

A Mitificação de Kim Kardashian no Instagram. ¹

Autora: Emanuella RODRIGUES²
Faculdade Boa Viagem – Devry.

RESUMO

A sociedade representa a si mesma e o mundo em que vive por meio de seus mitos. Estudá-los permite compreender mais sobre a mesma e seus modelos culturais. Este trabalho tem como objetivo discutir a construção de mitos pela indústria do entretenimento nos dias atuais, usando como exemplo a figura de Kim Kardashian e sua atuação no aplicativo Instagram. Para melhor compreender o conceito de mito foram utilizados, em especial, os estudos “de” Umberto Eco e Joseph Campbell. A ideia de modernidade líquida de Zygmunt Bauman e o estudo desenvolvido por Raquel Recuero sobre “Capital Social” embasando assim a ideia do consumidor contemporâneo e tornando possível a compreensão do aplicativo Instagram como meio para construção de um mito.

PALAVRAS-CHAVE: Mito; Instagram; Sociedade Líquida; Kim Kardashian.

¹Trabalho apresentado no IJ 8 – Estudos Interdisciplinares da comunicação XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul realizado de 26 a 28 de maio de 2016.

² Pesquisadora. Formada em Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda FBV- Devry.

1. MITOS

Tendo a sociedade como um *palco*, em que os indivíduos são moldados através das interferências externas, se faz fundamental a discussão sobre o que é hoje o significado da vida e das relações sociais tendo como base o surgimento das novas tecnologias que influenciam o humano social e sua maneira de se comunicar e expressar. Não é de hoje que a tecnologia interfere e altera o âmbito social, foi assim com o aprendizado e manuseio do fogo, no período neolítico, com o controle da eletricidade a séculos atrás e é assim, hoje, com a internet.

Com o fim da segunda revolução industrial, os meios de comunicação – jornais, rádio, cinema - passaram a exercer um poder de influência incontestável diante da sociedade de massa. Diante dessa multidão, que clama por uma distração de sua vida, se viu necessário o uso de novos métodos de alienação para o consumo devido a necessidade de desenvolvimento econômico. Surgem aqui, no contexto de Indústria Cultural e do estopim da comunicação de massa, novos símbolos massificados. Um deles, o Superman o herói com poderes sobrenaturais. Entre vários pesquisadores que se interessam pelos estudos dos mitos da sociedade, um deles, Umberto Eco, fez em seu livro *Apocalípticos e integrados* (1979), a análise do Superman estabelecendo o personagem como um mito e símbolo da sociedade de massa. O mito do Superman traz o personagem e desmitifica super- herói das HQ's mostrando o verdadeiro significado por trás de suas atitudes e ideais. Sendo um símbolo facilmente universalizado e usado para influenciar o público através da sua popularidade poderia ser comparado ao que Jesus simboliza para o Cristianismo. O herói que a sociedade americana desejava ser e precisava ter. A estratégia do mito está em destaque devido à era da informatização, sendo usada como ferramenta para influenciar o público, mostrando ser possível mitificar um objeto, univertizando seu significado, tornando-o um produto. Umberto Eco, ao mostrar os pressupostos para análise do Superman, apresentou determinadas premissas, tais como o que o mito deve ser; popular, despertar o interesse e afeto do público, persuadindo o mesmo a consumi-lo, além de conter características que permitam identificação do consumidor com o “personagem”. Por fim, deve ser imprevisível pois, o inesperado o torna “humano”. A era da informatização trouxe a possibilidade de criação de diversos outros mitos, cada um suprindo alguma necessidade da sociedade. Dentre eles: Kim Kardashian.

2. KIM KARDASHIAN

Foi nas redes sociais que Kim encontrou seu *palco*; Em uma sociedade em que padrões sociais inalcançáveis e irrealistas são impostas todos os dias, uma sociedade que vive em uma eterna busca pela felicidade, supostamente alcançada através do consumo dos padrões apresentados por ela. Kim Kardashian aparece representando todos que não detêm o padrão estético exigido pela sociedade. Ela exhibe, sem os mínimos pudores, seu corpo e sua vida em busca de uma felicidade gerada através de curtidas e comentários nas redes sociais. A sociedade, que vinha sendo transformada com a utilização das redes sociais, precisava de algo que os representasse, possuindo características que eles almejavam possuir. Estes valores sociais, dos que utilizavam a internet e as redes sociais, se modificaram com tempo e com a imersão prolongada. Assim Kim “surge” com um elemento de escândalo cabível ao grupo, assumindo esta coroa e se tornando o mito para este padrão de vida líquido. Destacasse por possuir tudo que a sociedade de consumo deseja: fama, dinheiro, fãs e felicidade, sendo ao mesmo tempo um “ser humano” falho, como todos eles e com suas fraquezas. Ela torna-se mito ao fazer de sua vida um *espetáculo*, exibido a todo momento no Instagram, sujeito a mudanças a cada momento e influenciando um “novo” padrão de consumo.

