

*The Kardashians e a Midcult*¹

Uliane Lima TATIT²
Nicole Gulin BRAGA³
Hendryo ANDRÉ⁴

Universidade Positivo, Curitiba, PR

Resumo

A televisão é uma forma de passar conhecimentos, culturas, hábitos e modelos de vida a serem seguidos pelos telespectadores. Com isso, um dos sucessos apresentados por ela ganha o público facilmente: os *reality shows*. Esses programas podem ter algum objetivo, como a conquista de um prêmio maior, como o Big Brother, ou contar histórias diárias de famílias e pessoas; base estudada por esse artigo, que tratará do seriado Keeping Up With The Kardashians. O objetivo do trabalho é fazer uma análise de como este produto da indústria cultural pode se transformar em midcult, qual é o seu real poder de persuasão e quando pode ser considerado um formador de opinião e costumes. Das dez temporadas, um episódio de cada uma delas será analisado.

Palavras-chave: comunicação; reality shows; Keeping Up With The Kardashians; funcionalismo; teoria crítica.

Introdução

A televisão tem uma programação muito variada, mas o que não se pode negar é que ela ainda tem como princípio impor modelos na sociedade. Mostrar quais são as regras que devem ser seguidas, quais são as pessoas que têm mais influência, respeito e espaço no mundo. Entre as 24 horas interruptas, o principal o objetivo é manter a atenção do telespectador. Uma das apostas é criar um laço com o seu público, por isso existem programas para cada faixa etária. Outra forma é fazer uma ligação sentimental ou cotidiana com os programas, aí entram os *reality shows*.

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática de Jornalismo, da Intercom Júnior – XI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Positivo, email: ulitatit@gmail.com

³ Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Positivo, email: nigulin@hotmail.com

⁴ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da Universidade Positivo, email: hendryoandre@gmail.com

Mas o que se entende como *reality shows*? Como eles surgiram? Quais eram seus objetivos? Quais são seus formatos de maiores sucessos? Quais são as alterações na realidade? Eles suprem as “necessidades” que o público exige?

Samuel Mateus, no artigo "Reality-Show – uma análise de gênero", escrito em 2012, traz três traços presentes neste tipo de programa. O primeiro deles é o Cotidianismo:

O primeiro traço mobiliza dor que destacamos do gênero “reality - show” é a saliência da vida cotidiana. Não apenas a televisão se tornou um fato trivial (emissões 24 horas por dia, 365 dias por ano), como a trivialidade, decorrente das transdeformações ocorridas com a neo-televisão, adquiriu um lugar no próprio médium. Numa tentativa de proximidade com os espectadores, eis uma televisão preocupada em acompanhar a vida diária, nas suas mais variadas facetas, seja a profissional, pessoal ou íntima. [...] Com os programas televisivos de realidade eis que a pessoa comum se torna uma “estrela”, uma fama que, acontecendo no momento da exibição catódica, prescinde de qualquer mérito prévio. No reality - show , o importante é o desempenho frente às câmaras poder ser avaliado pelos espectadores como sendo genuíno e autêntico. Mais do que dotes ou competências excepcionais, os indivíduos desta televisão de realidade têm, sobretudo, de conseguir ser eles próprios. (MATEUS, 2012, p.239)

O segundo traço abordado por Samuel é a Escopofilia, o autor afirma que não basta você assistir aos programas, você deve sentir como se estivesse participando dele mesmo.

O *reality - show* não apenas dá a observar a realidade ao espectador como, antes de mais, o interpela como testemunha desse mundo numa relação muito particular entre a verdade, a visibilidade e a verificabilidade daquilo que vemos no ecrã. O espectador torna-se cúmplice daquilo que visiona. Ao ceder à escopofilia, ao mirar o quotidiano dos indivíduos, ele não pode afirmar que não sabe; e não pode fazê-lo porque o viu. (MATEUS, 2012, p. 240).

