

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO  
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - HABILITAÇÃO PUBLICIDADE E  
PROPAGANDA**

CAROLINE PEREIRA CAMARGO

**A REPRESENTAÇÃO FEMININA NO *REALITY SHOW*:  
*KEEPING UP WITH THE KARDASHIANS* E O PÓS-FEMINISMO**

Porto Alegre

2019

CAROLINE PEREIRA CAMARGO

**A REPRESENTAÇÃO FEMININA NO *REALITY SHOW*:  
*KEEPING UP WITH THE KARDASHIANS* E O PÓS-FEMINISMO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social - Habilitação Publicidade e Propaganda.

**Orientadora:** Prof. Dr.<sup>a</sup> Aline do Amaral Garcia Strelow

Porto Alegre

2019

### CIP - Catalogação na Publicação

Camargo, Caroline Pereira

A representação feminina no reality show: Keeping Up With the Kardashians e o pós-feminismo / Caroline Pereira Camargo. -- 2019.

64 f.

Orientadora: Aline do Amaral Garcia Strelow.

Trabalho de conclusão de curso (Graduação) -- Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Curso de Publicidade e Propaganda, Porto Alegre, BR-RS, 2019.

1. Pós-feminismo. 2. Cultura midiática. 3. Reality Show. 4. Keeping Up With the Kardashians. I. Strelow, Aline do Amaral Garcia, orient. II. Título.

CAROLINE PEREIRA CAMARGO

**A REPRESENTAÇÃO FEMININA NO *REALITY SHOW*:  
*KEEPING UP WITH THE KARDASHIANS* E O PÓS-FEMINISMO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social - Habilitação Publicidade e Propaganda.

**Orientadora:** Prof. Dr.<sup>a</sup> Aline do Amaral Garcia Strelow

Aprovado pela banca examinadora em \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2019.

BANCA EXAMINADORA

---

Prof. Dr.<sup>a</sup> Aline do Amaral Garcia Strelow (orientadora)

UFRGS

---

Prof. Dr.<sup>a</sup> Laura Hastenoflug Wottrich

UFRGS

---

Me. Paula Coruja da Fonseca

UFRGS

## AGRADECIMENTOS

Àqueles que dão sentido à tudo.

À minha mãe Claudete, mulher na qual me inspiro todos os dias, que me apoia, ama, e me faz sentir capaz de alcançar tudo o que sonho. Ao meu pai, Clécio, por todo o suporte e amor, que me fazem querer ser a melhor versão de mim mesma sempre, pra te orgulhar. Ao meu irmão, Tui, guardião das minhas memórias de infância e fonte infinita de amor. À minha dinda Lu, por sempre andar ao meu lado e dividir comigo a pessoa maravilhosa que você é. Obrigada por trazerem felicidade, por serem segurança e carinho, por me acompanharem nos momentos de dor e por fazerem de mim quem eu sou. À minha família, obrigado por ser parte do que eu chamo de casa e por formar esse sistema de suporte que me permite continuar. Amo vocês.

Àqueles que já não estão por aqui, obrigada por construírem as bases de quem somos.

Às minhas amigas e amigos, que dividem tanto comigo. Em especial, à Eduarda e Jordana, por estar ao meu lado por tanto tempo; e à Julia, Deisyelli e Malena, que fizeram da minha faculdade um período do qual me lembrarei com enorme carinho. À Maria, Giovana e Jezabel, por terem participado de tantos momentos necessários para que eu descobrisse mais sobre mim e sobre todo o resto, obrigada, continuem sempre por aqui. À Ingrid, Bruna, Elisabeth, Sergei, Ivan e Anaís, agradeço por terem feito algumas das melhores memórias que tenho, e por compartilharem comigo tantos momentos de felicidade e de descoberta.

Aos meus colegas e amigos feitos nos estágios durante minha faculdade, obrigada por confiarem em mim e completarem meus dias com sentimentos bons.

Aos meus professores e professoras da FABICO, aos quais admiro e nos quais me inspiro. Em especial, à professora Aline, que me apoiou e me guiou nessa última etapa do início de minha vida na universidade, sou muito grata por você ter dividido comigo esse momento e teu conhecimento. Também, às professoras Nilda e Adriana, por me proporcionarem duas das melhores experiências que vivi na faculdade; também à todos do NUCMídia e do Caixola, por todo o caminho trilhado juntos.

À todos que tornaram esse trabalho possível, de tantas maneiras.

Obrigada.

## RESUMO

O trabalho trata das representações femininas no *reality show* estadunidense *Keeping Up With the Kardashians* levando em consideração o prisma teórico do pós-feminismo. Como objetivo geral, a pesquisa visa entender como os conceitos do pós feminismo, e outros conceitos-chave relacionados, se manifestam em *Keeping Up With the Kardashians*. Em um primeiro momento do estudo, há a compreensão do conceito de *reality show*, com as suas principais características e diferenciações. Traz-se autores como Morin (2002) e Kellner (2001) para a discussão que envolve a cultura das mídias e a influência dos personagens midiáticos na composição de um indivíduo que tem como ideal aquilo que é representado nessas mídias. Estabelecem-se então as conceituações com relação ao termo pós-feminismo, a partir das diferentes visões de autores como Gill e Scharff (2011) e Faludi (1992). A discussão analítica dos episódios eleitos para o *corpus* é feita a partir da análise de conteúdo, conforme proposta por Bardin (1977). Conclui-se, a partir da exploração do material e análise, que algumas das características das mulheres apresentadas no *reality show* estudado vão ao encontro de uma representação pós-feminista, ao mostrarem complexas relações que, por vezes, contrariam os ideais feministas e, em outros momentos, apoiam e difundem o mesmo movimento.

**Palavras-chave:** Pós-feminismo; cultura midiática; *reality show*; *Keeping Up With the Kardashians*.

## ABSTRACT

The paper studies women's representations in the reality show *Keeping Up With the Kardashians*, taking into account the theoretical view of post-feminism. As a main objective, the research aims to understand how the concepts of post-feminism, and other related key concepts, are demonstrated in *Keeping Up With the Kardashians*. First, there is the understanding of the concept of reality show, with its main characteristics and differentiations of this television gender. The study brings authors as Morin (2002) and Kellner (2001) to the discussion that involves the culture of the media and the influence of the mediatic characters in the composition of an individual who has as ideal what is represented in these media. The conceptualizations with respect to the term post-feminism are established, from the different views of authors like Gill and Scharff (2011) and Faludi (1992). The analytical discussion of the elected episodes for the corpus is made from a content analysis, a method discussed by Bardin (1977). It is concluded from the exploration of the material and analysis that some of the characteristics of the women presented in the reality show studied had a post-feminist representation, by showing complex relations that sometimes contradict feminist ideals and, in other moments, support the diffusion of the same movement.

**Keywords:** Post-feminism; medium culture; reality show; *Keeping Up With the Kardashians*.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1: A família Kardashian Jenner na primeira temporada de KUWTK.....	15
Figura 2: A linha de maquiagem de Kylie Jenner.....	20
Figura 3: Montagem com as apresentações da família Kardashian Jenner.....	34
Figura 4: A casa mostrada no <i>reality show</i> como “Casa dos Jenner”.....	38
Figura 5: O pedido de casamento de Kris Humpfries à Kim Kardashian.....	38
Figura 6: A nova geração de mães da família Kardashian.....	43
Figura 7: Kim na abertura da primeira temporada de KUWTK.....	47
Figura 8: Khloé na campanha para o PETA.....	48
Figura 9: As mudanças de Khloé.....	49
Figura 10: As mudanças de Kylie.....	51
Figura 11: A gravidez de Kim.....	52
Figura 12: Kim mostra as manchas em sua perna.....	53
Figura 13: Antes e depois de Kim com sua maquiagem, usado para divulgação da marca..	54

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b>	<b>8</b>
2 O reality show e a cultura das mídias	<b>13</b>
2.1 A influência midiática e a construção identitária	<b>18</b>
3 O pós-feminismo e a representação da mulher	<b>22</b>
__3.1 A representação midiática do ser mulher	25
<b>4 It's hard to Keep Up: análise</b>	<b>30</b>
__4.1 Metodologia	30
__4.2 Keeping Up: A mulher Kardashian em frente às câmeras	33
__4.3 Os relacionamentos amorosos e a maternidade	40
4.4 O corpo, a sexualidade e a imagem pública da mulher	45
__4.5 Considerações acerca da análise	55
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>57</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>60</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O reality show como formato existe desde a metade do século XX, com o formato de câmera escondida no programa *Candid Camera*, que foi ao ar pela primeira vez em 10 de agosto de 1948. A principal característica reconhecível desse gênero televisivo era a falta de roteiro, com a intenção de mostrar a reação real de cidadãos comuns a situações manipuladas. Desde então, o formato, e o próprio conceito, sofreu inúmeras alterações, sendo hoje notável a presença de manipulação tanto dos acontecimentos, quanto a influência deliberada da edição nas histórias ali contadas. Quando consideramos a roteirização deste produto midiático, podemos entender que os modos de representação dos personagens ali mostrados são manipulados para se adequarem a determinados modos de pensamento. O trabalho busca, então, entender como esses modos de pensamento são construídos nos *reality shows* com relação às representações femininas.

A escolha do formato *reality show* como objeto foi feita por seu apelo audiovisual que transcende o espaço de mídia em que é originalmente veiculado, estando presente como assunto em todas as mídias – sendo comentado, por exemplo, em jornais e revistas – e tendo grande repercussão nas redes sociais. Essa onipresença faz com que as personagens inseridos nos reality shows tenham influência sobre os espectadores e sobre a cultura popular no geral. Essa influência e a sociedade que gera e é gerada a partir desses produtos de mídia serão tópico de estudo deste trabalho.

O conceito de *reality show* atrai o interesse de muitos indivíduos, que têm curiosidade em entender o que acontece na vida do outro, o que pensa e como age em situações que, pelo menos em sua aparência, não são roteirizadas. Esse interesse do público faz com que existam inúmeros produtos desse segmento, que se mantêm por anos na mídia. *Keeping Up With The Kardashians* (KUWTK) é um desses produtos, que já se mantêm por doze anos na programação do canal *E! Entertainment Television*.

A presente pesquisa tem como tema a representação feminina nos *reality shows* da atualidade, tendo como objeto de estudo o programa KUWTK. Esse *reality show* acompanha a vida da família Kardashian, marcada por sua vertente feminina forte: Kris Jenner é a matriarca da família, apelidada de “momager” - uma mistura dos termos “mãe” e “empresária” em inglês, que convive com suas cinco filhas mulheres e seu único filho homem. Como objeto de pesquisa, serão analisados episódios do *reality show Keeping Up With the Kardashians*, tendo como objetivo principal entender como as mulheres são representadas nesse produto audiovisual.

*Keeping Up With the Kardashians* e suas personagens têm uma grande relevância não somente em sua mídia de origem – a televisão – como nas redes sociais. 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 Humphries, com aproximadamente 4 milhões de espectadores nos Estados Unidos. Os números da família Kardashian nas redes sociais também mostram o grande alcance de suas plataformas: enquanto Kim Kardashian tem o Stories mais assistido do mundo, como divulgado pelo próprio Instagram; Kylie Jenner conta com quatro das dez fotos mais curtidas da mesma rede social, alcançando aproximadamente 18,5 milhões de curtidas em uma única foto.

Podemos entender que K UWTK, como um produto de mídia, é tanto influenciado pela sociedade em que está inserido, quanto também participa da construção dessa sociedade, agindo - juntamente com todos os outros produtos midiáticos - como influenciador de comportamentos. É notável, porém, a influência desse *reality* em específico na criação de algumas tendências na cultura contemporânea. Um dos exemplos mais evidentes é Kylie Jenner, a caçula da família Kardashian, que com 21 anos foi capa da revista Forbes em 2017 por atingir a marca de U\$900 milhões em vendas com sua marca de cosméticos. Uma insegurança própria de Kylie, que considerava seus lábios pequenos, gerou uma tendência estética: foi a partir de seu preenchimento labial e sua técnica de contorno de lábios com o batom, que a “boca Kylie Jenner” entrou “na moda”. Entender, então, essa influência direta da mídia no comportamento da sociedade, principalmente vinda de mulheres e para mulheres, é necessário para o campo da comunicação, principalmente considerando diferentes olhares sobre o tema, que se mostra complexo.

O trabalho está dividido em três capítulos. O primeiro, intitulado “O *reality show* e a cultura das mídias” trata desse produto audiovisual e sintetiza sua importância e influência na contemporaneidade. Nele, serão discutidas as relações entre sociedade e mídia de uma forma mais abrangente, usando reflexões de autores como Morin (2002) e Kellner (2001). O segundo capítulo, “A representação da mulher na mídia contemporânea”, tem como objetivo discutir os conceitos relacionados à representação feminina e abordar estudos relacionados ao pós-feminismo, trazendo autoras como Faludi (2001) e Gill e Scharff (2011). Já a terceira parte, intitulada “*Keeping Up*: A mulher Kardashian em frente às câmeras” traz uma análise de conteúdo dos episódios escolhidos do *reality show*, discutindo alguns aspectos da vida das mulheres ali representadas, como suas relações com seu corpo e imagem, com o casamento, a maternidade e a família. A escolha dos episódios foi feita de maneira sequencial: serão analisados 15 episódios, um de cada temporada do *reality*, sendo o primeiro da temporada

inicial, o segundo da seguinte e assim em diante. A análise de conteúdo tem como base a proposta de Laurence Bardin (1977). Até a 15ª temporada, que foi ao ar no primeiro semestre de 2018, o programa já conta com 218 episódios.

Considera-se, para a construção do trabalho, o conceito de representação cultural trazido por Hall (1997), que mostra que a cultura é baseada no compartilhamento de significados. Esses significados são produzidos a partir de trocas, propiciadas pela linguagem como meio. A linguagem é capaz de construir e difundir significados, então, pois atua como um sistema de representação: “A linguagem é uma das 'mídias' através das quais pensamentos, ideias e sentimentos estão representados em uma cultura. A representação através da linguagem é, portanto, central para os processos pelos quais o significado é produzido.”<sup>1</sup> (HALL, 1997)

Podemos perceber em *Keeping Up With the Kardashians* o foco no feminino e suas nuances, visto que o espectador pode acompanhar mais de dez anos da vida de mulheres em ascensão tanto social, como em suas carreiras e na própria mídia. Dentro desse prisma, podemos analisar as representações dessas mulheres, considerando que as mesmas também têm suas trajetórias construídas e influenciadas pelo contexto e as mudanças sociais que as cercam. Ou seja, exercem papel de modelo de comportamento, impactam milhões de seguidoras e seguidores ao redor do mundo, mas também são construídas por essa mesma sociedade. Nesse viés, consideraremos nessa pesquisa os conceitos relacionados ao pós-feminismo e como suas questões centrais aparecem nas representações femininas em produtos midiáticos. Também trataremos conceitos que se vinculam com essa vertente, como o *backlash* ao feminismo e o *enlightened sexism*, para entender diferentes visões e contribuições ao tema. A representação feminina na mídia é dinâmica e complexa, e um dos pontos de discussão é o conceito de pós-feminismo. O pós-feminismo seria, segundo autores como Gill (2007), uma interação midiática entre diferentes posicionamentos com relação ao feminismo, sendo que algumas representações repudiam os ideais feministas e outras levam esses ideais em consideração e os transmitem em suas tramas. Sobre o pós-feminismo na mídia, Gill (2007) mostra:

O que torna a cultura da mídia contemporânea distintamente pós feminista, em vez de pré-feminista ou anti-feminista, é precisamente esse emaranhamento de ideias feministas e antifeministas. (...) O feminismo não é ignorado ou mesmo atacado (...), mas é simultaneamente dado como certo e repudiado. Um certo tipo de perspectiva feminista liberal é tratado como senso comum, enquanto ao mesmo tempo feminismo e feministas são construídos como duros, punitivos, inautênticos e como não articulando os verdadeiros desejos das mulheres. (GILL, 2007, p. 161)

---

<sup>1</sup> Tradução nossa.