Filha do advogado Robert Kardashian, famoso por trabalhar no caso do amigo O.J Simpson, acusado de assassinar a esposa, Kim cresceu em Beverly Hills junto com os irmãos Kourtney, Khloé, Robert, Kendall e Kylie, as duas últimas filhas de sua mãe Kris Jenner, com o segundo marido Bruce Jenner campeão Olímpico. Kim tornou-se conhecida na mídia americana no início de 2007 quando um sextape³ gravado com seu então namorado Ray J, vazou na internet. Usando o episódio para impulsionar a carreira, assinou um contrato com o canal E!, de celebridades, onde seu dia a dia e de sua família são retratados no reality “Keeping Up With de Kardashian”. Segundo a Vogue (2015), “Uma mistura explosiva de dramas familiares, sexo, polêmica, desejo e vocação excelente para os negócios”, o reality se tornou sucesso instantâneo com dez temporadas exibidas em 160 países, além ter gerado seis spin-offs⁴ Kourtney and Khloé Take Miami, Kourtney and Kim Take New York, Khloé & Lamar, Kourtney and Khloé Take the Hamptons e I Am Cait.

Assim, ela tornou sua imagem uma marca que se mantém ativa nas redes sociais, interagindo com os fãs e se reinventando, passando de simples reality star⁵ a uma das 100

³ Vídeo de sexo “caseiro” (gravado em casa, de forma amadora).

⁴ Aquilo que foi derivado de algo. Exemplificando programas derivados do reality Keeping up With Kardashian.

⁵ “Estrela de Reality show” em tradução livre; Protagonista de Reality show.

celebridades mais influentes do mundo, segundo a revista *Times*. O seu grande atrativo nas redes sociais é a imprevisibilidade.

3. REDES SOCIAIS

As redes sociais existem desde a antiguidade quando os homens interagiam entre si. “O que mudou ao longo da história foi a abrangência e difusão das redes sociais, conforme as tecnologias de comunicação interativas foram se desenvolvendo” Gabriel (2010), o que temos hoje são redes sociais online, sites no ciberespaço que permitem que as pessoas compartilhem informações, se comuniquem das mais diversas formas (Texto, vídeos, fotos, músicas). Na atualidade, as principais são Facebook, Twitter e Instagram. A inserção da mobilidade, principalmente por meio dos smartphones, que permitem a interação nas redes sociais - sejam em tempo real ou não - faz as mesmas se consolidarem como ferramentas de comunicação em tempo real, por pessoas no mundo inteiro. As redes sociais são compostas por atores⁶ (Pessoas, ou nó, ligados pelos laços) e laços (Interações entre as pessoas); Os atores são as pessoas que atuam na rede que se analisa, que interagem com aquela estrutura. No caso das redes sócias um perfil no Facebook, weblogger, Twitter e Myspace, os laços são o que interligam os atores a rede e o que determinam o capital social de cada nó. Os laços interpessoais podem ser de três tipos: fortes (Família e pessoas próximas), fracos (Pessoas com quem mantemos relações superficiais) ou ausentes (Pessoas que não conhecemos). Esses são os elementos básicos das relações em redes sociais, que geram novos valores morais e condutas para sociedade. Segundo Bauman (2012), os laços humanos mudaram. Hoje, os indivíduos passaram a viver em rede e não em comunidade. A rede é feita e mantida viva pelos atores e laços, o conectar e desconectar que geram um novo aspecto comportamental, agregando novos valores sociais onde o indivíduo precisa afirmar sua identidade, se auto afirmando nas redes sociais, adquirindo “valor” que mede sua importância diante da rede. Esse valor é chamado de capital social; Segundo Raquel Recuero (2009), seus valores são visibilidade (Presença do ator na rede social), reputação (A percepção que os “atores” constroem sobre outros atores da rede), popularidade (Valor relacionado a audiência: número de seguidores, referências feitas a esse “atores” nas redes sociais) e autoridade (É o poder de influência, que esse “atores tem na rede”). Quando um “ator” tem um grande capital social ela passa a influenciar toda a rede, redefinir a forma como os usuários da rede se utilizam da mesma e geram um conteúdo que é consumido de

⁶ De acordo com a Teoria das Redes Sociais. Martha Gabriel (2010, p.198).

forma imediata, suas atitudes passam a ser repetidas, compartilhadas e replicadas de forma instantânea pelos nós das redes e principalmente, passa a gerar interação a partir do que diz, posta e compartilha; É assim com Kim Kardashian, que através dos seus aproximadamente 45,7 milhões de seguidores no Instagram, gera engajamento sobre si própria e difunde seu estilo de vida e identidade para ser copiado, comentado, curtido e criticado por todos os “atores” da rede.