A terceira característica é a citada pelo autor é a Emancipação do Espectador é a participação de alguma forma direta do espectador:

O reality - show emancipa o espectador quando se assume como lugar de escuta atenta, como confessor coletivo, como agente de uma conversação que frequentemente possui contornos terapêuticos. Emancipado dos espartilhos da passividade e do simples visionamento, o indivíduo comum invade a cena televisiva com as suas próprias memórias, as suas mágoas, as dificuldades que experimenta ou os receios que determinada situação lhe suscita. (MATEUS, 2012, p. 241-242)

Seguindo essas características podemos definir o *reality show* como um programa que tenta mostrar a realidade, possuindo um gênero autônomo que adapta alguns elementos de outros gêneros da televisão, como o documentário, concurso, drama, entre outros. Para o

sucesso desses programas é necessário que o público se sinta incluído no meio, o público deve sentir presente e fazer parte daqueles acontecimentos. Sem contar que é necessário criar um vínculo emocional, criar a cumplicidade entre participantes e quem assiste.

1. O clã Kardashian-Jenner

Eles são tudo o que uma família comum não é. Para começar pelo enorme número de integrantes. Do lado dos Kardashians, estão Kris Jenner e seus filhos - Kimberly, Robert, Khloe e Kourtney - frutos do casamento com o renomado advogado Robert Kardashian, de quem se separou para se casar com o ex-atleta olímpico Bruce Jenner. Bruce e Kris tiveram mais duas filhas, Kendall e Kylie Jenner. Mas antes de se casar com Kris, Bruce já tinha casado duas vezes, com Chrystue Crownover com quem teve dois filhos, Casey e Burton, e também com Linda Thompson, com quem teve mais dois filhos, Brody e Brandon Jenner.

Há mais de sete anos, a família expõe sua vida pessoal por meio do reality show no canal norte americano E!. A série teve início após o vazamento de uma *sex tape* estrelada por uma das filhas de Kris Jenner, Kimberly, hoje mundialmente conhecida apenas como Kim Kardashian. O *reality* que, em 2014, chegou na nona temporada, ultrapassou as fronteiras dos Estados Unidos e se tornou um fenômeno mundialmente conhecido, grande parte desse sucesso se deu pela internet.

1.a. Kris Jenner

Kris é a matriarca da família. Foi casada com Robert Kardashian, com quem teve quatro dos seus seis filhos. Após a separação, se casou com Bruce Jenner, pai de suas outras duas filhas. Durante a série, é possível perceber que Kris organiza a carreira das filhas, mesmo que estas tenham empresários à parte. Além disso, Kris também é a produtora executiva do seriado e estrelou um próprio *talk show*, cancelado no início de 2014.

1.b. Bruce Jenner ou Caitlyn Jenner

Bruce Jenner é sem dúvida um dos maiores e mais influentes nomes na série. Apesar de parecer um pouco como coadjuvante, Bruce é essencial para a continuação do reality. Após seu divórcio com Kris Jenner, com quem foi casado durante 22 anos, Bruce irá participar na décima temporada de *Keeping Up With The Kardashians*, segundo entrevista de Kris para o canal E!. Na série, Bruce sofre com o temperamento de sua ex-esposa, que não deixava que tomasse suas próprias decisões, chegando a extremos como, por exemplo, no

episódio em que Kris pega o cartão de crédito de Bruce para que ele não comprasse um helicóptero de brinquedo. Antes de se casar com Kris, foi medalha de ouro na modalidade de decatlon nos Jogos Olímpicos de Montreal, em 1976. Hoje, Bruce assumiu identidade feminina, com isso, passou a se chamar Caitlyn Jenner, que terá seu próprio *reality show*.

1.c. Robert Kardashian

Robert, que leva o nome do pai, é o Kardashian que menos aparece no reality. O jovem atualmente está longe da série, pois está com depressão por causa de seu peso. Em KUWTK, teve um relacionamento com a cantora e atriz Adrienne Bailon, o relacionamento foi conturbado pela vida que os dois levavam. Rob acabou traindo a cantora que nunca mais quis saber dele. Em um dois episódios, Rob tenta reconquistar a ex namorada e recebe uma mensagem não muito agradável de seu atual namorado. Robert teve uma grande amizade com o ex de sua irmã Khloé, Lamar Odo, com quem morou por algum tempo. A amizade com seu outro cunhado Scott Disick, casado com Kourtney, foi abalado por causa do alcoolismo de Scott. No começo, Robert se negou a participar do casamento da irmã Kim, porque as roupas do casamento não serviam.

