

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
INSTITUTO DE ARTE E COMUNICAÇÃO SOCIAL
PRODUÇÃO CULTURAL

LAURA LIMA DE OLIVEIRA

**O IMPACTO CULTURAL DO CLÃ KARDASHIAN-JENNER: como a fama da
família influenciou e ainda influencia a sociedade**

NITERÓI, RJ
2022

LAURA LIMA DE OLIVEIRA

O IMPACTO CULTURAL DO CLÃ KARDASHIAN-JENNER: como a fama da família influenciou e ainda influencia a sociedade

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de graduação em Produção Cultural, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de bacharel em Produção Cultural.

Orientador: Prof. Dra. Flávia Lages

NITERÓI, RJ

2022

Ficha catalográfica automática - SDC/BCG
Gerada com informações fornecidas pelo autor

D278i De Oliveira, Laura Lima
O IMPACTO CULTURAL DO CLÃ KARDASHIAN-JENNER : como a fama da família influenciou e ainda influencia a sociedade / Laura Lima De Oliveira. - 2022.
68 f.: il.

Orientador: Flavia Lages De Castro.
Coorientador: Jackson Jacques Da Silva Couto.
Trabalho de Conclusão de Curso (graduação)-Universidade Federal Fluminense, Instituto de Arte e Comunicação Social, Niterói, 2022.

1. Reality shows (Programa de televisão). 2. Rede social. 3. Influência. 4. Celebridade. 5. Produção intelectual. I. De Castro, Flavia Lages, orientadora. II. Da Silva Couto, Jackson Jacques, coorientador. III. Universidade Federal Fluminense. Instituto de Arte e Comunicação Social. IV. Título.

CDD - XXX



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE

INSTITUTO DE ARTES E COMUNICAÇÃO SOCIAL
COORDENAÇÃO DO CURSO DE PRODUÇÃO
CULTURAL

ATA DA SESSÃO DE ARGUIÇÃO E DEFESA DE TRABALHO FINAL II

Ao décimo quinto dia do mês de dezembro do ano de dois mil e vinte e dois, às **dezenove horas e trinta minutos**, realizou-se de forma remota (online), em conformidade com resoluções do Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão da Universidade Federal Fluminense – CEPEX/UFF nº 637/2022 e 1.59/2022 - a sessão pública de arguição e defesa do Trabalho Final II intitulado "**O impacto cultural do clã Kardashian-Jenner: como a fama da família influenciou e ainda influencia a sociedade**", apresentado por **Laura Lima de Oliveira**, matrícula **218033076**, sob orientação do(a) **Profª. Drª. Flavia Lages de Castro**.

A banca examinadora foi constituída pelos seguintes membros:

1º Membro (Orientador(a)/Presidente): **Profª. Drª. Flavia Lages de Castro**

2º Membro: **Me. Jackson Jacques**

3º Membro: **Profª. Drª. Ana Lucia Enne**

Após a apresentação do(a) candidato(a), a banca examinadora passou à arguição pública. O(a) discente foi considerado(a):

Aprovado

Reprovado

Com nota final após arguição:
10,0

E para constar do respectivo processo, a coordenação de curso elaborou a presente ata que vai assinada pelo presidente da banca:

Presidente da Banca

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
INSTITUTO DE ARTE E COMUNICAÇÃO SOCIAL
PRODUÇÃO CULTURAL

FOLHA DE APROVAÇÃO

LAURA LIMA DE OLIVEIRA

**O IMPACTO CULTURAL DO CLÃ KARDASHIAN-JENNER: como a fama da
família influenciou e ainda influencia a sociedade**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de graduação em Produção Cultural, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de bacharel em Produção Cultural.

Orientador: Prof. Dra. Flávia Lages

Aprovado em:

Banca Examinadora

Professora Dr^a Flávia Lages - Orientadora

Me. Jackson Jacques

Professora Dr^a Ana Enne

Dedico aos que me amam, aos que me apoiaram, aos que torcem pelo meu sucesso e a todos que me acompanharam até aqui.

AGRADECIMENTOS

Quero agradecer primeiramente e principalmente a mim mesma que desde sempre fui minha companhia mais especial, meu principal apoio e maior fonte de determinação para, aos poucos, conquistar o que desejo.

Quero agradecer aos meus pais por terem me dado a vida, um teto e oportunidade de educação escolar ao longo desses anos.

Além deles, agradeço aos meus amigos e meu namorado que me deram apoio em momentos difíceis da vida e que virão a me apoiar em momentos importantes.

Por fim, agradeço também aos meus professores universitários e pela oportunidade que tive e venho tendo de estudar na Universidade Federal Fluminense.

“O diabo trabalha duro, mas Kris Jenner trabalha mais.”
(Autor desconhecido)

RESUMO

A família Kardashian-Jenner é composta por celebridades que, na mídia, desempenham funções diversas: estrelas de *reality*, *socialites*, empresárias, modelos e apresentadoras. Padece sobre muitos a dúvida sobre qual é o grande talento delas ou o que as fazem atrair tanta atenção na mesma grande proporção em que elas causam fascínio e geram obsessão. Deseja-se saber qual é o mistério Kardashian, qual é o segredo Jenner procurando expor e apresentar a influência delas na cultura pop atual em meio à uma atmosfera de crescimento ininterrupto e incansável da mídia e das redes sociais ao levantar dados bibliográficos e analisar mídias.

Palavras-chave: Kardashians; Jenner; mídia; redes sociais; cultura; influência.

ABSTRACT

The Kardashian family is made up of celebrities whom, in the media, play different roles: reality stars, socialites, business women, models and presenters. There are many doubts about what their great talent is or why they get so much attention in the same giant proportion that they cause fascination and obsession. The wish is to know the Kardashian mystery or the Jenner secret looking to expose and to present their influence in pop culture in the midst of this atmosphere of uninterrupted and tireless growth of the media and social networks by lifting the bibliography and studying media.

Keywords: Kardashians; Jenner; media; social networks; culture; influence.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	Abertura do <i>reality show</i> “ <i>Keeping Up With The Kardashians</i> ”	17
Figura 2	Kim tirando <i>selfies</i> enquanto levam Khloé para a prisão	20
Figura 3	Casamento de Kim Kardashian e Kris Humphries	20
Figura 4	Kim Kardashian anuncia o fim de <i>Keeping Up With The Kardashians</i> no Instagram	22
Figura 5	Robert Kardashian e O.J. Simpson no “Julgamento Do Século”	23
Figura 6	Kris Jenner com Robert Kardashian e os filhos Rob, Kim, Kourtney e Khloé	24
Figura 7	Kim Kardashian e a socialite Paris Hilton	25
Figura 8	Caitlyn Jenner antes e depois da transição de gênero	27
Figura 9	Caitlyn e Kris Jenner com as filhas Kendall e Kylie	27
Figura 10	Kendall Jenner desfilando para a grife <i>Versace</i>	28
Figura 11	Kylie Jenner na capa da Forbes	29
Figura 12	Kris Jenner sobre o sextape de Kim	31
Figura 13	Ray J e Kim Kardashian	32
Figura 14	Rob Kardashian	33
Figura 15	Kourtney e Kim brigando	33
Figura 16	Jovem participando do <i>#kyliejennerlipchallenge</i>	38
Figura 17	Foto mais curtida do Instagram no mundo em 2014	39
Figura 18	Foto mais curtida do Instagram no mundo em 2015	39
Figura 19	Kylie Jenner enquanto 4ª pessoa mais seguida no mundo	40

Figura 20	Kanye West fala sobre a família Kardashian em seu Instagram	40
Figura 21	Kim Kardashian para a capa da Playboy	41
Figura 22	Kanye West sobre Pete Davidson no Instagram	43
Figura 23	Kanye posta notícia sobre ele e Kim nos stories	43
Figura 24	Saint West mostrando propaganda no Roblox à Kim Kardashian	44
Figura 25	Perfil de Kris Jenner no Instagram	45
Figura 26	Masterclass de Kris Jenner	46
Figura 27	Kylie Jenner publica a primeira foto de sua filha anunciando a gravidez	47
Figura 28	Khloé Kardashian anuncia sua gravidez no Instagram	47
Figura 29	Antes e depois do preenchimento labial de Kylie Jenner	50
Figura 30	Kim Kardashian na capa da Paper Magazine em 2014	51
Figura 31	Mulheres imitando Kim Kardashian na capa da Paper Mag	52
Figura 32	Apresentadora Kelly Ripa imitando Kim Kardashian na capa da Paper Mag	52
Figura 33	Kim, Kylie e Khloé com suposto uso de Photoshop	54
Figura 34	Técnica de contorno e iluminação de Kim Kardashian	56
Figura 35	Kris Jenner no clipe de “ <i>Thank U, Next</i> ”	58
Figura 36	Bianca Andrade faz festa temática “Cris Jenner”	58

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	11
2. REALITY SHOW: O PALCO DA FAMÍLIA KARDASHIAN	13
3. ACOMPANHANDO QUEM?	17
3.1. Keeping Up With The Kardashians	17
3.2. Os personagens	23
3.3. A sede por fama e o meio digital como ferramenta	34
3.4. A influência no mundo	48
CONSIDERAÇÕES FINAIS	60
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	63

1. INTRODUÇÃO

Este trabalho de conclusão de curso consiste em uma análise de mídias e referências bibliográficas que busca mostrar a proporção em que a superexposição midiática da família Kardashian-Jenner, através de *reality shows* e redes sociais, fez com que eles se tornassem celebridades conhecidas internacionalmente e exercessem poderosa influência sobre a cultura popular mundial.

Apesar de existirem alguns *spin-offs*¹, o objeto de estudo deste artigo será o primeiro *reality show* acerca do cotidiano da família, o *Keeping Up With The Kardashians*, juntamente com a análise de alguns casos notórios e marcantes de influência exercidos pelos integrantes da família.

A escolha pelo primeiro reality show aconteceu devido à preferência pelo programa televisivo que mais respeitou o maior princípio do reality show que é o aproveitamento da realidade visto que, por mais que houvessem edições e até mesmo roteiros como qualquer outro programa de televisão, a curadoria do que ia ao ar ainda era menor e menos preocupante no caso de uma família que recém surgiu na mídia.

Conforme os anos passaram, a fama cresceu, as marcas surgiram, passou a existir fortuna e reputação para que se fossem zelados, então o risco é maior de que o transmitido se torne mais ficcional e engessado, que seria o caso do reality show mais recente da família, o *The Kardashians*. A intenção é a reflexão sobre a exposição da família, de suas casas e vidas, então o mais justo é que seja estudado o que realmente se aproxima disso.

O estudo de caso apresentado se aprofundará sobre a família de *socialites* Kardashian-Jenner como exemplo de influência midiática, sendo citadas e analisadas também situações em que a família e seus integrantes movimentaram a internet, meio de comunicação amplamente utilizado atualmente.

Com tamanha popularidade, as Kardashians e Jenners foram tornando-se rosto de outras marcas além das próprias e criando ainda maior influência em volta dos seus próprios sobrenomes já que

¹ “*Spin-off*, também chamado de derivagem, é um termo utilizado para designar aquilo que foi derivado de algo já desenvolvido ou pesquisado anteriormente.” Disponível em <<https://www.significados.com.br/spin-off/>>. Acesso em 17 jul 2022.

A forma como as marcas são representadas e percebido pelos clientes é o que gera seu valor, por isso os anunciantes estão preparados para com o que parecem ruinosas somas de dinheiro apenas para ter seus produtos ou serviços vinculados celebridades (CASHMORE, 2014 apud DUARTE e VENÂNCIO, 2021, p.2, tradução nossa).²

Através dos capítulos deste trabalho, procura-se compreender os motivos pelos quais um *reality TV*, assim como *Keeping Up With The Kardashians*, que acompanha a vida das Kardashian-Jenner, pode carregar tanta audiência e capturar tanta atenção numa atualidade onde as pessoas estão cada vez mais ansiosas e adeptas ao entretenimento rápido e curto e, por isso, estão cada vez menos simpatizantes aos programas de TV visto a facilidade de acesso à informação e ao espetáculo de forma praticamente instantânea na palma das mãos.

Para que se entenda melhor essa estrutura e contexto, o primeiro capítulo irá se encarregar de trazer a apresentação dos conceitos de *reality TV* e *reality show*, assim como suas semelhanças, diferenças e como surgiram e se popularizaram essas categorias, seguido pelo segundo capítulo com o objetivo de apresentar especificamente *Keeping Up With The Kardashians*, primeiro *reality show* da família Kardashian-Jenner lançado em 2007 e o principal, que deu origem à diversos *spin-offs* assim como o seu sucessor e atual *The Kardashians*, televisionado pelo sistema de *streaming* Hulu e lançado em 2022.

O que antes era apenas um *reality show* acabou se tornando um fenômeno e "serviu de base inicial para a ascensão da mídia e construção da marca [Kardashian e Jenner], funcionando como fonte direta para os lançamentos de suas marcas e para o dia a dia" (DUARTE e VENÂNCIO, 2021, p. 4, tradução nossa)³, principalmente dentro da cultura popular atual.

Percebe-se então, como o *reality TV* é realmente capaz de atrair tamanha atenção e audiência ao ponto de dar fama e influência mundial aos seus participantes. O interesse e prazer da audiência em assistir os bastidores da vida de alguém e tudo aquilo que não é mostrado durante o uso da máscara social, dá poder àqueles que se expõem e os fazem entrar nas vidas alheias em forma de influência.

O que causa certa preocupação e se é estudado são o fato de que existem diversas maneiras de uma celebridade impactar a cultura e como esse impacto pode

² No original: "the way brands are represented and perceived by customers is what generates their value, so advertisers are prepared to partwith what seem ruinous sums of money just to have their products or services linked with celebrities".

³ No original: "provided the initial basis for media rise and brand building, functioning as a direct source for their brand launches and daily life."

ser maléfico algumas vezes quando, por exemplo, causa mudanças de comportamento e distorções da realidade.

O terceiro capítulo está dividido em 4 subcapítulos que possuem o intuito de, respectivamente, introduzir e fazer um breve resumo sobre o *reality show Keeping Up With The Kardashians*, aprofundar a apresentação dos principais personagens do enredo estudado, discutir as estratégias que mantém a família diante dos holofotes incluindo o empresariado da matriarca e as mídias sociais como poderosas ferramentas para a manutenção dessa fama e, por fim, elencar casos de influência das irmãs na cultura popular, desde padrões estéticos até tendências que pararam a internet.

