



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
JORNALISMO

**KIM KARDASHIAN: A EXPOSIÇÃO DA IMAGEM E O
LIMITE DA VIDA PRIVADA**

CAMILLA COSTA DE LIMA

RIO DE JANEIRO

2017

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
JORNALISMO

**KIM KARDASHIAN: A EXPOSIÇÃO DA IMAGEM E O
LIMITE DA VIDA PRIVADA**

Monografia submetida à Banca de Graduação como
requisito para obtenção do diploma de
Comunicação Social/ Jornalismo.

CAMILLA COSTA DE LIMA

Orientadora: Profa. Dra. Gabriela Nóra Pacheco Latini

RIO DE JANEIRO

2017

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

TERMO DE APROVAÇÃO

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, avalia a Monografia **Kim Kardashian: a exposição da imagem e o limite da vida privada**, elaborada por Camilla Costa de Lima.

Monografia examinada:

Rio de Janeiro, no dia/...../.....

Comissão Examinadora:

Orientadora: Profa. Gabriela Nóra Pacheco Latini
Doutora em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro
Departamento de Comunicação - UFRJ

Profa. Dra. Patrícia D'Abreu
Doutora em Comunicação pelo Instituto Artes em Comunicação - UFF
Departamento de Comunicação - UFRJ

Prof. Dr. Márcio Tavares do Amaral
Doutor em Ciência da Literatura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ
Departamento de Comunicação - UFRJ

RIO DE JANEIRO

2017

FICHA CATALOGRÁFICA

LIMA, Camilla Costa.

Kim Kardashian: a exposição da imagem e o limite da vida privada. Rio de Janeiro, 2017.

Monografia (Graduação em Comunicação Social/ Jornalismo) –
Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Escola de Comunicação
– ECO.

Orientadora: Gabriela Nóra Pacheco Latini

LIMA, Camilla Costa. **Kim Kardashian: a exposição da imagem e o limite da vida privada.** Orientadora: Gabriela Nóra Pacheco Latini. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO. Monografia em Jornalismo.

RESUMO

Este trabalho procura analisar a constante exposição da imagem das celebridades na mídia e nas redes sociais, tendo em vista os limites estabelecidos (ou não) entre as suas vidas públicas e privadas. A celebridade estudada é a modelo e socialite norte-americana Kim Kardashian, que coleciona milhões de seguidores nas redes sociais. O estudo traz uma abordagem sobre como a vida e a imagem de Kim se transformaram após um assalto milionário em Paris, no final de 2016. O tempo em que a socialite fica longe dos holofotes e a forma como ela volta a se mostrar e a postar nas mídias sociais são interpretados visando um melhor entendimento desse universo no qual a exposição da vida íntima pode significar bem mais do que fama, glamour e dinheiro; e pode custar caro. Busca-se, a partir do caso apresentado, compreender as formas como as celebridades agem com as transformações e exposições de suas imagens, além de entender como a privacidade perde valor na vida pública de quem busca a fama.

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer primeiramente aos meus pais, que mesmo com tantas dificuldades, conseguiram me dar o privilégio da educação necessária para que eu conseguisse realizar meu sonho de estudar na Universidade Federal do Rio de Janeiro. E por sempre me apoiarem nas minhas decisões, por mais difíceis que fossem. Obrigada mãe por me aconselhar a seguir adiante e ouvir minha intuição quando eu pensei em desistir deste trabalho. Sem a sua força eu não teria conseguido.

Agradeço às minhas irmãs, Isabelle e Gabriella, que são minhas inspirações para concluir este trabalho. Obrigada por me ouvirem, por todos os conselhos, e por não deixarem que eu desistisse jamais.

Não poderia deixar de agradecer às minhas amigas-irmãs e companheiras de monografia, Gabriella Telles e Elisa Paixão, que estavam ao meu lado durante todas as crises de choro e desespero durante todo o tempo. Telles, você que esteve ao meu lado desde o primeiro dia, perdida assim como eu na Escola de Comunicação, nada mais digno do que terminarmos juntas essa trajetória. Obrigada por ser a melhor amiga que eu poderia ter na vida. Elisa, que chegou devagar com seu riso frouxo, obrigada por sempre conseguir me alegrar mesmo com tanto estresse, e por ter se tornado essa amiga incrível para mim. Nossa amizade não se restringe aos corredores da ECO, e levarei vocês para sempre em minha vida e no meu coração.

Agradeço aos meus colegas de BandNews, Everton Maia e Eduardo Frumento, que também se formaram na ECO, por todos os conselhos que me deram sobre meu tema, e a força de sempre acreditar que eu conseguiria.

À Gabriela Nóra, que mesmo carregando seu primeiro filho, me acolheu como uma filha e me ajudou em todo esse processo. Professora, palavras não serão suficientes para agradecer por tudo o que você me ensinou e o quanto me ajudou em toda essa trajetória. Este trabalho só foi possível graças a você.

E agradeço, por último mas não menos importante, aos meus queridos amigos de faculdade, que me acompanharam durante esses quatro anos: José Augusto, Marcos Gil, Rener Pinheiro, Caio Blois, Victor Abrahao, Gabrielle Lancellotti, Bruna Carnevale, Adriele Pereira, Caio César, Guilherme Barbosa, Esperanza Mariano e Wallace Nascimento, Thaynan Rodrigues. Nós vemos nos corredores da vida, amigos!

“Um dos grandes desafios da humanidade é aprender a arte de comunicar-se. Da comunicação depende, muitas vezes, a felicidade ou a desgraça, a paz ou a guerra. Que a verdade deve ser dita em qualquer situação, não resta dúvida. Mas a forma com que ela é comunicada é que tem provocado, em alguns casos, grandes problemas. A verdade pode ser comparada a uma pedra preciosa. Se a lançarmos no rosto de alguém pode ferir, provocando dor e revolta. Mas se a envolvemos em delicada embalagem e a oferecemos com ternura, certamente será aceita com facilidade.”
(Contos árabes)

1 – Introdução

Em agosto de 1997, em Paris, na França, uma perseguição envolvendo sete paparazzis causa a morte de um dos membros da realeza britânica, em um episódio marcado pela necessidade da mídia de registrar todos os momentos e saber detalhes da vida das celebridades, sem se preocupar com os riscos que estão em jogo. No dia 31 de agosto daquele ano, fotógrafos perseguiram o carro de Diana, Princesa de Gales, popularmente conhecida como Lady Di, após um jantar com o seu então namorado Dodi Al-Fayed. Durante a perseguição, o carro da realeza bate no décimo terceiro pilar do túnel da Ponte de L'Alma. A princesa, conhecida pelo seu trabalho de caridade e combate à Aids, morre no acidente, assim como Al-Fayed e o motorista do carro. O enterro de Lady Di se tornaria um dos eventos mais assistidos de todos os tempos, televisionado e visto por mais de dois bilhões de pessoas em todo o mundo.¹

No funeral de Lady Di, seu amigo de longa data, o músico e compositor Elton John homenageou a princesa com uma nova versão da música *Candle in the Wind*, feita em 1973 em tributo à morte de sua também amiga Marilyn Monroe.² A versão original da música traz um forte trecho sobre o poder da imprensa, e o impacto da indústria do espetáculo na morte de Marilyn, uma das grandes estrelas dos anos 1970.³

A solidão era difícil,
Foi o papel mais difícil que você encenou.
Hollywood criou uma superstar
E a dor foi o preço que você pagou.
Até mesmo quando morreu
A imprensa ainda lhe explorou –
Tudo que os jornais tinham a dizer
Foi que Marilyn foi encontrada morta nua.
(Elton John e Bernie Taupin, 1973)

A morte da princesa Diana abalou o Reino Unido e o mundo, e marcou a era da espetacularização da vida das celebridades. Vinte anos após o acontecimento, o comportamento das pessoas em sociedade continua atrelado à exposição, à fama, ao constante

¹ Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Diana,_Princesa_de_Gales. Acesso em: 20 de maio de 2017.

² Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Candle_in_the_Wind. Acesso em: 20 de maio de 2017.