Emaranhados com o pensamento de um pós-feminismo midiático, temos outros conceitos como o *backlash* ao feminismo e o ‘feminismo esclarecido’, que nos ajudam a entender diferentes visões sobre as representações do ser feminino. O conceito de *backlash* de Faludi (2001) encontra muitos paralelos com o de *enlightened sexism*, que é a noção de que a mídia representa a igualdade entre homens e mulheres como assunto resolvido, e as demandas do feminismo como já alcançadas na sociedade, então os produtos midiáticos passam a ter a autorização em representar o feminino com antigos estereótipos de gênero, mesclando e tornando confusos conceitos como “empoderamento feminino” e “objetificação da mulher”, por exemplo. Sobre o ‘sexismo esclarecido’, Douglas (2011) mostra:

O *enlightened sexism* insiste que as mulheres progrediram bastante por causa do feminismo - de fato, a plena igualdade teria sido alcançada - então agora está tudo bem, até mesmo seria divertido ressuscitar estereótipos sexistas de meninas e mulheres. Afinal de contas, essas imagens não podem enfraquecer as mulheres a essa hora, certo? Mais precisamente, o ‘sexismo esclarecido’ defende a linha de que é precisamente através do posicionamento calculado das mulheres, de seus rostos, corpos, roupas e sexualidade que elas ganham e desfrutam do verdadeiro poder, poder que é divertido e poder do qual os homens não apenas não se ressentirão. Mas também abraçarão. [...] Com a igualdade das mulheres supostamente vencida, os estereótipos sexistas são considerados divertidos. (DOUGLAS, 2011) <sup>12</sup>

Para compreender o estado da arte da pesquisa, consultou-se os repositórios digitais da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), da Universidade de São Paulo (USP) e da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS). Buscando pelo termo “reality show”, foram encontrados 137 trabalhos de conclusão de graduação, 123 dissertações e 104 teses na UFRGS; no repositório da USP foram encontradas apenas 5 teses e na base da PUCRS foram identificadas 79 dissertações e 44 teses. Quanto ao termo “Kardashian”, os resultados foram 8 trabalhos de conclusão de curso, 3 dissertações e 2 teses na UFRGS, nenhum registro na USP e apenas uma tese no repositório da PUCRS. Dentre os trabalhos que continham “Kardashian” em sua extensão, é importante destacar que o principal tema de estudo não foi o *reality show Keeping Up With the Kardashians*, mas sim a presença da família Kardashian nas redes sociais, principalmente Instagram e Snapchat, como o trabalho de conclusão de graduação “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”, de Gabriela Paim (2016) e a dissertação “Narrativas efêmeras do cotidiano : um estudo das stories no Snapchat e no Instagram” de Laura Santos de Barros (2017), que aborda as redes sociais das Kardashians. Pode-se notar que a produção científica sobre o objeto específico, o *reality show Keeping Up With the Kardashians* não é

---

<sup>2</sup> Tradução nossa

extensa no Brasil, apesar de sua relevância na sociedade e na mídia, e conseqüentemente na publicidade. Existe, então, a oportunidade de aprofundar os estudos sobre esse objeto, assim como explorar sua complexidade e seus aspectos relevantes para os estudos da comunicação.

## 2 O reality show e a cultura das mídias

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. Outro marco importante na construção do *reality show* como gênero foi *An American Family*, série que teve seu início em 1973 e conquistou popularidade por mostrar o cotidiano de uma família real, inclusive em momentos delicados como o divórcio do casal e um dos filhos assumindo sua homossexualidade para a família. O gênero, então, 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)

*Reality* de televisão é uma denominação genérica que abrange variados subgêneros televisivos, dentre os quais podemos perceber dois grandes grupos, segundo Anette Hill (2005): aqueles com plano de fundo “mundano”, nos quais se observa os personagens em sua vida cotidiana, e aqueles gravados em estúdio. Segundo a autora, os *reality shows* televisivos são, em sua origem, uma mescla de três áreas midiáticas, o jornalismo de tabloide, os documentários televisivos e o entretenimento popular. Do jornalismo de tabloide, podemos entender que a programação de *reality shows* incorporou interações entre pessoas comuns e celebridades, e entre informação e entretenimento. Além disso, é também notável a relação entre o interesse das audiências do jornalismo de tabloide na vida íntima dos atores das notícias, assim como em uma narrativa pessoal; interesse este que se repete para o público dos *reality shows*.

Os paralelos entre os *reality shows* e os documentários são múltiplos, como o uso de ferramentas com o objetivo de comprovar o realismo do conteúdo. O *reality show* também recebeu características do que Hill (2005) denomina entretenimento popular, que seriam, na visão da autora, conteúdos de diferentes mídias que têm como principal objetivo o entretenimento. Alguns dos atributos recebidos pelo reality show do gênero de entretenimento popular são a integração do elemento da interatividade com o público, seja em uma audiência de estúdio ou com o público em casa; assim como a comum internacionalização dos formatos, com o sucesso do mesmo programa em diferentes países. Podemos entender, então, o gênero *reality show* como um híbrido de variadas características, e, segundo Hill (2005, p.32), é uma prova da habilidade dos produtores dos programas de televisão de transformarem formatos já existentes em outros formatos, criando outros “novos” gêneros, com o objetivo de continuar atraindo o interesse da audiência. (HILL, 2005)

Mateus (2012) reafirma essa argumentação, mostrando que o *reality show* tem a mescla entre diversas características de formatos televisivos como uma de suas principais características. O autor considera, então, o *reality show* como um gênero híbrido, que combina elementos de outros formatos de maneira dinâmica, transitando entre conceitos como a “ficção e a não ficção, a encenação e a realidade”:

O gênero *reality-show* prima pela confluência e intercessão de múltiplos gêneros televisivos integrando, compondo e re-adaptando os elementos constituintes de outros gêneros como o documentário, o concurso, ou o *talk-show*. O que caracteriza os *reality-show* não é mais do que o agenciamento de um continuum de elementos pertencentes a outros gêneros televisivos (cf. Mittel, 2004: 153). Assim, é necessário colocar estes programas fora das dicotomias simplistas de ficção/não-ficção, novela/documentário, encenação/realidade e inseri-lo numa classificação genérica que permita aferir a rápida evolução na estilística dos *reality-shows*. A hibridez desse gênero televisivo acontece precisamente na continuidade dos recursos de outros gêneros que são adaptados e ajustados aos novos imperativos de produção televisiva. É somente tendo em conta esta multiplicidade constitutiva que poderemos apercebemo-nos no modo como os diferentes gêneros dialogam no *reality-show* e emprestam entre si elementos. (MATEUS, 2012, p. 5)

Trevizan (2014) traz uma categorização dos *reality shows* em seis grupos: ajuda profissional, sobrevivência, *talent show*, disputa, confinamento e a vida como ela é. Cada uma dessas categorias tem suas características específicas, sendo que é comum que um *reality* pertença a mais de uma dessas categorias. Nesse tópico, Mateus (2012, p. 236) mostra que são múltiplos os assuntos tratados nos *reality shows*, assim como as subcategorias que podemos encontrar dentro desse gênero, citando como exemplo os chamados *docusoaps*, que mesclam influências de documentários e novelas; os *gamedocs*, que envolvem competição; os *reality shows* de *lifestyle*, que discutem aspectos específicos do estilo de vida das pessoas mostradas; os *reality-sitcoms*, que jogam com elementos de ficção os misturando com a realidade; *reality shows* com encontros amorosos e com experiências científicas. Esses subgêneros, que são uma amostra dos múltiplos que existem, podem ainda ser combinados com os mais diversos temas – desde a perda de peso, passando por casamento, até moda e vestuário.

*Keeping Up With the Kardashians*, objeto de estudo do presente trabalho, 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, como veremos mais adiante na análise. A família Kardashian (Figura 1) estava, mesmo antes de estrelar seu próprio programa de televisão, ligada a nomes reconhecidos da indústria do entretenimento. Enquanto Kim Kardashian era assistente de figurino e amiga de

Paris Hilton, a herdeira da família fundadora dos hotéis Hilton; o falecido patriarca da família, Rob Kardashian, foi advogado de defesa no julgamento do jogador de futebol americano O.J. Simpson, acusado de assassinar sua esposa, Nicole Brown Simpson, melhor amiga de Kris Jenner. Desse modo, os Kardashians eram uma família que atraíam a curiosidade daqueles que buscavam entender os bastidores das celebridades e subcelebridades de Hollywood.

Figura 1 - A família Kardashian Jenner na primeira temporada de Keeping Up With the Kardashians.



Fonte: *E! Entertainment Television*.

Antes da estreia de KUWTK, porém, o sobrenome Kardashian teve um pico de popularidade nos tabloides e nas conversas sobre subcelebridades com a exposição indevida de uma gravação de um momento íntimo de Kim. É inegável que esse acontecimento, que trouxe visibilidade e curiosidade para as Kardashians, teve influência na criação do *reality*: oito meses depois dessa exposição, em outubro de 2007, Keeping Up With The Kardashians estreou no canal *E! Entertainment Television*. Em entrevista para a *Hollywood Reporter* em um especial que comemorava os dez anos da série Ted Harbert, o então CEO da *E! Networks* comenta: “Como qualquer outra pessoa, eu conheci a família através de Robert Kardashian. Havia um pouco de Kim [na mídia] saindo com Paris Hilton e, claro, a “diversão” com Ray J. Isso foi algo como uma notícia mundial”. (HARBERT, 2017)

Sobre o interesse do público na vida pessoal de celebridades e de pessoas notórias, Morin (2002) traz o conceito dos olímpicos modernos, pessoas que estão na mídia - sejam celebridades, estrelas de cinema ou outros personagens como políticos - que têm suas vidas vistas como inatingíveis aos olhos dos espectadores, concomitantemente com uma sensação de

identificação por parte desse mesmo público, sendo, então “heróis e humanos”. Segundo o autor, buscando a “humanização” desses heróis, e a identificação do público com eles, a imprensa traz para o público, e cria o interesse, na vida privada e cotidiana dessas personalidades, tornando fatos banais desses olímpicos em acontecimentos.

Morin (2002), ao falar dos olímpicos, também traz o conceito de “frestas”. Estas frestas seriam as brechas pelas quais podemos ver as falhas e a verdadeira natureza humana dos “heróis”, principalmente suas tristezas, divórcios e instabilidades que quebram com a idealização da vida dessas celebridades. O autor cita essas frestas como uma possível decadência da imagem dos olímpicos, de modo que o público poderia deixar de ter suas vidas, que antes eram consideradas de certo modo perfeitas, como aspiração. Porém, podemos notar uma tendência de exploração justamente dessas frestas, que são cada vez maiores e deixam as imperfeições mais visíveis. As celebridades, por exemplo, usam de suas redes sociais para falar sobre suas dificuldades e discutir seus momentos tristes, aproximando-se do público. O exemplo de *KUWTK* 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.

Para manter esse interesse da audiência no cotidiano das celebridades, o que é necessário para o sucesso de *reality shows* que acompanham a vida desses personagens como o *KUWTK*, a aproximação e identificação com o público é essencial. 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. Figuras midiáticas como as Kardashians 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. Assim, podemos entender que os personagens de *reality shows*, em muitos casos, aproveitam dos diferentes meios para se fazerem presentes na mídia e continuar a construção de suas narrativas, aproveitando do cenário midiático que Jenkins (2009) denomina como convergência das mídias:

Por convergência, refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. (JENKINS, 2009, p.12)

O sucesso dessa exploração de variadas narrativas usando de diferentes meios pode ser exemplificado com os números das irmãs Kardashians nas redes sociais: Kim tem o Stories do Instagram mais visualizado globalmente. Ou seja, as pessoas estão interessadas não somente nas tramas que são editadas e televisionadas, mas também nas narrativas ainda mais íntimas, contadas diariamente a partir do celular da própria celebridade. Um exemplo de narrativa que foi aproveitada pelas irmãs Kardashian em diferentes plataformas foi o confronto público com a cantora Taylor Swift. No mesmo momento em que o episódio era exibido na televisão, mostrando os sentimentos e reações de Kim com relação a um vídeo gravado por ela - que exibia uma suposta mentira contada por Taylor sobre Kim e seu marido - a estrela do *reality* aproveitou sua plataforma no Snapchat para publicar esse vídeo na íntegra, complementando a narrativa da história.

Podemos entender essas várias histórias contadas de acordo com as características das diferentes plataformas - televisão, Instagram, Snapchat, Twitter - como uma narrativa transmidiática, segundo o conceito de Jenkins (2009). O autor mostra que, no contexto da cultura da convergência midiática, uma narrativa transmídia é desenvolvida fazendo uso de vários meios, considerando as especificidades de cada um deles, para mostrar ao espectador diferentes partes de uma mesma história. Ainda segundo Jenkins (2009), é importante que essas diferentes partes da história possam ser consumidas de maneira individual, ou seja, um episódio de *reality show* deve ser compreendido completamente em si mesmo, assim como uma narrativa nas redes sociais ou qualquer outra parte da história contada. Compreender todas as partes da narrativa, então, se torna um motivador para o consumo, uma vez que acompanhar a narrativa nas diferentes plataformas possibilita o aprofundamento e oferece uma maior complexidade à história, cativando e fidelizando a audiência. Da mesma maneira, a repetição dos mesmos conteúdos em diferentes plataformas acaba por causar desinteresse por parte dos consumidores (JENKINS, 2009).

Outro fator que transforma as redes sociais em uma ferramenta importante é a interatividade e a possibilidade de envolvimento espontâneo e imediato com o público. É frequente por parte das irmãs de KUKUK, o 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.

## 2.1 A influência midiática e a construção identitária

Os *reality shows* 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. Sobre isso, Hill (2011, p.9) mostra que os “Programas factuais populares podem nos ensinar como podemos nos tornar cidadãos ‘faça-você-mesmo’ e como conviver na sociedade contemporânea”. Porém, ainda segundo a autora, não podemos considerar o engajamento e consumo desse formato como algo acrítico, e somente voltado ao entretenimento, mas sim como uma forma de reconhecimento e análise de comportamentos dos personagens retratados em seus respectivos contextos. Sobre essa questão, Hill (2011) mostra que

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. Como John Ellis aponta, as audiências das programações de reality estão envolvidas exatamente no tipo de debate sobre valores culturais e sociais que os críticos [dos reality shows] notam estar faltando nos próprios programas: ‘no rádio, na imprensa, nas conversas cotidianas, as pessoas argumentam sobre “essas pessoas são típicas?” e “são esses nossos valores?”’ (HILL, 2011, p.9)<sup>3</sup>

Essa influência que os personagens mostrados exercem traz algumas questões na relação entre produto de mídia e público, sendo uma delas a exploração comercial desse potencial de influência. Jenkins (2009) aborda em “Cultura da convergência” a economia afetiva, um conceito do marketing que dá importância ao investimento emocional que os consumidores têm com a marca como decisória no processo de consumo. Jenkins (2009) mostra que a economia afetiva

[...] incentiva as empresas a transformar as marcas naquilo que uma pessoa do meio da indústria chama de “lovemarks” e a tornar imprecisa a fronteira entre conteúdos de entretenimento e mensagens publicitárias. Segundo a lógica da economia afetiva, o consumidor ideal é ativo, comprometido emocionalmente e parte de uma rede social. Ver o anúncio ou comprar o produto já não basta; a empresa convida o público para entrar na comunidade da marca. No entanto, se tais afiliações incentivam um consumo mais ativo, essas mesmas comunidades podem também tornar-se protetoras da integridade das marcas e, portanto, críticas das empresas que solicitam sua fidelidade. (JENKINS, 2009, p. 32)

---

<sup>3</sup> Tradução nossa

Seguindo esse conceito, podemos perceber a tendência das marcas de investirem nos *reality shows* e em suas estrelas em suas campanhas publicitárias, a fim de gerar não apenas conhecimento, mas simpatia e comprometimento para a marca e o produto. Quando voltamos ao exemplo das irmãs Kardashian, é notável que elas utilizam de sua aproximação com o público tanto para divulgar produtos próprios - estimulando ainda mais o afeto à “marca Kardashian” - quanto para influenciar seu público na decisão de compra dos mais variados segmentos.