4. SOCIEDADE LIQUÍDA

Essa ascensão das redes sociais só é possível porque vivemos em uma sociedade líquido-moderna⁷, em que hábitos ou costumes mudam tão rápido que não há tempo para nada se cristalizar, se solidificar. A sociedade sempre está se transformando, atualizando; nada se mantém igual por muito tempo. De acordo com Bauman (2014), a vida líquida é um ciclo de começo e fim infinitos. A sociedade líquida é individualista, não a uma busca pela nação, ou movimento político a que vincula-se, o propósito da vida passa a ser a busca pela identidade, o ser humano tem que criar uma identidade do zero e passa a recriá-la durante toda sua vida, porque o que é valorizado hoje se modifica amanhã.

O sujeito, previamente vivido como tendo uma identidade unificada e estável, está se tornando fragmentado; composto não de uma única, mas de várias identidades, algumas vezes contraditórias ou não-resolvidas. [...]. Esse processo produz o sujeito pós-moderno, conceptualizado como não tendo uma identidade fixa, essencial ou permanente. A identidade torna-se uma "celebração móvel": formada transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam. (HALL, 1992, p.2).

A identidade pós-moderna está em um estado permanente de desintegração, o processo de “individualização” do sujeito está atrelado ao consumo se adequando a cada nova moda. A compra de bens agrega valor á identidade provisória, que será modificada no próximo instante, quando uma nova tendência de consumo for propagada, corroborando para que homens e mulheres vivam em um estado de incerteza e insegurança, se modificando a cada “nova tendência” social, existindo todo um investimento no sucesso para ser aceito e inserido pela rede, onde fracassar não é aceitável.

As razões que fazem de Kim uma heroína cultuada pelos seus fãs é sua notoriedade na rede, que gera uma nova comunidade unida em torno do seu culto, “em prol” do indivíduo, não mais da comunidade, havendo uma recompensação imediata de seus feitos através de curtidas e comentários nas redes sociais, reação buscada pelo indivíduo da

⁷ Conceito criado pelo sociólogo Zygmunt Bauman, para definir a sociedade pós-moderna.

sociedade-liquida. Kim Kardashian, dadas as condições existentes, se mostra uma heroína, que age em benefício próprio, e vive apenas para si.

Kim Kardashian escolheu narrar essa busca e torná-la produto usando como principal ferramenta o Instagram. A plataforma permite que os seguidores “visualizem” cada nuance dessa nova identidade através de fotos de cada momento do seu dia a dia "ao compartilhar toda essa informação, da mesma forma que seu público faz (Com *selfies*, por exemplo), pelos mesmos meios (Instagram e Twitter), com a mesma linguagem (Usando hashtags populares para escrever suas mensagens), ela cria um vínculo emocional com seus fãs" (BBC, 2015), dando ao público o poder de sugestionar cada ato da sua vida e atendendo seus desejos ela se consolida como mito. Em paralelo com as inúmeras identidades desenvolvidas, Kim Kardashian tem um fundamento que se mantém diante de todas as mudanças, ela sente-se cômoda com seu corpo – sua marca registrada, seu formato de corpo diferente dos padrões impostos pela sociedade, seu bumbum avantajado é exposto sem a mínima vergonha, o empoderamento do seu corpo é sua essência como mito. Mostrando que um novo padrão de corpo pode ser sexy, elegante e bonito, ela distingue-se ao ser objeto de desejo e símbolo sexual com um corpo que foge dos padrões vigentes na mídia, muitas vezes inatingíveis. Além disso há um fator que aproxima ainda mais Kim da imagem de mito; a forma como a opinião pública se manifesta histericamente após suas postagens, seja a favor ou contra, as pessoas participam enfaticamente das postagens, como se o fato ocorresse com eles mesmo ou com alguém próximo de sua realidade.

5. A DESMITIFICAÇÃO DE KIM KARDASHIAN

As imagens postadas por Kim Kardashian são símbolos que representam a identidade que ela escolheu posicionar no Instagram, servem como código identitário para identificar em que “fase” ela se encontrava e que mensagem ela buscava comunicar. Denomino a primeira fase a: “Fase Reality Star” (Figura 1), iniciada em fevereiro de 2012.

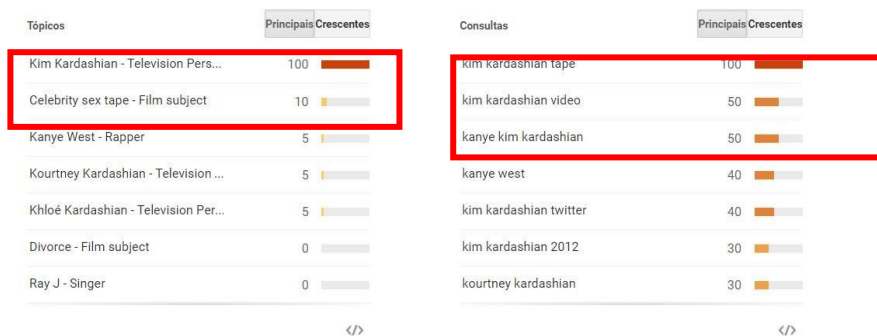


Figura 1- Captura da tela, imagem postada no instagram em 2 de Agosto de 2012.