³ Tradução original: *Loneliness was tough/ The toughest role you ever played/Hollywood created a superstar/And pain was the price you paid/Even when you died/Oh the press still hounded you/All the papers had to say/Was that Marilyn was found in the nude*. Disponível em: <https://www.letras.mus.br/elton-john/20090/traducao.html>. Acesso em: 20 de maio de 2017.

aparecimento na mídia e à extensa e incessante divulgação da vida pessoal nas redes sociais. Os fotógrafos que perseguiram Lady Di estavam em busca de uma foto, um registro, que estamparia as capas dos jornais no dia seguinte. Com o aprimoramento das redes sociais e da vida *online*, hoje, são as próprias pessoas que divulgam a intimidade de suas vidas que estarão sob os olhares de todo o público que as acompanham.

Neste contexto, o presente estudo analisará a constante exposição da imagem das celebridades, tanto na mídia quanto nas redes sociais, e como essa exposição diminui de forma abrupta o limite entre a vida pública e a vida privada. A celebridade que será estudada é a modelo e socialite norte-americana Kim Kardashian, famosa por estrelar o reality show, junto com sua família, *Keeping Up With The Kardashians*, no ar na televisão americana há dez anos. Kim, como será visto no segundo capítulo, ficou mundialmente conhecida após ter um vídeo íntimo vazado na internet.

Além disso, será analisado como a imagem de Kim mudou depois que a socialite sofreu um assalto milionário em Paris, em outubro de 2016, em que ela lidou com uma situação de extremo risco. É possível ver essa mudança em seu perfil no Instagram, após Kim ficar longe dos holofotes e das redes sociais por três meses. Seu comportamento e a forma como ela divulga sua vida mudou, como será apresentado. Será analisado também os limites da privacidade da celebridade, visto que a cada nova atualização das redes sociais, as pessoas ficam mais conectadas e expõem ainda mais suas vidas. O público consegue acompanhar os famosos de forma constante, através de novos recursos que vão surgindo. As celebridades mostram seus cotidianos, expõem suas intimidades, seus pertences, suas famílias, e não conseguem separar o que é de interesse público do que é íntimo.

Este trabalho buscará compreender a maneira como a celebridade lida com a formação e a mudança de sua imagem, assim como a construção de sua identidade, devido à constante exposição em que ela se encontra. Além disso, será abordado o contraponto entre a vida privada e a vida pública dos famosos, e como eles lidam com a privacidade, em um mundo totalmente conectado com a mídia e as redes sociais, em que as informações são fornecidas de forma instantânea. O questionamento que será feito é acerca do limite que existe para a divulgação da vida privada, e quais são as consequências da grande exposição das celebridades, e se vale a pena correr riscos e perder a intimidade em busca da fama. Tal análise é de grande importância para o entendimento da sociedade atual, que está conectada às redes sociais, sempre sob os olhares da mídia, em que o espetáculo e as celebridades possuem grande valor.

O primeiro capítulo mostrará uma análise sobre o momento de ascensão da celebridade na sociedade, inserida no que é chamado de sociedade do espetáculo. Também serão abordados os conceitos de identidade e imagem, assim como a importância que eles têm na vida da celebridade, e como o famoso divulga e transmite sua imagem e sua vida na mídia e nas redes sociais. Além disso, como essa imagem pode mudar, de acordo com situações que acontecem no decorrer da vida da celebridade. E com isso, como a identidade dos famosos, e sua imagem, são importantes na construção da fama, principalmente em um período em que o indivíduo está cada vez mais imerso na tecnologia e nos perfis das redes sociais.

No segundo capítulo, será apresentada a vida de Kim Kardashian, socialite e modelo norte-americana, mundialmente conhecida, seguida por milhões de fãs nas redes sociais, e acompanhada de perto pela mídia. Na primeira parte do capítulo será mostrada como a socialite ganhou seu espaço na mídia e se tornou conhecida, principalmente pelo estilo de vida luxuoso, que é sempre divulgado nas redes sociais. Serão abordados também detalhes de seu reality show, além de uma breve apresentação dos membros de sua família, que estrelam o programa ao lado de Kim. A segunda parte do segundo capítulo trará trechos do episódio do reality show que mostra detalhes do assalto milionário sofrido por Kim em outubro de 2016, em Paris, e como a constante divulgação da vida socialite feita por ela mesma em suas redes sociais foi um atrativo para os criminosos. A partir de então, a forma como Kim Kardashian se expõe nas redes sociais muda, e sua imagem e seu comportamento se tornam diferentes, como será exposto no final do capítulo.

O terceiro e último capítulo abordará dois conceitos muito importantes e significativos na vida das celebridades: a vida pública e privada. O limite entre as duas se torna tênue no cotidiano dos famosos, que perdem sua privacidade. Este também é um assunto que será abordado, discutindo o ideal da existência da privacidade do indivíduo que, atualmente, está constantemente exposto na mídia e nas redes sociais, e o conceito de privacidade, portanto, passa a ter uma outra dimensão. A mudança do comportamento e da imagem passada por Kim Kardashian serão assuntos neste capítulo, que trará questionamentos sobre o limite da exposição da privacidade pelas celebridades.

Ao longo dos três capítulos, obras de autores como Douglas Kellner, Paul Hollander e Guy Debord serão expostas e estudadas, assim como será feita análise do perfil no Instagram de Kim Kardashian e do conteúdo do reality show da socialite. Um episódio do programa, o do dia do assalto em Paris, será exposto e comentado, para melhor abordagem e entendimento

das questões apresentadas, assim como um trecho de uma entrevista que a socialite deu após o ocorrido, além de reportagens sobre o tema.

2 – A cultura da visibilidade

No século XX, com o surgimento do fenômeno dos meios de comunicação de massa, baseados nas tecnologias eletrônicas, a história dos sistemas tem se baseado no princípio de *broadcasting*⁴, como o rádio, a televisão e outros tipos de mídia que, de acordo com Paula Sibilia, ensaísta e pesquisadora argentina, “comporta uma forte emissora para muitos receptores.” (SIBILIA, 2008, p.11)

A sociedade ocidental, nas últimas décadas, tem passado por um processo de inúmeras transformações, até uma ruptura que leva a um novo horizonte, não só da internet e do universo multimídia. Para Sibilia, a sociedade vive uma “época limítrofe”, com uma “passagem de certo regime de poder para um outro projeto político, sociocultural e econômico”, em que também estão inseridas as transformações dos corpos produzidos no dia a dia, e as formas de ser e estar no mundo, “compatíveis com cada um desses universos”. (SIBILIA, 2008, p.15)

Ainda segundo a autora, os novos canais que surgiram na internet se mostram para um mesmo propósito, que é a construção da própria imagem do indivíduo. A possibilidade de ser visto, lido ou ouvido por milhões de pessoas, possibilita a criação da própria marca da celebridade, como uma “personalidade visível.” Dessa forma, a celebridade está em constante carência por atenção, o que se reflete no aumento da necessidade de se exibir e se tornar visível.

2.1 O poder das Celebidades

Segundo Paul Hollander, o fenômeno das celebridades é recente, e surgiu na sociedade americana, apesar de sempre terem existido no mundo pessoas conhecidas. Para o autor, “A pré-condição mais importante para uma pessoa se tornar uma celebridade é ser amplamente conhecida”, porém, nem todas as pessoas que são amplamente conhecidas são celebridades. (HOLLANDER, 2011, p. 63) As pessoas fazem de tudo para se tornarem conhecidas, expõem suas vidas, visando sair do anonimato. O que está em jogo é o reconhecimento pelo maior número de pessoas possível.