Então, quando falamos das celebridades como marca, é possível entender o uso de sua influência e intimidade com o público para expandir sua área de atuação. As Kardashians, deste modo, tornam esse contato com o público ainda mais estreito, e lucrativo, oferecendo variadas experiências de consumo para sua audiência. Elas não apenas ofertam partes de suas histórias das maneiras já citadas - a partir do *reality* inicial e suas onze séries derivadas, além de suas redes sociais - mas também ofertam ao público jogos para *mobile*, aplicativos com conteúdos exclusivos - como fotos e textos -, livros, linhas de roupa e de maquiagem (Figura 2). Em relação à publicidade para outras marcas, além dos comerciais tradicionais para televisão, uma estratégia utilizada é mostrar nas redes sociais que o produto está inserido no cotidiano das influenciadoras. Aproveitando da incerteza da divisão entre “dica” e promoção paga, as marcas tentam criar um vínculo mais forte com os consumidores. Porém, como aponta Jenkins (2009), esse consumo ativo também faz com que os consumidores questionem tanto a marca quanto a publicidade sempre que acharem necessário. Esse questionamento ocorre, por exemplo, na publicidade feita nas redes sociais, em que as marcas pagam para aparecer como um produto de uso rotineiro da celebridade em questão, mas muitas vezes são desacreditadas pelo público, que passa a duvidar tanto da marca quanto do discurso do influenciador.

Figura 2 - A linha de maquiagem de Kylie Jenner.



Fonte: Site Marlo Marketing.

O papel dos *reality shows* e de seus personagens como influência vai além das decisões de consumo. Em seu livro "A cultura da mídia: estudos culturais, entre o moderno e o pós-moderno", Kellner (2001) argumenta que, nas sociedades em que há o predomínio da mídia, que surgem após a Segunda Guerra Mundial, a identidade dos indivíduos se torna profundamente ligada à construção de uma imagem individual e de um modo de ser singular, porém grande parte dessa construção parte de modelos vindos da indústria do consumo; sendo que essa descoberta identitária passa, então, por um processo de mediação. O autor ainda mostra que os produtos culturais, nestes incluídos filmes, séries, programas de televisão, músicas, livros e quaisquer outros objetos midiáticos, delineiam a identidade das pessoas. O autor mostra que, ao pensarmos nos modos de influência atual, a mídia e seus atores são dominantes na sociedade e vêm suplantando poderes que, antes, regiam os valores da sociedade, como a Igreja, a família e a escola; e essa mudança de referência para a construção de si produz novos modos de identificação, hábitos e comportamentos. Sobre a construção identitária a partir de imagens midiáticas, Kellner (2001) aponta que

A cultura da mídia põe à disposição imagens e figuras com as quais o público possa identificar-se, imitando-as. Portanto, ela exerce importantes efeitos socializantes e culturais por meio de seus modelos de papéis, sexo, e por meio das várias "posições de sujeito" que valorizam certas formas de comportamento e modos de ser enquanto desvalorizam e denigrem outros tipos. (KELLNER, 2001, p. 307)

Sobre essa questão, o conceito de olimpianos de Morin (2002), mostra que as celebridades se tornaram os principais modelos de comportamento, considerando o duplo papel de projeção e identificação por parte do público em relação a eles. O autor traz, então, assim como Kellner (2001), a noção de que esses atores sociais ganharam importância na construção

da sociedade, tornando-se mais influentes do que os tradicionais modelos e tutores de comportamento como os educadores, a família e igreja.

Kellner (2001) ainda traça paralelos entre a construção da identidade pré-moderna e a construção moderna, sendo que a primeira era constituída de maneira mais fixa e imutável: a pessoa já, em seu nascimento, participava de um grupo e tinha uma função, então sua identidade não partia de uma reflexão ou autoconhecimento, e sim do contexto. Na modernidade, existe um maior espaço para descoberta e mudança da identidade, mas ainda assim, essa construção ainda está estreitamente relacionada com o “outro”. Isso porque, com a multiplicidade de escolhas identitárias, se torna necessária o reconhecimento e a validação dessa identidade pelos outros indivíduos. Hall (1992) vai ao encontro das ideias de Kellner (2001), mostrando sua concepção de identidade do sujeito pós-moderno. Para o autor, esse sujeito não tem uma identidade fixa e permanente, mas sim mutável e em constante revisão. Esse processo de formação de identidade, assim como o processo de identificação, no qual há a projeção de uma identidade cultural, tornou-se fragmentado. Isso porque a sociedade está em constante mudança, e os sistemas de representação estão evoluindo e se multiplicando, colocando diferentes possibilidades de identidade ao ser.

### 3 O pós-feminismo e a representação da mulher

O pós-feminismo é um termo que, segundo Alice (*apud* Brooks, 1997), teve sua ascensão nos anos de 1960, com a segunda onda do feminismo e o movimento das sufragistas. Segundo a autora, no final dos anos 1980 e durante os anos 1990, esse termo passou a ser usado principalmente tratando do feminismo e das feministas de maneira mais hostil e negativa. Gill e Scharff (2011) mostram que o pós-feminismo como conceito é amplamente utilizado em diferentes linhas de pensamento nos estudos de gênero, sendo que as autoras dividem o uso desse conceito em quatro diferentes maneiras, de maneira ampla.

De acordo com Gill e Scharff (2011), então, podemos entender o pós-feminismo como uma quebra epistemológica dentro do movimento feminista. Nesse sentido Brooks (1997) mostra que, ao longo dos anos 1990, a discussão acadêmica trouxe as questões pós-modernas, pós-colonialistas e pós-estruturalistas para os estudos feministas. Desse modo, conforme a autora, houve uma mudança de foco nas discussões, e, ao invés de o debate continuar somente centrado em torno da equidade de gênero, tornou-se necessário entender e discutir as diferenças que permeiam a sociedade. Nessa ramificação do estudo do conceito, o pós-feminismo é uma discussão que leva em consideração diferentes movimentos sociais, integrando-os e os interseccionando com as teorias feministas e desafiando as discussões anteriores que apenas se centravam nas realidades de um núcleo predominantemente anglo-americano. (GILL, SCHARFF; 2011). Sobre essa questão, Tasker e Negra (2007) mostram que

Os limites do tipo de igualdade de gênero decretado dentro da cultura da mídia popular contemporânea são profundos: eles são marcados pela valorização do desempenho feminino em ambientes de trabalho tradicionalmente masculinos e pela celebração de técnicas cirúrgicas e outras técnicas disciplinares que “permitem” (ou seja, exigem) que as mulheres mantenham uma aparência e uma atitude jovem, mesmo já não estando na juventude. [...] Uma visão tão limitada da igualdade de gênero, como alcançada e ainda assim insatisfatória, põe destaque à classe, idade, e exclusões raciais que definem o pós-feminismo e sua suposição característica de que os temas, prazeres, valores e estilos de vida com que é associado são de alguma forma universalmente compartilhados e, talvez mais significativos, universalmente acessíveis. (TASKER; NEGRA, 2007, p.2)

Outra abordagem do termo, de acordo com as autoras Gill e Scharff (2011), é aquela que considera o pós-feminismo como uma virada histórica ocorrida após os acontecimentos da segunda onda feminista. Enquanto a primeira onda do feminismo, que ocorreu principalmente o início do século XX, teve como foco a busca por igualdade de direitos, como o voto e o trabalho, a segunda onda, ocorrida entre as décadas de 1960 até 1980, teve como enfoque não

apenas as leis, mas os costumes na sociedade que limitam a liberdade feminina. Dessa maneira, o pós-feminismo é considerado como um momento dentro do movimento feminista, não tendo uma denotação intrinsecamente negativa. Podendo ser utilizado como sinônimo da terceira onda feminista, o conceito, para essa maneira de entendimento, marca um ponto na história que não se coloca posterior ao movimento feminista, mas sim a um momento particular da história do feminismo (GILL, SCHARFF; 2011).

Uma terceira vertente do termo pós-feminismo diz respeito ao discurso de combate ao feminismo, de acordo com Gill e Scharff (2011). Segundo as autoras, esse combate é comunicado de diferentes formas, que podem até mesmo ser contraditórias. Essas formas vão desde a argumentação de que as reivindicações do movimento feminista já foram alcançadas na sociedade, e por isso o movimento se tornou obsoleto; até a representação do feminino como infeliz por causa do feminismo, ou tirano por estar cerceando uma liberdade masculina. Gill e Scharff trazem o contraponto de que, apesar de ser importante e necessária a leitura do discurso e a noção de combate ao feminismo a partir dele, esse conceito de pós-feminismo não é completo. Isso porque, além do fato de que o feminismo, em toda sua história, foi enfrentado e combatido; é necessário o entendimento que esse combate, ou *backlash*, ao feminismo ocorre nos discursos midiáticos de maneira emaranhada com ideias feministas (MCROBBIE, 2004; GILL, SCHARFF, 2011).

Faludi (1992), em seu livro “*Backlash: o contra-ataque na guerra não declarada contra as mulheres*” argumenta a favor do entendimento do termo “pós-feminismo” como combativo ao feminismo, já que, segundo a autora, os movimentos que se colocam como “pós” têm sempre um viés combativo e de contraposição. (BROOKS, 1997) A autora busca mostrar que a imprensa e a mídia representavam o feminismo como o culpado por uma crise na identidade das mulheres:

A opinião geral da última década aponta uma, e somente uma, resposta para esta confusão: a causa desse sofrimento deve ser o excesso de igualdade. As mulheres estão infelizes justamente devido ao fato de serem livres. As mulheres estão sendo escravizadas pela sua própria libertação. Elas se agarraram ao brilho dourado da independência e deixaram escapular o único anel que realmente lhes interessa. Conseguiram assumir o controle de sua fertilidade, mas só para destruí-la. Perseguiram seus próprios sonhos profissionais – perdendo no caminho a aventura feminina maior. Os movimentos feministas, não nos cansam de apregoar, acabaram por se provar o pior inimigo da mulher. (FALUDI, 1992, p. 10)

Podemos relacionar ao conceito de *backlash* de Faludi (1992), o termo *enlightened sexism*, ou sexismo esclarecido. Trazido por Susan J. Douglas (2011), o *enlightened sexism* diz

respeito à representação midiática sobre a igualdade entre os gêneros masculino e feminino como algo já alcançado, tornando assim o feminismo como um movimento não mais necessário. Esse ‘novo sexismo’ mostra à audiência que toda representação feminina é empoderadora, mesmo que baseada em estereótipos de gênero e objetificação feminina, porque as mulheres ali representadas ‘escolheram esse comportamento’: “O que a mídia tem nos dado [...] são fantasias de poder. Essas fantasias asseguram às meninas e mulheres, repetidamente, que a liberação feminina é um fato consumado e que somos mais fortes, bem-sucedidas, no controle da nossa sexualidade, destemidas e admiradas do que realmente somos.” (DOUGLAS, 2011). Podemos entender esse uso da mídia para deslegitimar o movimento feminista como uma ferramenta para a manutenção de poder, conceito este trazido por Hall (1997). O autor discute o uso da força simbólica, como a representação (além de outras forças, como a coerção política, econômica e física). Essas forças, incluindo a força simbólica da deturpação de uma representação, são usadas para manter o poder nas mãos em que já o tem.

Outro delinear do conceito de pós-feminismo nos estudos de gênero, trazido por Gill e Scharff (2011, p. 4), é o “pós-feminismo como uma sensibilidade”. Nesse sentido, essa visão do termo leva em consideração as interações na mídia entre o combate ao feminismo e a legitimação do movimento. As autoras ainda mostram que, nesse ambiente, são oferecidos pela mídia para as mulheres, principalmente as jovens, certos tipos de liberdade e empoderamento, enquanto transformações maiores reivindicadas pelo feminismo, políticas e sociais, são rechaçadas. Ainda segundo essa sensibilidade pós-feminista, as autoras mostram que esta

inclui a noção de que a feminilidade é cada vez mais figurada como uma propriedade corpórea; uma mudança da objetificação à subjetivação nos modos como (algumas) mulheres são representadas; uma ênfase na auto-vigilância, monitoramento e disciplina; foco no individualismo, escolha e empoderamento; o domínio de um "paradigma da transformação (makeover)"; um ressurgimento de ideias de diferenciação sexual natural; a "ressexualização" dos corpos das mulheres; e uma ênfase sobre consumismo e mercantilização da diferença. Esses temas coexistem com e estruturadas por desigualdades e exclusões rígidas e contínuas relacionadas à raça e etnia, classe, idade, sexualidade e deficiência, bem como gênero (GILL, SCHARFF; 2011)

Considerando as diferentes visões sobre o termo pós-feminismo, é importante citar que, para este trabalho, o conceito de pós-feminismo considerado é aquele que compreende em si a noção de que o combate ao feminismo e a glorificação do mesmo coexistem nas representações midiáticas, interagindo de maneira complexa. É necessário ressaltar, porém, que as diferentes visões sobre o termo se farão presentes no texto, com a discussão das diversas abordagens midiáticas da representação feminina.

### 3.1 A representação midiática do ser mulher

Como trazido pela escritora feminista Laura Mulvey (1983), o cinema é um sistema de representação avançado que mostra em seus produtos a maneira como o inconsciente, formado pelas ideias dominantes, vê a sociedade e seus membros. Essa definição pode ser usada para entender outros produtos audiovisuais, como os *reality shows* de televisão. Esses produtos, então, retratam as convenções sociais relativas à diferenciação de gênero, demonstram as atuais relações sociais e dialogam com elas. Assim, a mulher ainda ocupa no cinema, e nos produtos audiovisuais no geral, um lugar de submissão, que é reflexo de um papel social imposto a ela:

As mulheres, então, estão na cultura patriarcal como um significante para o outro masculino, ligadas por uma ordem simbólica na qual o homem pode viver suas fantasias e obsessões através do comando linguístico, impondo-as à imagem silenciosa de uma mulher ainda ligada ao seu lugar. o portador de significado, não criador de significado. (MULVEY, 1983, p. 438).

Os produtos midiáticos, como os *reality shows* não apenas apresentam em suas tramas os padrões de beleza e comportamento vistos na sociedade, mas também os ecoam, transformando esses produtos em uma ferramenta de ensino dos padrões. A tendência de se encaixar nos estereótipos, psicológica e fisicamente, é discutida pela teoria feminista do cinema, trazida aqui por Gubernikoff (2009). Isso mostra que, ao usar tais estereótipos para definir mulheres, os produtos da indústria audiovisual têm - juntamente com todas as outras mensagens da mídia que confirmam esses estereótipos - uma influência negativa sobre os espectadores, e principalmente sobre as espectadoras

O que se discute é o fato de as mulheres contemporâneas buscarem enquadrar-se na imagem projetada de uma mulher que, de fato, é o que elas gostariam de ser, a partir de representações femininas cunhadas pela mídia e especialmente pelo cinema. O que a teoria feminista do cinema procura demonstrar é que esses estereótipos impostos às mulheres por meio da mídia funcionam como uma forma de opressão porque, ao mesmo tempo em que o transformam em objeto (especialmente quando dirigido ao público masculino), submetem e enfatizam seu papel social. (GUBERNIKOFF, 2009: 67).

Gill e Scharff (2009) trazem ao debate sobre a representação pós-feminista do ser mulher na mídia o conceito de '*choice feminism*' ou o 'feminismo de escolha'. Segundo essa visão, a mídia trata qualquer escolha feminina como uma escolha feminista, já que a mulher teve a possibilidade de optar. Com isso, o feminismo seria mais um dispositivo de luta individual, e menos social e coletivo, já que é guiado pelas escolhas de cada um sobre si. Segundo as autoras, "o 'feminismo de escolha' indexa a mudança para escolhas pessoais (ao

invés de sociais e políticas) feitas pelas mulheres em domínios como o trabalho pago, a vida doméstica e a maternidade, a sexualidade [...]” (GILL, SCHARFF, 2009, p. 43). As autoras enfatizam que o ‘feminismo de escolha’ faz com que as questões femininas sejam de menor maneira um debate coletivo, que envolve diferentes recortes com relação à diversidade social, dando uma maior importância para as escolhas pessoais principalmente ligadas ao consumo, sendo essa ideia de escolha constantemente reforçada na publicidade, com chamadas como ‘a melhor escolha para a mulher inteligente’. (GILL, SCHARFF, 2009). Porém, as autoras completam, citando McRobbie, que essa “possibilidade de escolha” é também uma maneira de restringir o comportamento feminino, na medida em que é requerido socialmente que as mulheres façam as “escolhas certas”, cerceando essa liberdade ilusoriamente oferecida.