Fonte: <https://instagram.com/kimkardashian/>

Kim Kardashian cria seu Instagram em fevereiro de 2012, período que o aplicativo possuía 10 milhões de usuários, ganhava sua versão para Android e era comprado pelo Facebook, passando a ser mais acessado. Em uma sociedade marcada pelo egocentrismo, na qual se instala fronteiras entre os pobres e ricos e que o espaço ocupado pela elite não pode ser atingido pelo pobre, o Instagram é a *senha de entrada* para esse território desconhecido por uma grande parcela da população. Assim, Kim Kardashian se apresenta com a identidade de símbolo sexual.

Conhecida principalmente nos EUA sua imagem é, em sua maioria, associada a seu sex tape, ao reality show e ao namorado Kanye West. Estes foram os tópicos de pesquisa ligados com mais frequência ao seu nome no Google em 2012 (Tabela 1). O conteúdo de seu Instagram nesse período é composto por selfies⁸ (Figura 1) - Kim é considerada “Rainha das Selfies”⁹ - bastidores de ensaios fotográficos, fotos com a família, festas, viagens de jatinho, fotos de seus looks com grifes caríssimas e de sua marca própria devidamente apontadas em suas legendas; cada aspecto de sua vida é exibido como em seu reality show, acrescido de fatos considerados mais “banais e reais”, o flash da blusa quebrada, o “antes” e depois da maquiagem, o não “esconder” seu corpo que não tem as proporções consideradas ideais e sim exibi-lo sem o mínimo pudor de julgamentos sociais. Todas essas fotografias tem o mesmo foco, exibir Kim Kardashian em primeiro e único plano. O compartilhamento desses momentos “banais e reais” com seus seguidores possibilita que os mesmos consigam identificar-se, por congenialidade, com a cena apresentada.



⁸ “Uma fotografia que a pessoa tira dela mesma, tipicamente com um smartphone ou webcam, carregada em um site de mídia social. ” Fonte:< http://www.oxforddictionaries.com/us/definition/american_english/selfie?q=selfie>. Acesso em: 04.nov.2015.

⁹ Kim Kardashian é conhecida como “Rainha das Selfies”, por ser a percussora deste estilo de foto. Tendo inclusive lançado um livro sobre o tema. Disponível em: < <http://lifestyle.sapo.pt/fama/noticias-fama/artigos/kim-kardashian-ensina-ellen-degeneres-a-tirar-uma-boa-selfie>>. Acesso em: 05. Nov.2015.

Tabela 1- Google Trends com tópicos e consultas com o nome Kim Kardashian em 2012.
Fonte: <https://www.google.com.br/trends/explore#q=Kim%20Kardashian>

O vestuário é um dos aspectos mais identitários de Kim Kardashian por mostrar sua expressão sobre a moda. Ela não reproduz o que está descrito em uma revista de moda e sim executa de forma individual suas próprias tendências. “Na modernidade, a moda é um componente importante da identidade, ajudando a determinar de que modo cada pessoa é percebida e aceita, [...] os estilos e as imagens por meio dos quais será possível produzir uma identidade individual” (KELLNER, 2001, p.333). O vestuário é um dos pontos mais destacados em suas postagens, utilizando, para caracterizá-la, os micros vestidos justos, sapatos de salto alto, cabelos longos e pretos e a tão popular maquiagem contornada¹⁰, viraram referência validando um novo estilo e proclamando um novo padrão de “corpo ideal” com características que fogem do padrão estabelecido pela mundo da moda. As roupas estão disponíveis em sua marca própria, K-Dash e em parcerias com outras marcas.

Assim, ela comunica e vende um modelo de identidade e vida; é o marketing da própria imagem. O que está sendo “vendido” é a própria Kim Kardashian, ela é o produto, afinal, a maioria dos bens materiais exibidos por ela são impossíveis de serem comprados pela maioria da população, o que está sendo vendido vai além. É um modo de comportamento, de estilo e atitude “Uma mulher que compra roupas da Kardashian Kollektion não está comprando um vestido, mas a chance de parecer e se sentir uma Kardashian” (COBURN, 2014). Ao fazer de sua vida um reality show de fotos, cultivar a si mesmo e exibir sua imagem exacerbadamente em busca de “curtidas”, posar para uma selfie da mesma forma que Kim Kardashian, ou se vestir igual significa estar “comprando” uma identidade. Não é o que ele é, mas sim o que ele quer parecer diante da sociedade, ele está dando seu assentimento inconsciente ao mito Kim Kardashian.