2. REALITY SHOW: O PALCO DA FAMÍLIA KARDASHIAN

Popularmente não há nem mesmo muito conhecimento sobre a distinção entre *reality TV* e *reality show* e quais são as diferenças entre os dois, mas na verdade, o que acontece é que o *reality show*, é apenas um dos formatos incluídos no gênero chamado *reality TV*, um gênero tão extenso provido de muitos formatos e subgêneros.

[O *reality show*] como formato teve seus primeiros contornos vistos na televisão em 1948, com o programa *Candid Camera*, que filmava com câmeras escondidas as reações espontâneas de pessoas comuns a situações específicas, planejadas pela produção (CAMARGO, 2019, p. 8)

E por mais amplo e cheio de formatos que seja o gênero, já que ele

passou por diversas transformações ao longo do tempo, ramificando-se em inúmeros produtos e tendo um ápice de audiência e variedade de programas na passagem do século XX para o século XXI (MATEUS, 2012 apud CAMARGO, 2019, p.13)

a sua especificidade e ponto central recorrente e que obrigatoriamente aparece em todos os formatos é o aproveitamento da realidade pois,

o que caracteriza um programa ou quadro televisivo como *reality TV* não é propriamente o seu formato, mas a utilização de elementos de linguagem que enfatizam o referente e geram simulações que aproximam a ficção e a realidade. [...] Enquanto outros modos de fazer TV admitem limites entre o mundo vivido e o mundo midiático, a *reality TV* procura eliminá-los. (ROCHA, 2009, p.3)

Quando se fala sobre o conceito de *reality show*, Hill (2007 *apud* ROCHA, 2009) traz alguns questionamentos como

A categoria do *reality TV* é comumente usada para descrever uma série de programação factual popular. Há uma variedade de estilos e técnicas associadas com *reality TV* como atores não-profissionais, diálogos sem script, imagens de vigilância, câmeras de mão, vendo os eventos conforme eles acontecem na frente da câmera. De qualquer forma, o tratamento de “*reality*” na programação de *reality* mudou conforme o gênero se desenvolveu ao longo da década. Nos primeiros estágios do gênero, *reality TV* era associado com imagens no local de lei e ordem ou serviços de emergência. Mais recentemente, *reality TV* é associado com tudo e qualquer coisa, desde pessoas à animais de estimação, desde nascimento até a morte. Então, como categorizamos esse gênero diverso? (HILL, 2007, p. 41 *apud* ROCHA, 2009, p.2, tradução nossa)⁴

Pode-se considerar uma resposta para essa questão quando Rocha diz que “embora o formato mais associado à *reality TV* seja o *reality show*, ela não se restringe a ele e transporta, para a programação em geral, estilos e técnicas que visam tornar seus textos mais e mais reais.” (ROCHA, 2009, p.2) e é exatamente essa ânsia em reproduzir a realidade nos mínimos e mais convincentes detalhes que os produtores desse tipo de programação buscam em seus episódios desde o roteiro até a produção.

Há, realmente, um voyeurismo midiático, uma vontade de entrever pelos vãos das cortinas, olhar pelas frestas de portas e janelas, observar a vida alheia através do buraco da fechadura a partir dos sistemas de comunicação. [...] Afinal, o voyeurismo midiático é uma prática na qual o indivíduo sente prazer em observar a vida alheia. (ROCHA, 2009, p.3)

Os motivos pelos quais multidões acompanham, com deslumbramento, o dia a dia da família Kardashian-Jenner em seus *reality shows* e redes sociais, rondam em torno do sentimento de desejo, seja pelo estilo de vida rico e luxuoso, seja por se identificar com os membros ou seja para se sentir pertencente àquele grupo alcançando o objetivo principal dos seus episódios da TV que

têm como característica a identificação do público com o que é retratado, sendo que esse reconhecimento é almejado pelos produtores e personagens desses programas, reconhecimento este que influencia o público em relação a padrões de comportamento, hábitos de consumo e tendências (CAMARGO, 2019, p.18).

⁴ No original: “*The category of reality TV is commonly used to describe a range of popular factual programming. There are a variety of styles and techniques associated with reality TV, such as non-professional actors, unscripted dialogue, surveillance footage, hand-held cameras, seeing events unfold as they are happening in front of the camera. However, the treatment of “reality” in reality programming has changed as the genre has developed over the past decade. In the early stages of the genre, reality TV was associated with on-scene footage of law and order, or emergency services. More recently, reality TV is associated with anything and everything, from people to pets, from birth to death. So, how do we categorize this diverse genre?*”

O que é exposto pelo programa da família Kardashian-Jenner é um padrão de vida considerado glamouroso por alguns, envolto em dinheiro, luxo e beleza que faz com que muitas mulheres e meninas sonhem com aquele estilo de vida que acompanham, mas mais do que isso, o que as torna tão fascinantes diante do público é ver que a realidade delas não é feita apenas disso.

Então seja pelo fetiche de observar a vida dos outros, seja pelo desejo de poder usufruir de alguma forma de um estilo de vida diferente, seja pela identificação do público ao assistir a realidade sendo retratada, os programas de *reality TV* arrastam extrema popularidade porque “possibilitam a seus espectadores, se enxergarem naquele no contexto apresentado com mais senso de realidade, e conseqüentemente aumentar o grau de identificação e atração pelo programa.” (BRANDÃO, FERNANDES e DOS SANTOS, 2016, p. 7).

Quando o *reality show* da família Kardashian-Jenner mostra os bastidores de uma família tão glamourosa, que leva um estilo de vida tão desejado, e abre ao público a descoberta de que eles, na realidade, também têm problemas comuns, o impacto é grande porque, por mais que o telespectador não usufrua dos mesmos privilégios e não tenha as mesmas condições de vida daquela família, ainda assim, ele consegue se identificar de alguma forma com aquele grupo ao qual almeja tanto pertencer e se torna fascinante como, de uma hora pra outra, aquela realidade não parece tão distante e

o exemplo de KUWTK [*Keeping Up With The Kardashians*] é notável: os divórcios e traições sofridas por suas protagonistas são extensamente exploradas como forma de obter não somente audiência, mas identificação e empatia por parte do público. (CAMARGO, 2019, p. 16).

Até mesmo “os conflitos familiares também são fontes de identificação com o público, que se espelha e reage de acordo com suas próprias experiências” (NATAL, 2014, p. 51) fazendo essa realidade distante estar próxima ao ponto da audiência sentar, observar, opinar e participar de alguma forma pois

quando a audiência assiste *reality TV*, eles não estão apenas assistindo os programas por entretenimento, eles também estão engajados em uma experiência crítica das atitudes e comportamentos de pessoas comuns, e das ideias e práticas dos produtores desses programas. (THOMPSON, 2017, p.4).

Causar a sensação de assistir “gente como a gente” na TV é uma das coisas que atrai tanto o público. Então, por mais que exista tanto dinheiro, fama e bens materiais, muito daquilo acaba sendo bastante roteirizado, produzido e até mesmo

combinado, como por exemplo, “o programa passa a impressão de que Kris não possui nenhum tipo de empregados para as tarefas domésticas: as cenas geralmente a mostram a cargo do jantar da família ou como se ela fosse a responsável pela limpeza da casa.” (NATAL, 2014, p.51).

É por isso que “os *reality shows*, que caminham entre o real e o ilusório, uma vez que, embora busquem retratar a realidade de seus ‘atores’ também perpassam por um processo de produção, editoração e roteiro” (BRANDÃO, FERNANDES e DOS SANTOS, 2016, p. 7). E além de poder ver, analisar e pensar de forma crítica em reações e comportamentos diante dessas situações, o que deixa toda essa experiência ainda mais interessante é a participação de celebridades.

Se identificar com pessoas que parecem estar tão distantes e localizadas no pedestal da fama é ainda mais interessante do que se identificar com pessoas “comuns”, sem contar que “as pessoas que possuem destaque na sociedade, ou seja, que possuem fama se tornam modelo para os demais.” (BRANDÃO, FERNANDES e DOS SANTOS, 2016, p. 5).

Juntar *reality show* e celebridades pode ser uma combinação explosiva porque “a cultura da celebridade é um dos mecanismos mais importantes para mobilizar o desejo abstrato. Ela personifica o desejo num objeto animado, que admite níveis mais profundos de apego e identificação do que com mercadorias inanimadas” (ROJEK, 2008, p. 201 apud BRANDÃO, FERNANDES e DOS SANTOS, 2016, p. 6) e foi o que aconteceu com *Keeping Up With The Kardashians*.

No caso da família Kardashian-Jenner, o *reality* foi o ponto inicial e funcionou como um “*outdoor*” para a fama inflada através de estratégias, especialmente o uso das mídias sociais e o inteligente aproveitamento de inúmeras oportunidades encabeçadas por Kris Jenner, a matriarca e também empresária.

Prova de que funcionou bem demais é o *reality* “*The Kardashians*”, que teve início apenas alguns meses após a finalização do “*Keeping Up With The Kardashians*” teve recorde de audiência internacional na estreia. A própria plataforma de *streaming*, Hulu, “diz que ‘*The Kardashians*’ é a maior estreia de série na história dos Estados Unidos.”⁵

⁵ No original: “says “*The Kardashians*” is its biggest series premiere in U.S. history”. Disponível em <<https://variety.com/2022/tv/news/the-kardashians-hulu-ratings-premiere-1235236788/>> Acesso em 27 out 2022.

3. ACOMPANHANDO QUEM?

3.1. *Keeping Up With The Kardashians*

Televisado pelo canal por assinatura E!, o primeiro *reality show* da família Kardashian-Jenner, nomeado como “*Keeping Up With The Kardashians*”, estreou nos Estados Unidos em 14 de outubro de 2007.

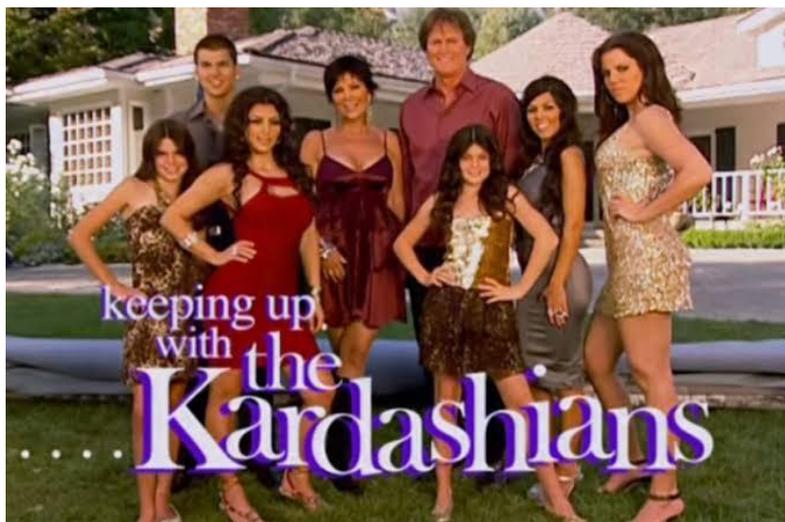
O nome, em tradução livre, significa “Acompanhando as Kardashians” e

A narrativa dos episódios consiste na exibição da rotina da família, considerada caótica e atípica, ao mesmo tempo em que busca retratar os Kardashian-Jenner como uma família americana comum, com conflitos e desavenças como qualquer outra. (NATAL, 2014, p. 47)

Esse era o principal objetivo dos episódios que só começaram a ir ao ar aqui no Brasil no começo de 2008, acompanhar o dia a dia e as tramas da família. Como dito por Duarte e Venâncio (2021, p.2), “o *reality show* da família é um programa focado nos looks, imagem e consumo dessa família rica”.⁶

FIGURA 1 - ABERTURA DO REALITY SHOW “KEEPING UP WITH THE KARDASHIANS”

⁶ No original: “*The family’s reality show is a program focused on the looks, image, and consumption of this wealthy family.*”



Fonte: Capricho⁷

Os personagens principais, que possuem suas rotinas e cotidiano televisionados no primeiro *reality show* da família são Kris Jenner, Caitlyn Jenner, Kim Kardashian, Kourtney Kardashian, Khloé Kardashian, Rob Kardashian, Kendall Jenner e Kylie Jenner.

Kourtney, Kim, Rob e Khloé são frutos do casamento de Kris Jenner com o advogado Robert Kardashian, famoso por ter sido advogado de defesa no julgamento de seu amigo pessoal, O.J. Simpson, estrela de futebol americano acusado pelo assassinato da própria esposa.

Depois do término com Robert Kardashian em 1981, a matriarca iniciou seu relacionamento com a estrela do atletismo Bruce Jenner (hoje conhecida como Caitlyn Jenner) que, por isso, também se tornou um dos personagens principais do *reality* mais tarde. Esse relacionamento deu origem às duas filhas caçulas do clã: Kendall Jenner e Kylie Jenner.

O sobrenome da família voltaria a aparecer na mídia menos de 10 anos depois do julgamento de O.J. Simpson, por causa de Kim Kardashian que começou a prestar serviços como assistente e *personal shopper*⁸ para sua amiga Paris Hilton, que “costumava ter seu próprio programa chamado *The Simple Life*, onde Kim fazia

⁷

Disponível

em:

<<https://capricho.abril.com.br/entretenimento/kardashians-criam-abertura-da-1a-temporada-do-keeping-up/>>. Acesso em 07 Ago 2022.

⁸ “Os *personal shoppers*, ou consultores de compras, são profissionais brasileiros que vivem nos Estados Unidos e realizam compras para terceiros.” Disponível em: <<https://vocesa.abril.com.br/financas-pessoais/vale-a-pena-contratar-personal-shopper-no-exterior/>>. Acesso em 17 de julho de 2022.

aparções de tempos em tempos como a personal de estilo dela e lacaia.” (DELBYCK, 2019 apud PAQUETTE, 2020, p. 5-6, tradução nossa)⁹.

Mas tudo explodiu de verdade em 2007, quando um vídeo caseiro de sexo entre Kim Kardashian e Ray J, cantor e compositor americano, vazou na internet. E, graças aos contatos da família com gente influente na mídia e impulsionado pelo vazamento da polêmica *sextape*, surge o *reality show*.