1.d. Kimberly Kardashian

Kimberly é a personagem principal da série. A modelo, atriz, produtora, empresária e *socialite* é conhecida apenas como Kim Kardashian. Sempre rodeada de polêmicas, estampando inúmeros sites de fofoca, Kim faz as alegria dos *paparazzis*. O *reality* começou quando a *sex tape* de Kim com seu ex-namorado Ray caiu na internet “acidentalmente”. Logo no episódio piloto da série, Kim precisa falar sobre o vídeo erótico em uma entrevista para um canal norte-americano. Sua vida sempre foi conturbada. Se casou três vezes. O seu segundo casamento durou apenas setenta e dois dias. Atualmente, é casada com o rapper Kanye West com quem tem uma filha de dois anos, North West. Kim é sócia das irmãs Khloé e Kourtney na boutique DASH.

1.e. Khloé Kardashian

Khloé no *reality* é sempre vista como a mais brincalhona. Durante vários episódios da série o desgosto por seu corpo foi colocado em pauta. Em KUWTK, Khloé tem uma ótima relação com todos os seus irmãos, sempre protetora. No ano de 2009, se casou com o jogador americano Lamar Odom, mas por causa do envolvimento de Lamar com drogas e alguns

casos de traição, o casamento chegou ao fim em 2013. Hoje, Khloé estrela junto com Kourtney um *spin-off* da série: *Kourtney and Khloé Take The Hamptons*.

1.f. Kourtney Kardashian

Desde o início do *reality*, Kourtney vive junto com Scott Disick. Apesar de não serem oficialmente casados, os dois possuem um relacionamento desde 2007. Kourtney ganhou seu primeiro filho, Mason, em 2009. Três anos depois, nasceu Penelope, segunda filha do casal. O terceiro filho é Regin Aston, que nasceu no ano passado. Em 2015, o casal já deu declarações sobre uma possível "separação". No casamento, ela e o marido passaram por sérias dificuldades por causa do problema de Scott com o álcool, chegaram a passar meses separados, até que ele resolveu buscar ajuda com o incentivo de Kris Jenner. No começo da carreira, Kourtney tinha uma loja de roupas infantis com a mãe e, agora, também é dona de um blog.

1.g. Kylie Jenner e Kendall Jenner

Em 2014, o título da matéria: "*Are the Jenner girls being groomed to run the Kardashian family empire? Or would fans rather they go away?*" foi destaque no site da Fox News. Será que as irmãs Jenner conseguiriam manter o império criado pelas irmãs mais velhas Kourtney, Kim e Khloé? Tudo indica que as irmãs devem seguir o mesmo caminho traçado. Kendall e Kylie mudaram muito durante os últimos sete anos. No início, as meninas tinham apenas 10 e 12 anos. Hoje, Kylie com 17 e Kendall com 19 são as fontes de inspiração para milhares de jovens. Kendall desde pequena sonhava em ser modelo, hoje, essa é a sua realidade. Em um dos seus primeiros desfiles, trabalhou para a marca Chanel. Na última temporada, Kendall desfilou para Givenchy, Balenciaga, Chanel e Sonia Rykiel, entre outras marcas. Já sua irmã mais nova, Kylie, tem ganhado destaque pela mudança radical que seus lábios tiveram ao longos os anos, principalmente, em 2014. O lado empreendedor de Kylie também tem repercutido na mídia, apesar de alguns trabalhos como modelo, a jovem tem investido em uma linha de extensões de cabelo. No *reality*, as irmãs sempre estiveram juntas e inseparáveis, no entanto, crises de ciúmes sempre marcaram a relação das duas, que hoje em dia seguem caminhos diferentes.

1.h. Brody Jenner e Brandon Jenner

Brody e Brandon são frutos do segundo casamento de Bruce com Linda Thompson. Os dois já participaram do *reality show* estrelado pela família. Os jovens têm uma boa relação com as irmãs Kardashian-Jenner. No entanto, a relação com Kris exposta nas temporadas em que apareceram não é a melhor de todas. Os jovens acreditam que a mentora do clã sufoca seu pai e não deixava que Bruce tome decisões sozinho. Na oitava temporada, os jovens armaram alguns planos para que Bruce consiga realizar alguns de seus hobbies, como a construção de um campo de golfe no jardim da mansão do pai.