Quando anuncia sua gravidez, em 31 de dezembro de 2012, a identidade de Kim Kardashian é transformada. Ela passa de filha para mãe, promovendo novas aventuras, gerando novos apelos. Ela, agora, não mais é apenas um objeto sexual e estrela de reality show, ela será mãe e a maternidade ainda hoje é vista como algo sagrado. Sobre a maternidade, Campbell (2004) discorre: “Dar à luz é incontestavelmente uma proeza heroica, pois é abrir mão da própria vida em benefício da vida alheia”. A gravidez foi de

¹⁰ Existem inúmeros tutoriais na internet ensinando a fazer a maquiagem de Kim Kardashian. Disponível em: <<http://camilacoelho.com/2015/07/24/contorno-de-kim-kardashian-como-afinar-o-rosto-com-maquiagem/>>. Acesso em: 06. Nov.2015.

fato uma superação heroica para Kim Kardashian, tendo em toda a sua jornada altos e baixos publicados em sua conta que possuía 6,746,580 seguidores¹¹, tornando o dela o segundo perfil mais seguido do Instagram em 2013. Se, em sua primeira fase, o conteúdo publicado por ela, em sua maioria, era formado por *selfies* sensuais, o que se vê na fase “Kim Kardashian Gravida” é outra faceta; O corpo curvilíneo tão conhecido é substituído pelas formas de grávida.

Em uma sociedade que cultua a aparência física e tem compulsão na busca pelo padrão estético, que é bem quisto na sociedade naquele momento, para Bauman (2007), a compulsão pela boa forma é um vício da sociedade dos consumidores, não há um fim a ser alcançado, seu corpo pode ser sempre melhorado, “[...]os mais esbeltos, torneados, sensuais e atraentes, são os mais disputados, desejados e valorizados. A aparência física e a performance do corpo funcionam como características distintivas, signos de status e condição social [...]” (KNOOP, 2008, p.7). Obviamente, Kim Kardashian seria alvo de inúmeras críticas (Figura 2), por não estar em seu estereótipo “adequado”, ou pelo seu novo estilo, expondo menos o corpo com roupas mais fluidas, e longas. No entanto, o engajamento sobre o nome Kim Kardashian na internet aumenta¹², visto que no período da “Fase Kim Kardashian gravida” em 2013, o Instagram possui 150 milhões de usuários ativos, e a exposição de opinião de seguidores nas redes sociais cresce. Neste período, vesse a ascensão dos “haters”¹³ e dos “lovers”¹⁴. Graças a sua popularidade na rede, Kim vê suas fotos repletas de comentários de haters, como @fabulousq4129: “volte ao seu estilo glamuroso” (Figura 13), @tippy.lowenhoff: “para ser honesto seu vestido parece com o meu velho sofá”(Figura 15), @birkadin_45: “é horrível” (Figura 2) e comentários opostos, dos lovers “@leilanigold: Oh Meu Deus!! Considerando-se todas as pessoas que têm coisas negativas a dizer sobre ela, há mais de 20 homens fazendo fila para tirar uma foto ela é a rainha !! Vamos Kim seja uma puta má !!” (Figura 2), e @nikitagarret “Kim por favor, relaxe e aproveite a sua gravidez. Você continua linda e deslumbrante. Continue na clandestinidade como a BEYONCE. É um ótimo tempo para ser tratada como uma rainha ” (Figura 2). Sobre o comportamento dos haters e lovers, Musardo (2015, p.1) diz: “Tudo na internet é sempre um exagero. Amor, ódio, alegria, tudo para parecer mais do que é. A

¹¹ Dados Websta. Disponível em:< <http://noo.com.br/os-mais-populares-no-instagram/>>. Acesso em: 08.Nov.2015.

¹² Com base em dados do Google Trend em comparação com o ano de 2012. Disponível em:< <https://www.google.com.br/trends/explore#q=Kim%20Kardashian&cmpt=q&tz=Etc%2FGMT%2B2>>. Acesso em: 15. Nov. 2015.

¹³ “Haters é um termo usado na internet para definir pessoas que postam comentários de ódio ou crítica sem muito critério, através de perfis anônimos”. Fonte:< [https://pt.wikipedia.org/wiki/Hater_\(internet\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Hater_(internet))>. Acesso em: 08. Nov.2015.

¹⁴ Lovers, pessoas que postam comentários amorosos, em sua maioria fãs. Fonte:< <http://www.gazetadopovo.com.br/viver-bem/comportamento/amor-e-odio-sem-medida/>>. Acesso em: 08.Nov.2015.

finalidade disso sempre é satisfazer o próprio ego”. A cada foto postada é uma nova forma de defender seus desejos e valores diante de um modelo social exibido por Kim Kardashian.