⁴ Broadcast é um termo que vem das palavras *broad* (largo ou em larga escala, em inglês) e *cast* (enviar, projetar, transmitir, em inglês), e significa o ato de transmitir algo, utilizando qualquer tipo de mídia. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/player-de-video/2026-o-que-e-broadcast-htm>. Acesso em: 21 de abril de 2017

A maior diferença entre ser famoso e ser uma celebridade, ainda segundo o autor, é que suas ações, o que as tornou celebridade, atualmente, são diversificadas e questionáveis, quando comparadas com as ações que construíam uma celebridade em outras épocas. Kim Kardashian, celebridade que analisaremos mais profundamente no capítulo 2, não é atleta, nem cantora, e nem fez nada de marcante para a sociedade para se tornar conhecida. A celebridade é uma pessoa conhecida por ser conhecida, se distingue pela sua imagem ou marca. (BOORSTIN apud HOLLANDER, 2011, p. 64)

Para que uma pessoa seja conhecida, é muito importante o uso dos meios de comunicação, como rádio, televisão, cinema e, atualmente, as mídias sociais. Dessa forma, “as imagens, as características e os feitos [...] das celebridades instituídas têm de ser largamente disseminados e só os meios de comunicação o podem fazer.” (HOLLANDER, 2011, p. 63) Para Sibilia, “a celebridade se autolegitima”, pois ela é o espetáculo, e as celebridades são famosas por serem famosas. (SIBILIA, 2008, p.241) Dessa forma, os meios de comunicação e as redes sociais formam celebridades, pessoas até então desconhecidas, que colecionam seguidores e curtidas, em busca da fama.

É por isso que os diversos discursos midiáticos contemporâneos não se cansam de apregoar que agora qualquer um pode ser famoso. Não deixa de ser verdade, levando em conta a incessante proliferação de celebridades que nascem e morrem sem nada ter feito de extraordinário, e sem nada ter bem narrado a fim de transformar em excepcional algo aparentemente insignificante; mas apenas por ter conquistado alguma visibilidade. (SIBILIA, 2008, p.241)

O famoso quer profundamente estar inserido no mundo dos desfiles, festas, jantares, receber convites para eventos em que outras pessoas famosas e ricas frequentam, podendo utilizar todos os tipos de artimanhas para conseguir entrar nesses ambientes. Segundo os pesquisadores Raquel Paiva e Muniz Sodré, essas pessoas são chamadas de “*wannabe*”, termo que vem da expressão inglesa “*want to be*”, que quer dizer “querer ser, querer se tornar” (PAIVA & SODRÉ, 2004, p.148) ou seja, querem se tornar alguém famoso, conhecido, reconhecido na mídia e pelas pessoas. Muitas vezes, as pessoas mostram nas redes sociais um estilo de vida que elas querem ter, mas que não têm. Postam fotos em restaurantes caros, hotéis, mas na verdade não é a realidade em que vivem. É a imagem que essas celebridades midiáticas querem passar para o seu público, por exemplo.

Para o teórico Douglas Kellner, a celebridade é um ícone da cultura da mídia e da vida cotidiana. Para se tornar uma celebridade, é preciso reconhecimento no mundo do espetáculo,

seja no entretenimento, no esporte ou na política, e ela precisa ser vista e notada pelo público de alguma forma. (KELLNER, 2003, p.6) A celebridade, portanto, precisa ser conhecida, reconhecida, e admirada pelo público, que a acompanha nas redes sociais e na mídia. Seu cotidiano agora passa a ser vigiado e noticiado, sob os olhares do público.

Com isso, a publicidade feita pelas celebridades atribui o poder de atração para elas, que independe daquilo que elas são ou fazem, levando seus fãs a acreditarem que as celebridades são de fato dignas de admiração. Para Hollander, “a farta atenção mediática de que são alvo induz os fãs a crer que as celebridades terão algo de verdadeiramente admirável e importante.” (HOLLANDER, 2011, p 61) Portanto, a fama é independente do mérito pessoal, no que se refere às ações ou realizações da celebridade que deixam uma marca na sociedade. (PAIVA & SODRÉ, 2004, p.137) Prova disso é o caso de Kim Kardashian, que veremos adiante. A socialite não ficou conhecida por nenhum feito extraordinário, pelo contrário, passou a ser conhecida depois que um vídeo íntimo seu foi exposto e divulgado. A Kardashian então aproveitou que estava na mídia, que estava sendo falada, para usufruir da fama que só fez crescer com a exposição de sua imagem.

Atualmente, o que não faltam são exemplos de celebridades que são apenas conhecidas pelas redes sociais. Hollander afirma que as pessoas podem se tornar celebridades de diversas formas, e muitas vezes não estão ligadas a nada que possa ser considerado um feito impressionante ou um grande talento. Recentemente aconteceu a explosão de *youtubers* e blogueiros, pessoas comuns que filmam seu cotidiano, ou fazem tutoriais de maquiagem ou moda, ou até mesmo dão sua opinião sobre livros ou assuntos do cotidiano, e publicam em plataformas como o YouTube, Facebook e Instagram, e são assistidos por milhares de seguidores. Sibilia explica o conceito da “hora dos amadores”, com o estouro da criatividade e presença midiática dos que costumavam consumir, de forma passiva, e agora produzem conteúdo para a mídia. (SIBILIA, 2008, p.9)

Tanto na internet quanto fora dela, hoje a capacidade de criação é sistematicamente capturada pelos tentáculos do mercado, que atizam como nunca essas forças vitais, e ao mesmo tempo, não cessam de transformá-las em mercadorias. Assim, o seu potencial de invenção costuma ser desativado, pois a criatividade tem se convertido no combustível de luxo do capitalismo contemporâneo [...] (SIBILIA, 2008, p.10)

Ainda de acordo com autora, uma contribuição para aumentar os desejos de “auto estilização imagética”, ou seja, de imagens construídas diante das câmeras, foi a popularização das tecnologias e também dos dispositivos digitais, cada vez mais acessíveis e

mais conectados à internet. Dessa forma, esses meios possibilitaram o registro de todos os momentos da vida privada das pessoas, de forma rápida e com baixo custo, criando também novos canais de divulgação. Para muitos seguidores, as celebridades possuem a vida que eles gostariam de ter; elas são admiradas pelo o que conquistaram através dos fãs que as acompanham. (SIBILIA, 2008, p.252)

De acordo com Hollander, as celebridades são efémeras, contemporâneas e dependem do esforço em permanecerem conhecidas. É muito comum ver o desaparecimento de celebridades depois que o sucesso acaba, como cantores conhecidos apenas por um grande *hit*, mas que não conseguem emplacar outros sucessos, ou atores de um filme só, marcados para sempre naquele mesmo papel. E no acelerado ritmo das redes sociais, a celebridade atualmente precisa estar sempre presente, para não acabar no esquecimento.

De todo modo, a fama se torna um padrão ético valorizado para a formação de uma personalidade socialmente conhecida, anulando assim a história concreta de uma sociedade, em detrimento de suas aparências mitológicas, conforme argumentam Paiva e Sodré. “A mídia não fala de alguém porque ele é famoso: ao contrário, ele é famoso porque a mídia fala dele.” (PAIVA & SODRÉ, 2004, p.134) Ainda segundo os autores, a mídia produz a sua própria realidade, decorrente dos interesses editoriais de acordo com a imagem pública que está sendo vendida. A televisão e as revistas tentam transformar os famosos em bens de consumo, mercadorias que sejam desejadas pelos espectadores. Dessa forma, a vida que os famosos levam é admirada, e o público se inspira e tenta seguir os modelos e o estilo de vida que as celebridades passam na mídia e nas redes sociais.

A cultura da visibilidade e das aparências, surgiu e se alastrou com o surgimento, nas primeiras décadas do século XX, dos filmes, que ganharam força no imaginário do seu público. Assim, essa cultura se espalhou, gerando uma grande transformação sociocultural, que podemos reconhecer até hoje, na internet. É com base nessa cultura da visibilidade que as pessoas vão ganhando fama nas redes sociais. Plataformas como o Instagram (rede social de fotos e vídeos) Facebook (rede social com a criação de perfis, em que é possível fazer amizades, postar e divulgar fotos, vídeos e textos) e o SnapChat (aplicativo de fotos e vídeos instantâneos, que somem após 24 horas.) permitem que o usuário registre todo o seu cotidiano. Dessa forma, o público pode acompanhar a vida das celebridades, que expõem cada vez mais as suas imagens à medida que vão ganhando mais seguidores, ou seja, mais visibilidade.