Foi Ryan Seacrest, conhecido apresentador e produtor americano, que ajudou a lançar o show em 2007. Transmitido desde 2007,

Keeping Up With the Kardashians [...] está incluído no subgênero de *reality shows* que acompanham o cotidiano de celebridades ou pessoas notórias, tendo características mais evidentes de um docusoap, embora também dialogue com outros formatos (CAMARGO, 2019, p. 14).

Em entrevista ao repórter Dimitri Ehrlich do *Interview Magazine*, a matriarca Kris Jenner diz que a ideia do *reality show* surgiu a partir de um desejo da mesma de mostrar o dia a dia da família com o intuito de trazer maior popularidade ao nome da loja de roupas que as filhas tinham na época, a *Dash*. Ouvindo falar sobre esse desejo, o produtor executivo Ryan Seacrest se prontou em torná-lo realidade.

Ela fala também nessa mesma entrevista sobre o gosto que ela e as filhas sempre tiveram por essa área, tanto que a Kim trabalhou como organizadora e estilista pessoal enquanto Kourtney se formou em moda, além de contar sobre a história de empreendedorismo da família já que, quando era mais nova, tinha, uma loja de velas juntamente com a avó das meninas.

Porém, existem controvérsias sobre o real interesse e motivo em lançar esse *reality show*, visto que meses antes da estréia ocorreu o vazamento da *sextape* de Kim Kardashian, episódio que fez com que o sobrenome da família estourasse a bolha e ganhasse um holofote apenas dele.

O vídeo de sexo de Kim Kardashian gerou burburinho nos meios de comunicação, parou em sites de pornografia e foi distribuída pela produtora de vídeos adultos *Vivid Entertainment*. Na época, juntamente com sua mãe e empresária, Kim tentou processar a produtora mas desistiu quando chegou em um acordo milionário onde também ganharia com a distribuição do vídeo.

É inegável que esse acontecimento, que trouxe visibilidade e curiosidade para as Kardashians, teve influência na criação do *reality*: oito meses depois

⁹ No original: “Hilton used to have her own TV show called *The Simple Life*, where Kim would make appearances 6 from time to time as her personal stylist and lackey”.

dessa exposição, em outubro de 2007, *Keeping Up With The Kardashians* estreou no canal E! Entertainment Television. (CAMARGO, 2019, p. 8)

Aceitar dinheiro pela distribuição e ter ganhado seu próprio *reality show* são alguns dos pontos que fazem o público acreditar que esse vazamento foi, na verdade, uma situação armada para que Kim conseguisse o que tanto desejava: fama. Até hoje, o homem envolvido no vídeo afirma e reafirma que existe, sim, participação da mãe e da filha nesse vazamento, espectadores falam sobre como as cenas do vídeo pareciam “arrumadas” demais, entre outras teorias...

Na primeira temporada, o maior foco dos episódios era Kim Kardashian, devido à curiosidade que existia na época acerca dela e ao *buzz* que ela direcionou à própria família após o vazamento de sua *sextape* com o cantor Ray J antes da criação do programa e as entrevistas com a *socialite* ainda tocavam muito nesse assunto. Ela era a peça chave do *reality show* naquele momento tanto que aparece em destaque no centro do pôster de divulgação da primeira temporada do programa [Figura 4], mas com o tempo o resto da família foi ganhando espaço e fama individual também.

A terceira temporada, logo em seu primeiro episódio, contou sobre a prisão de Khloé Kardashian por dirigir alcoolizada¹⁰ e foi logo ali uma das primeiras situações onde os episódios ganharam espaço nos meios de comunicação e geraram até alguns memes que são usados até hoje nas redes sociais.

FIGURA 2 - KIM TIRANDO *SELFIES* ENQUANTO LEVAM KHLOÉ PARA A PRISÃO



¹⁰ Disponível em *Keeping Up With The Kardashians*, ano 2007, Temporada 3, Episódio 1

Fonte: Punkee¹¹

Na sexta temporada, foram apresentados episódios que mostravam o relacionamento de Kim Kardashian com o jogador de basquete Kris Humphries, com dois episódios especiais de 1 hora cada, sintonizando o casamento dos dois que foi bem conturbado, polêmico para a audiência e mídia, durando apenas 72 dias.

FIGURA 3 - CASAMENTO DE KIM KARDASHIAN E KRIS HUMPHRIES



Fonte: The Sun¹²

Esses, que foram os episódios 14 e 15 da sexta temporada e se chamaram "*Kim's Fairytale Wedding: A Kardashian Event, Part 2*" foram responsáveis por quando "o canal E!, que transmite o *reality* internacionalmente, teve seu dia de maior audiência do canal com o especial de casamento de Kim Kardashian com Kris

¹¹ Disponível em <<https://punkee.com.au/viral-keeping-up-with-the-kardashians-moments/120023>> . Acesso em 6 ago 2022.

¹² Disponível em <<https://www.thesun.co.uk/tvandshowbiz/celebrities/15313879/kim-kardashian-wedding-kris-humphries-filmed-for-show/>>. Acesso em 17 out 2022.

Humphries, com aproximadamente 4 milhões de espectadores nos Estados Unidos.” (CAMARGO, 2019, p.9).

Mas o sucesso do programa não foi passageiro, visto que, segundo a plataforma de notícias UOL 2016, “a estreia da décima segunda temporada do programa [...] conquistou o segundo lugar na TV paga entre mulheres de 25 a 49 anos, principal público-alvo do canal” e o *reality show* contou com 20 temporadas tendo sido concluída em 2021.

Ainda em setembro de 2020, Kim Kardashian confirmou em sua conta do Instagram através de uma postagem que o *reality show* chegaria ao fim depois de 14 anos após a 20ª temporada que iria ao ar em 2021.

FIGURA 4 - KIM KARDASHIAN ANUNCIA O FIM DE *KEEPING UP WITH THE KARDASHIANS* NO INSTAGRAM



Fonte: Instagram @kimkardashian¹³ / Nairaland¹⁴

Alguns dias após o anúncio, o tablóide *Page Six*¹⁵ publicou uma matéria especulando os motivos que levaram ao fim do programa. Segundo artigo escrito pela repórter Francesca Bacardi, fontes próximas à família contaram que eles já estariam “cansados” e aproveitaram pra revelar que a saúde mental de Kanye West, marido de Kim Kardashian na época, não teria absolutamente nada a ver com a

¹³ Disponível em <<https://www.instagram.com/p/CE5AwirA4Cx>>. Acesso em 17 out 2022.

¹⁴ Disponível em <<https://www.nairaland.com/6106635/keeping-up-kardashians-over-after>> Acesso em 17 out 2022.

¹⁵ Disponível em <<https://pagesix.com/2020/09/09/why-keeping-up-with-the-kardashians-is-ending/>> Acesso em 12 jun 2022.

decisão já que existiam muitos boatos sobre isso pois a situação de saúde do rapper estava sendo bem conturbada naquele momento.

Durante uma entrevista à WWD¹⁶, Kris Jenner disse que as mídias sociais contribuíram para o fim do show deles na TV. Ironicamente, visto que são ferramentas amplamente usadas pelos integrantes da família para se manterem em contato com o público e presente nos meios de comunicação. A matriarca disse: "Quando nós começamos, não havia Instagram ou Snapchat ou outra plataforma de mídia social. O mundo mudou. Agora há várias, o espectador não precisa esperar 3 ou 4 meses pra ver um episódio. Nós podemos dar a eles toda a informação que alguém quer saber em tempo real." (tradução nossa).

Apenas 3 meses depois do anúncio de término, em dezembro de 2020, o *streaming* Hulu anunciou o início de um outro e novo *reality show* da família que se denominaria *The Kardashians*.

E quem acompanhou todos esses anos de *Keeping Up With The Kardashians* mesmo em meio às críticas que insistiam em dizer o quão fútil era tudo aquilo, continua observando a vida das irmãs até hoje enquanto ainda mais gente, nesse meio de caminho, é acometida pela influência delas. Em um artigo para o portal Refinery 29¹⁷, o escritor e psicoterapeuta MJ Corey, reforça essa ideia e defende a família ao dizer que

The Kardashians, que estreou em 14 de abril, quebrou os recordes de *streaming* no Hulu. [...] Ainda assim, os críticos e o público parecem relutantes em reconhecer sua relevância, insistentemente votando negativamente no programa no IMDb, Metacritic e Rotten Tomatoes. Então, quem são todos os espectadores que sintonizaram e por que *The Kardashians* continua a ostentar um Instagram coletivo de mais de 1,2 bilhão? (COREY, 2022).

3.2. Os personagens

Era 26 de setembro de 1994 quando o sobrenome Kardashian começava a aparecer na mídia. Dessa vez apenas como coadjuvante, mas era o começo de uma história de fama em torno da família. A peça principal responsável pelo pontapé

¹⁶ Disponível em <https://wwd.com/beauty-industry-news/beauty-features/kris-jenner-built-a-beauty-empire-123461505-2/>. Acesso em 12 jun 2022.

¹⁷ Disponível em <https://www.refinery29.com/en-us/2022/05/10970105/how-kardashians-influence-society>. Acesso em 21 out 2022.

inicial através dos meios de comunicação foi Robert Kardashian que, a partir dessa data, advogaria em defesa de O.J. Simpson no chamado “Julgamento do Século”. após o jogador de futebol americano ter sido acusado de assassinar a esposa e o suposto amante dela.

FIGURA 5 - ROBERT KARDASHIAN E O.J. SIMPSON NO “JULGAMENTO DO SÉCULO”



Fonte: Revista Época¹⁸

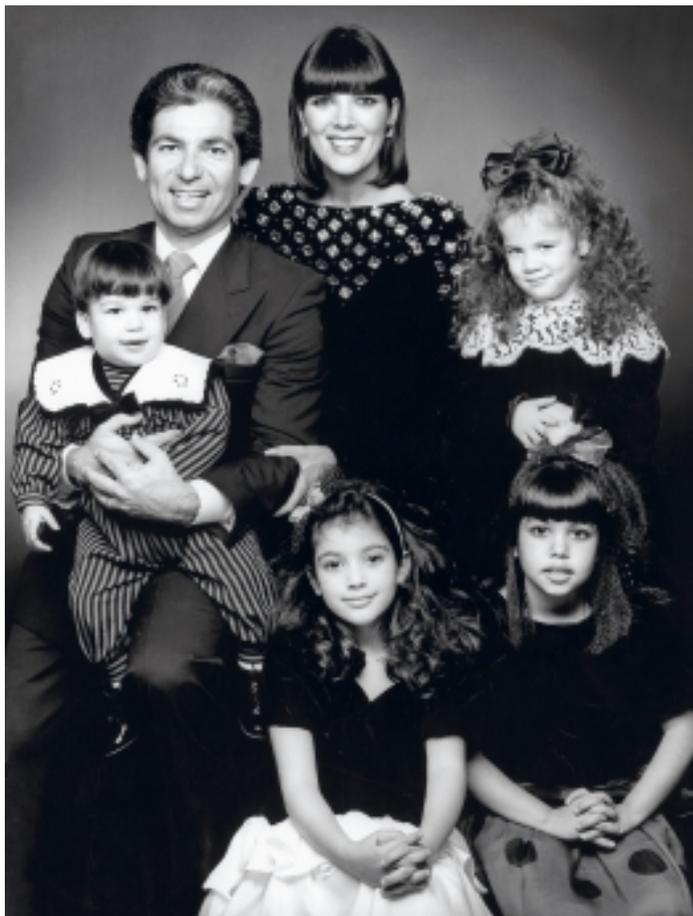
O advogado fez parte de um julgamento que durou 372 dias e teve participação na absolvição do astro americano que já era amigo de longa data da família. Da mesma forma que Nicole Simpson, a vítima de assassinato, também era melhor amiga de Kris Jenner, esposa de Robert Kardashian.

A presença de Robert Kardashian não fez parte do *reality show*, visto que ele e Kris Jenner se divorciaram em 1991 e ele faleceu em 2003.

FIGURA 6 - KRIS JENNER COM ROBERT KARDASHIAN E OS FILHOS ROB, KIM, KOURTNEY E KHLOÉ

18

Disponível em
<<https://epoca.oglobo.globo.com/colunas-e-blogs/bruno-astuto/noticia/2015/12/ele-era-uma-celebrida-de-da-forma-mais-verdadeira-diz-david-schwimmer-sobre-robert-kardashian.html>>. Acesso em 7 ago 2022.



Fonte: Interview Magazine¹⁹

Mas, Nicole Simpson e OJ Simpson não eram os únicos nomes famosos e da alta sociedade que faziam parte do círculo social da família. Kim Kardashian, uma das filhas do casal Kris e Robert, era *personal shopper* e melhor amiga da *socialite* Paris Hilton tendo feito, inclusive, participações no *reality show* dela, *The Simple Life*, que foi ao ar de 2003 até 2007. Essa foi a primeira vez que Kim fez contato com o mundo do *reality TV*, o universo que mais tarde seria responsável pelo sucesso da família e foi por esse motivo que, inicialmente, o nome de Kim Kardashian passou a se tornar conhecido nesse meio.

FIGURA 7 - KIM KARDASHIAN E A SOCIALITE PARIS HILTON

¹⁹ Disponível em <<https://www.interviewmagazine.com/culture/kris-jenner>>. Acesso em 7 ago 2022.



Fonte: OK! Magazine²⁰

Mas, como toda exposição também tem seu lado ruim, ainda em 2007, Kim Kardashian viu um escândalo surgir em torno de seu nome: o vazamento de uma *sextape* dela com o cantor americano, Ray J, com quem ela se relacionou entre 2002 e 2006.

Como na época, ela estava de alguma forma exposta na mídia e envolta da alta sociedade, a fita tomou proporções que poderiam ter sido menores caso ela fosse uma total desconhecida. Mas, na balança do clã entre o lado bom e o ruim dessa exposição, mais uma vez o lado benéfico venceu quando essa má exposição as deu a maior oportunidade de suas vidas até então.

Alguns meses depois, a partir de uma parceria da matriarca e empresária da família Kris Jenner com o produtor televisivo Ryan Seacrest, surgiu *Keeping Up With The Kardashians*, o primeiro *reality show* em torno da família Kardashian-Jenner.

Nos episódios do programa televisivo, ao invés de Robert Kardashian, quem teve participação ativa nos episódios fazendo papel de figura paterna foi o segundo marido de Kris Jenner, que ainda era casado com ela na época.