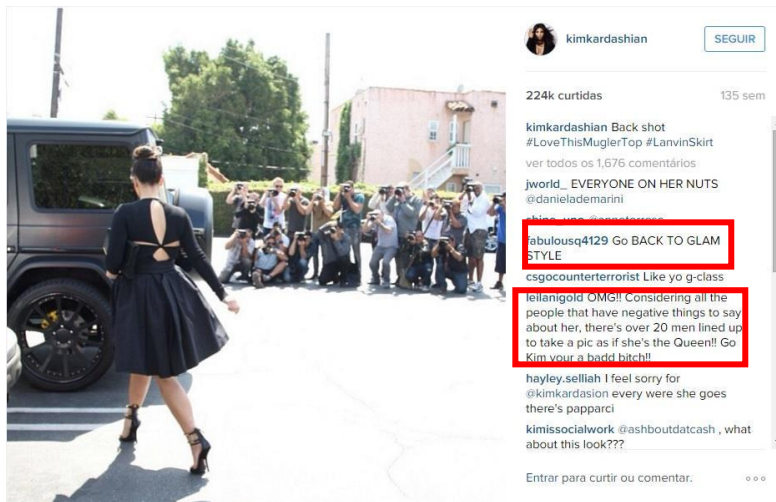


Figura 2 - Captura da tela, postada no Instagram em 24 de Março de 2013.
 Fonte: <https://instagram.com/kimkardashian/>

No caso de Kim Kardashian as postagens dos haters só aumentam o efeito heroico de sua maternidade. As críticas fazem com que o público gere empatia sobre ela, afinal ao contrário do padrão de “majestade” apresentado por Kate Middleton, também grávida em 2013 (Tabela 2), que tornasse manchete nas mídias de massa em todo o mundo por manter sua “boa forma” mesmo na gravidez, Kim Kardashian exibe seus pés inchados e um corpo mais gordo, típico da gravidez. Assim enquanto, Kate Middleton simboliza a monarquia, príncipes e princesas – eternos personagens de contos de fadas – e apresenta um arquétipo irreal para maioria das mulheres grávidas, Kim Kardashian simboliza a sociedade de consumidores – que *reverencia celebridades*¹⁵ e busca ter fama e dinheiro, criando seu próprio conto de fadas e tendo como plateia seus milhões de seguidores. As críticas são mais provações e testes de sua jornada heroica maternal aumentando a audiência de sua saga. O público fica em suspenso, esperando para vê se ela conseguirá superar essas dificuldades – nesse caso relacionado muito a volta dos padrões estéticos apresentados por ela de símbolo sexual (Seu corpo) do que o nascimento de sua filha. Seu nome passa a ser associado principalmente pela gravidez e a sua filha North West (Tabela 2).

¹⁵ Para Campbell hoje reverenciamos heróis “[...] Eles não tinham noção da necessidade de dar a si próprios a fim de realizar alguma coisa[...] Só queriam ser conhecidos, ter fama – nome e fama” (CAMPBELL, p.142,2004).



Tabela 2- Google Trends com tópicos e consultas com o nome Kim Kardashian em 2013.
 Fonte: <https://www.google.com.br/trends/explore#q=Kim%20Kardashian>

O conteúdo de suas fotos nesse período, a mescla de fotos da gravidez, fotos atuais, com fotos antigas, formando um conteúdo fragmentado, como a própria identidade de Kim Kardashian. Acerca desse tema, Hall (2014) discorre: “O sujeito previamente vivido como tendo uma identidade unificada e estável, está se tornando fragmentado; composto não de uma única, mas de várias identidades, algumas vezes contraditórias ou não” (Hall, 2014. p.12). Isto é, a nova identidade de grávida não exclui a antiga, elas se somam, essa multiplicidade permite com que o público se identifique com uma das identidades – ainda que temporariamente.

Em abril de 2014, ocorre o ato supremo de realização da “saga heroica de Kim Kardashian”, ela é estrela a capa da Vogue Americana. Ao ter sua imagem exibida por uma das mais importantes e influentes revistas de moda do mundo, Kim consagra-se como ícone de estilo de uma geração. A capa gera comoção geral por parte de haters e lovers na internet, representado através de curtidas, comentários e memes. Com a imagem, a revista bate o recorde de exemplar mais vendido na história da Vogue e novamente a polêmica “amplia” a fama de Kim. Enquanto para uns é o fim dos tempos, para os seus milhões de seguidores é “[...] um sopro de alívio para muitas mulheres que vivem à margem (ou reféns mesmo) da tal ditadura da magreza, de mulheres lindas e maravilhosas como Caras e Karlies, mas que são apenas modelos distantes, Kim é referência. Kim quebrou um padrão há muito tempo vigente. E também conseguiu transformar a indústria da moda,[...]”(CHAMMAS, 2014). Ela nunca foi tão popular e vendeu tanto, em 2014, seu nome foi o segundo termo mais procurado no Google. Foi a segunda pessoa mais seguida do Instagram com 16,855,499 e teve a foto mais curtida do aplicativo, com 2,4 milhões de curtidas, Kim vive seu auge e apresenta ao seu público uma gama de produtos cada vez maior.