2.2 A construção da imagem e da identidade

O culto à celebridade é um fenômeno que está atrelado à modernidade e às tecnologias indispensáveis para a sua criação e manutenção. De acordo com Hollander, são elas que informam e disseminam ao público suas imagens visuais. A modernidade também possibilitou o processo de inovação e constante renovação da identidade, tornando-se produção constante de novas formas. (BERMAN apud KELLNER, 2001, p. 297) Como afirma o autor, foi através da modernidade que ocorreram as mudanças e transformações da identidade, que se vincula a novos modos de vida. Para Kellner, a identidade, na modernidade, baseava-se no modo como a constituímos, nos interpretamos e nos apresentamos, a nós e principalmente aos outros.

Com isso, podemos nos remeter às considerações do filósofo francês Gilles Lipovetsky, que afirma que o surgimento das novas formas que a identidade do indivíduo pôde alcançar acontece com a modernidade, que inverte a ordem da temporalidade e do futuro, fazendo com que o indivíduo não pense mais no passado, tendo, como afirma o autor, o “locus da felicidade vindoura e do fim dos sofrimentos”, em que é exaltado as conquistas da ciência e do otimismo, em oposição à decadência da pré-modernidade. (LIPOVETSKY, 2004, p.14) Dessa forma, as pessoas não se preocupam mais com suas raízes do passado, e passam a criar e transformar suas identidades de acordo com suas novas conquistas e personalidades.

Nas sociedades pré-modernas, a identidade não era algo problemático, e não estava sujeita à discussão. “Já na modernidade, a identidade torna-se móvel, múltipla, pessoal, reflexiva e sujeita a mudanças e inovações.” (KELLNER, 2001, p.295) Para Kellner, na modernidade, a identidade foi ligada à individualidade de cada um, e ao desenvolvimento do indivíduo único. Portanto, a modernidade possibilitou que a identidade do indivíduo estivesse ligada a sua personalidade, podendo adquirir múltiplas mudanças, o que não acontecia na pré-modernidade.

Depois da Segunda Guerra Mundial, com o surgimento da sociedade de consumo e, com isso, o desenvolvimento e predomínio da mídia, a identidade está cada vez mais vinculada ao modo de ser, à produção de uma imagem e à aparência pessoal. (KELLNER, 2001, p.297) Ou seja, está intrinsecamente ligada à imagem que a pessoa transmite. Cada um tem uma imagem particular atrelada à sua identidade, e a identidade torna-se cada vez mais ligada à imagem de cada pessoa.

Os desejos subjetivos, a realização individual e o amor próprio, como afirma Lipovetsky, são a ruptura que representa a pós-modernidade, em que os movimentos que eram contra a emancipação individual desaparecem. (LIPOVETSKY, 2004, p.23) Portanto, na pós-modernidade, o indivíduo se torna independente, responsável pela sua identidade e pelo seu modo de ser. Por isso, na perspectiva pós-moderna, segundo Kellner, conforme as dimensões e complexidade das sociedades modernas aumentam, a identidade se torna cada vez mais instável e frágil.

“O eu televisivo é o indivíduo eletrônico por excelência que retira tudo o que há para retirar do simulacro da mídia: uma identidade mercadológica como consumidor da sociedade do espetáculo [...]” (KROKER & COOK apud KELLNER, 2001, p.299) A partir das considerações dos autores, pode-se inferir que o espectador se torna um consumidor da realidade passada na mídia, no espetáculo que as celebridades produzem, repleto de imagens e mercadorias propagadas como realidade.

A identidade pós-moderna, como pondera Kellner é, portanto, construída de forma teatral, em que a celebridade representa papéis e constrói imagens. A identidade moderna, por sua vez, estava ligada à função em que o conhecido exercia na esfera pública; com a pós-modernidade, a identidade gira em torno do lazer, focada principalmente na aparência, no consumo, na imagem e na produção dessa imagem. Esse conceito é muito importante para entender o quanto as celebridades estão preocupadas com a imagem que passam nas redes sociais e na mídia. De forma muito rápida, a imagem de uma pessoa pode ser afetada e até destruída, com apenas uma ação errada que fizer. (KELLNER, 2001, p.328)

Dessa forma, a identidade pós-moderna também tende a ser mais sujeita a mudanças, com a consciência de que pode ser escolhida e construída. Como argumenta Kellner, é possível descrever como pós-moderna a coexistência de estilos e formas culturais, tanto tradicionais, modernas e pós-modernas, sendo a mistura de várias estratégias estéticas. Portanto, a identidade na pós-modernidade está associada ao consumo e à produção da imagem do indivíduo que é divulgada. Kellner afirma que “tal noção de identidade indica que sempre é possível mudar de vida, que a identidade sempre pode ser reconstruída e que somos livres para nos transformarmos e nos produzirmos conforme nossa escolha.” (KELLNER, 2001, p.312)

Nos estudos de autor, o eu pós-moderno é amoral ou moralmente ameaçador, por ser sujeito a rápidas mudanças, já que na cultura da mídia a identidade é construída de forma contrária às convenções e à moralidade dominante na sociedade.

Da mesma maneira, as imagens e as narrativas da cultura da mídia também estão saturadas de ideologia de valores, de tal sorte que a identidade nas sociedades contemporâneas podem ser interpretadas como um constructo ideológico, como um meio pelo qual a cultura age no sentido de produzir “posições de sujeito” que reproduzam valores e modos de vida capitalistas e masculinistas dominantes. (KELLNER, 2001, p.316)

Dessa forma, conclui Kellner, a identidade contemporânea, seja ela moderna ou pós-moderna, sofre interferência da mídia, com suas imagens, fornecendo moldes e ideais para que a identidade pessoal seja adequada. Portanto, a identidade é formada conforme os moldes que a mídia, e a sociedade, propagam. Conforme apresentadas as considerações de Kellner, podemos remeter aos argumentos de Hollander, que afirma que à medida que vão aparecendo novos meios de fama, a imagem transmitida pelas pessoas se intensifica, e o número de celebridades vai aumentando. (BRAUDY apud HOLLANDER, 2011, p.64) Dessa forma, as novas transformações na sociedade possibilitam o surgimento de celebridades e famosos, que transmitem suas imagens e intimidades tanto na mídia como nas redes sociais.

Na cultura da imagem pós-moderna, ainda explica o autor, “o estilo e o visual se tornam parâmetros cada vez mais importantes de identidade e de apresentação do indivíduo na vida cotidiana, e os espetáculos da cultura da mídia mostram e dizem às pessoas como devem se apresentar e comportar.” (KELLNER, 2003, p.7) A mídia e a cultura do espetáculo, portanto, constroem a identidade e o comportamento os quais as pessoas se sentem na necessidade de seguir.

Para Gilles Lipovetsky, a moda desempenha então um papel fundamental no desdobramento da modernidade, no sentido pós-moderno. Para o autor, o consumo da moda favorece, portanto, o aparecimento de um indivíduo dono de sua própria vida, com diferentes gostos e personalidades, que estão com constante oscilação. (LIPOVETSKY, 2004, p.41)

Com a difusão da lógica da moda pelo corpo social inteiro, entramos na era pós-moderna, momento muito preciso que vê ampliar-se a esfera da autonomia subjetiva, multiplicarem-se as diferenças individuais, esvaziarem-se de sua substância transcendente os princípios sociais reguladores e dissolver-se a unidade das opiniões e dos modos de vida. (LIPOVETSKY, 2004, p.19)

Sobre a modernidade, Douglas Kellner ressalta que surgiram novas possibilidades da construção da identidade, de forma que o indivíduo pudesse, ele mesmo, dentro de alguns limites, produzir sua própria identidade, passando também por crises com essa identidade. Um

fator muito importante na construção da identidade, na modernidade, é a moda. Ela é, portanto, uma característica da modernidade, “interpretada esta como uma era da história marcada pela perpétua inovação, pela destruição do velho e a criação do novo.” (BERMAN apud KELLNER, 2001, p.337) Dessa forma, moda se une à modernidade, produzindo personalidades modernas de acordo com as identidades, constantemente sendo renovadas e atualizadas, para não estarem fora de moda. (KELLNER, 2001, p.337)

A identidade e a imagem que a celebridade passa nas redes sociais se torna, por consequência, uma espécie de espelho para os indivíduos que a acompanham, e é também constantemente disseminada na mídia. Como analisam Paiva e Sodré, “a identificação do sujeito com o objeto-imagem é a base da constituição da comunidade midiática da fama”, de forma que a personalidade dos personagens midiáticos, sua identidade, é coletiva, gerando imagens que desdobram valores relativos a espetáculos reais. (PAIVA & SODRÉ, 2004, p.138) Portanto, a cultura da mídia exerce efeitos culturais e sociais ao dispor de imagens e figuras com as quais o público pode se identificar, imitando seu comportamento. (KELLNER, 2001, p.307) Um exemplo disso é a modelo brasileira Jennifer Pamplona, de 24 anos, que gastou 255 mil reais para ter as nádegas iguais as da socialite Kim Kardashian.⁵ Para muitos, não há limites para se aproximarem ao estilo e às características do seu ídolo.