Já Harvey e Gill (2011), ao falar da representação feminina pós-feminista, trazem à discussão o conceito de sexualização da cultura. Segundo as autoras, há um crescimento na representação e no discurso de temas relacionados ao sexo, assim como a naturalização de comportamentos antes considerados obscenos ou estritamente sexuais; como exemplo, temos a integração de danças consideradas sensuais, como o *lap dance* e o *pole dance*, na cultura popular, em vídeo clipes, séries e filmes. As discussões feministas sobre o tema estabeleceram duas visões conflitantes: a visão ‘anti-sexualização’, que liga o conceito à objetificação feminina, e a ‘pró-sexo’, que veem essas mudanças como positivas na representação da sexualidade da mulher.

Os autores que defendem essa representação midiática feminina usam como argumentação o fato de que as representações anteriores ligadas à sexualidade da mulher a colocavam como passiva e objetificada. Sendo assim, a quebra de antigos paradigmas antigos quanto essa representação feminina seria uma forma de colocar as mulheres como seres ativos, com autoridade e poder sobre sua sexualidade. Essa sexualidade que se torna mais liberal e ‘permitida’ se estabelece, então, como uma forma de expressão. Já os autores que argumentam contra a chamada sexualização da cultura mostram que essas formas de representação feminina, que se baseiam na sua sexualização, objetificam o feminino e legitimam essa ação tomando para si os discursos feministas. (HARVEY, GILL; 2011)

Ponderando sobre esses diferentes discursos, Harvey e Gill (2011), apresentam o conceito de empreendedorismo sexual. Segundo elas, um novo modo de feminilidade surge a partir das representações femininas pós-feministas, sendo que as personagens da mídia já não apresentam um padrão anterior que mostrava um ideal virginal e inocente como virtudes. Essa nova representação feminina mostra atitudes confiantes e uma relação de domínio sobre a

própria sexualidade, que vão desde o vestuário até o modo de ser, e que demandam um constante trabalho sobre si e aperfeiçoamento:

Este moderno sujeito pós-feminista, afirmamos, é incitado a ser compulsoriamente sexy e sempre "disponível", e é interpelado através de discursos em que o sexo é um trabalho que requer esforço constante e requalificação (assim como um orçamento capaz de se estender a um guarda-roupa cheio de roupas sensuais e gavetas recheadas de brinquedos sexuais). Beleza, desejabilidade e desempenho sexual constituem projetos em construção e ele é persuadido a levar uma vida sexual 'apimentada', cujos limites - não menos a heterossexualidade e a monogamia - são rigorosamente policiados [...]. (HARVEY, GILL; 2011, p. 56)

A representação feminina também é complexa em suas relações com a maternidade. De acordo com Tyler (2011), no início da década de 1990, houve uma mudança na representação do corpo feminino com relação à gravidez. O que era antes privado e reservado ao lar, tornou-se público com as futuras mães expondo suas barrigas em fotografias, seguindo a tendência de celebridades como Demi Moore em sua icônica capa da revista *Vanity Fair*. A autora argumenta, então, que o corpo grávido deixa de ser escondido para ser exposto e considerado uma nova forma do belo e do sexy na experiência feminina. Existe, então, um processo de representação sensual do corpo feminino grávido, que está inserido em um contexto maior de sexualização na cultura. Essa sexualização, porém, não é igual para todas as mulheres, como mostra Gill (2009 apud Tyler 2011), sendo considerados belos e desejáveis os corpos que estão nos padrões: brancos, jovens, de classes sociais favorecidas, e magros – mesmo com a presença da barriga característica da gravidez.

Tyler (2011) mostra que o pós-parto também faz parte dessa busca pela beleza na maternidade, que é exaustivamente explorada pelas celebridades. Após o nascimento de seus filhos, há a busca dessas celebridades pela rápida transformação de seus corpos para a condição em que se encontravam antes da gravidez. Essa transformação é documentada e glorificada pela mídia, mostrando para as mulheres que é possível ser mãe e “recuperar” a forma física em pouco tempo. Essa “recuperação”, então, torna-se não somente desejada, mas um dos critérios que determinam o “sucesso” de uma mulher no período de maternidade. (TYLER, 2011).

Sobre a representação feminina com relação ao trabalho, temos a visão de Faludi (1992), que argumenta que, em um *backlash* anti-feminista, a mídia representa a mulher que obteve sucesso profissional como fracassada em outros aspectos de sua vida. A autora argumenta que, ao buscar se equiparar profissionalmente com os homens, as mulheres acabam representadas como sozinhas e carentes, além de neuróticas. Dessa maneira, a autora mostra que o argumento é que, justamente por causa do feminismo e da liberdade de escolha feminina, as mulheres

acabaram infelizes e solitárias, por destruírem seus relacionamentos com os homens em busca do sucesso em seus empregos. Esse *backlash*, então, segundo a autora, tenta convencer o público feminino a diminuir sua necessidade por sucesso profissional, assim como diminuir suas demandas feministas, para atingir uma felicidade oferecida pelos relacionamentos românticos e pela vida doméstica e familiar. Segundo a autora, o *backlash* criou, estão, uma escolha na vida feminina: "[o *backlash*] dividiu a vida das mulheres em dois: trabalho e lar, e então rótulos este último como uma existência completa e plenamente satisfatória. Quando as mulheres resistiam à [essa] receita, a infelicidade vinha--lhes através de punições psicológicas e materiais." (FALUDI, 1991, p. 424)

Genz e Brabon (2009) discutem uma representação pós-feminista da mulher sobrecarregada ao ter que sair de casa para trabalhar e ainda ser a responsável pela manutenção da vida doméstica e afetiva. Os autores mostram que a segunda onda feminista trouxe como ideal a saída do lar, mostrando por vezes o trabalho como emancipatório e necessário para o desenvolvimento individual da personalidade feminina. Essa visão, segundo os autores, tinha o objetivo de mostrar outras possibilidades para as mulheres às quais só se havia apresentado a vida doméstica como maneira de satisfação pessoal; mas, ao mesmo tempo, apagava e subestimava, em certos aspectos, a identidade da mulher dona de casa. O *backlash* ao feminismo, então, a partir dos anos 1980, deu destaque à representação do ideal de sucesso nessa “dupla jornada” como um objetivo inalcançável para a mulher comum, que se torna sobrecarregada por suas responsabilidades e que deve escolher entre ser bem sucedida na vida doméstica e pessoal ou no âmbito profissional. Traz-se a figura da *superwoman*, ou supermulher, uma mulher que consegue ter excelência em tudo, para mostrar a impossibilidade de ser ela:

Tentando viver de acordo com imagem ambiciosa de "supermulher", as mulheres trabalhadoras foram posicionadas em uma situação sem vitória, já que estão condenadas a uma existência de ‘dia-duplo/segundo turno’ ou a reconhecer que seu sucesso profissional veio à custa de relacionamentos e do casamento. (GENZ, BRABON; 2009; p. 55).

Essa representação, segundo Genz e Brabon (2009), coloca a culpa na mulher de não conseguir atingir a excelência tanto na sua vida profissional quanto pessoal, mesmo que, no fundo dessa questão, haja a falta de suporte da sociedade para essa mulher, seja o companheiro que não se propõe a dividir as responsabilidades do lar, ou o mercado de trabalho que não oferece flexibilidade e inclusão à mulher que é mãe. Dessa maneira, como as mulheres não

conseguem atingir o *status* de “super”, elas precisariam se conformar em escolher um caminho, ou ter a vida familiar e afetiva, ou ter uma vida profissional nos moldes masculinos.

Considerando, então, as complexas relações entre os conceitos de pós-feminismo e as representações midiáticas do ser mulher, esse trabalho busca analisar um produto midiático contemporâneo. Esse produto, o *reality show Keeping Up With the Kardashians*, traz mulheres complexas para a televisão, sendo que suas representações serão exploradas no capítulo que segue.

## 4 It's hard to Keep Up: análise

Tendo em vista a complexidade das representações midiáticas do ser feminino, representações estas que impactam cotidianamente a autopercepção da mulher no mundo, será analisado neste capítulo o *reality show* estadunidense *Keeping Up With the Kardashians*. A metodologia utilizada para tal estudo, assim como a definição do *corpus* e a análise em si são o tema dos subcapítulos que seguem.

### 4.1 Metodologia

Com o objetivo de analisar as representações femininas no *reality Keeping Up With the Kardashians*, foram escolhidos quinze episódios da série, um de cada temporada finalizada até o período de realização deste trabalho. Essa escolha aconteceu de forma sequencial, sendo eleito o primeiro episódio da primeira temporada, o segundo da segunda e assim sucessivamente (Tabela 1). Essa amostra foi escolhida com o intuito de obedecer às regras da representatividade, pertinência a homogeneidade de Laurence Bardin (1977), ou seja, são uma parte representativa do universo inicial, no caso do *reality* como um todo, são relevantes à análise em seu conteúdo, assim como não apresentam diferenças significativas entre si, sendo amostras consideravelmente homogêneas. (BARDIN, 1977)

**Quadro 1:** Visão geral do *corpus*

Episódio	Nome	Exibição original <sup>4</sup>	Resumo	Duração	Audiência <sup>5</sup>
Temporada 1, episódio 1	<i>I'm Watching You</i>	14 de outubro de 2007	Kim é chamada para uma entrevista com Tyra Banks. Kris suspeita que o namorado de Kourtney, Scott, a tenha traído.	20min 38s	-
Temporada 2, episódio 2	<i>Khloé wants to act</i>	16 de março de 2008	Khloé vai a uma aula de teatro em busca de uma carreira de atriz, procurando ter uma vida artística como a de Kim.	21min 32s	-
Temporada 3, episódio 3	<i>I'd Rather Go Naked...</i>	22 de março de 2009	Khloé é convidada pela ONG PETA a participar de uma campanha com uma foto nua. Os parentes de Kim tentam	21min 51s	-

<sup>4</sup> Nos Estados Unidos.

<sup>5</sup> Nos Estados Unidos. Informações compiladas pela página Wikipédia, a partir dos dados semanais obtidos do site 'TV by the numbers', disponíveis apenas a partir da quinta temporada.

	<i>Or Shopping</i>		fazê-la entender que está consumindo demais.		
Temporada 4, episódio 4	<i>Baby Blues</i>	27 de dezembro de 2009	Khloé acredita estar grávida, mas se decepciona com o início de sua menstruação. Kim mente demasiadamente para fugir de compromissos familiares.	21min 34s	-
Temporada 5, episódio 5	<i>Botox and Cigarettes</i>	12 de setembro de 2010	Kim decide aplicar botox. A família quer convencer Kris a parar de fumar.	22min 10s	2.92 milhões
Temporada 6, episódio 6	<i>Kendall Goes on Birth Control</i>	24 de julho de 2011	Bruce precisa conversar com suas filhas mais novas sobre sexo. Kim descobre que tem psoríase.	22min 09s	2.79 milhões
Temporada 7, episódio 7	<i>The Dominican Republic – Part 2</i>	1 de julho de 2012	Em uma viagem e família, Scott é confrontado sobre seu comportamento. Kris sofre uma reação alérgica.	43min 25s	3.67 milhões
Temporada 8, episódio 8	<i>Greece Is The Word</i>	21 de julho de 2013	Kris enfrenta situações mal resolvidas com o filho de Bruce, Brody. Kim recebe notícias sobre seu divórcio.	41min 32s	2.67 milhões
Temporada 9, episódio 9	<i>Color Me Lonely</i>	15 de junho de 2014	Kris se preocupa com o fato de Bruce passar muito tempo sozinho em sua casa.	44min 39s	2.19 milhões
Temporada 10, episódio 10	<i>About Bruce – Part 1</i>	17 de maio de 2015	A família Kardashian compartilha suas dúvidas e sentimentos quanto a transição de gênero de Bruce.	42min 59s	2.92 milhões
Temporada 11, episódio 11	<i>The Great Kris</i>	31 de janeiro de 2016	Os aniversários de Kris e Kim são comemorados. Lamar Odom é internado por overdose.	43min 50s	1.89 milhões
Temporada 12, episódio 12	<i>Havana Good Day</i>	31 de julho de 2016	Parte da família viaja para Cuba, para conhecer o país.	43min 20s	1.39 milhões
Temporada 13, episódio 13	<i>Loyalties and Royalties</i>	4 de junho de 2017	A família lida com declarações feitas na biografia de Caitlynn e conhece o primeiro membro abertamente gay da realeza indiana.	43min 50s	1.43 milhões
Temporada 14, episódio 14	<i>Bun In The Oven</i>	15 de janeiro de 2018	Khloé conta para a família sobre sua gravidez, e enfrenta Corey, namorado de Kris, sobre o relacionamento dele com a família.	48min 51s	1.33 milhões
Temporada 15, episódio 15	<i>Stacking the Deck</i>	2 de dezembro de 2018	Kourtney congela seus óvulos. A família participa de um torneio de poker para a caridade.	42min 17s	0.94 milhões

A análise de conteúdo, de acordo com Bardin (1977, p. 48), pode ser definida como “um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) dessas mensagens”.

Segundo Bardin (1977), de maneira geral, a organização da análise de conteúdo se dá a partir de três momentos, sendo estes a pré-análise, a exploração do material e o tratamento dos resultados, inferência e interpretação. Na etapa de pré-análise, são eleitos e organizados os materiais que serão utilizados na pesquisa, sendo que também é nesse momento que são feitas as elaborações dos objetivos, assim como dos indicadores que fundamentam a interpretação final. Em seguida, há a exploração do material, sendo que “esta fase, longa e fastidiosa, consiste essencialmente em operações de codificação, decomposição ou enumeração, em função de regras previamente formuladas” (BARDIN, 1977, p. 131). Enfim, há a o tratamento dos resultados obtidos e interpretação dos mesmos, no qual o analista pode, a partir do material e dos dados, inferir interpretações e considerações.

Considerando a etapa de pré-análise executada para o presente trabalho, foi realizado o acompanhamento dos quinze episódios determinados do *reality show Keeping Up With the Kardashians*. Nesse momento, foi feita a descrição sonora e visual de momentos considerados relevantes à pesquisa pela autora, para que, posteriormente, categorias de representação fossem identificados. Nessa mesma etapa, efetivou-se a construção do estado da arte, com a pesquisa de trabalhos relacionados ao tema proposto e ao objeto escolhido. Ainda realizando a pré-análise, foi feita a leitura e a construção da fundamentação teórica, que posteriormente embasa a análise do objeto.

A partir dos dados coletados na pré-análise, foi feita a exploração do material. Nessa fase, se dá a análise do objeto, o *reality show*, a partir dos prismas teóricos construídos anteriormente. Observou-se, a partir das descrições dos acontecimentos do *reality*, duas principais categorias com relação à representação feminina em *Keeping Up*, que posteriormente foram norteadores para os subcapítulos da análise: as relações das Kardashians com seus corpos e seus relacionamentos com seus companheiros e filhos. Para a etapa denominada de resultados, foram demonstradas as considerações e conclusões que se apresentaram a partir da análise, que seguem neste capítulo.