1.i. Casey Jenner e Burton Jenner

Os dois filhos do relacionamento de Bruce com Chrystie Crowover nunca apareceram no *reality* e são pouco conhecidos. Por causa da nova família, ele se afastou dos filhos, os quais, hoje, tenta reatar o contato. A informação é confirmada pelas inúmeras notícias envolvendo programas realizados entre Bruce e seus filhos.

2. O Reality Show e o Funcionalismo

A teoria funcionalista é uma forma de estudar a ciência, é uma forma de conseguir ver com outros olhos o objeto de estudo e quais são as suas funções. A teoria encara a sociedade como um organismo vivo, cada pessoa tem uma função específica, e caso uma falhe tem que ser eliminada de todo o processo.

Se formos pensar na teoria funcionalista relacionando com os *reality shows* podemos encarar de duas formas. A primeira é ver o próprio *reality* como um organismo, e qual a função de cada participante no todo. Podemos relacionar a sua personalidade, e como cada uma de suas atitudes pode refletir no processo final. A segunda visão é perceber qual a função social do programa para toda a sociedade. O seu papel é o poder de formar opinião.

O estudo da teoria funcionalista está relacionada com o estudo da comunicação das massas na forma em que a mídia e essa comunicação se tornam ações padronizadas.

As dependências estruturais existentes entre a mídia e outros sistemas sociais não só afetam as atividades cotidianas de nossa sociedade, como também [...] influem na maneira pela qual os indivíduos utilizam a mídia na vida cotidiana. Fazem certa contribuição para o equilíbrio social dessa sociedade. Por outras palavras, têm consequências para a sociedade como um todo. (DEFLEUR e BALL-ROKEACH, 1993, p.48)

O funcionalismo na época em que foi pensado vivia a realidade do capitalismo, na qual o lucro vinha sempre em primeiro lugar. E a comunicação, quando vista de forma privada, pode agir sobre o conformismo social e impacto sobre o gosto popular, podemos comparar isso com a falta de questionamento sobre os *reality shows*.

Quando analisamos o reality shows podemos, principalmente, destacar a teoria da “Escola de Frankfurt”, nela um dos principais confrontos é o fato que são conservadas as violências e as explorações que as massas são submetidas. Portanto, as pessoas passam a desejar algumas que elas não podem ter. Segundo Francisco Rüdiger isso seria “a crescente importância dos fenômenos de mídia e da cultura de mercado na formação do modo de vida contemporâneo.” (HONFELDT, MARTINO e FRANÇA, 2001, p.132).

3. *Keeping Up With The Kardashians* e a Teoria Crítica

Criada em 2007 a série, projetada para o canal E!, "é resultado de uma fina elaboração teórica sobre as relações entre a cultura e a Modernidade, que prometia ao indivíduo a liberdade" (MARTINO, 2009). A ideia de ter um estilo de vida individual, que não seguisse padrões, resultou na criação de programas como o *reality show, Keeping Up With The Kardashians*.

Da mesma forma que os meios de comunicação provocaram uma mudança no cenário cultural, por meio da tecnologia, eles também foram responsáveis por transformar a identidade da família em um produto de consumo a âmbito mundial.

O "estilo de vida" é um padrão conjunto de consumo originado de uma cultura compartilhada, na qual existem contextos sociais específicos (HOLT, 1997). A vontade de participar de uma classe social é influência do próprio indivíduo, porém, agora, a construção da identidade pessoal surge da criação das "narrativas próprias" (TATIT, 2014). No caso de *Keeping Up With The Kardashians*, esse conceito é combinado, principalmente, com a ideia de estilo de vida proposto pela família.

Deste produto é necessário extrair todo lucro possível antes que ele possa desaparecer e ser substituído por outro (MARTINO, 2009). A família é dona de uma série de produtos que vão além do *reality*, passando por linhas de roupas e cosméticos até um jogo virtual milionário, com o nome de Kim Karsdashian, personagem que deu início à criação da série. Para não desaparecer dos holofotes e serem substituídos por outras celebridades mais

polêmicas, é preciso estar sempre em busca de novas mercadorias que autorreferenciem o produto original, ou seja, a família Kardashian.