²⁰ Disponível em <<https://www.ok.co.uk/celebrity-news/simple-life-kim-kardashian-wishes-14768093>>. Acesso em 7 ago 2022.

Seu nome costumava ser Bruce Jenner mas, após o divórcio do casamento de 23 anos, a estrela do atletismo norte-americano decidiu passar por um processo de transição de gênero em 2016 e atualmente é conhecida como Caitlyn Jenner.

FIGURA 8 - CAITLYN JENNER ANTES E DEPOIS DA TRANSIÇÃO DE GÊNERO



Fonte: Aventuras na História - UOL²¹

O relacionamento delas gerou as duas filhas caçulas da família, Kendall Jenner e Kylie Jenner.

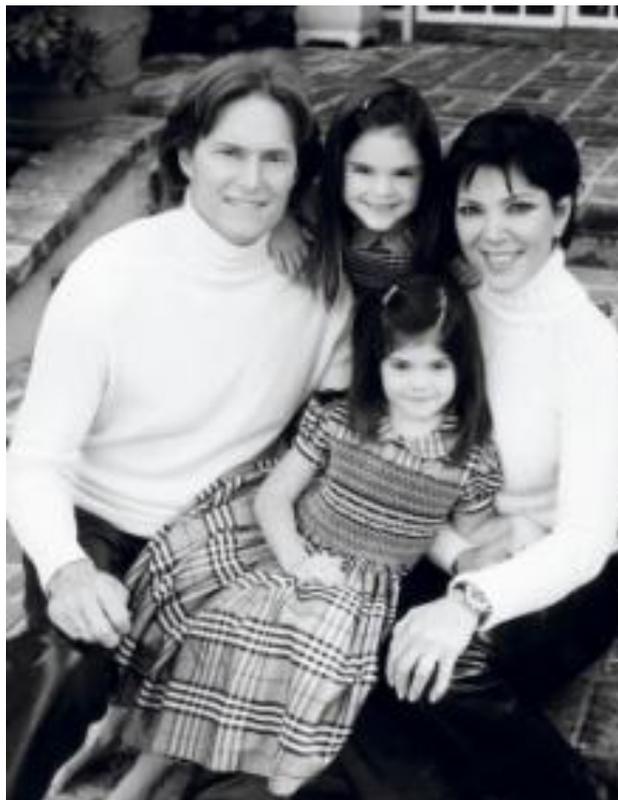
FIGURA 9 - CAITLYN E KRIS JENNER COM AS FILHAS KENDALL E KYLIE

21

Disponível

em

<<https://aventurasnahistoria.uol.com.br/noticias/reportagem/de-grande-atleta-a-socialite-conheca-a-historia-de-caitlyn-jenner.phtml>>. Acesso em 19 jul 2022.

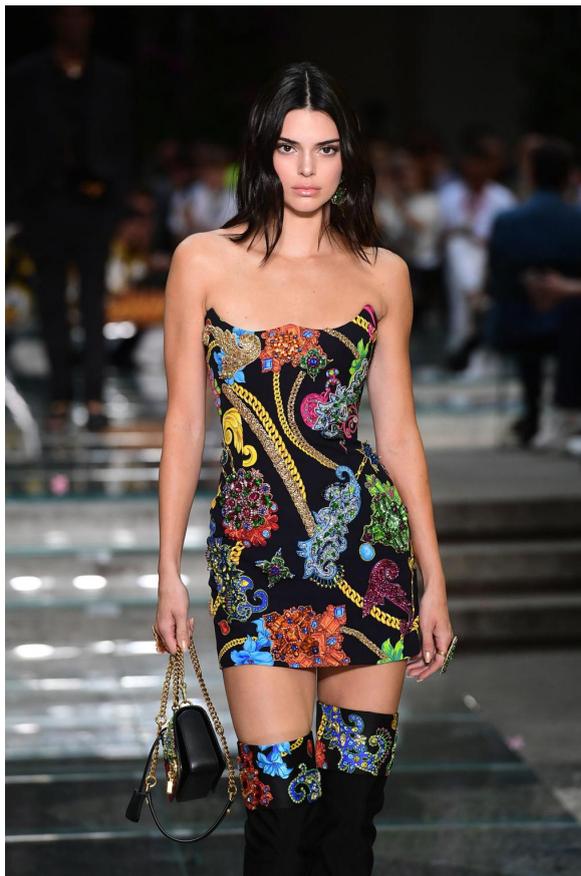


Fonte: Interview Magazine²²

Kendall, a primeira filha do casal, tinha apenas 11 anos de idade quando o primeiro episódio do programa de TV foi ao ar e aquecida pelo sucesso da família nos meios de comunicação pôde construir seu nome desde bem cedo crescendo rapidamente como modelo desfilando para grifes como *Versace*, *Courrèges*, *Prada*, *Jacquemus* e *Missoni* e em grande eventos como o *Victoria's Secret Fashion Show* e *NYFW [New York Fashion Week]*.

FIGURA 10 - KENDALL JENNER DESFILANDO PARA A GRIFE *VERSACE*

²² Disponível em <<https://www.interviewmagazine.com/culture/kris-jenner>>. Acesso em 7 ago 2022.



Fonte: Vogue Australia²³

Assim como ela, Kylie também foi obrigada a conviver com câmeras desde bem nova, a partir dos 10 anos de idade. Surpreendentemente, alguns anos mais tarde a caçula conseguiu ultrapassar sozinha toda a fortuna de suas irmãs mais velhas, tornando-se a bilionária mais jovem do mundo com sua empresa de cosméticos e maquiagens, *Kylie Cosmetics*.

FIGURA 11 - KYLIE JENNER NA CAPA DA FORBES

²³

Disponível em
<<https://www.vogue.com.au/fashion/news/kendall-jenner-returns-to-the-runway-at-versace-after-a-five-month-sabbatical/news-story/3b6d92b94d6dfe3f35184c64a15c0cde>>. Acesso em 13 out 2022.



Fonte: G1²⁴

Além da fortuna, Kylie também conseguiu ultrapassar suas irmãs em números de seguidores no Instagram, tendo inclusive se tornado, em janeiro de 2022, “a primeira mulher na história do Instagram a atingir 300 milhões de seguidores” (Daily Mail, 2022)²⁵.

Além do *buzz*, do dinheiro, da vida luxuosa e da exposição da vida pessoal na TV, o que muito impressiona o público são as inteligentíssimas estratégias de marketing utilizadas pela família para se manter sempre na mídia, principalmente partindo da matriarca. Kris Jenner é empresária de todos os filhos e se autodenomina “*momager*” que seria a junção de “*mom*” e “*manager*”, significando, respectivamente, “mãe” e “empresária”. Como dito pela mesma no livro *Kris Jenner... and All Things Kardashian* (2011, p. VIII), o termo foi até patenteado por ela.

²⁴

Disponível em
<<https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/kylie-jenner-na-capa-da-forbes-ela-e-a-empresaria-bilionaria-mais-jovem-da-america.ghtml>>. Acesso em 7 ago 2022.

²⁵

Disponível em
<<https://www.dailymail.co.uk/tvshowbiz/article-10395975/Kylie-Jenner-smashes-Instagram-record-wo-man-obtain-300M-followers.html>>. Acesso em 20 nov 2022.

Uma das cenas mais icônicas e famosas da série televisiva é, inclusive, de Kris Jenner comentando sobre a *sextape* de Kim, onde ela diz: “quando vi o *sextape* de Kim, como mãe, eu queria matá-la, mas como empresária dela...” (tradução nossa)²⁶ deixando que o público interpretasse o fim da frase.

FIGURA 12 - KRIS JENNER SOBRE O *SEXTAPE* DE KIM



Fonte: TVGag²⁷

Em entrevista ao popular tablóide britânico *Daily Mail*²⁸, em 2022, Ray J, o homem envolvido no vídeo de sexo que foi vazado, disse “eu nunca vazei um vídeo de sexo na minha vida. Sempre foi um acordo e parceria entre Kris Jenner e Kim e eu e nós sempre fomos parceiros desde o início dessa coisa”, o que aumenta ainda mais a especulação de que o vazamento do vídeo tenha sido proposital como uma estratégia de marketing.

²⁶ “When I saw Kim’s sextape, as a mother, I wanted to kill her, but as her manager...” (Kris Jenner, em *Keeping Up With The Kardashians*, ano 2007, Temporada 1, Episódio 1)

²⁷ Disponível em <<https://tv Gag.com/gag/i-wanted-to-kill-her/>>. Acesso em 17 jul 2022.

²⁸ No original: “I have never leaked a sex tape in my life. It’s always been a deal and a partnership between Kris Jenner and Kim and me and we’ve always been partners since the beginning of this thing”. Disponível em <<https://www.dailymail.co.uk/tvshowbiz/article-11171723/Ray-J-claims-Kris-Jenner-masterminded-leak-Kim-Kardashians-sex-tape.html>>. Acesso em 17 out 2022.

FIGURA 13 - RAY J E KIM KARDASHIAN



Fonte: Cosmopolitan²⁹

Do lado oposto ao de Kim está Rob [Robert] Kardashian, o único filho homem da família Kardashian-Jenner e também fruto do primeiro casamento de Kris Jenner. Ao contrário da irmã, ele sempre foi o menos famoso da família e o que mais se manteve afastado dos holofotes. Em algumas situações, inevitavelmente, Rob se envolveu em polêmicas e teve seu nome amplamente citado nos meios de comunicação e durante algum tempo até tentou fazer seu nome de alguma forma, assim como as irmãs, criando sua própria marca de meias chamada *Arthur George Design*. Nos dias atuais, 50% da marca pertence à sua mãe.

Antes de se envolver em polêmicas como o divórcio com sua ex-esposa e passar por problemas de saúde relacionados ao seu peso e, por isso, se manter afastado de atenção e dos episódios do *reality show*, Rob fazia aparições mais recorrentes no início do programa de TV da família.

²⁹

Disponível em
<<https://www.cosmopolitan.com/entertainment/a25317711/ray-j-kim-kardashian-sex-tape-high-ecstasy/>>. Acesso em 17 out 2022.

FIGURA 14 - ROB KARDASHIAN



Fonte: QUEM³⁰

A irmã mais velha da família, Kourtney Kardashian, é outra personagem ativa dos *reality shows* e, apesar de também ter seus projetos profissionais, seu maior foco e prioridade sempre mantiveram em sua família e relacionamentos. Uma das maiores polêmicas dela aconteceu por esse motivo no episódio 1 da temporada 18 de *Keeping Up With The Kardashians*.

FIGURA 15 - KOURTNEY E KIM BRIGANDO



Fonte: The Sun³¹

³⁰ Disponível em <https://revistaquem.globo.com/QUEM-News/noticia/2020/07/rob-kardashian-retornara-ao-keeping-kardashians.html>. Acesso em 7 ago 2022.

³¹ Disponível em <https://www.thesun.co.uk/tvandshowbiz/11267087/fans-slam-kourtney-kardashian-after-she-tries-to-fight-kim-in-explosive-brawl-on-kuwtk/> Acesso em 7 ago 2022.

A briga física dela com Kim Kardashian teria se iniciado em uma conversa onde o tema era a dificuldade de Kourtney Kardashian em voltar ao trabalho depois de um tempo viajando com os filhos. A socialite chegou a dizer para as irmãs que não queria mais filmar o *reality show* após ter escolhido continuar no programa e a conversa não acabou nada bem.

Apesar da briga física das irmãs ter acontecido dentro de seu próprio quarto, essa situação não foi nem de perto uma das piores que Khloé Kardashian já vivenciou e televisionou, fazendo se tornar assunto nos meios de comunicação.

Khloé encarou momentos difíceis com as traições de seu marido e jogador de basquete americano Lamar Odom, o vício dele em drogas e o divórcio. Tudo de maneira pública através do *reality show* e de notícias nos meios de comunicação.

Depois de mudar sua aparência, ganhar seu próprio *reality TV* sobre emagrecimento (*Revenge Body*) e criar sua própria marca de jeans (*Good American*), Khloé continuou precisando atravessar barreiras na sua vida pessoal quando seu segundo marido e também jogador de basquete, Tristan Thompson, a traiu com uma amiga da família e, depois de perdoado, teve um filho com outra mulher fruto de mais uma traição. Tudo mais uma vez exposto e comentado publicamente através da mídia.

3.3. A sede por fama e o meio digital como ferramenta

Para fortalecer essa sensação de proximidade e o alvoroço de se sentir parte da vida das celebridades, entram em cena as redes sociais e, principalmente no caso dos integrantes da família Kardashian-Jenner, o uso assíduo desses meios de interação.

Por isso, "as mídias sociais são, então, uma ferramenta importante para a manutenção de um contato mais íntimo com os espectadores, que buscam por complementos da narrativa, novas histórias e mais detalhes no ambiente virtual." (CAMARGO, 2019, p.16).

Entre os meios de comunicação responsáveis pela criação e manutenção da influência da família estudada neste trabalho estão, com certeza, as redes sociais

para além da mídia televisiva, principalmente se tratando do período de tempo vivido. De acordo com DOS SANTOS, MOTA e SILVA (2021),

A partir da criação dos provedores de internet em 1992, surgiram oportunidades de acesso para usuários de todos os tipos no mundo, além de cientistas e pesquisadores. Essa disseminação do seu uso para o público comum, fez com que as pessoas pudessem entrar em contato com conhecidos que morassem longe através de emails e com o passar do tempo, através das redes sociais. (DOS SANTOS, MOTA e SILVA, 2021, p.8)

Mais do que “um conjunto de pessoas (ou organizações ou outras entidades sociais) conectadas por relacionamentos sociais, motivados pela amizade e por relações de trabalho ou compartilhamento de informações e, por meio dessas ligações, vão construindo e reconstruindo a estrutura social” (TOMAÉL e MARTELETO, 2006, p. 75), as redes sociais geram integração mundial permitindo comunicação dos relacionamentos sociais já existentes e consolidados, a sociabilidade se expandiu e permitiu que pessoas de um lado do mundo se conectem a outro, conheçam pessoas novas e acompanhem de mais de perto artistas e celebridades.