## 4.2 Keeping Up: A mulher Kardashian em frente às câmeras

Ao pensar sobre a definição popularmente conhecida de *reality show*, associa-se ao gênero uma certa representação do real, com pessoas que não estão atuando, reagindo a situações de maneira não roteirizada. É notável, porém, que alguns de seus subgêneros têm uma grande influência da produção sobre o conteúdo transmitido, tanto na parte de edição, que consegue manipular as gravações para gerar sentidos, quanto na própria produção, com a roteirização de momentos e reações. O *reality Keeping Up With the Kardashians* mostra em suas tramas características híbridas, que são próprias de vários dos subgêneros atrelados ao *reality show*, tendo marcantes qualidades dos subgêneros *docusoap* e *reality-sitcom*. Esses subgêneros, segundo Mateus (2012) mesclam as características de documentários e da televisão de realidade com outros gêneros ligados à ficção, como as novelas e os *sitcoms*.

No primeiro episódio de KUWTK, temos a apresentação dos personagens protagonistas da série (Figura 3), em testemunhais. Kim Kardashian se define como “Eu sou Kim Kardashian e sou a princesa nesse lugar”, Khloé tem como definição “Eu sou Khloé e minhas irmãs dizem que eu sou a bitch, mas eu sempre quero o melhor pra elas”, Kourtney tem como introdução “Eu sou a Kourtney, a mais velha e mais madura”, Kris fala “Sou Kris, a mãe e empresária da Kim” e Bruce Jenner, o então patriarca da família também se apresenta, mas o irmão Robert não tem seu momento, o que mostra a importância dada ao núcleo feminino. A primeira imagem das irmãs Kendall e Kylie, que não se apresentam e eram menores de idade na época, mostra elas brincando de pedir bebidas alcoólicas e dançar *pole dance*. Percebemos, então, que já nesse primeiro contato com o público, as personagens são categorizadas em diferentes tipos de comportamento, com o objetivo de tornar a identificação mais fácil para a audiência, assim como personagens em uma novela ou série de ficção.

Figura 3 - Montagem com as apresentações da família Kardashian Jenner.



Fonte: E! Entertainment Television (composição nossa).

Apresentando com maior detalhamento os personagens (Quadro 2), temos no *reality show* a família Kardashian, com a matriarca Kristen Jenner e seus filhos, em ordem de idade Kourtney, Kimberly, Khloé e Robert Jr., filhos do casamento de Kris com Robert Kardashian. Após o divórcio de Kris e Robert, a mãe da família se casou com Caitlyn Jenner, na época conhecida como Bruce Jenner, com quem teve duas filhas, Kendall e Kylie Jenner e de quem separou-se em 2013. Caitlyn passou pelo processo de transição de gênero após a separação, anunciando à mídia o fato de reconhecer sua identidade de gênero como feminina em 2015. A família aumentou com o nascimento de Mason, Penélope e Reign, fruto do relacionamento de Kourtney e Scott Dissick; North, Saint, Chicago e Psalm, filhos de Kim e Kanye West; True Thompson, filha de Khloé com Tristan Thompson; Stormi Webster, gerada da relação de Kylie e Travis Scott e também Dream Kardashian, filha de Rob e Angela White, conhecida como Blac Chyna.

Quadro 2 - Os principais personagens de *Keeping Up With the Kardashians*

Imagem <sup>6</sup>	Nome	Descrição
	Kristen Mary Houghton Conhecida como: Kris Jenner	Matriarca e empresária da família Kardashian Jenner. Divorciada de Robert Kardashian e Caitlyn Jenner, namora Corey Gamble.
	Caitlyn Marie Jenner	Conhecida anteriormente à sua transição de gênero como Bruce, Caitlyn foi uma medalhista olímpica. Divorciada de Kris Jenner, com quem teve duas filhas.
	Corey Gamble	É empresário e está em um relacionamento com Kris Jenner.
	Kourtney Mary Kardashian	Filha mais velha de Kris e Rob Kardashian. É empresária, produtora e modelo. Tem três filhos com Scott Disick: Mason, Penélope e Reign.
	Scott Disick	É modelo e empreendedor. Foi casado com Kourtney Kardashian, com quem teve três filhos.
	Kimberly Noel Kardashian West Conhecida como: Kim Kardashian	Filha de Kris e Rob Kardashian. É empresária, produtora e modelo. Foi casada com Kris Humphries e é, atualmente, casada com Kanye West, com quem tem quatro filhos: North, Saint, Chicago e Psalm.
	Kristopher Nathan Humphries	É jogador de basquete. Foi casado por 72 dias com Kim Kardashian.

<sup>6</sup> Fonte: Site E! Online

	<p>Kanye Omari West</p>	<p>É produtor, rapper, estilista e empresário. Casou-se com Kim Kardashian em 2014, e tem quatro filhos com ela.</p>
	<p>Khloé Alexandra Kardashian</p>	<p>Filha de Kris e Rob Kardashian. É empresária, produtora e modelo e apresentadora. Foi casada com Lamar Odom e com Tristan Thompson, com quem teve True.</p>
	<p>Lamar Joseph Odom</p>	<p>É ex-jogador de basquete. Foi casado com Khloé Kardashian.</p>
	<p>Tristan Trevor James Thompson</p>	<p>É jogador de basquete. Teve um relacionamento com Khloé Kardashian, com quem teve uma filha.</p>
	<p>Robert Arthur Kardashian Conhecido como: Rob Kardashian</p>	<p>Filho mais novo de Kris e Rob Kardashian. É empresário. Teve sua filha Dream com Angela White, conhecida como Blac Chyna.</p>
	<p>Angela Reneé White Conhecida como: Blac Chyna</p>	<p>É modelo. Foi noiva de Rob Kardashian, com quem teve uma filha.</p>
	<p>Kendall Jenner</p>	<p>Filha mais velha de Kris e Caitlyn. É modelo, desfilando para marcas como a Victoria's Secret.</p>

	<p>Kylie Kristen Jenner</p>	<p>Filha mais nova de Kris e Caitlyn É empresária, modelo e mãe de Stormi, do seu relacionamento com Travis Scott.</p>
	<p>Jacques Berman Webster II Conhecido como: Travis Scott</p>	<p>É rapper e produtor musical. Tem um relacionamento com Kylie, com quem tem uma filha.</p>

Durante os anos, a família Kardashian foi repetidamente acusada de planejar suas tramas, refazer cenas e atuar em seu *reality show*, que é apresentado ao público como uma amostra do cotidiano da família em sua realidade. Por esse motivo, sempre que acusadas de manipular as situações em *KUWTK*, as protagonistas da série negaram. Essa negação da existência de frações de ficção no *reality* ocorreram mesmo quando, em 2014, uma das casas mostradas nas cenas externas de *Keeping Up* (Figura 4) foi colocada à venda, e se descobriu que ela não pertencia à Kris Jenner, como o *reality* apresentava. A justificativa dada por Kim Kardashian em uma entrevista, na qual ela inclusive admitiu que as cenas externas de “sua casa” também não eram realmente gravadas onde ela morava, foi a segurança, já que suas moradias seriam facilmente reconhecíveis por todos. Ainda sobre esses fragmentos de ficção, nos testemunhos do processo de divórcio de Kris Humpfries e Kim Kardashian, em 2013, o ex-marido da estrela de *Keeping Up* e um antigo produtor da série declararam que a cena do pedido de casamento do casal (Figura 5) foi regravada, por Kim não ter gostado de sua reação, declarações essas que nunca foram comentadas pelas personagens principais do *reality*.

Figura 4 - A casa mostrada no *reality show* como “Casa dos Jenner”.



Fonte: *E! Entertainment Television*.

Figura 5 - O pedido de casamento de Kris Humphries a Kim Kardashian.



Fonte: *E! Entertainment Television*.

Desse modo, têm-se bases concretas para acreditar na manipulação de momentos no *reality* para que estes se encaixem em tramas, narrativas e representações desejadas pelos produtores, que buscam audiência. É interessante notar, também, que Kris Jenner é produtora executiva da série desde sua primeira temporada; e a partir da décima temporada, as três irmãs mais velhas, Kim, Kourtney e Khloé também se tornaram produtoras executivas. Sobre esse assunto, Kim declarou, em entrevista ao *podcast Pretty Big Deal*:

Eu não fico na sala de edição, mas assisto cada corte e edição. E isso, eu acho, sempre foi a mágica que fez com que fossemos nós mesmos e mostrássemos tudo, porque sabemos que realmente podemos ter uma opinião sobre isso. [...] Mas nós nunca realmente cortamos nenhum conteúdo maluco. (KARDASHIAN, 2018) <sup>7</sup>

<sup>7</sup> Tradução nossa

Como qualquer objeto inserido na mídia, as representações expostas em *Keeping Up With the Kardashians* são parte de um contexto social, assim como influenciam, em conjunto com as outras mensagens midiáticas existentes, essa mesma sociedade. É importante notar, também, que as representações que compõe um produto midiático partem dessa sociedade, mas com visões específicas dos produtores dos conteúdos, que muitas vezes são homens poderosos da indústria do entretenimento e, nesse caso, também das próprias mulheres ali retratadas, que têm, atualmente, o poder de decidir como querem ser representadas. Ou seja, o que é representado em *Keeping Up* é influenciado, e possivelmente planejado e editado pelas pessoas que estão por trás do programa, inclusive pelas Kardashians, com o objetivo não somente de trazer audiência, mas também de continuar relevante midiaticamente, manter suas imagens pessoais de acordo com o que elas acreditam que sejam os ideias de beleza e comportamento de seus telespectadores, assim como tantos outros fatores.

Essas representações ecoam na sociedade moderna, sendo as Kardashians uma grande influência dos padrões femininos desde sua chegada à grande mídia, em 2007. Como Gubernikoff (2009) argumenta, em sua visão sobre a teoria feminista do cinema, as representações femininas ensinam padrões para as mulheres, e quando essas representações são baseadas em estereótipos de gênero, elas acabam fortalecendo papéis sociais impostos às mulheres, dando base à continuidade de uma sociedade voltada ao masculino.

As representações que permeiam o núcleo do *reality*, porém, não são simples e lineares. Na mesma medida em que as mulheres Kardashian são representadas como bem-sucedidas em vários aspectos, donas de suas vontades e com poder sobre suas vidas pessoais e profissionais, também existem representações que interagem com conceitos como os estereótipos do que é ser mulher, a glorificação de padrões de corpo pela sociedade, entre outros. Essa interação entre ideias feministas e visões que contrariam os ideais do feminismo é bem explicada pelo conceito de pós-feminismo de Gill e Scharff (2011), que mostra que as representações pós-feministas estimulam as mulheres a conquistarem sua liberdade em vários aspectos, em especial – mas não somente - com relação a decisões individuais; ao mesmo tempo que minimizam e antagonizam outras das reivindicações feministas, principalmente com relação a políticas sociais. As relações e representações estabelecidas nesse *reality*, assim como a influência das mesmas na sociedade, serão mais profundamente detalhadas a seguir, a partir do prisma de diferentes aspectos da vivência feminina, considerando as narrativas que evocam conceitos do pós-feminismo.

### 4.3 Os relacionamentos amorosos e a maternidade

Os relacionamentos amorosos da família Kardashian foram explorados em todas as temporadas: durante o *reality show*, três casamentos e quatro divórcios ocorreram em frente às câmeras. No primeiro episódio da primeira temporada da série, Scott Dissick é apresentado como o novo namorado de Kourtney Kardashian; o desenvolvimento do casal e o nascimento de seus três filhos e sua posterior separação foram acompanhados pelo olhar dos espectadores durante os anos do *reality*. Nesse mesmo episódio, porém, já é explorado um tema que permeia as narrativas de *Keeping Up*, a infidelidade. Sobre esse caso específico, a trama se desenvolve a partir da mãe Kris Jenner contando para suas filhas que ouviu que Scott manteve uma relação com outra mulher enquanto namorava com Kourtney. A discussão sobre o tema é desenvolvida durante todo o episódio, com confrontos entre Kris e Scott funcionando como chamariz nas prévias do restante do episódio colocadas anteriormente aos intervalos comerciais. A suspeita, e a eventual certeza, de infidelidade da parte masculina da relação reaparece em outros episódios da série, em diversas temporadas.

Esse uso da traição como artifício no *reality show* pode ser ligado aos conceitos de olímpianos e de frestas discutidos por Morin (2002). O autor mostra que, na sociedade moderna, figuras, chamadas por ele de olímpianos, tomaram o lugar de influência de estruturas tradicionais como a família e a igreja. Essas figuras seriam celebridades, políticos e influências midiáticas, que são vistos como híbridos entre heróis e humanos, já que têm vidas inalcançáveis, mas ao mesmo tempo características humanas, que geram reconhecimento e identificação. Já as frestas, segundo o autor, seriam pequenas instabilidades na ‘perfeição’ da vida dessas celebridades, que quebrariam, de certo modo, com as expectativas de sua audiência, tirando-os a característica divina. Porém, *KUWTK* usa desse artifício das frestas como uma forma não somente de buscar a audiência de um público curioso com a vida das celebridades, mas também de ter a simpatia e a identificação com essa mesma audiência. A família Kardashian-Jenner não somente mostra suas frestas, mas derruba suas paredes, principalmente com relação aos seus relacionamentos amorosos - até onde é conveniente mostrar em seus ideais de representação. Com essa atitude, as personagens do *reality* transformaram seu *status* de olímpianos em um produto midiático que já dura mais de dez anos, a partir de uma representação que explora de maneira frequente o duplo *status* e a contínua variação entre heroínas-celebridades em suas vidas luxuosas e mulheres reais, mesmo que em versões teatralizadas, com suas brigas, separações, dores e perdas.

A exibição da fresta da traição por parte das figuras masculinas é constante em *Keeping Up*. Como mostrado anteriormente, esse assunto é abordado desde o primeiro episódio, com relação a Scott e Kourtney, um casal que posteriormente apresentou no *reality* a dor da parte feminina com as traições públicas do homem. Khloé Kardashian também teve sua separação mostrada no *reality* a partir de um prisma dolorido, em que seu primeiro marido Lamar Odom constantemente a traía. Recentemente, na décima sexta temporada de *Keeping Up*, exibida em 2019, a mesma Khloé mostrou, em frente às câmeras o processo de descoberta de que seu então parceiro Tristan Thompson a traiu em um momento delicado de sua vida: essa revelação foi feita três dias antes de Khloé dar a luz à sua tão esperada primogênita. Khloé continuou em um relacionamento com Tristan, até que foi descoberta uma nova traição, com uma pessoa próxima à família. É notável a representação de uma mulher que se doa completamente por uma relação afetiva, e estabelece um padrão de submissão à vontade masculina: sabe-se que a mulher não irá reagir de maneira incisiva à quebra de confiança masculina por colocar a família e o amor romântico como prioridade, então o homem crê que pode fazer o que quiser sem sofrer drásticas consequências. Há o padrão nesses relacionamentos analisados do homem testar os limites de suas namoradas ou esposas, no caso Kourtney e Khloé, até encontrarem esse limite na humilhação pública de traições repetidas, que se transformam em espetáculos midiáticos, mas posteriormente também são explorados pela própria família no *reality show*.

Ainda colocando em foco o primeiro episódio da série, “*I’m watching you*”, a recente relação entre Kourtney e Scott é debatida. Na principal discussão, entre a matriarca da família e o rapaz, Kris diz que não acredita que Scott, com vinte e quatro anos na época, tenha idade para se comprometer em um relacionamento monogâmico, enquanto Kourtney, que à época tinha vinte e oito anos, já estava na idade de pensar em construir uma família com casamento e filhos. Kourtney, Khloé e Kim confrontam a mãe, dizendo que não é seu direito intervir na vida pessoal de Kourtney, ao que a matriarca responde: “Nessa família não é assim que funciona, é da nossa conta saber o que está acontecendo.” (00:15:52). Duas situações são notáveis nessa situação: a suposição da mãe de que Kourtney queria ter filhos naquele momento, mesmo isso não sendo uma questão para a própria e a noção que a matriarca tem de que ela tem o direito de intervir, falar e decidir por suas filhas, como se esse comportamento fosse intrínseco ao papel materno e familiar.