O que passa a ser ofertado agora, mais ainda, é um exemplar de felicidade, uma receita para conquistar a mesma, explícita através das fotografias postadas, onde Kim Kardashian exibe o que possui, o que a torna feliz – é a crença que sustenta seus seguidores, de que ao consumir os produtos que ela possui (E seu modo de ser) eles serão felizes. A felicidade é considerada o motivo supremo da vida individual e sua busca é o propósito de vida dos indivíduos pertencentes à sociedade de consumo. Esse é o objetivo que Kim Kardashian aparenta ter alcançado e que exibe em seu Instagram. Além das fotos do protagonismo no mundo da moda, e de sua recém-adquirida família. Kim divide seu "final feliz" com seus seguidores, todas as etapas de preparação, são exibidas estreitando seus laços com o seguidores. O momento do derradeiro "sim" (Figura 3), tornou-se a foto mais curtida do ano no aplicativo. Toda essa interação gerou mais engajamento com seus fãs nas redes sociais que aclamaram o seu casamento como convidados na primeira fila.



Figura 3 - Captura da tela, postada no Instagram em 1 de novembro de 2013.

Fonte: <https://instagram.com/kimkardashian/>

Apresenta-se então uma Kim Kardashian ícone de moda, reality star, símbolo sexual, mãe e empresária, um indivíduo da sociedade moderna com diversas identidades. Porém, como produto e consumidor da sociedade de consumo, tem como premissa *despertar desejos*, a satisfação sobre essa identidade é temporária. Novos desejos e necessidades devem ser despertados, sobre os novos consumidores. Bauman (1999, p.85) discorre “[...] consumidores, sempre ávidos de novas atrações e logo enfasiados com atrações já obtidas, e de um mundo transformado em todas as suas dimensões [...], segundo o padrão do mercado de consumo e, como o mercado, pronto a agradar e mudar suas atrações com uma velocidade cada vez maior”. Para se manter como uma atração na era de

consumo, Kim Kardashian vive reinventando a si mesma, gerando notícias e mantendo-se em evidência, através da interação e exposição nas redes e fora delas.

Quando os fãs menos esperam, Kim Kardashian anuncia um novo projeto, algo diferente, que empolgue seus admiradores e parceiros de negócios. Por causa desse hábito, somado às estratégias de marketing, o que começou com um reality show e uma loja de roupas, se transformou em um império internacional de mais 50 milhões de dólares. (AGRA, 2014)¹⁶

Kim Kardashian sabe manter seus fãs entretidos e interessados nela; isso nunca foi tão evidente quanto nas suas fotos para revista Paper, surpreendendo a todos ao aparecer completamente nua na capa da revista, na qual sua famosa bunda é o destaque sob a legenda de “Break The internet Kim Kardashian”. A intenção da imagem era abalar a internet e obteve sucesso. O termo “Kim Kardashian” e a hashtag #breakytheinternet figuram no trending topics mundiais do Twitter, gerando uma agitação na internet e isso pode ser representado pelos inúmeros memes, comentários e curtidas. São casos como esse que comprovam a eficácia de persuasão alcançada por Kim Kardashian, comparável apenas a das grandes figurações mitológicas como o Superman; não se trata apenas do número de downloads do seu game ou dos produtos criados e relacionados ao seu nome e sim da participação histórica da opinião pública diante de um novo “capítulo” desse personagem.

Por fim, a imprevisibilidade é um dos elementos que mais se destacam ao observar Kim Kardashian e está intimamente ligado ao fato da mesma não se “fixar” em uma identidade, mas ser uma mescla das diversas identidades apresentadas neste trabalho, em um sentimento de identidade fragmentada e sempre em movimento. Kim assume diferentes identidades, em diferentes momentos, identidades contraditórias, que são mudadas de acordo com a necessidade da sociedade, essa multiplicidade permite que o sujeito pós-moderno “conceptualizado como não tendo uma identidade fixa, essencial ou permanente” (HALL, 1987), tenha um mito com o qual possa se identificar – ao menos temporariamente.

6 – REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGRA, Marcela. **Tudo o que Kim Kardashian toca “vira ouro” e você precisa entender por quê**: Parceria da empresária com a C&A prova mais uma vez o sucesso está em uma marca bem construída. Administradores.com. 2015. Disponível em:<<http://www.administradores.com.br/artigos/negocios/tudo-o-que-kim-kardashian-toca-vira-ouro-e-voce-precisa-entender-por-que/87589/>>. Acesso em: 27. MAI. 2015. Às 10h01.

¹⁶ Notícia fornecida por Marcela Angra, em artigo no portal Administradores.com em 13 de novembro de 2014.

BAUMAN, Zygmunt. **O mal-estar na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2009.

BAUMAN, Zygmunt. **Tempos Líquidos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.