Kellner explica que, na cultura pós-moderna da imagem, os elementos da cultura de mídia oferecem diversas posições de sujeito que ajudam a estruturar a identidade individual. Dessa forma, “essas imagens projetam modelos sociais e sexuais, formas apropriadas e inapropriadas de comportamento, estilo e moda, além de comportarem engodos sutis que levam à identificação com certas identidades e à sua imitação, enquanto evitam outras.” (KELLNER, 2001, p.330)

A identidade está, portanto, para o autor, sujeita a “novas determinações e novas forças”, emersa em uma variedade de novas possibilidades na cultura de imagem, criando assim identidades muito instáveis, ao passo que oferecem também novas aberturas para a “reestruturação da identidade pessoal.” (KELLNER, 2001, p.330) Logo, a identidade de um indivíduo está suscetível a mudanças e variações que surgem de acordo com novas imagens e comportamentos divulgados pela mídia.

O autor afirma ainda que “muitos dos ícones da cultura da mídia estão mostrando que identidade é uma questão de escolha e ação individual, e que cada indivíduo pode produzir a sua identidade própria e exclusiva.” (KELLNER, 2001, p.332) Sendo assim, Kim Kardashian,

⁵ Disponível em: <http://odia.ig.com.br/diversao/2017-05-10/brasileira-gasta-r-255-mil-em-plasticas-para-ter-bumbum-de-kim-kardashian.html>. Acesso em: 12 de maio de 2017.

celebridade que analisaremos no próximo capítulo, produz sua identidade exclusiva, que juntamente com a imagem que divulga na mídia, é disseminada e admirada pelos seus fãs e seguidores nas redes sociais. Ao alcançar a fama e o sucesso, ela se torna um objeto de desejo, e uma personalidade acompanhada pelo público. Segundo Paiva e Sodré, a identidade social que é constituída pela glória alcançada pela celebridade é a consolidação de uma personalidade moldada pela mídia, pelo “bios midiático”. (PAIVA & SODRÉ, 2004, p.158)

É muito importante destacar a diferença de imagem e identidade, dois conceitos atrelados um ao outro, mas que diferem em seu significado. Esses dois conceitos estão, muitas vezes, ligados a uma marca, uma empresa ou uma corporação, mas também a pessoas. A identidade está relacionada com a maneira como o indivíduo é, como ele pretende se identificar e posicionar, a si e ao que está ligado a ele, como produtos ou marcas. Já a imagem é o que o indivíduo parece, como o público o vê. (KOTLER apud VASQUÉZ, 2007, p.209)

A relação entre a identidade e a imagem pode ser vista como uma relação de causa e efeito, em que a identidade a ser comunicada seria a causa, e a identidade projetada na imagem passada seria o efeito (TAJADA apud VASQUÉZ, 2007, p.209), dessa forma, a imagem divulgada pelo indivíduo, e a maneira como o público o vê, incide na identidade e no modo como o indivíduo é, na escolha dos comportamentos e atitudes que constroem sua vida. Segundo Vasquéz, a identidade é construída internamente, ao passo que a imagem é construída externamente. A identidade é, portanto, objetiva, e precede a imagem, que por sua vez é subjetiva e simbólica, e se constitui com base na identidade. Dessa forma, a identidade de uma celebridade pode mudar com o decorrer da vida, e com a forma como ela muda sua imagem junto ao público, com a fama. A imagem que as celebridades passam para seus seguidores influencia seu público, se tornando assim uma forma de influência na vida daqueles que as admiram

2.3 A espetacularização da vida privada

Como pondera Douglas Kellner, o espetáculo está se tornando um dos princípios da economia, da política e da sociedade, além da vida cotidiana. Um dos meios de divulgação, reprodução, circulação e venda de mercadorias, na economia baseada na internet, é o espetáculo. Cada vez mais, a cultura da mídia tem promovido espetáculos com tecnologia avançada, atendendo assim às expectativas do público, e conseqüentemente, aumentando o lucro e o poder.

A sociedade de mídia e consumo, conceito criado pelo pensador francês Guy Debord como “sociedade do espetáculo”, é descrita com funções de produção e consumo das imagens, mercadorias e cultura. (DEBORD, 1997, p.10). Dessa forma, “o espetáculo são aqueles fenômenos de cultura e mídia que representam os valores básicos da sociedade contemporânea, determinam o comportamento dos indivíduos e dramatizam suas controvérsias e lutas, tanto quanto seus modelos para solução de conflitos.” (KELLNER, 2003, p.5)

O espetáculo, segundo Debord, apresenta-se como a própria sociedade, e ao mesmo tempo, como um “instrumento de unificação” de parte da sociedade. O autor explica que “o espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens.” (DEBORD, 1997, p.14) Dessa forma, o que constrói o espetáculo é justamente o conjunto de imagens disseminadas constantemente pelas pessoas, unindo diversas pessoas em torno de um mesmo ideal a ser seguido em suas vidas. As imagens, portanto, são a base do espetáculo.

Quando o mundo real se transforma em simples imagens, as simples imagens tornam-se seres reais e motivações eficientes de um comportamento hipnótico. O espetáculo, como tendência a fazer ver (por diferentes mediações especializadas) o mundo que já não se pode tocar diretamente, serve-se da visão como o sentido privilegiado da pessoa humana [...] (DEBORD, 1997, p.18)

Os espectadores ficam, portanto, fascinados com os espetáculos, com seu pensamento e suas ações influenciados pelo comportamento das celebridades a quem acompanham e admiram. Kellner afirma que, influenciados pela cultura imagética, os espetáculos fascinam as pessoas, “envolvendo-os na semiótica de um mundo novo de entretenimento, informação e consumo, que influencia profundamente o pensamento e a ação.” (KELLNER, 2003, p.5)

As pessoas, cada vez mais, baseiam suas vidas no comportamento das celebridades. Atos comuns, como um almoço em família, passam a ser documentados, postados, em busca dos “likes”, as curtidas nas redes sociais. As fotos são milimetricamente preparadas, passam por diversas modificações e filtros, a fim de chegar em perfeição. E a perfeição está ligada, intrinsecamente, à perfeição passada pelas celebridades, que postam toda as suas vidas para serem acompanhadas e admiradas nas redes sociais.

Por isso é preciso converter o próprio eu em um show, é preciso espetacularizar a própria personalidade com estratégias performáticas e adereços técnicos, recorrendo a métodos comparáveis aos de uma grife

peessoa que deve ser bem posicionada no mercado. Pois a imagem de cada um é sua própria marca, um capital tão valioso que é necessário cuidá-lo e cultivá-lo, a fim de encarnar um personagem atraente no competitivo mercado dos olhares. (SIBILIA, 2008, p.255)

Segundo Kellner, a “cultura da mídia não aborda apenas os grandes momentos da vida comum, mas proporciona também material ainda mais farto para as fantasias e sonhos, modelando o pensamento, o comportamento e as identidades.” (KELLNER, 2003, p.5) Os fãs, espectadores, se vestem como as celebridades, vão aos lugares que elas frequentam, passam a ter gostos parecidos, seguindo o comportamento que são vistos, seja na televisão ou nas redes sociais. O espetáculo, com o desenvolvimento da tecnologia e das novas mídias, se torna um fato marcante no processo de globalização.

