paz, não tem como envelhecer em paz! (...)

Astrid Fontenelle: *....É que na balança, Maria, a maturidade é muito mais bacana que a beleza. Eu nunca fui a bonita, né?! Eu sempre tive que batalhar no talento, né, na vocação, na disciplina com relação ao meu trabalho no bom companheirismo, tal, e eu botava, eu usava, um botox...*

Barbara Gancia: *Você era gostosa, Astrid!*

(...)

Maria Ribeiro: *Agora ela de calcinha e sutiã humilha todo mundo, mas tudo bem.*

(...)

Barbara Gancia: *(sobreposição de voz) É uma das coisas boas que a gente ganha com o envelhecimento é aceitar. Você começa a aceitar as coisas de uma maneira diferente. Você começa a não ser tão...Ah, tudo bem, isso aqui tá bom, deixa! Eu antes era muito rigorosa com tudo. Hoje em dia eu aceito qualquer coisa.*

Maria Ribeiro: *Aí ver os filhos crescer! Ah!*

Na maior parte dos telejornais brasileiros, é possível observar dois tipos de posições sociais construídos para esses sujeitos de fala: a fonte autorizada e o cidadão comum (GOMES, 2006). O programa *Saia Justa*, faz uso de ambas as fontes. Ele costuma exibir entrevistas com especialistas sobre o tema que será discutido pelas apresentadoras, e apresenta um "fala povo", representando a opinião do público na discussão.

Considerações Finais

A análise do programa *Saia Justa* fez-se pertinente para determinar as suas características enquanto gênero discursivo, concluindo que ele se inclui na categoria do gênero telejornalístico e de modo mais preciso no subgênero telejornalístico "programa de debate".



No que diz respeito ao objetivo central deste estudo procuramos elucidar se as supostas inovações apresentadas pelo programa nas suas estratégias enunciativas, analisadas, nos referenciado no conceito de modo de endereçamento, na procura de investigar a forma de como o programa *Saia Justa* se relaciona com os telespectador através de formas de endereçamento que o diferenciam dos programas telejornalísticos tradicionais voltados para o público feminino.

A nossa análise nos permite concluir que no programa *Saia Justa* é perceptível a tentativa de publicizar uma representação da mulher que revele de forma mais fidedigna os traços identitários, as problemáticas, os conflitos, as lutas, etc., da mulher urbana inserida ou interessada em todos os campos da esfera social. Nele, a mulher não só tem voz, como usa o discurso argumentativo para convencer os telespectadores de suas convicções. Cada participante do debate se posiciona como interlocutora, que opina com base em sua bagagem cultural e vivências, para então confrontar seus argumentos e pontos de vistas. O debate é, portanto, a chave da representação da nova identidade feminina no programa *Saia Justa*. É através dele que a mulher contemporânea se mostra com toda a sua pluralidade, força, inteligência, autonomia, e, ao mesmo tempo, fraqueza e insegurança gerada pelos novos tempos.

REFERÊNCIAS

ARONCHI, José Carlos. **Debate**: televisão, gêneros e linguagem. 2006. Disponível em <http://www.tvbrasil.org.br/fotos/salto/series/161649Televisao.pdf>. Acessado em: 12 de fevereiro de 2014.

BAKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**. 2ª ed. - São Paulo : Martind Fontes, 1997.

BARDWICK, Judith M. **Mulher Sociedade Transição**: Como o feminismo, a liberação sexual e a procura da auto-realização alteraram nossas vidas. São Paulo: Difel, 1981.

BORELLI, Silvia H. Simões; PRIOLLI, Gabriel. **A deusa ferida**: Por que a rede globo não é mais a campeã absoluta de audiência. São Paulo: Summus, 2000.

BUITONI, Dulcília Helena Schroeder. **Mulher de papel**: A representação da mulher na imprensa feminina brasileira. São Paulo: Edições Loyola, 1981.



CABRAL, Eugênia Melo. **Primeiras Histórias**: O surgimento das imprensas feminina e feminista no Brasil. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/cabral-eugenia-primeiras-historias.pdf>. Acessado em: 15 de novembro de 2013.