BARROS, Aidil de Jesus Paes. et al. **Projeto de pesquisa propostas metodológicas**. Rio de Janeiro: Vozes, 1990.

CAMPBELL, Joseph. **O poder do Mito**. 22. ed. São Paulo: Palas Athena, 2004.

CAMPOS, Teresa Cardoso de Campos. Mitos da mídia. Belo Horizonte: Revista Unibh. 2008. Disponível em: <<http://revistas.unibh.br/index.php/ecom/article/view/519/297>>. Acesso em 12.JUL.2015. Às 13h:00

CASTELLS, Manuel. **A era da Informação: Sociedade em Rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CHAMMAS, Thereza. **Esse não é mais um post sobre Kim Kardashian**. Fashionismo. 2014. Disponível em: <<http://www.fashionismo.com.br/2014/11/esse-nao-e-mais-um-post-sobre-kim-kardashian/>>. Acesso em 10. FEV.2015. Às 08h:00.

CUNHA, Eduardo Leal. **Indivíduo singular plural: a identidade em questão**. Rio de Janeiro: 7Letras, 2009.

COELHO, Teixeira. **Semiótica, informação e comunicação: Diagrama da Teoria dos Signos**. 5.ed. São Paulo: Perspectiva, 2001.

DEBORD, Guy. **A Sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DEFLEUR, Melvin L; ROCKEACH, Sandra Ball-. **Teorias da Comunicação de Massa**. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 1993.

DUARTE, Rodrigo. **Teoria crítica da indústria cultural**. Belo Horizonte: UFMG, 2003.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e Integrados**. São Paulo: Perspectiva, 2000.

ELIAS, Norbert. **A sociedade dos indivíduos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1994.

GABRIEL, Martha. **Marketing na Era Digital**. São Paulo: Novatec, 2010.

GARCIA, Gabriel. **Kim Kardashian não quebrou a internet; apenas a entendeu melhor do que você**. Info. 2014. Disponível em: <<http://info.abril.com.br/noticias/blogs/info/barra-info/kim-kardashian-nao-quebrou-a-internet-apenas-a-entendeu-melhor-do-que-voce/>>. Acesso em: 10. JAN. 2015. Às 14h00.

GRIMBERG, Jorge. **O fim da geração Kardashian. Estadão**. 2014. Disponível em: <<http://vida-estilo.estadao.com.br/noticias/moda,o-fim-da-geracao-kardashian,1547909>>. Acesso em 10. JAN.2015. Às 14h:30. HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 9.ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2004.

- HALL, Stuart. **Da diáspora: Identidade e mediações culturais**. Belo Horizonte: UFMG.2003.
- Henry. **Cultura da convergência**. 2.ed.São Paulo: Aleph. 2009.
- KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia: estudos culturais identidade e política entre o moderno e o pós-moderno**. São Paulo: EDUSC, 2001.
- LEMOS, André. **Cibercultura: Tecnologia e Vida social na Cultura Contemporânea**. Porot Alegre: Meridional, 2002.
- LÉVI-STRAUSS, Claude. **Mito e significado**. Lisboa: Edições 70.2000.
- LÉVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência: O futuro do pensamento na era da informação**. Rio de Janeiro: 34. 2001.
- LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. 2.ed. São Paulo: 34. 2000.
- LOBO, Thais. **Com tino empresarial, Kim Kardashian passou de estrela de ‘reality show’ a dona de um império**. O Globo. 2015. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/economia/com-tino-empresarial-kim-kardashian-passou-de-estrela-de-reality-show-dona-de-um-imperio-16044471>>. Acessado em: 6.MAI.2015.
- MASTTELART, Armand. **História das teorias da comunicação**. 4 ed. São Paulo: Loyola. 2001.
- POLISTCHUK, Ilana; ALUIZIO, Ramos Trinta. **Teorias da Comunicação: O pensamento e a prática da comunicação social**. São Paulo: Elsevier, 2003.
- PRADO, Adriana. **Zygmunt Bauman: "Vivemos tempos líquidos. Nada é para durar"**. IstoÉ, 2010. Disponível em: <http://www.istoe.com.br/assuntos/entrevista/detalhe/102755_VIVEMOS+TEMPOS+LIQUIDOS+NADA+E+PARA+DURAR>. Acesso em: 6.ABR.2015. Às 20h15.
- UGARTE, Maria Cecília Donaldson. **Publicação de Artigos Científicos**. IX Simpósio Internacional Processor Civilizador. Disponível em: <http://www.uel.br/grupoestudo/processoscivilizadores/portugues/sites/anais/anais9/artigos/mesa_redonda/art5.pdf>. Acesso em: 6. ABR. 2015.
- VOGUE BRASIL. **Curvas dominam o red carpet e definem um novo corpo ideal: Efeito Bombdhell** São Paulo. Globo Condé Nast. n. 442, jun. 2015.
- KELLNER, Douglas. **A Cultura da mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno**. São Paulo, EDUSC, 2001.