Esse comportamento de controle e cuidado por parte das figuras maternas também é um tema que se repete durante a série. Um exemplo notável ocorre no episódio 9 da temporada 9, chamado “*Color me lonely*”, o primeiro do *corpus* que aborda profundamente a separação de Kris e Bruce. Nesse episódio, são exploradas as complexas relações entre o pai que saiu de casa

com suas filhas, assim como entre o ex-casal. O comportamento de Kris nesse episódio evidencia sua marcante característica maternal, que se estende a todos que estão a sua volta mesmo que não sejam seus filhos. A matriarca da família Kardashian-Jenner se preocupa com a alimentação de seu ex-marido, indo até a casa dele para conferir os alimentos que estão na geladeira e matriculando-o em uma aula de culinária. É necessário entender que Bruce nesse momento tinha 65 anos e dinheiro suficiente para ter pessoas trabalhando para si, inclusive para fazer suas compras e cozinhar.

Podemos ligar essa representação de mulher que cuida de tudo e todos, desde sua carreira até sua família em toda a extensão, como uma representação que valoriza o papel materno, e, a partir da apresentação do êxito dessa mulher nessas áreas de sua vida, ela pode ser vista como uma *superwoman* como trazido por Genz e Brabon (2009). Os autores mostram que o pós-feminismo rechaçou essa *superwoman*, ideal de mulher que consegue equilíbrio entre vida profissional e pessoal, tendo êxito em ambas, mostrando que essa tentativa das mulheres em se tornarem “super” trouxe ansiedade, tristeza e fracasso na vida pessoal feminina; valorizando e estimulando, então, a volta à vida doméstica por parte da mulher.

Essa queda de uma idealização feminina de uma ‘*superwoman*’ pode, também, ser visto em *Keeping Up*. Com relação à maternidade, temos as representações de mulheres bem sucedidas financeiramente em seus trabalhos, conciliando seus compromissos profissionais com sua família (Figura). Mas, no décimo primeiro episódio da décima primeira temporada, tanto Kris quanto Kim se mostram esgotadas com suas cargas de responsabilidades relacionadas ao trabalho e à família. Kris, que nesse momento já estava divorciada de Bruce, é, inclusive, convencida pelo namorado a fazer sessões de massagem, já que ele insiste que a matriarca trabalha demasiadamente e se preocupa demais com a família. Kris diz nesse momento que não é comum que ela saia em horário de trabalho para fazer qualquer atividade de lazer, quanto mais uma massagem. Outras discussões como essa acontecem durante as temporadas do *reality*, sendo um dos arcos de Kourtney durante algumas temporadas: em uma dessas situações, a Kardashian se diz insatisfeita por não ter uma marca própria em que possa colocar seu potencial criativo como as irmãs têm, e justifica essa ‘ausência de empreendedorismo’ com a falta de tempo, já que ela optou por estar o mais presente possível na vida dos filhos. A título de exemplo, em outra temporada, Kourtney, separada de Scott, quer sair de viagem com o namorado, mas se sente dividida em deixar os filhos em casa, e fala sobre as dificuldades entre equilibrar relacionamentos amorosos, vida familiar com os filhos e compromissos profissionais.

Figura 6 - A nova geração de mães da família Kardashian.



Fonte: *Insider Magazine*.

Pode-se colocar em discussão, nesse momento, o conceito da reapresentação da mulher sobrecarregada trazido por Genz e Brabon (2009), que fala sobre a queda de um ideal de mulher que consegue lidar com todas as suas jornadas de trabalho sem cansaço, uma *superwoman*. Os autores mostram que a representação pós-feminista das mulheres que trabalham fora de seus lares é, muitas vezes, pessimista, mostrando-as como pessoas cansadas e que não conseguem atingir suas expectativas de sucesso em ambas as áreas de sua vida. Essa representação vai de encontro à ideia de uma *superwoman* - o ideal de uma mulher-heróína que, ao deixar o lar e trabalhar fora de casa, consegue cumprir suas tarefas pessoais e profissionais com excelência e sem demonstrar um grande desgaste.

Uma personagem que é mostrada em várias das temporadas da série com um comportamento de acolhimento que se assemelha ao maternal, assim como Kris Jenner, é Khloé Kardashian. Durante o episódio da décima primeira temporada ‘*The Great Kris*’ Lamar Odom, ex-marido de Khloé, tem uma overdose. Imediatamente, a Kardashian, que na época já estava em processo de divórcio com Lamar, vai cuidar do mesmo no hospital e tomar as decisões médicas pertinentes ao responsável por ele, decidindo também adiar o processo de separação. Durante esse episódio, a mãe Kris e as outras irmãs falam como Khloé está se doando a Lamar, sem sair do lado dele até para tomar banho. No episódio da décima segunda temporada ‘*Havana Good Day*’, o assunto dos cuidados de Khloé com relação a Lamar ainda está em pauta, com a Kardashian listando para sua melhor amiga Malika todas as consultas médicas do seu então

marido, que ela havia decorado. Malika, então, responde que não sabia o que Lamar faria na vida sem Khloé, ao que Khloé responde que também não sabia, dando, então, um depoimento que diz “Eu coloquei minha vida em espera para tentar ajudar o Lamar e colocar ele em uma boa linha. Mas internamente ainda tem muito que o Lamar precisa arrumar nele mesmo”. Podemos perceber nesse caso que as frestas e dores dessa relação são bastante expostas, e, mesmo que ela tenha feito tudo o que estava ao seu alcance para cuidar e melhorar a situação, a ideia de ‘fracasso’ com relação ao cuidado com o marido é perceptível no discurso de Khloé, existindo a noção de uma ‘falha’ em alcançar o ideal de supermulher.

Ao relacionar esse conceito à representação das mulheres Kardashian, vê-se que são apresentadas várias facetas de uma *superwoman*, que atinge o sucesso em vários âmbitos, inclusive no profissional e no afetivo familiar. Porém, são também apresentadas grandes frestas, conceito discutido por Morin (2002), ao mostrar essas mulheres cansadas e frustradas, tentando conciliar as atividades em família com a agenda de trabalho. Essa variação entre visões da mulher, que ora potencializam os discursos feministas, ora vão contra o que é mostrado, pode ser entendido como uma das facetas do pós-feminismo trazido por Harvey e Gill (2011), que descrevem o pós feminismo como uma ‘sensibilidade’, que permite algumas liberdades à mulher, com mensagens pró-feministas, mas, concomitantemente, difunde ideias que vão contra o feminismo, principalmente com relação a políticas sociais e grandes mudanças estruturais. Nota-se, como exemplo dessa manutenção da macroestrutura social dentro da representação em *Keeping Up*, que essa mulher Kardashian que, embora vocalize o esgotamento que suas demandas profissionais e familiares gera, muitas vezes não divide completamente as responsabilidades parentais com a parte masculina da relação. É frequente a ausência dos pais no cuidado frequente dos filhos, que é de maior responsabilidade das mulheres, sendo que esses pais aparecem mais quando é explorado o lado lúdico e de diversão com a criança. No episódio "The Dominican Republic – Part 2", há uma viagem com toda a família Kardashian Jenner, sendo que o casal Kourtney e Scott, com seus filhos Mason e Penélope, não estão conseguindo conviver em harmonia. Scott, juntamente com Rob Kardashian, bebe álcool em uma noite e passa a tomar atitudes infantis como assustar as irmãs mais novas de Kourtney, enquanto a mulher permanece em seu quarto com os filhos. No dia seguinte, Kim e Scott têm uma discussão sobre o incidente, Scott argumenta que todos estão se voltando contra ele e abandona a família no hotel, hospedando-se em outro. Em uma reunião familiar, perguntam para Kourtney se ela não se importa com essa situação, ao que ela responde que ela se importa, mas que ela tem as crianças para cuidar e não conseguiria mais cuidar de outra pessoa. Nota-se a diferença de noção

de responsabilidade de ambas as partes dessa relação: enquanto a figura masculina pode ser imprudente e independente, a figura feminina trata de cuidar da família e dos deveres parentais.

Considerando essas relações complexas entre a *superwoman* Kardashian e suas frestas, também deve-se notar que há uma escolha em quais dessas frestas serão evidenciadas estrategicamente, sendo algumas escondidas do público. Essas frestas não tratam somente de questões particulares, como brigas e questões mais sérias e delicadas - como foi o caso do abuso e uso de drogas por parte de Lamar Odom em sua relação com Khloé, que só foi revelado anos depois - mas também com relação às atividades domésticas e familiares. É evidente que as Kardashians contam com a ajuda de outras pessoas para a manutenção de seus lares e o cuidado com suas crianças, porém essas pessoas raramente aparecem em tela. Normalmente, as Kardashians aparecem cuidando de seus filhos e cozinhando, por exemplo, deixando subentendidos que são elas que realizam essas tarefas, mas, por vezes, figuras de babás aparecem com os rostos borrados ao fundo das imagens, e chefes de cozinha fazem aparições de segundos. É necessário entender esse padrão pois, por vezes, se transmite às espectadoras a ideia de sucesso de uma *superwoman*, sem mostrar também o sistema de apoio que se faz ao redor dessas mulheres para que elas consigam lidar com suas responsabilidades com excelência; possibilidade essa que não é facilmente alcançável por grande parte da audiência.

#### **4.4 O corpo, a sexualidade e a imagem pública da mulher**

A primeira cena da série, que foi ao ar em 14 de outubro de 2007, conta com Kris, a matriarca, mandando Kim Kardashian parar de comer, já que ela teria um ensaio fotográfico no dia seguinte. Então, a família começa a comentar sobre o peso de Kim, e o acúmulo de gordura em partes do seu corpo. Já na cena inicial, em que os personagens mostrados ainda não foram apresentados ao público, podemos entender a importância para aquela família da imagem feminina e de uma suposta perfeição corporal em moldes estabelecidos, assim como as relações interpessoais estabelecidas na casa.

Nesse primeiro episódio, a situação envolvendo Kim e a divulgação sem consentimento de seus momentos íntimos<sup>8</sup> é explorada, sendo o principal condutor do episódio. A trama tem

---

<sup>8</sup> Segundo matéria da revista Vogue, o livro *Kardashian Dynasty* de 2016, escrito pelo jornalista canadense Ian Halperin, a mãe de Kim, Kris Jenner, teria planejado a criação e divulgação da gravação íntima de Kim, com o objetivo de tornar a filha rapidamente famosa. De acordo com o mesmo livro, Kim teria assinado um contrato com a produtora que divulgou o material. Conforme o jornal Daily Mail, Kim disse em entrevista à Oprah em 2012, logo que os rumores sobre esse assunto vieram à tona pela primeira vez, que não faria sua família passar por tal humilhação, negando as acusações.

seu início com a matriarca da família avisando Kim que a modelo e apresentadora Tyra Banks a convidou para uma entrevista, que seria sua primeira em rede nacional. Porém, a produção do programa avisou que um dos assuntos abordados seria o vazamento da gravação. Kris comenta então, em um testemunhal, que como mãe gostaria de matar Kim por esse acontecimento, mas como empresária entendia que ela tinha um trabalho a fazer, e que Kim deveria superar esse fato. É explorada no episódio, inclusive, a capa utilizada para divulgar as imagens não autorizadas de Kim. A Kardashian, então, em seu testemunhal, fala que “Aquilo foi com meu namorado de três anos, por quem eu estava muito apaixonada. E o que quer que a gente tenha feito na nossa privacidade, era nossa privacidade, e nunca a gente pensou que iria sair [para o público]” (00:04:20).

Continuando na temática do vídeo divulgado sem autorização, que é assunto durante todo o primeiro episódio da série, Kourtney propõe que elas ensaiem uma entrevista. A irmã pergunta, então, qual foi o motivo para Kim gravar o vídeo que posteriormente foi divulgado, sendo prontamente respondida por Kim com “Porque eu estava excitada e quis fazer.”

Podemos discutir, a partir desse episódio, os conceitos trazidos por Harvey e Gill (2011), que abordam a sexualização da cultura. A discussão feminista se dividiu em duas vertentes sobre a naturalização da expressão sexual na mídia. Enquanto uma parte dos estudos defendem essa representação, mostrando a expressão sexual como empoderamento e uma forma de colocar a mulher em um papel ativo quanto à sua própria sexualidade, outros defendem que o que ocorre, na verdade, é uma volta à exploração do corpo feminino, com a objetificação da mulher, sendo o empoderamento apenas um discurso. Uma das defensoras do prisma que considera negativo essa representação feminina da sexualidade é Douglas (2011), que argumenta a existência de um “sexismo esclarecido” na mídia, ou *enlightened sexism*, que objetificaria o feminino com um discurso de ‘empoderamento’ e ‘escolha individual’.

Harvey e Gill (2011) trazem, então, sua contribuição ao olhar dessas representações: o conceito de empreendedorismo sexual. Segundo as autoras, essa maneira de representação mostra um conceito pós-feminista de feminilidade, o de que a mulher deve ser dona e confiante em sua própria sexualidade, sempre se mostrar *sexy* e bela, mas dentro de alguns limites estabelecidos. Kim, em seu discurso, se mostra uma mulher que representa o conceito de empreendedorismo sexual, já que se mostra desconfortável com a distribuição não aprovada de seus momentos íntimos, mas bem resolvida quanto à sua sexualidade, mostrando que filmou esses momentos porque foi de sua vontade. Essa representação de Kim (Figura 6) como uma mulher sempre sensual, discutindo ainda o conceito de Harvey e Gill, é reafirmado a partir do uso de sua nudez como uma marca própria, tendo o corpo que se tornou desejado por inúmeras

mulheres. Kim, inclusive, já debateu com mulheres em seu Twitter a favor do seu direito de escolher publicar fotos nuas, usando do feminismo como argumento, já que sua escolha foi se expor dessa forma.

Figura 7 - Kim na abertura da primeira temporada de KUWTK.



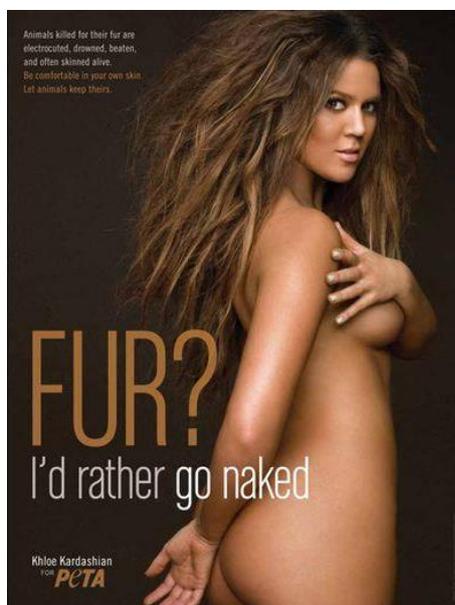
Fonte: *E! Entertainment Television*.

Outra narrativa constante no *reality* é a insegurança com o próprio corpo, que fez parte da narrativa de Khloé em várias das temporadas de *Keeping Up*. No episódio “I’d rather go naked...or shopping”, da terceira temporada, a Kardashian aparece lendo comentários em sites de fofoca estadunidenses sobre como ela seria feia e estaria acima do peso, o que é prontamente negado por sua irmã Kourtney, que pede para Khloé parar de ler esse tipo de comentário sobre si já que isso afetaria sua autoestima e segurança em sua imagem pessoal. Uma das tramas principais desse episódio é o convite que Khloé recebe da ONG PETA para posar nua em uma campanha que mostrava celebridades declarando sua preferência pela nudez em detrimento do uso de pele de animais nas roupas. Durante todo o episódio, então, Khloé passa a deliberar sobre o assunto, já que seu peso parece um empecilho para a participação na campanha. Depois de conversas, desistências e, por fim, a realização do ensaio fotográfico, Khloé se mostra feliz com a foto (Figura 7), passando uma mensagem de aceitação e amor pelo próprio corpo:

Eu estou muito feliz por ter decidido fazer isso [a campanha], apesar de que meu corpo não é como o de Eva Mendes ou como todas essas pessoas bonitas, eu preciso estar confortável em minha própria pele. Eu não posso estar sempre querendo algo que não

posso ter. Eu preciso aprender a me amar e a partir desse ensaio eu realmente consegui, e eu realmente acho que sou linda.<sup>9</sup>

Figura 8 - Khloé na campanha para o PETA.