O que poderia ser mais um passo de avanço tecnológico e evolução se tornou em pouco tempo uma verdadeira revolução para a globalização porque “no século XXI, vivencia-se a explosão das interações sociais mediadas por meio do computador e, mais recentemente, com o uso do telefone celular e do tablet (mobilidade), todos conectados à internet” (ZENHA, 2018, p.5).

Enquanto a geração mais velha presenciava e sentia os impactos dessa revolução, os mais novos vivem essa realidade como parte integrante do seu processo de formação de identidade e personalidade, como dito por DOS SANTOS, MOTA e SILVA (2021, p. 9) “os jovens nascidos durante a década de 90 e início dos anos 2000 cresceram expostos a essa massificação do uso da internet, tendo-a como parte do seu desenvolvimento pessoal e profissional.” (DOS SANTOS, MOTA E SILVA, 2021, P. 9)

As redes sociais derrubaram as barreiras geográficas e a grande maioria dos obstáculos que dificultavam a comunicação e maior integração mundial. Claro que uma mudança como essa causaria grandes impactos, tanto positivos como negativos. Entre esses impactos estão a facilidade em criar celebridades, em dar notoriedade e criar movimentos em massa devido à rapidez e distância enormes que percorrem qualquer mensagem jogada nas redes, independente de seu formato.

“Os meios de comunicação representam, além de uma forma de lazer, um veículo responsável pela difusão de informações de caráter social, como, por exemplo, o rádio, a televisão, os jornais, as revistas e a Internet” (VARGAS, 2014, p. 74) e essa disponibilidade de informações à todo momento de forma facilitada fazendo parte da rotina “proporciona o desenvolvimento do pensamento crítico, a construção de diferentes conhecimentos, a troca contínua de informações e a garantia da auto expressão aos sujeitos que realizam o papel de protagonista nas redes” (ZENHA, 2018, p. 27).

Então assim, na mesma proporção em que captam mensagens, os usuários querem deixar as suas próprias, querem ter seu papel e espaço assim como todos que os que fazem e conseguem notoriedade.

Qual seria o melhor lugar para se expor, garantindo o próprio espaço e assegurando o pertencimento dentro de uma sociedade cada vez mais intrínseca aos meios tecnológicos de comunicação, principalmente às redes sociais, como um elemento fundamental da própria sobrevivência e existência senão nas próprias redes sociais?

As redes sociais permitem uma democratização da exibição de si. Qualquer pessoa que tenha acesso a uma conexão com internet poder publicar suas experiências de vida e o seu sentido de mundo, e assim o faz, para milhares de pessoas. (NATAL, 2014, p.28)

Ao contrário do *reality show*, que permite que o telespectador veja os bastidores por trás da máscara social vestida pelos indivíduos ao se apresentar diante da sociedade, as redes sociais se tornam mais um espaço “público” permitindo que o sujeito fortaleça e até intensifique o personagem que ele quer mostrar diante aos outros, então “cada usuário utiliza o Instagram como um meio de se fazer conhecido, em imagens que se sucedem em um fluxo continuamente revisado e modificado para corresponder a uma existência virtualmente idealizada.” (CALDEIRA, 2016 apud HAGE e KUBLIKOWSKI, 2019, p. 524)

“Essa valorização dos aspectos positivos da vida é tão forte que os aspectos negativos passam a ser desconsiderados nos momentos das publicações” (HAGE e KUBLIKOWSKI, 2019, p. 524) e isso faz com que as redes sociais permitam uma superexposição filtrada que passa por curadoria própria do usuário criando uma competição silenciosa para saber quem é o usuário mais feliz e realizado das redes.

Em contrapartida, nos *reality shows* os telespectadores querem na verdade assistir o lado que não é mostrado, busca-se o que está por trás das fotos lindas e

momentos perfeitos visto nas redes sociais. O público quer assistir aquilo que ele ainda não conhece e usufruir do alívio de se identificar com a vida nem tão perfeita de quem compete com ele por perfeição na internet.

Como em um ciclo, as redes sociais são ferramentas que servem de alimento para a popularidade do *reality show*, ao mesmo tempo que o *reality show* aumenta a busca por essas celebridades nas redes sociais, devido à sensação de maior proximidade que veio junto com as várias barreiras rompidas pela internet.

Para quem é usuário assíduo e consentido das redes sociais, a superexposição é um meio de visibilidade e não uma invasão de privacidade, como acontece no caso das Kardashians que

utilizam desse interesse crescente do público para expandir sua influência midiática, tornando-se produtores, editores e personagens de um conteúdo ainda mais cotidiano, publicado nas redes sociais. Muitas vezes, esse conteúdo se torna mais relevante aos olhos do público do que o próprio material apresentado na televisão, justamente por apresentar a possibilidade de interação e a observação em tempo real. (CAMARGO, 2019, p. 16)

Por mais que exista um grande interesse em saber o que está por trás da vida perfeita que é mostrada, a exposição das Kardashian-Jenner vai para além da estratégia de instigar a curiosidade pelos bastidores e se torna também fonte de grande visibilidade e alimento para empatia do público para com elas por isso tamanho

uso de suas contas de Instagram e Twitter para comentar fofocas e críticas, além de responder seus seguidores, o que faz com que as redes sociais sejam, além de um meio para contar novas narrativas, uma plataforma para tornar o contato mais íntimo com a audiência. (CAMARGO, 2019, p. 17)

Interligar a exposição glamourosa da redes e a sensação de proximidade causada por elas com os bastidores da vida privada na TV vem funcionando na manutenção da audiência das irmãs numa atualidade onde o entretenimento precisa estar cada vez mais à disposição, ser cada vez mais rápido, mais curto e instantâneo pois "a passividade da audiência na recepção dos espetáculos pode ser contestada, na medida em que, se utilizando desta ferramenta, a própria audiência é capaz de fabricar a si própria como um espetáculo" (NATAL, 2014, p. 26).

É dentro da internet também que elas firmam e alimentam sua influência o tempo inteiro, não só nos intervalos de tempo em que duram os episódios na TV. Já ocorreram algumas vezes de situações envolvendo a família se tornarem virais dentro da internet tomando proporção global, como o episódio que ficou conhecido

na época como *#kyliejennerlipchallenge* (desafio do lábio da Kylie Jenner), um desafio onde as pessoas faziam sucção em copos ou outros objetos por segundos ou até minutos criando um vácuo que causava inchaço nos lábios “num esforço para se parecer com a estrela de *reality show* Kylie Jenner” (CBS NEW YORK, 2015, tradução nossa)³², após a integrante mais nova da família ter feito procedimentos de preenchimento labial.

FIGURA 16 - JOVEM PARTICIPANDO DO *#KYLIEJENNERLIPCHALLENGE*



Fonte: MetroNews³³

E falando nas grandes e mais utilizadas redes sociais atualmente, em 2015, Kendall Jenner se tornou dona da foto mais curtida da história da rede social Instagram tendo, naquele momento, mais de 2.6 milhões de curtidas em apenas uma foto e, então, acabou superando a irmã mais velha, Kim Kardashian, que havia ganhado esse título em 2014 quando acumulava 2.4 milhões de curtidas em uma das fotos do seu casamento com Kanye West.

³² No original: “[...] *in an effort to resemble reality TV star Kylie Jenner*”. Disponível em <<https://www.cbsnews.com/newyork/news/kylie-jenner-lip-challenge-dangers/>>. Acesso em 12 jul 2022.

³³ Disponível em <<https://metro.co.uk/2019/09/16/girl-12-stuck-huge-lips-two-days-trying-kylie-jenner-lip-challenge-10749993/>>. Acesso em 12 out 2022.

FIGURA 17 - FOTO MAIS CURTIDA DO INSTAGRAM NO MUNDO EM 2014



Fonte: CanalTech, 2014³⁴

FIGURA 18 - FOTO MAIS CURTIDA DO INSTAGRAM NO MUNDO EM 2015



Fonte: NDTV, 2015³⁵

34

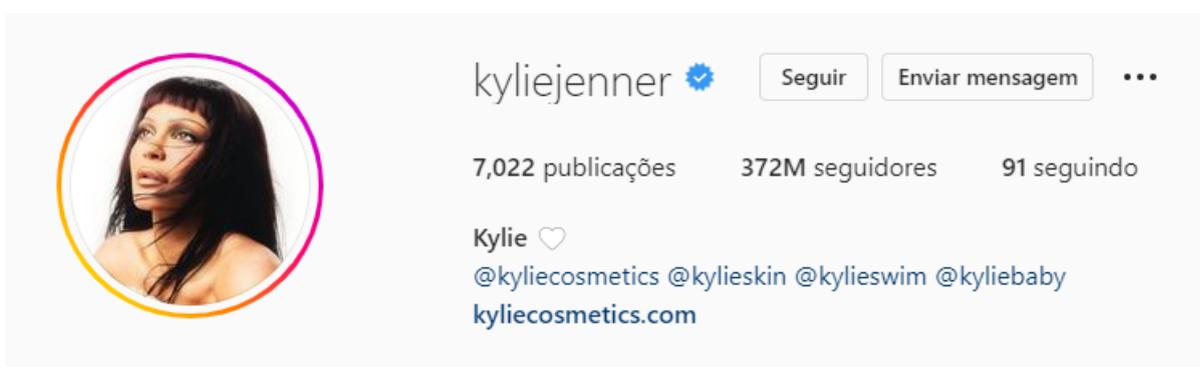
Disponível em: <https://canaltech.com.br/redes-sociais/Foto-do-casamento-de-Kim-Kardashian-e-a-foto-mais-curtido-Instagram/>. Acesso em 17 jun 2022

35

Disponível em: <https://www.ndtv.com/world-news/revealed-why-kendall-jenners-photo-is-the-most-liked-in-instagram-history-776903>. Acesso em 17 jun 2022.

Segundo o site *SocialTracker*³⁶, em atualização feita no dia 20 de novembro de 2022, as cinco irmãs Kardashian-Jenner ocupavam lugares no top 20 entre as contas mais seguidas no Instagram, sendo a caçula Kylie Jenner 4ª pessoa mais seguida no mundo com cerca de 372 milhões de seguidores, acompanhada de Kim Kardashian na 8ª posição, Khloé Kardashian na 10ª posição, Kendall Jenner na 12ª posição e Kourtney Kardashian na 19ª posição da lista.

FIGURA 19 - KYLIE JENNER ENQUANTO 4ª PESSOA MAIS SEGUIDA NO MUNDO



Fonte: Instagram @kyliejenner³⁷

Momentos importantes da vida de integrantes da família são compartilhados e discutidos diariamente e abertamente pelas mídias sociais, como foi com o anúncio do fim de *KUWTK* e do início de *The Kardashians*, com o divórcio conturbado entre Kim Kardashian e Kanye West, e com a discussão que ainda perpetua nas redes sociais do cantor Ray J sobre o vazamento da *sextape*.

Mesmo cerca de dois anos depois do divórcio, Kanye West continuou constantemente falando sobre a família Kardashian em suas redes sociais, causando polêmicas sobre o assunto e se tornando notícia em inúmeros canais de mídia internacionais.

FIGURA 20 - KANYE WEST FALA SOBRE A FAMÍLIA KARDASHIAN EM SEU INSTAGRAM

³⁶ Disponível em <<https://www.socialtracker.io/toplists/top-25-instagram-users-by-followers/>>. Acesso em 20 nov 2022.

³⁷ Disponível em <<https://www.instagram.com/kyliejenner/>>. Acesso em 12 out 2022.

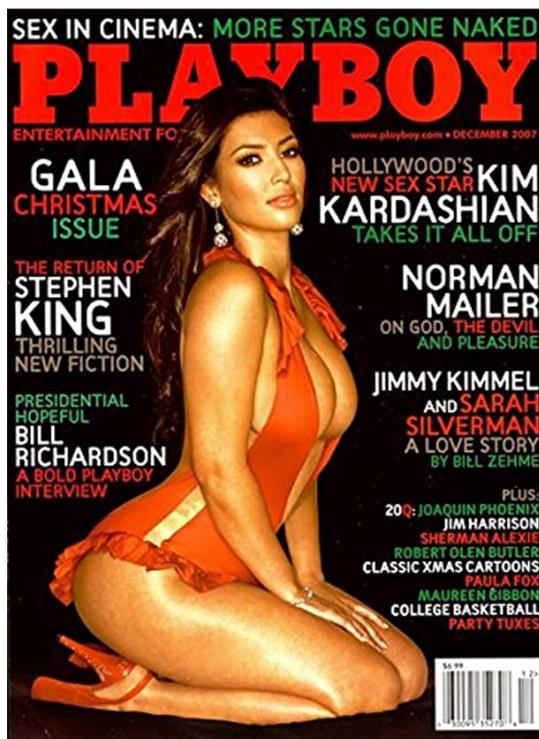


Fonte: StyleCaster³⁸

Em uma das postagens, o rapper fala sobre a preocupação de que suas filhas se envolvam com a pornografia em Hollywood como, supostamente, Kim Kardashian teria feito recebendo apoio e incentivo de sua mãe, Kris Jenner. Ainda nas postagens, ele deixa claro que fala sobre envolvimento com a *Playboy* e sobre a *sextape* da ex-esposa, duas situações que aconteceram em 2007, quando o nome de Kim se tornou popular.

FIGURA 21 - KIM KARDASHIAN PARA A CAPA DA PLAYBOY

³⁸ Disponível em <<https://stylecaster.com/kanye-west-kardashians-instagram/>>. Acesso em 1 out 2022.



Fonte: Amazon³⁹

O que tornou ainda mais controvérsia a crítica de Kanye West foi que, em 2012, ele mostrava se orgulhar do passado de Kim já que o lançou uma música em parceria com outros dois artistas do *hip-hop* onde

em uma linha em particular se destaca: “comer café da manhã na Gucci, minha garota é uma super estrela tudo por causa de um filme caseiro.” fazendo referência à [...] Kim Kardashian, que se tornou famosa após um vídeo de sexo amador com a participação dela e do cantor Ray J ter sido vazado online. (HUFFPOST, 2012, tradução nossa)⁴⁰.

Além das postagens sobre a família, os ataques e perseguição por parte de Kanye envolveram até mesmo o humorista Pete Davidson, que teve um breve relacionamento com Kim Kardashian em 2022. Em uma das postagens, o rapper escolheu uma foto em que mostra o corpo do humorista e escreveu uma legenda o chamando de “idiota”.