Com a criação de uma indústria cultural, na qual a família torna-se fonte de lucro, a midcult aparece. A série representa um padrão de vida desejado não só por americanos, mas por habitantes de outros países. Considerada liberal, moderna, de classe média e, principalmente, sendo um "sonho" para o telespectador, a família passa a mensagem de que aquele é um modelo de vida sem regras e que, curiosamente, é bom ser daquele jeito, ou seja, que aquilo é alta-cultura e um exemplo de como ser livre para quem assiste. Porém, aí entra a armadilha da midcult: essa mesma alta-cultura, na verdade, é cultura de massa e isso não é revelado ao público (MARTINO, 2009). Com base em um script, os comportamentos de cada personagem são "programados" e, então, adaptados para uma vida real. Nesse script, existem regras que contrariam a ideia de liberdade e, na verdade, estimulam o conceito do capitalismo; é como se a série dissesse "é bom ser rico" ou "olhe o que eu posso fazer sendo rico". Outro ponto que se opõe a tal liberdade é que, subliminarmente, os personagens demonstram "inspirações" no positivismo e isso pode ser percebido quando o "elenco" fala em um corpo ideal, nas atitudes que levaram a família ao sucesso e no valor econômico dos bens materiais.

O público, que assiste ao seriado, pode ser induzido a agir como os personagens, pois, se a série diz que é liberal, então, o indivíduo também pode assumir o mesmo comportamento. Com a reprodução dos produtos que levam o nome Kardashian, segundo Pierre Bourdieu, surge um "mercado de bens simbólicos", no qual a única atividade é a transformação da cultura em mercadorias de consumo rápido (MARTINO, 2009). Não é necessário que os produtos sejam lembrados, mas que sejam vendidos.

Para estimular o telespectador a acreditar na vida que eles levam fora da televisão, os desfiles de moda, os *photoshoots*, o trabalho como estilistas e etc, são atividades que são expostas no programa. Estimulando-os a acreditar que estão assistindo um "por trás do cenário". Essa atitude é semelhante a adotada por Hollywood após perceber o potencial de marketing no processo da indústria cultural (MARTINO, 2009). É o caso do *starsystem* apresentado por Gilles Lipovetsky.

A exibição da cozinha nos filmes, a exposição dos bastidores do mundo do glamour que reveste a produção cinematográfica estimulava - como até hoje - a imaginação do público em ver o que há por trás dos cenários - ainda que, como nesses filmes, seja apenas outros cenários, em um exercício de metalinguagem. (MARTINO, 2009)

No entanto, a série não pode ser definida como cultura popular, pois não está disponível para todos, visando o fato em que só é transmitida por meio de canais fechados. Se o telespectador quiser assistir à série, será necessário fazer a assinatura de uma TV a cabo e selecionar o canal “E!” ou procurar os episódios disponíveis na internet de forma ilegal. Com isso, a teoria crítica estudada por Adorno e Horkheimer é falha. Para que fosse válida, a teoria deveria ser pensada como propõe Walter Benjamin, que preza pela compreensão da cultura de massa (no caso, agora, midcult) e não somente em sua negação (MARTINO, 2009).

Para adaptar a série ao estudo de Benjamin, seria necessário comparar o objeto principal do conceito, a aura, com o próprio *reality show*, *Keeping Up With The Kardashians*. A partir de ensaios fotográficos, grandes acontecimentos (como o casamento de Kim com Kanye West), aparições em programas de entretenimento e dos próprios negócios da família, se dá a reprodução técnica; esta pode valorizar a aura original e popularizá-la, porém perde seu valor inicial e o sentido, que seria a própria série/aura. No caso de Habermas, a série "tem a possibilidade de resultar em uma ação do receptor, interferir nessa ação e modificar atitudes em diferentes escalas na busca pelo entendimento" (MARTINO, 2009). Por ser um *reality show* gravado periodicamente e concluído antes de sua liberação para o canal, *Keeping Up With The Kardashians* não leva em consideração a esfera pública. Porém, a discussão sobre as opiniões dos telespectadores podem ser analisadas após o término de cada temporada.

4. O Olho da Mídia sobre Kim Kardashian

"Seis narrativas explicam como a mídia do entretenimento interpreta os membros da família Kardashian, um fenômeno cultural. Os tópicos foram analisados a partir de notícias, em 2011. São eles: imagem corporal; relações familiares; social media; branding e negócios; popularidade; e os casamentos e divórcios dos "personagens". As matérias negativas são as mais frequentes" (MCCLAIN, 2013). O termo Kardashian, por exemplo, poderia ser definido como símbolo. As notícias, repetições e familiaridade com as narrativas constroem uma realidade que traz credibilidade (BARTHES, 1977; ZELIZER, 1997). Com isso, a audiência se acostuma com ideologias, paradigmas e compreende melhor o produto (MCCLAIN, 2013).