Dessa forma, podemos compreender às considerações de Debord, que afirma que “o espetáculo é uma visão de mundo que se objetivou”, e não pode ser assimilado como o “produto das técnicas de difusão maciças das imagens”. Trata-se, então, do resultado e do projeto de produção já existente, é o “modelo atual da vida dominante na sociedade.” (DEBORD, 1997, p.14) O que o autor argumenta, portanto, é que o espetáculo é um retrato da sociedade, das pessoas e de seus comportamentos, produto da realidade que já existe.

As celebridades tornaram-se as maiores divulgadoras de mercadorias, ganhando a vida com propagandas nas redes sociais, ou tornando-se os rostos dos comerciais dos produtos. Um único post no Instagram da cantora Beyoncé, por exemplo, vale cerca de 1 milhão de dólares, sendo ela a cantora mais influente dessa rede social.⁶ Kellner afirma que a sociedade do espetáculo dissemina os produtos, através de mecanismos culturais e de consumo, inseridos na publicidade e na cultura da mídia comercializada. Para Debord, “o espetáculo é o momento em que a mercadoria ocupou totalmente a vida social.” (DEBORD apud KELLNER, 2003, p.6) Ou seja, o consumo e a mercadoria ganharam tanto espaço na vida das pessoas, que elas se tornam produtoras e divulgadoras de mercadorias, como *blogueiras* que divulgam suas roupas, maquiagens, acessórios e marcas em seus perfis nas redes sociais, e celebridades que desfilam com seus produtos de luxo pelas ruas, fotografadas e publicadas na mídia.

Desse modo, as identidades são constantemente desestabilizadas pela propaganda, moda, consumo, televisão e pela cultura da mídia, que contribuem assim para produzir outras identidades mais instáveis e variáveis no cenário contemporâneo. (KELLNER, 2001, p.329)

⁶ Disponível em: <http://emails.estadao.com.br/noticias/gente,post-de-beyonce-no-instagram-vale-1-milhao-de-dolares,70001727675>. Acesso em: 17 de abril de 2017.

Dessa forma, os objetos de consumo propagados em diversos meios da mídia, transformam a identidade do indivíduo, que fica exposto constantemente a novas formas de consumo, a novos ideias de felicidade, comportamento e modo de ser. Não é à toa que é muito usado a expressão de que “a vida é como um comercial de margarina”. Nesses comerciais, muito famosos na televisão brasileira⁷, era mostrado como família, ao redor da mesa no café da manhã era feliz, consumindo o produto ali divulgado. O indivíduo que vê essa propaganda e a absorve passa a querer ter aquela vida, ser tão feliz como a família do comercial.

Na era do espetáculo, a própria vida está se tornando um filme, e nós criamos nossas próprias vidas como se fosse um gênero para cinema ou televisão, no qual os tornamos imediatamente, intérpretes e plateias de um grande espetáculo em desenvolvimento.” (GABLER apud KELLNER, 2003, p.7)

Dessa forma, segundo Sibilia, o modo de vida das celebridades, privilegiado pelo capitalismo em seu auge, proporcionou uma transição do caráter para personalidade, segundo Sibilia, que desenvolveu “habilidades de auto vendagem” e práticas de autopromoção nas pessoas, construindo um “verdadeiro mercado de personalidades, no qual a imagem pessoal é o principal valor de troca”. (SIBILIA, 2008, p.235)

A celebridade passa então a ter a necessidade de comentários e curtidas em seus *posts*, vídeos ou fotos nas redes sociais, já que elas precisam do apoio do público, os próprios criadores de conteúdo precisam da resposta de seu público. Para Sibilia, “a verdadeira criação colocada em jogo é subjetiva, portanto, sem autores – estilizados como personagens – que precisam dessa legitimação concedida pelo olhar alheio.” (SIBILIA, 2008, p.236) Com isso, com essa legitimação pelo olhar do outro, o autor é reconhecido como “portador de algum tipo de singularidade”, uma personalidade artística escondida e guardada dentro de si; porém o que realmente importa é “a vida supostamente privada e a personalidade” do criador da obra. (SIBILIA, 2008, p.237)

Esse impulso de ter que falar – e se mostrar – agora, já, em tempo real e do jeito que for, parece capaz de prescindir do trabalho silencioso e solitário que outrora era fundamental, tanto para pensar como para escrever e para se comunicar. Mais uma vez, portanto, as novas práticas revelam sua distância com relação à escrita íntima tradicional e às subjetividades que nela se arquitetavam. (SIBILIA, 2008, p.238)

⁷ Disponível em: <http://loricomunicacao.com/blog/name/e-se-a-propaganda-fosse-a-casa-da-mae-joana>. Acesso em: 14 de maio de 2017.

Para Kellner, estamos vivendo uma nova cultura do espetáculo, com novas configurações nos conceitos de economia, sociedade e política, e também da vida cotidiana, com novas formas de cultura e de relações sociais. Dessa forma, está sendo constituída uma “nova cultura do espetáculo, com o surgimento de diversos espetáculos, de megaespetáculos e de espetáculos interativos.” (KELLNER, 2003, p. 14) O espetáculo é também a “imagem viral” que é disseminada na vida entre as pessoas da classe média, famosos com fama momentânea, e celebridades restritas a poucas pessoas que as conhecem. (PAIVA & SODRÉ, 2004, p.139)

Portanto, as celebridades fazem parte dos espetáculos que acontecem tanto na televisão quanto nas redes sociais e, dessa forma, o público fica em contato com as suas imagens e tudo o que elas disseminam. O espetáculo representa a economia, a sociedade, e está integrado ao surgimento e difusão das imagens das celebridades, assim como mercadorias de consumo que a elas estão ligadas. “Os modos de ser também se transformam em mercadorias: pequenos espetáculos efêmeros, lançados aos nervosos vaivéns do mercado global”. (SIBILIA, 2008, p.257) Portanto, podemos concluir que a forma como as celebridades se comportam e disseminam suas imagens se tornaram produtos de consumo na sociedade do espetáculo, que acompanham o desenvolvimento das redes mundiais de comunicação.

Com isso, surgem diversas celebridades que são conhecidas e seguidas por milhões de seguidores nas redes sociais, que acompanham suas vidas e suas rotinas. Uma das mais influentes celebridades no mundo da moda, tanto nas redes sociais, quanto na televisão, com mais de 100 milhões de seguidores no Instagram⁸, é Kim Kardashian. A modelo e socialite vive uma vida de luxo, e constantemente compartilha seu estilo de vida com o público, tanto na internet como na mídia. Mas afinal, quem é Kim Kardashian, e qual sua importância no processo de espetacularização da imagem e da vida privada das celebridades?

⁸ Disponível em: <https://www.instagram.com/kimkardashian/?hl=pt-br>. Acesso em: 23 de abril de 2017.

3 – Kim Kardashian

Kimberly Kardashian é uma modelo, empresária, socialite e estrela de um reality show americano. É filha de Kristen Mary Houghton e Robert George Kardashian⁹, famoso advogado norte-americano que morreu de câncer no esôfago, em 2003. Kim nasceu em 1980 e tem quatro irmãs e um irmão, já foi casada três vezes e tem dois filhos, e ostenta uma vida milionária.

Aos 24 anos, Kim iniciou a sua carreira na área da moda como personal stylist, profissional que oferece serviço de moda, de algumas atrizes e cantoras que moravam em seu condomínio, em Calabasas, na Califórnia. Paris Hilton, que sempre esteve presente na mídia, era uma de suas maiores clientes, e de quem virou grande amiga. Dois anos mais tarde, em 2006, Kim e suas irmãs Kourtney e Khloé, abrem uma loja de roupas e acessórios de marcas luxuosas, que carrega o nome DASH. (PEREIRA & PUHL, 2016, p.7) Até então, Kim vivia às sombras da socialite Paris Hilton, e começava a seguir na carreira dos negócios com suas irmãs ao abrir a loja de roupas da família. Atualmente, existem duas lojas DASH nos Estados Unidos, localizadas em Los Angeles e em Miami.