Fonte: Revista People.

Nessa fala de Khloé, é notável a sua comparação com outros corpos, principalmente de pessoas que fazem parte da indústria do entretenimento, citando inclusive a atriz Eva Mendes. No início do mesmo episódio, quando as irmãs Khloé e Kourtney estão em uma clínica estética e Khloé demonstra um enorme interesse pelo procedimento de modelação corporal, Kourtney fala, em depoimento para as câmeras, que sua irmã sempre sofreu com problemas de autoestima por causa de sua visão sobre seu corpo e porte físico; e que essa insegurança era acentuada pelas comparações feitas entre o corpo de Khloé e o de suas irmãs, que eram mais magras.

Podemos perceber, então, a partir do próprio *reality show*, a influência que a mídia e a comparação de si com os outros têm na autoimagem feminina. Os padrões de beleza mudaram ao longo do tempo, sendo que são mostradas, na mídia, tendências não apenas na moda e no comportamento, mas nos corpos. É sobre essa busca feminina por se encaixar nos padrões mostrados que Gubernikoff (2009) fala, em sua visão das teorias feministas do cinema, mostrando que há uma enorme influência negativa da mídia na mentalidade das mulheres.

---

<sup>9</sup> Tradução nossa

Apesar de Khloé (Figura 8), no episódio discutido anteriormente, ter chegado a uma conclusão que evoca a autoaceitação e o amor próprio, é notável sua busca, no decorrer da série, pelo emagrecimento e por um ideal de corpo criado socialmente. A irmã mais nova das Kardashians se mostra feliz e realizada consigo quando atinge um corpo mais magro e com a figura voluptuosa característica das irmãs. Sua escolha de investir seu tempo e dinheiro em busca desse ideal pode ser discutido de acordo com o conceito de *choice feminism*, trazido por Gill e Scharf (2011), que toma as decisões feitas pelas mulheres como decisões feitas pelas mulheres como, intrinsecamente, uma decisão feminista, já que houve o direito de escolha feminino. O conceito de ‘feminismo de escolha’ debate essa visão, já que, seguindo essa linha de raciocínio, o feminismo se torna uma busca mais individual do que coletiva, além de ignorar contextos e recortes sociais que impossibilitariam o poder de escolha. O caso do emagrecimento de Khloé foi uma escolha pessoal, válida e celebrada pela mídia e pela própria Khloé. Porém, considerar que essa mudança foi apenas uma opção individual, como é retratada, ignora os fatores sociais e a pressão sobre o feminino com relação ao seu corpo e como ele deveria ser e parecer.

Figura 9 - As mudanças de Khloé.



Fonte: *US Magazine*.

É com esse argumento de que as mudanças em seu corpo dependem apenas da vontade própria da mulher que surgem duas discussões: a primeira é o fato de que não são todas as mulheres que têm as condições para atingir esse ideal, e a segunda é que a escolha feita por Khloé de investir em ter um corpo considerado bonito por si mesma não é feita a partir de um

cenário de total liberdade, visto que a ausência desse padrão de corpo trouxe para si a baixa autoestima e uma sensação de tristeza, como mostrado na série. Sobre o primeiro ponto, é notável que o feminismo de escolha se desenvolve a partir de um cenário de consumo, onde a ‘escolha’ é guiada pela compra que pode ser feita de produtos – de beleza, de emagrecimento, etc – tornando essa ‘opção’ irreal para muitas mulheres que, apesar de influenciadas pelo estilo de vida que veem na televisão, não têm as mesmas condições, sejam físicas, financeiras ou de tempo, de investir na busca pelo ‘corpo ideal’. Como essa influência ocorre, então, a partir dos variados veículos de mídia, para que se busque o corpo considerado ideal, a escolha não existe realmente, já que não ter o corpo considerado bonito na sociedade e pelas representações midiáticas significa, para grande parte das mulheres que são impactadas por essa comunicação, a frustração de não estar no padrão do belo.

Outros fatores que podem ser discutidos quando pensamos na busca pelo padrão de beleza feminino são as intervenções cirúrgicas e os procedimentos estéticos. Durante o episódio ‘Botox and Cigarettes’, Kim Kardashian insiste em fazer o preenchimento de botox em suas rugas, mesmo que as pessoas ao seu redor garantam que, aos 29 anos, Kim ainda não aparenta ter linhas de expressão. Já no episódio ‘*Bun in the oven*’, Kris fala sobre sua insegurança com relação aos seus lóbulos das orelhas que, segundo ela, estavam caídos devido ao crescimento que ocorre com a idade. A matriarca, então, recorre a uma cirurgia plástica de redução dos lóbulos. As mudanças corporais de Kylie Jenner (Figura 9), que é vista pela primeira vez no *reality* com 10 anos, são outro exemplo da influência dos padrões midiáticos nos corpos femininos. Kylie tornou-se uma empresária de sucesso a partir da criação de uma marca de beleza que, em um primeiro momento, vendeu milhares de kits de batons e lápis para contorno da boca. Esse sucesso se deu quando a jovem disse que o segredo para seus lábios volumosos, bem diferentes daqueles vistos quando ela era criança, era o contorno labial que extrapolava o limite dos lábios. Ao criar essa empresa, então, Kylie preencheu uma necessidade de mercado criada por ela mesma - o desejo de ter os lábios como os de Kylie. Em um episódio do *reality*, porém, Kylie admitiu que o contorno labial não era o único fator que tornava seus lábios volumosos, pois ela também recorrera a preenchimentos. Kylie disse aos 19 anos, em entrevista à revista Complex, que o preenchimento labial foi uma questão de autoestima, mas que ficou receosa em falar sobre o procedimento por medo dos julgamentos e por sua influência:

Eu beijei um garoto que disse: 'seus lábios são muito pequenos, mas você beija bem. Não acho que você vá ser boa nisso'. Foi muito grosseiro. A partir desse momento, eu sentia que todos os meninos estavam olhando para minha boca. Parecia que ninguém queria me beijar. [Sobre o preenchimento] Eu nem tinha 17 anos ainda. O que aconteceria se eu falasse: 'eu fiz procedimentos nos lábios'? As crianças, os meus fãs,

todos iam pensar que eu era louca. Não quis ser uma má influência. É chato ouvir todo dia que você é uma farsa, uma pessoa plastificada quando você não é. (JENNER, 2016)<sup>10</sup>

Figura 10 - As mudanças de Kylie.



Fonte: *Who Magazine*.

Recorrer a esses métodos é um direito das Kardashians, que exercem sua liberdade individual e o seu direito de mudarem o que as incomoda em seus próprios corpos. Porém, essa visão também vai ao encontro da questão debatida pelo conceito de *choice feminism*. É necessário notar, no entanto, que as questões que envolvem a necessidade dessas mudanças, e a tristeza e negação que acompanha a presença de tais ‘imperfeições’ em seus corpos, é uma discussão que envolve o contexto social e a pressão na busca dos ideais de beleza femininos, muito reafirmados pela própria mídia.

O corpo passando pelas transformações da maternidade também foi apresentado nas tramas das Kardashians. Durante as temporadas em que as Kardashians estiveram grávidas, a preocupação em voltar ao corpo pré-gravidez foi frequentemente debatida. Como exemplo, na oitava temporada, Kim divide seu medo em não voltar ao peso anterior por estar grávida aos 30 anos, porque, segundo ela, nessa idade o corpo já não se recupera tão rapidamente. Nessa temporada, Kim está passando por sua primeira gravidez, na qual teve pré-eclâmpsia, o que fez com que seu corpo ficasse inchado. Esse inchaço foi explorado pela mídia, que a chamava de gorda, sendo mostrado no reality como algo que afetou a autoestima de Kim. Ao longo da oitava

---

<sup>10</sup> Tradução nossa

temporada, os próprios familiares de Kim comentavam sobre o corpo da Kardashian para ela, muitas vezes com comentários maldosos como no caso de Rob, que a chamou de “pés gordos”, mesmo apelido usado pelas revistas de fofoca para humilhá-la. Kim, nessa temporada, diz que não está gostando da experiência da gestação, o que é muito influenciado por essa exigência de que sua gravidez fosse dentro dos padrões de beleza estabelecidos; mas também por estar sofrendo com dores por causa de sua condição médica. Mesmo não atingindo esse ‘ideal de corpo’, Kim não deixou de explorar sua nova forma, usando o estilo que a caracteriza, como roupas justas e sensuais, enfatizando a barriga da gravidez (Figura 10). Mostram-se, então, os conceitos trazidos por Tyler (2011) e Gill (2009), que mostram que o corpo feminino em sua representação pós-feminista é mostrado como um novo momento da experiência do ser mulher, sendo mais exposto do que íntimo, e por vezes sexualizado. Kim foi ao encontro dessa definição ao explorar seu próprio momento e sua imagem, mas os veículos de mídia que focam em celebridades tiveram reações adversas, já que seu corpo não estava no padrão do ‘belo’ estabelecido, por causa de seu inchaço. A questão do padrão na gravidez é trazida pelas autoras, que mostram que a representação sensual do corpo grávido é específica para aquelas que são brancas, jovens e magras, mesmo com a barriga. Sobre a busca pelo corpo pré-gravidez, as autoras também mostram que essa questão é amplamente explorada pelas celebridades, que buscam voltar aos corpos anteriores no mínimo tempo possível, preocupação essa que foi mostrada também em *Keeping Up*.

Figura 11 - A gravidez de Kim.



Fonte: *E! Online*.

A importância da manutenção do corpo para a imagem pessoal na família Kardashian é visível em vários dos episódios escolhidos para o *corpus*. No episódio “*Kendall goes on bith control*”, Kim Kardashian tem seu primeiro episódio de psoríase (Figura 11), uma doença de pele hereditária, da qual Kris Jenner também sofre. Sua primeira reação, ao perceber as manchas por suas pernas, foi de desespero por sua imagem, já que, segundo ela, seu trabalho dependia que seu corpo estivesse impecável para ensaios fotográficos e gravações de propagandas comerciais. Essa trama, durante o episódio, se desenvolve a partir do desespero de Kim com a doença, sua preocupação com seu corpo e carreira, além de sua revolta com a mãe por não ter avisado sobre a possibilidade de que ela desenvolvesse a doença. Em dado momento, Kim diz: “As pessoas não entendem a pressão em mim para ser perfeita, quando eu ganho um kilo está no título de notícias, imagine o que os tabloides fariam comigo se eles vissem todas essas manchas”.

Figura 12 - Kim mostra as manchas em sua perna.



Fonte: *E! Entertainment Television*.

A partir dessa primeira aparição da doença em sua vida, a psoríase se tornou assunto frequente quando Kim discutia suas inseguranças em relação ao corpo e à sua imagem, tanto nas suas redes sociais, quanto em entrevistas e, naturalmente, em outros episódios do *reality show*. Essa doença de pele, assim como Kim evidenciou em sua fala durante o episódio, também foi explorada pelo jornalismo que enfoca na vida de celebridades. Em 2019, a Kardashian lançou produtos de maquiagem corporal (Figura 13), como bases e iluminadores, como uma das linhas de sua marca de cosméticos. Kim, então, transformou sua fresta, sua ‘imperfeição’ na pele, em oportunidade de venda, convertendo sua insegurança em produto. Podemos

entender a adesão por parte do público a esses produtos a partir da visão de Jenkins (2009), que traz a economia afetiva, conceito que mostra a importância, no processo de compra, do investimento emocional do consumidor com a marca. Cria-se um vínculo entre o público e as integrantes da família Kardashian, a partir do momento em que esse público acompanha toda a vida delas por anos, em seus momentos bons e ruins e a partir de diversas plataformas - no *reality*, em redes sociais, em notícias em sites de terceiros - vínculo esse que pode se tornar fator decisivo no processo de compra de produtos. Quando o produto se mostra como solução para um problema íntimo mostrado pela celebridade, como é o caso da linha de maquiagem que Kim divulgou como importante para si por causa de sua psoríase, podemos ver ainda mais de perto a criação desse vínculo entre marca, celebridade e consumidor, a partir do momento em que essa celebridade está compartilhando seus problemas pessoais, dores e frestas, e sua solução pessoal para isso, assim como uma amiga pode fazer.

Figura 13 - Antes e depois de Kim com sua maquiagem, usado para divulgação da marca.



Fonte: Revista People.

Também, nesse momento, podemos trazer os conceitos de influência da mídia e de seus personagens sobre os indivíduos, trazido por Kellner (2001), que mostra a importância da mídia no processo de definição identitária. O autor mostra que os produtos da mídia suplantaram

influências tradicionais como a Igreja e a família, mostrando figuras com quem o indivíduo possa se identificar. Então, esse indivíduo passa a basear seus comportamentos, ações e ideais a partir dessas variadas figuras, o que também vai ao encontro do conceito de olímpianos de Morin (2002), que argumenta que o indivíduo tem uma relação de identificação e, então, projeção com esses olímpianos. Considerando, então, esses processos que geram influência sobre o ser, consegue-se entender o sucesso das Kardashians quanto à venda de produtos, seja de outras marcas, ou de suas próprias vidas. A partir de processos de empatia, identificação, projeção e influência, essa família conseguiu se tornar uma referência para a sociedade quanto a alguns padrões, principalmente com relação à estética. O corpo e o estilo Kardashian tornam-se, então, um dos padrões de beleza difundidos pela mídia, o que, de acordo com Gubernikoff (2009) pode ter uma influência negativa sobre as espectadoras. Isso porque essas espectadoras, impactadas rotineiramente pelas mensagens midiáticas, acabam por tentar se encaixar nessas projeções do que é ser mulher.

#### **4.5 Considerações acerca da análise**

Levando em consideração os aspectos complexos das representações femininas em *Keeping Up With the Kardashians*, podem ser definidas, de maneira geral, algumas das projeções do ser mulher vistas no *reality*. São mostradas mulheres com personalidades por vezes conflitantes, que, apesar de se tornarem ideais de beleza e comportamento, também são levadas a encaixar-se nesses padrões; e apesar de se mostrarem bem sucedidas em suas tarefas familiares e profissionais, também aparentam as dificuldades de conciliar seu tempo entre o ‘ser mãe’ ‘ser esposa e namorada’ e o ‘ser profissional’.

Temos, por um lado, a *superwoman*, que lida com todas as necessidades profissionais e pessoais com maestria, inclusive estendendo seu papel maternal a outros membros da família além de seus filhos. Também podemos perceber, em contraponto, a representação pós-feminista da mulher cansada de tentar atingir esse ideal de supermulher, esgotada com suas responsabilidades e que não conta com a distribuição igualitária das tarefas com seu par masculino.

Percebe-se também, por um lado, a segurança dessas mulheres com relação a certos aspectos de seus corpos e de suas sexualidades, com a exposição frequente desses corpos e a afirmação do direito à sexualidade, como no caso da gravação íntima de Kim Kardashian, da qual ela não se orgulha da divulgação, mas afirma sua posição enquanto mulher que não somente consentiu, mas teve papel ativo na produção desse vídeo. Considerando, porém, as

diversas modificações corporais, a insatisfação constante com o próprio corpo e a luta frequente com questões como o peso, como no caso de Khloé, podemos ver mulheres influenciadas a seguir padrões de beleza estabelecidos, o que gera insatisfação e frustração nas mesmas. Ao mesmo tempo, essas mulheres, a partir de suas condições monetárias de arcar com diversos tratamentos e especialistas em beleza, conseguem atingir esses padrões até certo ponto, e até se tornam um desses ideais estéticos, também possivelmente influenciando na sociedade e na autopercepção das mulheres que são impactadas por esse discurso de mídia.