³⁹

Disponível

em

<<https://www.amazon.com/Playboy-Magazine-December-2007-Kardashian/dp/B073YNSBWH>>. Acesso em 17 out 2022.

⁴⁰ No original: “But one line in particular stands out: “Eat breakfast at Gucci. My girl a superstar all from a home movie.” It’s a reference to [...] Kim Kardashian, who became famous after an amateur sex tape featuring her and singer Ray-J was leaked online.”. Disponível em <https://www.huffpost.com/entry/kanye-west-clique-song-kim-sex-tape_n_1857164>. Acesso em 24 out 2022.

FIGURA 22 - KANYE WEST SOBRE PETE DAVIDSON NO INSTAGRAM



Fonte: ET Canada⁴¹

Nos stories, onde as publicações ficam disponíveis apenas por 24 horas, Kanye postou uma notícia do tabloide TMZ com o título “Kanye West diz que Deus vai trazer ele e Kim de volta” acompanhado de uma foto aos beijos com a ex-esposa.

FIGURA 23 - KANYE POSTA NOTÍCIA SOBRE ELE E KIM NOS STORIES

41

Disponível em
<https://etcanada.com/news/867104/kanye-west-accuses-pete-davidson-of-destroying-his-family-i-wish-my-wife-was-with-me/>. Acesso em 16 out 2022.



Fonte: Elle⁴²

Por mais que a *sextape* tenha saído do foco central da mídia, o assunto ainda continuou assombrando Kim Kardashian. No episódio 1 da primeira temporada do atual *The Kardashians*, Kim recebeu um grande susto quando um de seus filhos lhe mostrou uma propaganda em um aplicativo de celular que anunciava o vazamento de uma segunda *sextape* dela.

FIGURA 24 - SAINT WEST MOSTRANDO PROPAGANDA NO ROBLOX À KIM KARDASHIAN

42

Disponível em <https://www.elle.com/culture/celebrities/a38365773/kanye-west-shares-old-photo-kissing-kim-kardashian/>. Acesso em 16 out 2022.



Fonte: BBC⁴³

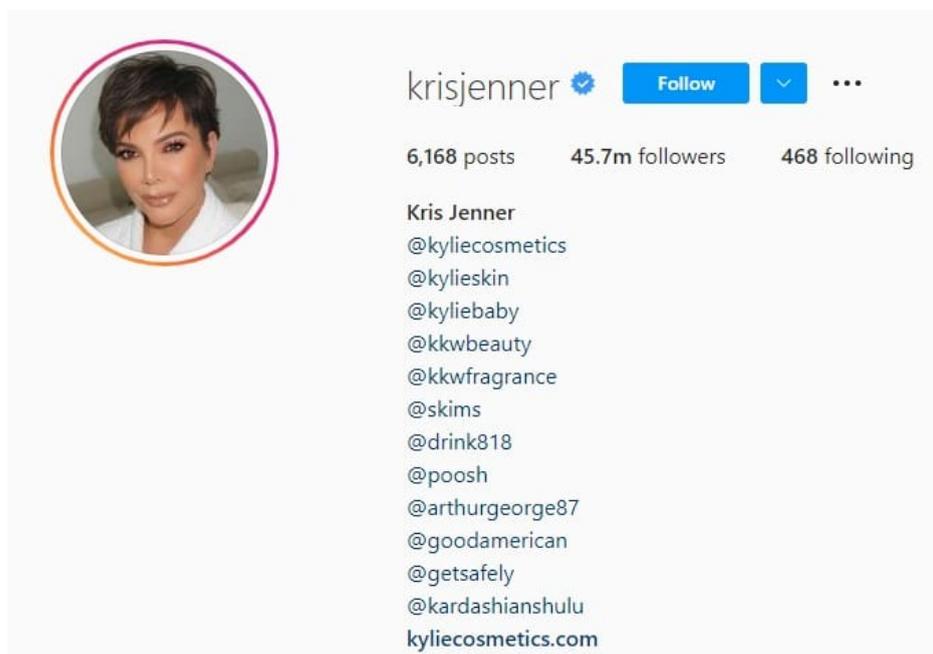
O caso fez a socialite temer que tivessem outras fitas prestes a vazar, principalmente por causa dos seus filhos. Logo, para a proteção dos filhos do casal, Kanye West se envolveu na recuperação dessas fitas com Ray J. Esses acontecimentos também foram mostrados em cenas do *reality show*.

A situação deixou Ray J furioso e o motivou a fazer alguns vídeos ao vivo em seu perfil do Instagram voltando a alegar que o vazamento da primeira *sextape* foi uma armação que envolveu Kris Jenner. A matriarca, por sua vez, não nega nunca o seu lado empresária e marketeira, mas continua a negar qualquer tipo de envolvimento com esse vazamento.

Em seu perfil do Instagram, ela já chegou a formar um verdadeiro templo para os negócios dos filhos, tendo um destaque especialmente para cada um e carregando o *username* de todos em sua biografia da rede social.

FIGURA 25 - PERFIL DE KRIS JENNER NO INSTAGRAM

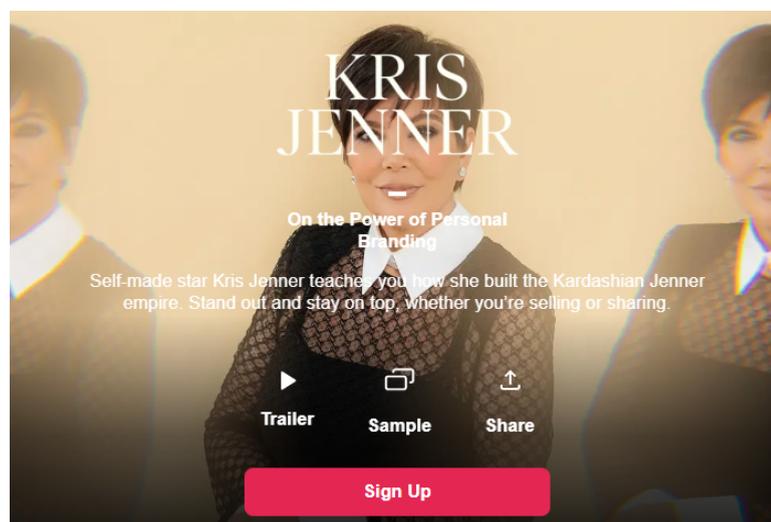
⁴³ Disponível em <<https://www.bbc.com/news/technology-61178189>>. Acesso em 16 out 2022.



Fonte: TV Show Ace⁴⁴

A fama de empresária de sucesso foi mais uma oportunidade que Kris Jenner aproveitou quando, em 2022, ministrou um *MasterClass* sobre marca pessoal.

FIGURA 26 - MASTERCLASS DE KRIS JENNER



Fonte: MasterClass⁴⁵

⁴⁴ Disponível em <<https://tvshowsace.com/2022/02/04/kylie-jenner-swimwear-canceled/>>. Acesso em 17 out 2022.

⁴⁵ Disponível em <<https://www.masterclass.com/classes/kris-jenner-on-the-power-of-personal-branding>>; Acesso em 17 out 2022.

Mais recentemente, com a internet cada vez mais presente no cotidiano das pessoas e a sociedade cada vez mais conectada, o sucesso do *reality show* da família deixou de estar apenas nos números de audiência e virou tópico de discussão na internet também com comentários sobre os episódios, sobre o desenvolvimento do enredo de vida da família, sobre as maiores polêmicas e como os bastidores delas surgiram ou mais pra frente surgiram nos episódios.

Como toda a existência das Kardashian-Jenner na mídia sempre foi pautada por essa aproximação com o público com suas portas abertas para quem quisesse entrar, criando uma sensação familiar nos espectadores e com a internet fortalecendo ainda mais esse sentimento, muitas das vezes o espaço virtual mundial parou com simples postagens das irmãs nas redes sociais, como quando Kylie e Khloé anunciaram suas respectivas gravidezes.

FIGURA 27 - KYLIE JENNER PUBLICA A PRIMEIRA FOTO DE SUA FILHA ANUNCIANDO A GRAVIDEZ



Fonte: Flare Magazine⁴⁶

FIGURA 28 - KHLOÉ KARDASHIAN ANUNCIA SUA GRAVIDEZ NO INSTAGRAM

⁴⁶ Disponível em <<https://www.flare.com/celebrity/kylie-jenner-birth-announcement/>>. Acesso em 12 out 2022.



Fonte: The Press Democrat⁴⁷

3.4. A influência no mundo

O fato é que, como diz Sperb, “pessoas muito conhecidas sempre existiram. Antes, sua notoriedade era em função de suas façanhas, talentos e obras, hoje predominantemente pela exposição midiática.” (SPERB, 2020, p.33).

Essa é uma das citações que melhor descreve o motivo de tanta fama para a família. A razão por tamanha obsessão está muito mais em quem acompanha do que na própria família, o interesse é totalmente pautado na curiosidade.

Curiosidade por conhecer o íntimo do outro, por entender os bastidores da vida de um outro alguém, julgar e comparar reações e realidades. A dúvida pairava sobre aquela mulher que mesmo sem ser famosa sempre algum lugar perto dos holofotes e do *glamour*, como que plantando aos poucos a semente para o que mais tarde florescer: a filha do advogado de OJ Simpson, a amiga inseparável de Paris Hilton e a estrela de uma *sextape* vazada.

“Criticadas principalmente pela origem de sua fama ter sido o vídeo íntimo de Kim, as Kardashians são acusadas de não possuírem nenhum talento real, ou habilidade que mereça o nível de reconhecimento alcançado” (NATAL, 2014, p.47), mas não foi nenhum talento ou proeza surpreendente, foi a curiosidade do

⁴⁷

Disponível em <https://www.pressdemocrat.com/article/entertainment/khloe-kardashian-confirms-pregnancy-with-instagram-post/>. Acesso em 12 out 2022.

telespectador que construiu o império das Kardashian-Jenners. Dos vários negócios da família, entre as marcas ativas atualmente estão a *Kylie Cosmetics* de Kylie Jenner, *SKKN* e *Skims* da Kim Kardashian, *818 Tequila* da Kendall Jenner, *Poosh* da Kourtney Kardashian, *Arthur George Socks* do Rob Kardashian, *Good American Denim* da Khloé Kardashian e a marca *Safely* da matriarca Kris Jenner.

Todo o sucesso, na mídia e nos meios de comunicação, levaram à grande influência da família na cultura atual visto que

A realidade idealizada construída pela sociedade do espetáculo se relaciona diretamente às figuras públicas, aos indivíduos com notoriedade. Dessa forma, as pessoas que possuem destaque na sociedade, ou seja, que possuem fama se tornam modelo para os demais (BRANDÃO, FERNANDES e DOS SANTOS, 2016, p. 5)

O público não sabe se quer ser como elas, viverem como elas ou terem o que elas têm e, pra isso,

A cultura da celebridade é um dos mecanismos mais importantes para mobilizar o desejo abstrato. Ela personifica o desejo num objeto animado, que admite níveis mais profundos de apego e identificação do que com mercadorias inanimadas (ROJEK, 2008, p. 201 apud BRANDÃO, FERNANDES e DOS SANTOS, 2016, p. 6)

É nesse contexto que a influência toma grandes proporções exercendo poder sobre estética, estilo de vida, comunicação, entre outras maneiras de configuração da vida alheia, muitas vezes gerando um desejo quase maníaco de ser parecido ou comparado, principalmente quando se entende que

A valorização do “corpo perfeito” tornou-se uma obsessão diante dos padrões estéticos pré-estabelecidos pela sociedade e abordados nos meios de comunicação [...] A insatisfação com a imagem corporal aumenta à medida que a mídia expõe protótipos estéticos, levando a uma compulsão pela aparência perfeita.” (VARGAS, 2014, p. 74)

É assim que, em um contexto onde é grande a profundidade com que as características corporais e mudanças no corpo das Kardashians e das Jenner se tornam assunto, a influência delas sobre a estética e imagem corporal é gigante principalmente com o crescimento do uso das redes sociais “impactam o comportamento e o emocional humano, de modo em que estas reforçam o narcisismo, os padrões de beleza que ao refletir na realidade gera mal-estar.” (RIBEIRO et al., 2018, p. 1)

Em entrevista à *PEOPLE*⁴⁸, o Dr. Marc Mani, cirurgião plástico de *Beverly Hills*, disse que as irmãs são a versão moderna do que as estrelas de cinema glamurosas costumavam ser, criando tendências na moda e estéticas faciais e corporais. E essa teoria se confirma a partir dos dados passados ao *Daily Mail*⁴⁹ a partir do grupo de cirurgia estética do Reino Unido, *Transform*, que indica que cerca de 73% das pacientes citam as Kardashians como inspiração.

O mesmo grupo cita que, depois que Kylie Jenner admitiu ter feito preenchimento labial, a procura e interesse pelo procedimento subiu 700%.

FIGURA 29 - ANTES E DEPOIS DO PREENCHIMENTO LABIAL DE KYLIE JENNER



Fonte: Agrund⁵⁰

Além da boca de Kylie Jenner, o que também faz o mesmo sucesso entre as meninas e mulheres são as nádegas de Kim Kardashian, parte do corpo dela que

⁴⁸ Disponível em <https://people.com/health/the-dash-effect-kardashian-inspired-plastic-surgery-procedures-on-the-rise-say-experts/>. Acesso em 1 nov 2022.

⁴⁹ Disponível em <https://www.dailymail.co.uk/femail/article-3325071/How-REALLY-costs-look-good-Kardashians.html>. Acesso em 1 nov 2022.

⁵⁰ Disponível em <https://agrund.com/index.php/a-verdade-por-tras-dos-labios-de-kylie-jenner/>. Acesso em 13 out 2022.

sempre fez parte da temática da mídia quando se tratava da socialite e durante muito tempo foi sua marca registrada, tornando inclusive foco da capa de revista mais polêmica estrelada por Kim.

FIGURA 30 - KIM KARDASHIAN NA CAPA DA PAPER MAGAZINE EM 2014



Fonte: PaperMag⁵¹

Foi em novembro de 2014 quando Kim Kardashian fez fotos totalmente nua para a capa da famosa *Paper Magazine* intitulada pela hashtag *#BreakTheInternet* (Quebre a Internet) e

imprensa, rádio e TV pularam sobre as fotos e relataram a história com uma animação sem fôlego, fingindo choque e espanto. Tweets, curtidas, compartilhamentos, comentários, instas e memes surgindo, uma torrente de comentários inspirados em bunda, encantados e indignados (THE GUARDIAN, 2014, tradução nossa)⁵²

fazendo o assunto viralizar no vasto mundo digital, entre redes sociais e sites de notícias, sendo reproduzida e virando fantasia pelo mundo afora.