3.1 A Fama¹⁰

Em 2007, um vídeo sexual com seu então namorado, o rapper Ray J, foi divulgado na internet, e comprado pela empresa de vídeos adultos Vivid Entertainment. A companhia pagou um milhão de dólares no vídeo de trinta minutos, promovendo o vídeo com o nome de Kim Kardashian Superstar. A modelo entrou com uma ação na justiça para tirar o vídeo de circulação, mas aceitou desistir do caso por cinco milhões de dólares.

Com a divulgação do vídeo, Kim aproveitou os seus 15 minutos de fama, e tenta transformá-los em uma vida inteira. Ela aproveitou para lançar seu reality show no canal E!, chamado *Keeping Up With The Kardashians*, em 14 de outubro de 2007, junto com toda a sua família. O programa, produzido pelo apresentador e empresário Ryan Seacrest e por sua mãe, Kris Jenner, mostra a vida luxuosa de Kim e suas irmãs, Kourtney, Khloé, e seu irmão Robert Junior, filhos de sua mãe Kris Jenner com o primeiro marido Robert Kardashian. Bruce Jenner, segundo marido de Kris, e suas filhas Kendall e Kylie também estão no programa.

⁹ Disponível em: <http://www.biography.com/people/robert-kardashian-010716>. Acesso em: 14 de abril de 2017.

¹⁰ Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Kim_Kardashian. Acesso em: 13 de abril de 2017.

No reality, são abordados temas como gravidez indesejada, inúmeros relacionamentos, casamentos, separações, problemas com álcool, todos retratados de forma controlada, para que, com a divulgação dos momentos íntimos, a imagem da família continue sendo passada de forma positiva. (BRANDÃO *et al*, 2016, p.2)

Desde então, a carreira de Kim decolou. Ela aproveitou que sua imagem foi exposta através da *sex tape* - vídeo com conteúdo sexual divulgado com ou sem o consentimento das pessoas envolvidas na filmagem - e que seu nome era agora conhecido por todos, e usou para construir seu império. Ela posou para a revista Playboy ainda em 2007, e em 2008 foi a mulher que recebeu mais pesquisas no site Google, desbancando a ganhadora por quatro anos seguidos, a cantora Britney Spears.

Em 2009, Kim lançou uma loja de sapatos, ShoeDazzle, lançou sua linha de perfumes e começou um negócio de produtos de bronzeamento com suas irmãs Khloé e Kourtney. Kim lançou também seu próprio jogo online, o “Kim Kardashian: Hollywood”, e no começo de 2016 já tinha faturado mais de 80 milhões de dólares com o *game*.¹¹

Além da carreira, Kim é conhecida pelos seus relacionamentos. Em 2010, casou-se pela segunda vez – já tinha se casado aos 20 anos, com o produtor Damon Thomas, mas se separaram após quatro anos – com o jogador de basquete Kris Humphries. O mega evento foi televisionado em seu programa, e contou com mais de 400 convidados. Mas após 72 dias de casamento, a socialite pediu o divórcio, que só foi assinado em 2013. Todo o drama com o fim do casamento, e a demora para conseguir o divórcio, foi transmitido para o público em seu programa.

Em 2012, Kim Kardashian anunciou que estava grávida do seu primeiro filho de seu então namorado, o rapper Kanye West. A filha North West nasce em junho de 2013, e em 2014 os dois se casam em uma cerimônia privada em Florença, na Itália. Já em 2015, é anunciada a gravidez do segundo filho do casal, Saint West.

3.2 O Reality show: *Keeping Up With The Kardashians*

Os reality shows se diversificam hoje em relação ao público, formato e propostas de conteúdo, e assumem, portanto, sua personificação editorial. Assim, um reality show pode ser entendido como um programa que visa apresentar aos expectadores o cotidiano do grupo que está sendo filmado. (BRANDÃO *et al*, 2016, p.7)

¹¹ Disponível em: <https://jogos.uol.com.br/ultimas-noticias/2016/03/08/kim-kardashian-fatura-us-80-milhoes-em-game-para-celular-e-ostenta-na-web.htm>. Acesso em: 13 de abril de 2017.

O reality show da família, *Keeping Up With The Kardashians*, completou 10 anos no ar em 2017, com 13 temporadas. Desde a sua criação, a família Kardashian ganhou fama e alcançou o mundo. Foi com ele que a letra K se tornou símbolo de sucesso e riqueza, e se tornou a marca da família. De acordo com Freire, o fã que acompanha os programas televisivos são convidados a explorar os prazeres que o programa estimula, ao invés de esperar pelo próximo episódio, fazendo com que a atração se incorpore ao cotidiano do espectador, de forma ampliada para além da grade de programação da televisão. (FREIRE, 2007, p.101) Dessa forma, os espectadores que acompanham o reality show da família Kardashian amplia seus interesses e consumo da imagem das estrelas fora da televisão, seguindo os comportamentos que são divulgados por elas nas redes sociais.

Khloé Kardashian, uma das irmãs mais novas de Kim, passou por uma grande transformação no decorrer da vida e, conseqüentemente, do programa. A mais extrovertida de todas, vivia às sombras de Kim, e sofreu com o término do seu casamento com o famoso jogador de basquete Lamar Odom, após quatro anos. Aos 32 anos, virou um símbolo *fitness* de beleza, mudou sua alimentação e estilo de vida, e recentemente criou sua própria marca de calças jeans.

A irmã mais velha, Kourtney, viveu durante o programa um intenso e conturbado relacionamento com seu namorado e pai de seus três filhos, Scott Disick, famoso empresário norte-americano. Ele, por sua vez, vivia uma vida de festas e bebidas, e mostrou sua luta contra o álcool durante o programa. Recentemente, o casal se separou após Scott ser flagrado com outra mulher durante uma viagem. Todo o drama do vício de Scott e da separação foi televisionado.

Kendall e Kylie Jenner, as duas irmãs mais novas, que não carregam o sobrenome Kardashian, passaram de meninas nas primeiras temporada a mulheres nos atuais episódios. Kendall se tornou uma modelo famosa, capa de inúmeras revistas, e desfila para as maiores marcas de moda no mundo. Já Kylie saiu de casa aos 17 anos, comprou sua mansão e faz grande sucesso com sua famosa marca de batons e maquiagens. Todas as irmãs são um grande sucesso nas redes sociais.

Bruce Jenner, ex-atleta, ex-marido de Kris Jenner e padrasto das Kardashians durante anos, foi quem passou pela maior das transformações. Um momento também televisionado pelo programa foi a descoberta de que Bruce estava passando por uma transição para se tornar uma mulher, Caitlyn Jenner. Ele conta em uma edição especial, e muito emocionante, do reality que sempre gostou de se vestir como mulher, e que pegava roupas das suas filhas e de

sua mulher escondido. Ele e Kris se separaram após 22 anos de casados, mas Caitlyn continua presente na vida e nos episódios do reality.

Robert Kardashian Junior, o único irmão de Kim, é o membro da família que fica mais distante da mídia, e o que menos aparece nos episódios. Robert tem problemas com o autoestima, luta contra o peso, e não tem a fama que suas irmãs possuem.

Atualmente, a família Kardashian-Jenner possui fama mundial, com muito espaço na mídia e apoio dos espectadores. As meninas possuem linhas de roupas, cosméticos, joias, além de fazerem diversas propagandas, participarem de desfiles, convidadas para diversos eventos e programas.

Como afirma Kellner, a televisão pode ser vista como um “deserto e unidimensional plano de imagens superficiais”, que podem influenciar, sem qualquer significado, o telespectador. (KELLNER, 2001, p.303) Dessa forma, aqueles que assistem regularmente programas televisivos, que se tornam fãs e admiram as estrelas, modelam seus comportamentos, estilos e atitudes de acordo com as imagens divulgadas na televisão e nas redes sociais.