CASTRO, Luciana Laborne Valle De. **A construção da identidade feminina no espaço público televisivo**: um estudo de caso do programa *Saia Justa* do canal *GNT*. 2007. 76 páginas. Monografia. Centro Universitário de Belo Horizonte, Belo Horizonte.

COSTA NEVES, Teresa Cristina da. **A Dramatização no Telejornalismo**. Disponível em: http://www.eca.usp.br/caligrama/n_3/TeresaNeves.pdf. Acessado em: 20 de novembro de 2013.

DUARTE, Elizabeth Bastos. **Televisão**: Ensaios metodológicos. Porto Alegre: Sulina, 2004.

DUARTE, Luiz Guilherme. **É pagar para ver**: A TV por assinatura em foco. São Paulo: Summus, 1996.

FLAUSINO, Márcia Coelho. **As velhas/novas revistas femininas**. In: Congresso Anual em Ciência da Comunicação, XXVI, 2003, Belo Horizonte. p. 1-17. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/166758563888422596303588567707177173998.pdf>. Acessado em: 20 de novembro de 2013.

GOMES, Itânia Maria Mota. **Gêneros televisivos e modos de endereçamento no telejornalismo**. Salvador: Editora da Universidade Federal da Bahia, 2011.

_____ **A noção de gênero como estratégia de interação**: o diálogo entre os *cultural studies* e os estudos da linguagem. In: **Revista Fronteiras**, São Leopoldo, Programa de Pós-Graduação da UNISINOS, dezembro de 2002.

HIRT, Jeferson Ulir. **Saia Justa, mas do tamanho ideal**: Um estudo acerca do perfil do público do programa *Saia Justa*. 2011. 87 páginas. Dissertação. Faculdade Cásper Líbero, São Paulo.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Televisão**: A vida pelo vídeo. São Paulo: Moderna, 1988.

MARCUSCHI, Luíz Antônio. **Gêneros textuais**: Definição e funcionalidade. Disponível em http://disciplinas.stoa.usp.br/pluginfile.php/133018/mod_resource/content/3/Art_Marcuschi_G%C3%AAneros_textuais_defini%C3%A7%C3%B5es_funcionalidade.pdf. Acessado em: 4 de fevereiro de 2014.



OLIVEIRA, Dannilo Duarte. **Jornalismo policial, gênero e modo de endereçamento na televisão brasileira.** In: Colóquio Internacional televisão e realidade, 2008, Bahia. p. 1-18. Disponível em: <http://www.tvrealidade.facom.ufba.br/coloquio%20textos/Dannilo%20Duarte.pdf>. Acessado em: 2 de janeiro de 2014.

ORLANDI, Eni P. **Análise de discurso: Princípios & Procedimentos.** 3ª ed. Campinas: Pontes, 2001.

REZENDE, Guilherme Jorge de. **Gêneros e formatos jornalísticos na televisão brasileira.** In: Intercom, XXXII, 2009, Curitiba. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-2902-1.pdf>. Acessado em: 12 de fevereiro de 2014.

SILVA, Fernanda Maurício. **Dos telejornais aos programas esportivos: Gêneros televisivos e modos de endereçamento.** 2005. 211 páginas. Dissertação. Universidade Federal da Bahia, Salvador.

_____. **Considerações sobre conversação no telejornalismo.** In: Compós, XV, 2007, Curitiba. p. 1-20. Disponível em: <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/129/129>. Acessado em: 10 de Janeiro de 2014.

SIMÕES, Alex Caldas. **Por uma problematização do conceito de gênero textual: reflexões e debates necessários.** Disponível em: <http://www.ichs.ufop.br/memorial/trab2/1441.pdf>. Acessado em: 20 de dezembro de 2013.

Saia Justa. Rio de Janeiro: GNT, 9 de agosto de 2013. Programa de TV.

Saia Justa. Rio de Janeiro: GNT, 30 de outubro de 2013. Programa de TV.