⁵¹

Disponível

em

<<https://www.papermag.com/break-the-internet-kim-kardashian-cover-1427450475.html?rebellitem=14#rebellitem14>>. Acesso em 12 ago 2022.

⁵² *"Print, radio and TV jumped on the photos and reported the story with breathless excitement, feigning shock and awe. Tweets, likes, shares, comments, Instas and memes came surging forth, a torrent of butt-inspired commentary both delighted and outraged."* Disponível em <<https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2014/dec/17/kim-kardashian-butt-break-the-internet-paper-magazine>> Acesso em 12 ago 2022.

FIGURA 31 - MULHERES IMITANDO KIM KARDASHIAN NA CAPA DA PAPER MAG



Fonte: Costume Works⁵³ / Pinterest⁵⁴

FIGURA 32 - APRESENTADORA KELLY RIPA IMITANDO KIM KARDASHIAN NA CAPA DA PAPER MAG

⁵³ Disponível em <<https://www.costume-works.com/kim-kardashian-paper-magazine.html>>. Acesso em 17 out 2022.

⁵⁴ Disponível em <<https://br.pinterest.com/pin/359584351477519402/>>. Acesso em 17 out 2022.



Fonte: E! Online⁵⁵

Em alguns casos, o grande interesse pelo corpo das irmãs, procedimentos estéticos e cirurgias plásticas realizadas por elas podem gerar preocupações. Para o *The Daily Beast*⁵⁶, o cirurgião plástico Dr. Daniel Barrett disse que “notou que as Kardashians não apenas fizeram ser menos tabu falar sobre cirurgias plásticas como também inaugurou a pacientes jovens nas suas salas de espera” e essa influência também pode gerar consequências lamentáveis já que

O sentimento da busca pela modificação do corpo vem perseguindo os indivíduos, levando-os a utilizar medidas que podem ser prejudiciais à saúde, tais como o uso de anorexígenos e anabolizantes, tratamentos estéticos variados e práticas como a indução de vômitos, jejuns prolongados, dietas de restrição, a fim de se obter resultado “milagroso” em curto espaço de tempo. (VARGAS, 2014, p. 74)

Por esse motivo, em entrevista à *HuffPost*⁵⁷, a psiquiatra Wendy Oliver-Pyatt, que é especialista em transtornos alimentares, diz recomendar que seus pacientes

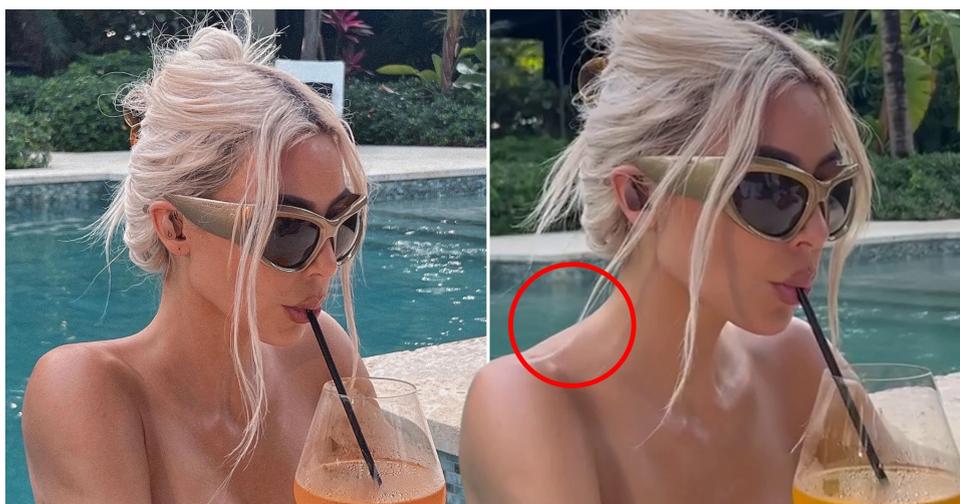
⁵⁵ Disponível em <https://www.eonline.com/br/news/711766/kelly-ripa-cria-capa-de-revista-famosa-da-kim-kardashian>. Acesso em 17 out 2022.

⁵⁶ Disponível em <https://www.thedailybeast.com/how-the-kardashians-changed-the-face-of-plastic-surgery>. Acesso em 17 out 2022.

⁵⁷ Disponível em https://www.huffpost.com/entry/young-women-get-real-about-the-effect-the-kardashians-have-had-on-their-body-image_I_62e1baf0e4b09d14dc3f3176. Acesso em 17 out 2022.

façam uma curadoria em suas redes sociais para que tirem de suas páginas influenciadores que os “deixa para baixo”, já que ela sabe o quanto pode ser devastador para meninas jovens, se fixarem em selfies e fotos de biquíni que foram tratadas por meio de edição. Como as Kardashians, já foram acusadas de fazer diversas vezes.

FIGURA 33 - KIM, KYLIE E KHLOÉ COM SUPOSTO USO DE PHOTOSHOP



Fonte: MetroNews⁵⁸



Fonte: Flipboard⁵⁹

58 Disponível em <<https://metro.co.uk/2022/08/31/kim-kardashian-accused-of-photoshopping-neck-muscle-in-instagram-snaps-17278292/>>. Acesso em 12 out 2022.

59

Disponível em <<https://flipboard.com/article/kylie-jenner-accused-of-photoshop-fail-on-her-boobs-as-fans-spot-wonky-fireplace/a-JyFXdy1ZT2a09eFMOpL6yA%3Aa%3A2533536023-f3e2e99f41%2Fco.uk>>. Acesso em 12 out 2022.



Fonte: The Sun⁶⁰

A preocupação geral com a quantidade de seguidores que elas possuem e as imagens que postam se motivam pelo fato de que

Os padrões impostos nas redes são extremamente prejudiciais, pois o que é considerado ideal se sobrepõe ao que é de fato, além disso, um determinado estilo de vida se torna completamente inacessível, por uma série de questões, que engloba desde aspectos sociais até aspectos culturais. (DOS SANTOS, MOTA e SILVA, 2021, p. 12)

Mas, ao mesmo tempo, é inevitável que os usuários das redes sociais, assim como a família Kardashian, se exponham na maior parte do tempo em seu formato mais glamuroso pois

não estão ali somente para se relacionarem com outras pessoas e compartilharem momentos, mas sim para exporem apenas aquilo que é mais atraente sobre eles. Isso acontece a partir da necessidade de um sentimento de admiração e aceitação perante os outros e, conseqüentemente, elevação da autoestima a partir de likes, comentários e cada vez mais seguidores. (THOMAS, 2016, p. 20)

⁶⁰

Disponível em
<<https://www.thesun.co.uk/tv/20009154/khloe-kardashian-skinny-waist-photoshop-mistakes-background/>>. Acesso em 13 out 2022.

A beleza, estética e imagem pessoal das irmãs levou e continua levando à loucura (elas mesmas e o público) de muitos modos e a preocupação é que

alguns conteúdos, principalmente aqueles voltados para o público feminino, contribuem para estimular uma preocupação excessiva com a autoimagem. Assim como vários que incentivam o consumismo e favorecem a criação de padrões de vida e status. (DOS SANTOS, MOTA e SILVA, 2021, p.11)

Sendo exatamente esse o contexto onde se encaixam as irmãs uma vez que, além de se inserirem nos padrões de beleza e até mesmo criarem novas tendências nesse quesito, elas vivem uma vida de luxo e riqueza, envolta de grifes, jatinhos e mansões.

Foi Kylie Jenner quem se tornou bilionária graças aos seus produtos de maquiagem mas, mais uma vez, foi Kim Kardashian quem foi pioneira nessa área quando, em 2014, levou para o mundo e tornou tendência a técnica de maquiagem de “contorno e iluminação” que seu maquiador fazia nela. Todo mundo queria saber como fazer a “maquiagem da Kim Kardashian”.

FIGURA 34 - TÉCNICA DE CONTORNO E ILUMINAÇÃO DE KIM KARDASHIAN



Fonte: Youtube AlexandrasGirlyTalk⁶¹

⁶¹ Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=-3bfbxE3blw>>. Acesso em 18 out 2022.

Foi Kim Kardashian também quem popularizou as chamadas *selfies*⁶² que, se tornaram uma verdadeira febre com aplicativos como o Snapchat e o Instagram e foram facilitadas através da disseminação e democratização dos *smartphones* com suas câmeras embutidas. Essa mania “nasce a partir de uma combinação de longa rede imagética e cultural de autorretratos, associada às potencialidades de melhorias da comunicação oferecidas por um *smartphone*.” (THOMAS, 2016, p. 27) e “muitas vezes, é considerada meramente um gesto cotidiano de imediatismo e vaidade” (THOMAS, 2016, p. 27).

Com fama por fazer e postar muitos desses autorretratos em suas redes sociais, a socialite aproveitou a oportunidade e lançou um livro de fotos chamado “Selfish” que compila várias *selfies* dela própria. O jornal indiano Hindustan Times⁶³, conta que em uma das passagens do livro, Kim comenta que tira fotos de si mesma com câmeras digitais desde o ensino fundamental e o ensino médio e acabou ficando viciada.

E, por mais que se fale muito de Kim Kardashian como pioneira das tendências e até mesmo a responsável pela fama da família, depois de 15 anos na mídia todos os integrantes do clã ganharam seu espaço. Até mesmo a matriarca Kris Jenner, responsável por empresariar a carreira dos filhos, ganhou seu espaço como socialite e influencer diante dos meios de comunicação.

Em 2019, Kris Jenner fez participação especial no clipe de Ariana Grande, cantora pop norte-americana mundialmente conhecida. A *momager* aparece em uma das cenas do videoclipe da música “*Thank You, Next*”, que é todo inspirado no filme *Meninas Malvadas*, outro clássico da cultura popular.

⁶² “A palavra **selfie** está relacionada ao ato de tirar fotos de si mesmo, ou seja, corresponde ao termo autorretrato.” Disponível em <<https://www.ufla.br/dcom/2017/09/18/dicas-de-portugues-a-selfie-ou-o-selfie-2/>> Acesso em 20 out 2022.

⁶³ Disponível em <<https://www.hindustantimes.com/entertainment/kim-kardashian-says-she-is-the-one-who-invented-selfies/story-kPCXpdqbB7RREsFDk0auzL.html>>. Acesso em 18 out 2022.

FIGURA 35 - KRIS JENNER NO CLIPE DE “*THANK U, NEXT*”

Fonte: People⁶⁴

Mas, não são só as celebridades estrangeiras que querem aproveitar um pouco do engajamento e popularidade de Kris Jenner. Aqui no Brasil, uma das maiores influenciadoras do país, Bianca Andrade, que acumula 18 milhões de seguidores no seu perfil do Instagram, também se inspirou na matriarca para fazer o mêsversário de seu filho.

Esse era um dos rituais da influenciadora no seu perfil: fazer uma festa temática em todo mês de vida que o filho completasse até 1 ano de idade, e todos os temas faziam trocadilho com o nome do bebê, Cris. Seus seguidores sempre esperavam ansiosos tentando adivinhar qual seria o próximo tema.

FIGURA 36 - BIANCA ANDRADE FAZ FESTA TEMÁTICA “CRIS JENNER”

64

Disponível

em

<<https://people.com/music/kris-jenner-thank-u-next-bloopers-ariana-grande-new-legally-blonde-scene/>>. Acesso em 27 out 2022.



Fonte: Instagram @bianca⁶⁵

⁶⁵ Disponível em <<https://www.instagram.com/bianca/>>. Acesso em 27 out 2022.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Inicialmente buscando mostrar o quanto a família Kardashian-Jenner se tornou obsessão e influência diante da cultura popular, esse estudo de caso analisou diversas situações de exposição midiática das irmãs, assim como os motivos pelos quais multidões as acompanham e os meios que as levaram a essa atual situação.

Com atenção ao fato de que o avanço das tecnologias e o disseminação do uso de redes sociais tornou ainda mais extinta a privacidade, o que aumentou a obsessão com celebridades e suas vidas privadas, uma curiosidade que sempre mexeu com a cabeça do público perante ao glamour, dinheiro, luxo, beleza e fama.

Visto que quando se fala sobre temas como comunicação, referências, comportamento e identidade, falamos sobre cultura, é necessário falar sobre tudo aquilo que impacta tão fortemente aspectos como esses da sociedade. É necessário, a todo momento, examinar o que há de novo em termos de espetáculo, comunicação e cultura numa realidade desprovida de barreiras como a atual.

Em um contexto onde as primeiras aparições do sobrenome da família foram em meio à polêmicas envolvendo sexo e um julgamento de assassinato, é especialmente incômodo para alguns que essa fama perdure por tantos anos na mesma proporção que é compreensível a tamanha admiração e curiosidade sobre esses membros que conseguiram fazer seus nomes, consolidar suas marcas e marcar seus rostos mesmo em meio à tantos questionamentos.

Foi aproveitando todas as oportunidades, até mesmo as que pareciam tão ruins e usando esses obstáculos como fortalecimento durante todos os anos em que se mantém na mídia, a família se tornou referência em vários aspectos, incluindo estratégias de marketing, uso de redes sociais e reality show.

E mesmo com sua origem tendo início nas câmeras escondidas, o *reality TV* ganhou muitos subgêneros, sendo o *reality show* um dos de maiores sucessos e o escolhido para dar espaço à família Kardashian na TV. Foi o primeiro espaço que a família ganhou na mídia inteiramente deles, abrindo espaço para muitos outros que iriam conquistar dali em diante.

O custo disso foi abrir as portas de suas casas e suas vidas para milhões de pessoas, por vontade própria, e passarem a ser acompanhados por equipe de filmagem e produção durante o dia a dia. Apesar do direito de escolha de não ter

certos momentos filmados e da produção de certas cenas com o intuito de gerar ainda maior excitação da audiência, ainda assim o *reality show* tem como principal foco o aproveitamento da realidade e isso implica em ter desconhecidos quase o tempo todo dentro de seus lares, trabalhos, e viagens, logo tem como consequência também a exposição de sua privacidade para desconhecidos, mesmo quando algo não vai ao ar.