É necessário destacar, nesse momento, o décimo episódio definido para o *corpus*, presente na décima temporada e denominado “About Bruce - Part 1”, em que são mostradas as reações, interações e pensamentos dos integrantes da família à revelação de Caitlynn como uma mulher transsexual. Esse episódio lida com diversos questionamentos e sentimentos de uma família que está em processo de compreensão desse fato, assim como lida com a visão e sensibilidade de Caitlynn sobre isso. São discutidas várias camadas do entendimento do que é ser mulher, bem como do ser transsexual, ser homo ou heterossexual, abrindo no *reality* debates sobre identidade de gênero, preferência sexual, performance de gênero, entre outros assuntos. Esses debates não couberam ao tema da presente pesquisa, porém se fazem necessários para estudos posteriores, que poderão os abordar com profundidade.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Durante o curso da pesquisa, foram abordados aspectos relativos à estrutura dos *reality shows*, sendo um ponto-chave a noção de ficção e teatralização dentro desse gênero que se conecta com o termo ‘realidade’. Esses aspectos entraram em discussão a partir do momento em que buscou-se entender a dinâmica de *Keeping Up With the Kardashians*, com relação às suas representações e às diferentes frestas mostradas e escondidas, conceito esse trazido por Morin (2002). Notou-se a manipulação dessas frestas para a criação das narrativas das personagens do *reality*, que é importante para a construção de sua imagem, geração de empatia e para a captação de audiência.

Também foram discutidas questões que permeiam os estudos midiáticos, como a influência das figuras e imagens presentes nos produtos de mídia nos padrões sociais; com a projeção que o indivíduo faz de seu próprio ser nessas figuras, modelando seu modo de pensar, agir e definir-se no mundo com essa influência em mente. Para entender esse mecanismo, foram abordados autores como Morin (2002) e sua discussão sobre os olímpicos, Kellner (2001) e Hall (1992). Sobre esse assunto, foram vistas algumas das formas com quais as representações das Kardashians podem influenciar na autopercepção e no comportamento de seus espectadores, considerando majoritariamente as questões dos relacionamentos afetivos e maternos, além da temática da relação com o corpo e a sexualidade. Para fazer um recorte da influência midiática no comportamento específico do público feminino, trouxe-se Gubernikoff (2009), argumentando sobre a idealização midiática de determinados padrões do ser mulher, que afetam o público feminino, fazendo com que elas busquem alcançar esses padrões físicos, comportamentais e psicológicos. Viu-se a repetição de alguns ideais femininos, tanto do ideal de *superwoman*, quanto de corpo ‘belo’, de pessoa desejável, entre outros. Estes ideais ecoam discursos midiáticos já presentes na sociedade, fortalecendo-os, caracterizando o *reality* como um produto midiático que, entre outras características, pode influenciar o público feminino a tentar encaixar-se nos padrões estabelecidos.

Ao buscar entender especificamente as questões pós-feministas de representação da mulher, foram apresentadas quatro noções de pós-feminismo por Gill e Scharff (2011). A principal visão de pós-feminismo utilizada no presente trabalho também é trazido por essas autoras, que veem o termo como uma hibridização entre o combate na mídia ao movimento feminista - a partir de representações que têm o intuito de enfraquecer as demandas do feminismo de diferentes maneiras - com a inclusão dos ideais do movimento nos produtos midiáticos, mostrando imagens que vão ao encontro de temas como a liberdade feminina e a

equiparação de gênero. Com a análise, também notou-se a presença dessa dicotomia nas representações de *Keeping Up*, com a presença de discussões acerca de conceitos os quais o feminismo defende, como a liberdade sexual feminina, assim como representações que podem ser consideradas como contestações a esse movimento, como a valorização de um ideal de corpo, nesse caso, magro e voluptuoso.

Considerando, então, foram incluídas diferentes discussões sobre a representação feminina com relação ao trabalho, o corpo, à sexualidade, à maternidade e às intersecções entre esses temas, a partir dos prismas teóricos de autores como Harvey e Gill (2011), Tyler (2011), Faludi (1992) e Genz e Brabon (2009). A partir dos diversos debates, foram analisados os diferentes ideais de mulheres presentes em *Keeping Up With the Kardashians*. A análise das representações das personagens do *reality* gerou discussões que mostraram os seus caracteres híbridos e por vezes conflitantes, o que está alinhado com a discussão das representações femininas trazida por Gill e Scharff (2011), anteriormente especificada.

Viu-se, em termos gerais, a representação da mulher que é bem sucedida em aspectos profissionais, financeiros, amorosos e familiares, conciliando todas as tarefas e apoiando as pessoas ao seu redor de maneira maternal, como uma supermulher que consegue exercer todas as suas atividades de maneira exemplar. Porém, também foi apresentado no *reality* o cansaço dessa personagem, a falta de apoio do masculino da relação nas questões parentais e a omissão por parte do *reality show* da ajuda de terceiros a essas mulheres, como o trabalho de babás e cozinheiros. Essas características da ‘queda’ de uma *superwoman* enfatizam o caráter inalcançável de uma mulher que consegue atingir uma excelência idealizada em todas as partes de sua vida sem demonstrar fadiga.

Também se discutiu as representações contrastantes quanto à imagem do corpo feminino e de sua sexualidade. A segurança e a ausência da mesma são colocadas em discussão, na medida em que as Kardashians fazem parte das imagens difundidas na mídia, tendo seus corpos considerados um ideal de beleza, mas ao mesmo tempo sendo as mesmas influenciadas pela sociedade e buscando, também, um ideal estético. O duplo caráter da representação pós-feminista é bem evidente nessa discussão, com a apropriação do discurso feminista da possibilidade de ‘escolhas pessoais’ apoiando as decisões quanto a estética das mulheres Kardashian, ao mesmo tempo em que se ignoram as questões sociais profundas que permeiam os padrões de beleza femininos.

Essas questões, ligadas à representação feminina, permearam os estudos acadêmicos da autora da atual pesquisa, sendo foco de interesse durante os anos de graduação. Buscou-se, então, aprofundar o conhecimento em um objeto de pesquisa que, atualmente, domina grande

parte da indústria do entretenimento, tendo um potencial de alcance e influência global. Analisar o *reality show Keeping Up With the Kardashians* é entender um recorte temporal em que a mídia dá grande destaque a uma família dominada pelo feminino, em toda sua complexidade íntima e social.

As nuances da pesquisa, então, também se mostraram complexas, com temas sensíveis e a possibilidade de julgamento do comportamento das mulheres ali representadas. Com o intuito de evitar esse julgamento, foram abordados diferentes aspectos de seus hábitos, que, como expressões humanas, são múltiplos em significado. O pós-feminismo, na visão da autora do presente trabalho e a partir das linhas teóricas abordadas, é um tema que permeia discussões e representações enraizadas na sociedade, e a multiplicidade de maneiras as quais esse tema influencia nas autopercepções e nas percepções de mundo dos indivíduos, e em especial nesse trabalho das mulheres, está longe de ser uma questão simples e de fácil conclusão.

## REFERÊNCIAS

- BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Almedina Brasil, 2012.
- BROOKS, Ann. **Postfeminisms: Feminism, Cultural Theory and Cultural Forms**. Nova Iorque: Routledge, 1997.
- DOUGLAS, Susan J. **The Rise of Enlightened Sexism**. 2011. Disponível em <<http://www.thescavenger.net/feminism-a-pop-culture-sp-9560/feminism-a-pop-culture/574-the-rise-of-enlightened-sexism.html>>
- FALUDI, Susan. **Backlash: O contra-ataque na guerra não declarada contra as mulheres**. Rio de Janeiro, Rocco, 2001.
- GENZ, Stéphanie. **Third Way/ve: The politics of postfeminism**. *Feminist Theory*, vol. 7 (3), December 1, 2006, p. 333–353.
- GENZ, Stéphanie; BRABON, Benjamin A. **Postfeminism: Cultural Texts and Theories**. Edimburgo: Edinburgh University Press, 2009.
- GILL, Rosalind; SCHARFF, Christina. **New Femininities: Postfeminism, Neoliberalism and Subjectivity**. Londres: Palgrave Macmillan, 2011.
- GILL, Rosalind; HARVEY, Laura. **Spicing it up: Sexual entrepreneurs and the Sex Inspectors** em GILL, Rosalind, SCHARFF, Cristina. (org). *New Femininities: Postfeminism, Neoliberalism and Subjectivity*. Londres: Palgrave, 2011.
- GUBERNIKOFF, Giselle. **A imagem: representação da mulher no cinema**. *Caxias do Sul: Conexão – Comunicação e Cultura*, v. 8, n. 15, p.65-77, jun. 2009.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. São Paulo: DP&A Editora, 1992.
- HALL, Stuart. **Representation: Cultural Representations and Signifying Practices**. London: SAGE / Open University, 1997.
- HARBERT, Ted. [Entrevista concedida à] Leslie Bruce. *Hollywood Reporter*. Acesso em 16. ago. 2017. Disponível em <<https://www.hollywoodreporter.com/features/kardashian-decade-how-a-sex-tape-led-a-billion-dollar-brand-1029592>>
- HILL, Annette. **Reality TV: Key Ideas in Media & Cultural Studies**. Abingdon: Routledge, 2014
- HILL, Anette. **Reality TV: Factual Entertainment and Television Audiences**. Abingdon: Routledge, 2005.
- JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.
- KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia: estudos culturais, entre o moderno e o pós-moderno**. São Paulo: Edusc, 2001.

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

MCROBBIE, Angela. **Post-feminism And Popular Culture**. *Feminist Media Studies*, 4 (3), 255-264, 2004. doi: 10.1080/1468077042000309937

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX: necrose**. Rio de Janeiro: Forense, Universitária, 2001.

MULVEY, Laura. **Visual Pleasure and Narrative Cinema in Film Theory and Criticism: Introductory Readings**. Eds. Leo Braudy and Marshall Cohen. New York: Oxford UP, 1999.

NEGRA, Diane; TASKER, Yvonne. **Interrogating Postfeminism: Gender and the Politics of Popular Culture**. Durham: Duke University Press, 2007.

TREVIZAN, Karina. **Almanaque Dos Reality Shows No Brasil**. S.l: Panda Books, 2014.

TYLER, Imogen. **Pregnant Beauty: Maternal Femininities under Neoliberalism** em GILL, Rosalind, SCHARFF, Cristina. (org). *New Femininities: Postfeminism, Neoliberalism and Subjectivity*. Londres: Palgrave, 2011.

VOGUE BRASIL. **Livro alega que sex tape de Kim Kardashian foi planejada por Kris Jenner**. Disponível em: <<https://vogue.globo.com/moda/gente/noticia/2016/03/livro-alega-que-sex-tape-de-kim-kardashian-foi-planejada-por-kris-jenner.html>>. Acesso em: 18 mar. 2016.

ABOUT Bruce - Part 1 (Temporada 10, ep.10). *Keeping Up With the Kardashians* [Seriado]. Produção: Ryan Seacrest, Kris Jenner, Melissa Bidwell, Farnaz Farjam, Jonathan Murray, Gil Goldschein, Jeff Jenkins, Kourtney Kardashian, Kim Kardashian, Khloé Kardashian. Los Angeles: E! Entertainment Television, 2015. (43 min.)

BABY Blues (Temporada 10, ep.10). *Keeping Up With the Kardashians* [Seriado]. Produção: Ryan Seacrest, Kris Jenner, Melissa Bidwell, Farnaz Farjam, Jonathan Murray, Gil Goldschein, Jeff Jenkins. Los Angeles: E! Entertainment Television, 2009. (21 min.)

BOTOX and Cigarettes (Temporada 5, ep.5). *Keeping Up With the Kardashians* [Seriado]. Produção: Ryan Seacrest, Kris Jenner, Melissa Bidwell, Farnaz Farjam, Jonathan Murray, Gil Goldschein, Jeff Jenkins. Los Angeles: E! Entertainment Television, 2010. (22 min.)

BUN in the oven (Temporada 14, ep.14). *Keeping Up With the Kardashians* [Seriado]. Produção: Ryan Seacrest, Kris Jenner, Melissa Bidwell, Farnaz Farjam, Jonathan Murray, Gil Goldschein, Jeff Jenkins, Kourtney Kardashian, Kim Kardashian, Khloé Kardashian. Los Angeles: E! Entertainment Television, 2018. (48 min.)

COLOR me lonely (Temporada 9, ep.9). *Keeping Up With the Kardashians* [Seriado]. Produção: Ryan Seacrest, Kris Jenner, Melissa Bidwell, Farnaz Farjam, Jonathan Murray, Gil Goldschein, Jeff Jenkins. Los Angeles: E! Entertainment Television, 2014. (49 min.)

GREECE is the word (Temporada 8, ep.8). *Keeping Up With the Kardashians* [Seriado]. Produção: Ryan Seacrest, Kris Jenner, Melissa Bidwell, Farnaz Farjam, Jonathan Murray, Gil Goldschein, Jeff Jenkins. Los Angeles: E! Entertainment Television, 2013. (41 min.)

HAVANA good day (Temporada 12, ep.12). Keeping Up With the Kardashians [Seriado]. Produção: Ryan Seacrest, Kris Jenner, Melissa Bidwell, Farnaz Farjam, Jonathan Murray, Gil Goldschein, Jeff Jenkins, Kourtney Kardashian, Kim Kardashian, Khloé Kardashian. Los Angeles: E! Entertainment Television, 2016. (43 min.)

I'D rather go naked...or shopping (Temporada 3, ep.3). Keeping Up With the Kardashians [Seriado]. Produção: Ryan Seacrest, Kris Jenner, Melissa Bidwell, Farnaz Farjam, Jonathan Murray, Gil Goldschein, Jeff Jenkins. Los Angeles: E! Entertainment Television, 2009. (21 min.)

I'M Watching You (Temporada 1, ep.1). Keeping Up With the Kardashians [Seriado]. Produção: Ryan Seacrest, Kris Jenner, Melissa Bidwell, Farnaz Farjam, Jonathan Murray, Gil Goldschein, Jeff Jenkins. Los Angeles: E! Entertainment Television, 2007. (20 min.)

KENDALL goes on birth control (Temporada 6, ep.6). Keeping Up With the Kardashians [Seriado]. Produção: Ryan Seacrest, Kris Jenner, Melissa Bidwell, Farnaz Farjam, Jonathan Murray, Gil Goldschein, Jeff Jenkins. Los Angeles: E! Entertainment Television, 2011. (21 min.)

KHLOÉ wants to act (Temporada 2, ep.2). Keeping Up With the Kardashians [Seriado]. Produção: Ryan Seacrest, Kris Jenner, Melissa Bidwell, Farnaz Farjam, Jonathan Murray, Gil Goldschein, Jeff Jenkins. Los Angeles: E! Entertainment Television, 2008. (21 min.)

LOYALTIES and royalties (Temporada 13, ep.13). Keeping Up With the Kardashians [Seriado]. Produção: Ryan Seacrest, Kris Jenner, Melissa Bidwell, Farnaz Farjam, Jonathan Murray, Gil Goldschein, Jeff Jenkins e Kourtney Kardashian, Kim Kardashian, Khloé Kardashian. Los Angeles: E! Entertainment Television, 2017. (43 min.)

STACKING the deck (Temporada 15, ep.15). Keeping Up With the Kardashians [Seriado]. Produção: Ryan Seacrest, Kris Jenner, Melissa Bidwell, Farnaz Farjam, Jonathan Murray, Gil Goldschein, Jeff Jenkins, Kourtney Kardashian, Kim Kardashian, Khloé Kardashian. Los Angeles: E! Entertainment Television, 2018. (43 min.)

THE great Kris (Temporada 11, ep.11). Keeping Up With the Kardashians [Seriado]. Produção: Ryan Seacrest, Kris Jenner, Melissa Bidwell, Farnaz Farjam, Jonathan Murray, Gil Goldschein, Jeff Jenkins, Kourtney Kardashian, Kim Kardashian, Khloé Kardashian. Los Angeles: E! Entertainment Television, 2016. (43 min.)

THE Dominican Republic - Part 2 (Temporada 7, ep.7). Keeping Up With the Kardashians [Seriado]. Produção: Ryan Seacrest, Kris Jenner, Melissa Bidwell, Farnaz Farjam, Jonathan Murray, Gil Goldschein, Jeff Jenkins. Los Angeles: E! Entertainment Television, 2012. (43 min.)