"Ao pesquisar a palavra "Kardashian" no banco de dados do Newspapers Plus (um portal com mais de 150 jornais, programas de televisão, etc.) são encontrados 5,197 itens relacionados com o termo. (...) Em 2007, por exemplo, quando *Keeping Up with the Kardashians* estava começando, só existiam 93 resultados." (MCCLAIN, 2013)

4.a. Imagem corporal

O formato de *reality show* usado em *Keeping Up with the Kardashians* reflete no que Laura Mulvey (1975) descreve como "o olhar masculino". A análise trata especificamente de Kourtney, Kim e Khloé. Segundo Mulvey, "os seus papéis de mulheres tradicionais exibicionistas são, simultaneamente, vistos e divulgados em rede internacional, com sua aparência direcionada para um forte impacto visual e erótico, para que possam chamar atenção" (SORIANO, 2013).

4.b. Branding e negócios

Das várias profissões que exerce, Kim Kardashian, segundo a revista americana Forbes, arrecadou US\$ 28 milhões em 2014. Para Kim, o motivo do número tão alto é, principalmente, o fato da *socialite* ter criado seu próprio jogo: *Kim Kardashian: Hollywood*. O *game*, além de ter conseguido alcançar o 1º lugar nos *charts* da Apple App Store, arrecadou nos cinco primeiros dias de venda US\$ 1,6 milhões. Por ano, o jogo tem uma estimativa anual de US\$200 milhões, Kim fica com 45% do valor, logo, aumentará sua renda em mais de US\$80 milhões.

4.c. Popularidade e Social Media

Kim Kardashian, considerada a rainha de "ser famosa por ser famosa", é uma das celebridades mais buscadas no Google; no Reino Unido, por exemplo, ela conseguiu o primeiro lugar da lista, em 2011. No Twitter, o presidente norte-americano, Barack Obama, tem quatro milhões de seguidores a menos que ela. Na lista de 2014, a revista Forbes classificou a integrante da série *Keeping Up with the Kardashians* como a 80ª pessoa mais influente do mundo. O reconhecimento de Kim foi aproveitado por um meio de comunicação, o qual gerou muita expectativa e propunha aumentar ainda mais a popularidade da *socialite* americana. A revista de moda Paper Magazine teve Kim Kardashian aparecendo na capa da edição de novembro de 2014, a proposta do veículo era fazer com que Kim "quebrasse a internet" a partir da campanha "#breaktheinternet". Para saber se a revista tinha conseguido o feito, o The Wall Street Journal realizou uma pesquisa avaliando a quantidade de *tweets*, publicados na rede social Twitter, durante o dia da publicação. O resultado deixou Kim em segundo lugar, com mais de 300 mil menções. A *socialite* só perdeu para as publicações relacionadas à missão Rosetta, no qual os *tweets* com "#cometlanding" resultaram em quase 500 mil menções no dia do acontecimento.

4.d. Relações familiares, casamentos e divórcios

As três últimas narrativas são relacionadas ao lado privado de Kim. Além de ter a família ligada ao *reality show*, a *socialite*, que está grávida de seu segundo filho do atual marido, Kanye West, casou-se três vezes. Os divórcios enfrentados por ela foram, praticamente, essenciais para que seu estilo de vida fosse copiado e, ao mesmo tempo, “eternizaram” e idolatraram a figura: Kim Kardashian.