Apesar de, como qualquer outro programa de TV, estes também sofrerem seus ajustes e edições, o motivo para tanto sucesso é justamente o fato deles trazerem o máximo possível da realidade para as telas, como se os bastidores fossem para a frente da tela. Existe prazer em observar e comentar a vida alheia, principalmente quando somado à sensação de ver o outro sem suas máscaras sociais.

O *reality show* causa a sensação de que não existem filtros e o público está realmente assistindo a totalidade do real, ainda que não seja totalmente assim que aconteça, diferente das redes sociais, que também são grandes ferramentas para manutenção da exposição do clã familiar estudado neste trabalho, mas que permite que o usuário filtre apenas o que quer mostrar e mostre o lado mais agradável da vida na maior parte do tempo. Então, enquanto um causa o prazer da observação, existe sempre uma desconfiança de que algo está sendo escondido e conseqüentemente, faz a audiência ansiar os episódios do programa de televisão esperando ver finalmente a “verdade” que ainda não foi exposta.

Por isso, para a família o uso assíduo das mídias sociais é indispensável. É um meio de alimentar aquilo que causa fixação por eles, no que se incluem a exposição, o deslumbramento pelo estilo de vida e ideais de beleza que seguem, o fascínio pela riqueza e a vida luxuosa. Além de ser um meio perfeito de instigar e preservar a curiosidade daqueles que as acompanham para conhecer, comentar, julgar, estudar e comparar o que elas vivem no íntimo.

Vive-se um ciclo vicioso, onde só é viciante para o público. Quanto mais exposição, mais desejo por saber mais, mais demanda para se expor mais e novamente mais exposição. Para os que têm dúvida sobre o talento que as tornaram famosas, o talento foi se expor tanto, por tantos anos e ainda assim saber lidar e usar de forma estratégica a falta de privacidade.

As redes sociais, como ferramenta de comunicação disseminada mundialmente e que veio passando por maior democratização nos últimos tempos,

por servir como modo de alastrar notícias de forma rápida (quase instantânea), conectar pessoas independente da distância e dar chance famosos, desconhecidos ou até anônimos ganharem voz, trouxeram boas e más consequências.

Para os integrantes da família Kardashian, acarretou em mais mídia, mais influência e mais interferência ainda do público e imprensa em suas vidas. Assim como seu programa na TV, a rede social também causa a sensação de proximidade, mas em um sentido mais tangível pela oportunidade de interação, ou seja, a opinião do público que está no sofá assistindo seus episódios na televisão, agora pode chegar até elas e serem lidas ou ouvidas. Isso significa que os pontos de vista não ficam mais guardados e não precisam mais de utilizar a imprensa como mensageira.

Quanto a isso, ao mesmo tempo, a coletividade em suas redes sociais também ganha palco e a sensação de espaço no mundo. Todos querem fazer o que as Kardashians fazem, parecer com elas, ter o que elas têm, querem ser identificados e pertencentes a um grupo. É na internet onde podem mostrar e provar que possuem o que precisam e, então, serem identificados e inseridos em um padrão.

É importante ressaltar que toda essa influência da família tem um lado negativo, principalmente quando se torna uma obsessão e leva pessoas à extremos. Esse estudo não considera que seus integrantes sejam modelos a serem seguidos, até mesmo porque a intenção do reality TV não é criar esse tipo de referência, mas sim exatamente o contrário: mostrar que ninguém é perfeito, transmitir aquilo que existe por trás das máscaras usadas diante da sociedade e não costuma ser mostrado. O motivo de tanta audiência é justamente a promessa de provar como ninguém é perfeito se filmado 24 horas por dia, que existe um outro lado em relação à toda vida “perfeita” que é exposta nas redes sociais ou através dos personagens que são criados para lidar com a vida em sociedade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALLEN, K. **Ryan Seacrest calls “Keeping up with the Kardashians” his biggest contribution to the world.** Disponível em: <<https://abcnews.go.com/Entertainment/ryan-seacrest-calls-keeping-kardashians-big-gest-contribution-world/story?id=57119447>>.

BACARDI, F. **Why ‘Keeping Up With the Kardashians’ is ending after 14 years.** New York post, 9 Sep. 2020.

BAXTER-WRIGHT, D. **Caitlyn Jenner opens up about why she and Kris Jenner got divorced.** Disponível em: <<https://www.cosmopolitan.com/uk/entertainment/a33922541/caitlyn-jenner-kris-jenner-divorce/>>.

BRANDÃO, S. B.; FERNANDES, S. M.; DOS SANTOS, F. M. **A Espetacularização Da Vida: O Reality Show Keeping Up With The Kardashians Como Instrumento Da Fama**, 2016.

CAMARGO, C. P. **A representação feminina no reality show : Keeping Up With the Kardashians e o pós-feminismo.** 2019.

CALDEIRA, S. P. (2016). **Identities in flux: An analysis to photographic self-representation on Instagram.** Observatorio (OBS*), 10(3), 135-158. doi:10.15847/obsOBS10320161031

CASHMORE, E. (2019). **Kardashian Kulture: How Celebrities Changed Life In The 21st Century** (1st ed.). Emerald Publishing Limited.

CBS New York. **Experts: “Kylie Jenner lip challenge” is dangerous and damaging.** Disponível em: <<https://www.cbsnews.com/newyork/news/kylie-jenner-lip-challenge-dangers/>>.

CORRESPONDENT, H. T. **Kim Kardashian says she is the one who invented selfies.** The Hindustan Times, 23 Jan. 2015.

COREY, MJ. **I Won't Stop Intellectualizing The Kardashians**. In: Vice Media Group. Refinery 29. [S.l.]. 6 mai. 2022. Disponível em: <https://www.refinery29.com/en-us/2022/05/10970105/how-kardashians-influence-society>.

DEBORD, G. **A Sociedade do Espetáculo**. Tradução: Railton Sousa Guedes. São Paulo: Coletivo Periferia, 2003.

DELBYCK, C. **Kim kardashian says former boss Paris Hilton “literally gave me A career.”** Disponível em: https://www.huffpost.com/entry/kim-kardashian-paris-hilton-career-owes_n_5d5ae5d7e4b03219e2bd6089.

DOS SANTOS, G. L. L.; MOTA, J. V.; SILVA, V. E. V. **Redes sociais e influencers: uma ameaça à autoestima de jovens adultos habitantes de um universo de padrões**. Belo Horizonte: CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BELO HORIZONTE – UNIBH, 2021.

DUARTE, A., VENÂNCIO, F. (2021). **Celebrity's branding: the Kardashian-Jenner Clan Phenomenon**. Academia Letters, Article 3140. <https://doi.org/10.20935/AL3140>

FINE, J. B. **How Kris Jenner built a beauty empire**. Disponível em: <https://wwd.com/beauty-industry-news/beauty-features/kris-jenner-built-a-beauty-empire-1234615052>

FRIEDMAN, V. **Why did we fall for the angels?** The New York Times, 21 jun. 2021.

GERGEN, K. J. (1992). **El yo saturado: Dilemas de la identidad en el mundo contemporáneo**. Barcelona: Paidós

HALL, Stuart. **A Identidade Cultural na Pós-Modernidade**. 10. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2005

HAGE, Z. C. M.; KUBLIKOWSKI, I. **Estilos de uso e significados dos autorretratos no Instagram: Identidades narrativas de adultos jovens brasileiros**. Estudos e Pesquisas em Psicologia, v. 19, n. 2, 2019.

HERSHKOVITS, D. **How Kim Kardashian broke the internet with her butt.** The Guardian, 17 dez. 2014.

HILL, A. **Reality TV: audiences and popular factual television.** Londres: Routledge, 2007.

HOGAN, B., & WELLMAN, B. (2014). **The relational self-portrait: Selfies meet social networks.** In M. Graham, & W. H. Dutton (Eds.), **Society & the Internet: How networks of information and communication are changing our lives** (pp. 53-66). Oxford: Oxford University Press.

HORON, S. Ray J claims Kris Jenner “masterminded” the release of his and Kim Kardashian’s sex tape. Daily mail, 2 Sep. 2022.

JENNER, K. **Kris Jenner... And all things kardashian.** Londres, England: Simon & Schuster, 2012.

JENKINS, H. **Convergence culture: where old and new media collide.** New York University Press, 2006.

KELLNER, D.; DUARTE, R. **A cultura da mídia e o TRIUNFO DO ESPETÁCULO.** Disponível em: <<https://comunicacaoesporte.files.wordpress.com/2010/10/35932881-a-cultura-da-midia-e-o-triunfo-do-espetaculo.pdf>>.

LIRA A., GANEN A., LODI A. & ALVARENGA M. **Uso de redes sociais, influência da mídia e insatisfação com a imagem corporal de adolescentes brasileiras.** [S.l.]. Jornal Brasileiro de Psiquiatria, 2017. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/jbpsiq/a/6NrPypcRchnc35RH9GLSYwK/?lang=pt&format=html>

LONDON, B. **How much it REALLY costs to look as good as the Kardashians.** Daily mail, 19 Nov. 2015.

MARCH, Renata Abreu. **Formação da Identidade e Institucionalização: uma relação possível?** Rio de Janeiro, 2010. Disponível em https://www.avm.edu.br/docpdf/monografias_publicadas/K212579.pdf.

MATEUS, Samuel. **Reality show: Uma análise de gênero**. Comunicando, S.I, v. 1, n. 1, p.235- 244, dez. 2012.

MAKARECHI, K. **Kanye west's "clique" song boasts about Kim kardashian's sex tape (AUDIO)**. Disponível em: <https://www.huffpost.com/entry/kanye-west-clique-song-kim-sex-tape_n_1857164>.

NATAL, B. M. B. **A ILUSÃO DA INTIMIDADE: UM ESTUDO DE CASO DO INSTAGRAM DE KIM KARDASHIAN E KRIS JENNER**. 2014. Curso de Comunicação Social, Universidade de Brasília, Brasília, 2014.

NOVAK, K. **When and why did Khloe Kardashian go to jail?** Disponível em: <<https://metro.co.uk/2022/04/21/khloe-kardashian-arrest-when-did-she-go-to-jail-16506482/>>.

OLYA, G. **The "dash effect": Kardashian-inspired plastic surgery procedures on the rise, say experts**. Disponível em: <<https://people.com/health/the-dash-effect-kardashian-inspired-plastic-surgery-procedures-on-the-rise-say-experts/>>.

PAQUETTE, E. **"The Marketing of Fame: How Kim Kardashian has Sustained Her Fame, and What Companies Can Learn From Her"** (2020). *Honors Theses*. 81. Disponível em <<https://digitalcommons.assumption.edu/honorsthesis/81>>.

RECH, L. P.; RECH, L. **A sociedade do espetáculo e o reality show Keeping Up With The Kardashians**. 2018.

RIBEIRO M., OLIVEIRA, A., SANTOS, G., VILLAÇA, L., BARRETO, L., SANTANA, L., & RIBEIRO-ANDRADE, E. **A INFLUÊNCIA DA MÍDIA NA IMAGEM CORPORAL. Humanas Sociais & Aplicadas**. 2018.

ROBEHMED, N. **At 21, Kylie Jenner becomes the youngest self-made billionaire ever**. Disponível em: <<https://www.forbes.com/sites/natalierobehmed/2019/03/05/at-21-kylie-jenner-becomes-the-youngest-self-made-billionaire-ever/?sh=5b6cd0822794>>.

ROCHA, D. C. **Reality TV e reality show: ficção e realidade na televisão**. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, v. 12, n. 3, 2009.

ROJEK, C. **Celebridade**. Rio de Janeiro: Rocco, 2008

ROUNDTREE, C. **How the Kardashians changed the face of plastic surgery**. Disponível em: <<https://www.thedailybeast.com/how-the-kardashians-changed-the-face-of-plastic-surgery>>.

SPERB, N. C. **“Influenciador digital” como encarnação do conceito de marca e estilo de vida**. 2020.

STYLES, R. **Kim Kardashian has a second sex tape, Ray J says as he hits out at claim that he planned to leak it**. Daily mail, 4 maio 2022.

THOMAS, G. P. **LET ME TAKE A SELFIE: Um estudo do uso das selfies como um meio de comunicação a partir da análise do Instagram de Kim Kardashian**. Porto Alegre: UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL, 2016.

THOMPSON, K. **Spotlight on popular culture (reality television genre) -part 2: Social surrogacy**. 2017. Disponível em: <https://sca.nsw.edu.au/wp-content/uploads/2020/12/Popular-Culture_Spotlight-on-Popular-Culture-Part-2-Kate-Thompson.pdf>.

TOMAÉL, M. I.; MARTELETO, R. **Redes sociais: posições dos atores no fluxo da informação**. Encontros Bibli: Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação, n. esp. 1. sem., p. 75-91, 2006.

TURNER, G. **Understanding celebrity**. Segunda edição, SAGE, 2014.

VARGAS, E. G. A.; PEREIRA DE MELLO, R. M. **A influência da mídia na construção da imagem corporal**. 2014. Disponível em: <<http://www.braspen.com.br/home/wp-content/uploads/2016/12/12-A-influencia-da-midia-na-construcao-da-imagem.pdf>>.

WAGMEISTER, E. **'money always matters': The Kardashians tell all about their new reality TV reign.** Disponível em: <<https://variety.com/2022/tv/features/kardashians-hulu-kris-kim-khloe-1235198939/>>.

WAGMEISTER, E. **'The Kardashians' becomes Hulu's most-watched premiere in America (EXCLUSIVE).** Disponível em: <<https://variety.com/2022/tv/news/the-kardashians-hulu-ratings-premiere-1235236788/>>.

WONG, B. **Young women are tired of keeping up with the Kardashians' body image ideals.** Disponível em: <https://www.huffpost.com/entry/young-women-get-real-about-the-effect-the-kardashians-have-had-on-their-body-image_l_62e1baf0e4b09d14dc3f3176>.

ZAIDEN, K. **O fenômeno Kardashian : a construção do branding de uma família.** 2016. *bdm.unb.br*, <https://bdm.unb.br/handle/10483/16412>.

ZENHA, L. **Redes sociais online: o que são as redes sociais e como se organizam?** Faculdade de Educação da Universidade do Estado de Minas Gerais UEMG., 2017/2018.