5. Conclusão

Entre realidade e o script proposto pelo *reality show*, o nome Kardashian se tornou um produto. A série está no ar desde 2007 e não existe nenhuma previsão sobre qual será a sua temporada final. A cada ano que passa, o clã Kardashian-Jenner vem ganhando mais espaço e influência no mundo, não só na internet. O principal fator responsável por isso é a incansável Kim Kardashian, a qual podemos relacionar como heroína da série. "Seria possível estruturar qualquer história a partir do roteiro básico da “Jornada do Herói”, e vice-versa, ou seja, é possível “desmontar” as histórias, identificando nelas os passos que constituem a “Jornada”".(RICÓN)

Kim, com base no roteiro da jornada do herói mitológico, pode ter conseguido tal destaque pelos seguintes motivos: vivia uma vida normal, longe das câmeras e, apesar de ser uma jovem milionária, trabalhava como vendedora de roupas; cai na internet um vídeo íntimo feito com o ex-namorado, o vídeo chama a atenção no mundo dos famosos e o canal E! propõe que Kim e toda sua família façam parte de *reality*, que iria acompanhar seu dia a dia; apesar de aceitar participar do programa, Kim não quer falar com a mídia sobre o vazamento da *sex tape*; porém, ao conversar com a família, decide que está na hora de prestar esclarecimentos e que isso seria feito na televisão em uma entrevista, a modelo aceita alegando que será a única vez que irá falar sobre o episódio; após a entrevista, a vida de Kim começa a mudar, ela começa a fazer vários trabalhos como modelo e todo mundo passa a conhecê-la melhor; um dos trabalhos proposto é posar para a Playboy, Kimberly acredita que posar nua não é a melhor solução para alguém que quer apagar o passado; então, a *socialite* ganha como principal inimigo as críticas feitas pela mídia; a modelo passou vários anos alimentando a imprensa com seus casos, um deles foi o seu casamento de 72 dias; após elaborar uma cerimônia de quatro milhões de dólares, Kim se torna alguém indispensável em todas as festas das celebridades, porém, quando seu divórcio é anunciado, a mídia passa a acreditar que seu

casamento foi uma jogada de publicidade, só para colocar todos os holofotes direcionados para ela; menos de seis meses após o fim de seu casamento, Kim começou a se relacionar o rapper Kanye West, que seria o seu “caminho de casa”; pouco tempo depois, a modelo anunciou que estava grávida de sua primeira filha; quando parecia que a mídia tinha começado a esquecer Kim, ela aparece com mais um casamento milionário.

A personagem, Kim Kardashian, é exemplo de como a indústria cultural pode transformar alguém em um ídolo e, para manter essa tal pessoa popular, é necessário usá-la de diversos modos, mesmo que seja pelo lucro. No final, com a jornada "finalizada", ela demonstra admiração do público por todo caminho percorrido, precisando apenas continuar com fatos que devolvam-na à mídia, o que poderia ser um ensaio nu em uma revista de moda ou outra entrevista que envolva alguma polêmica, principalmente, pessoal.

Referências bibliográficas

DEFLEUR, Melvin L., BALL-ROKEACH, Sandra. **Teorias da Comunicação de Massa**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1993. E! ONLINE. Kardashians. Disponível em: <<http://www.eonline.com/shows/kardashians>>. Acesso em: 20 nov. 2014.

FORBES. **Celebrity 100**. Disponível em: <<http://www.forbes.com/profile/kim-kardashian/>>. Acesso em: 16 nov. 2014.

HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga. **Teorias da Comunicação**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.

HOLT, D.B. **Poststructuralist lifestyle analysis: Conceptualizing the social patterning of consumption in Postmodernity**. Journal of Consumer Research, 1997.

MCCLAIN, Amanda Scheiner. **Keeping Up the Kardashian Brand: Celebrity, Materialism, and Sexuality**. Lexington Books. 2013.

MATEUS, Samuel. **Reality-Show: uma análise de gênero**. Dez. 2012. Disponível em: <https://www.academia.edu/3248763/Reality-Show-_uma_analise_de_genero>. Acesso em: 22 set. 2014.

RICÓN, Luiz Eduardo. **A Jornada do Herói Mitológico**. Disponível em: <<http://hosted.zeh.com.br/misc/senac/4semestre/prj/jornada.pdf>>. Acesso em: 20 nov. 2014.

SORIANO, Lucia. **‘Hey Doll’: Keeping Up with the Kardashians and the Construction of the Feminine Body**. Out. 2013. Disponível em: <<http://commons.pacificu.edu/cgeconf/2013/1/5/>>. Acesso em: 15 nov. 2014.

TATIT, Uliane. **Jornalismo e moda: os critérios usados por Anna Wintour nos editoriais da revista Vogue**. Setembro 2014. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2014/resumos/R9-2446-1.pdf>>. Acesso em: 16 nov. 2014.