3.3 Da exposição ao sumiço: o assalto em Paris.¹²

No dia 19 de março de 2017 foi ao ar nos Estado Unidos, no canal E!, o episódio dois da décima terceira temporada do reality show *Keeping Up With The Kardashians*. No episódio, intitulado “Paris”, são mostrados os bastidores da viagem de Kim Kardashian para a Semana de Moda em Paris, e de como aconteceu o assalto que mudou a vida da socialite e de sua família.

O episódio começa contando que Kim, no dia 3 de Outubro de 2016, foi assaltada à mão armada em seu apartamento em Paris, por volta das duas e meia da manhã. Então, a imagem da modelo, de sua mãe e seu marido é mostrada chegando em Nova York, nos EUA, e ela fala no elevador do hotel em que estão hospedados, que não quer chorar na frente de seus filhos. A partir desse momento, são mostradas imagens de uma semana antes do assalto, em que Kim se prepara para Paris Fashion Week. Ela conta que a cidade francesa é muito importante para ela, porque foi lá que ela escolheu seu vestido de casamento da grife

¹² Disponível em: http://www.dailymotion.com/video/x5fd6h0_keeping-up-with-the-kardashians-s13e02_tv. Acesso em: 28 de março de 2017.

Givenchy, foi onde o casamento foi todo preparado, e de onde ela guarda memórias maravilhosas. Kim ressalta que “sempre foi uma jornada muito divertida em Paris.”¹³

A irmã mais velha, Kourtney, a acompanha na viagem, indo pela primeira vez para a semana de moda parisiense. Junto com elas, a mãe Kris e o namorado Corey Gamble também estão na viagem. Kanye, marido de Kim, chega em Paris, para ficar por apenas um dia durante um intervalo que tem em sua agenda de shows, para ajudar a esposa a escolher as roupas que vai usar.

Durante esses momentos, Kim registra tudo em seu SnapChat, todos os momentos, seu caminho até o desfile, mostra suas roupas e suas joias. Ela conta que, logo que chegou, um homem tentou morder sua nádega, e Pascal Duvier, o segurança que a acompanha em todos os lugares, conseguiu evitar, jogando o homem no chão.

Durante o episódio do programa, imagens gravadas pela equipe de Kanye West para o documentário sobre a sua turnê “Saint Pablo” são mostradas. West fazia um show em Nova York, quando no meio de sua apresentação uma pessoa da produção se aproxima, fala alguma coisa em seu ouvido, e o cantor interrompe o show dizendo “desculpe, tenho uma emergência familiar, preciso ir.”¹⁴ O público via Kanye enquanto ele sai correndo do palco.

Após o desfile de moda da grife Givenchy, as irmãs Kourtney e Kendall decidem sair para uma boate, mas Kim decide ficar no hotel sozinha. Por volta das três horas da manhã, Kourtney recebe uma mensagem de Simone Harouche, estilista amiga da família que estava hospedada no quarto ao lado de Kim. Simone pergunta quem está com a socialite, porque ouviu ela gritar “leve tudo o que quiser”¹⁵. Nesse momento, Kourtney corre até o banheiro da boate e manda Pascal, o segurança, ir até o hotel.

Alguns segundos depois, Kim liga para a irmã, desesperada, gritando com toda a força por socorro. Nesse momento, Simone já está com Kim, e relata que ela fora assaltada à mão armada por criminosos em seu quarto.

A mãe, Kris Jenner, conta que se lembra de abraçar Kim e agradecer por ela estar viva, e que a encontraram no chão, em um canto, encolhida, chorando. A família imediatamente pegou um avião e saiu de Paris antes mesmo do sol nascer.

¹³ Tradução livre: “*Its just such a fun journey in Paris*”. Disponível em: http://www.dailymotion.com/video/x5fd6h0_keeping-up-with-the-kardashians-s13e02_tv. Acesso em: 28 de março de 2017.

¹⁴ Tradução livre: “*I’m sorry! Family emergency, i have to stop the show.*”. Disponível em: http://www.dailymotion.com/video/x5fd6h0_keeping-up-with-the-kardashians-s13e02_tv. Acesso em: 28 de março de 2017.

¹⁵ Tradução livre: “*Take whatever you want*”. Disponível em: [http://www. Daily motion.com/vídeo/x5fd 6h0_keeping-up-with-the-kardashians-s13e02_tv](http://www.Daily%20motion.com/v%C3%ADdeo/x5fd6h0_keeping-up-with-the-kardashians-s13e02_tv). Acesso em: 28 de março de 2017.

No avião, de volta para Los Angeles, Kris comenta que “é difícil acreditar que isso aconteceu, em uma viagem que começou tão mágica, e que terminou como um terrível, terrível pesadelo. Parte meu coração.”¹⁶ É possível ver Kim muito abalada, sem maquiagem, de moletom e boné. Ela conta que ficou três dias sem celular, mas que viu pessoas afirmando que ela iria para a cadeia por inventar essa história. Ela não consegue acreditar como podem pensar que ela faria isso, contaria uma coisa tão ruim assim e que não seria verdade. Mãe e filha comentam que antes não tinham um segurança na porta dos quartos, mas que agora tudo vai mudar.

Em casa, a família relembra momentos que aconteceram em Paris. Kris conta que é inexplicável a sensação de receber um telefonema desesperado de um de seus filhos, e que ela só pensou em pegar um cobertor que Kim gostava, e envolve-la nele, como se tudo fosse melhorar apenas com esse gesto.

Kendall, irmã mais nova de Kim, fala que as irmãs chegaram ao local junto com os policiais, e que precisaram brigar com eles para que pudessem entrar. Ao abraçar Kim, a irmã sentiu que ela estava desconfortável com a atitude, visivelmente muito abalada.

A irmã mais nova de Kim, Khloé Kardashian, que estava em Cleveland, nos Estados Unidos, quando tudo aconteceu, vai até a casa de Kim conversar com ela e com Kourtney. Muito abalada, ela fala que tem dormido bem, mas desde que o marido viajou para continuar sua turnê, tem se sentido muito ansiosa.

Quando o segurança de Kim chegou para ver o que acontecia, no dia assalto, Kim estava escondida atrás de uma planta, quase pelada, dizendo que não sabia se os assaltantes tinham ido embora. Kim relata que foi muito difícil quando os policiais chegaram, já que usavam as mesmas roupas que os assaltantes, e ela não sabia mais em quem acreditar.

A socialite acha que os criminosos estavam vigiando a família durante toda a viagem, que eles sabiam todos os passos. Eles sabiam que elas estavam hospedadas no primeiro andar, sabiam que Kourtney tinha saído e deixado a irmã sozinha. E os *snapchats* que Kim fez durante toda a viagem ajudaram ainda mais para que muitos soubessem o que ela fazia. Kim fala que “eles sabiam que íamos embora naquele dia, eles tinham uma brecha, e tiveram que aproveitar.”¹⁷

¹⁶ Tradução livre: *It's so hard to believe that this even happened, and for a trip that started of so magical, it turned out to be such a terrible terrible nightmare. I just am so sad that it was all, in a city, Paris, that we love so dearly and that we had so many memoryis in. It juts breaks my heart.*”. Disponível em: http://www.dailymotion.com/video/x5fd6h0_keeping-up-with-the-kardashians-s13e02_tv. Acesso em: 28 de março de 2017.

¹⁷ Tradução livre: *“They had this window of opportunity, and they went for it.”*. Disponível em: http://www.dailymotion.com/video/x5fd6h0_keeping-up-with-the-kardashians-s13e02_tv. Acesso em: 28 de março de 2017.

Ela conta como tudo aconteceu. Após Kourtney ir embora, ela deitou na cama muito cansada, pensando se deveria ou não se levantar e lavar o rosto. Depois de uns 10 minutos, ouviu alguns passos na escada, e achou que eram as irmãs. Ela começou a chamar por elas, e ninguém respondeu. Foi então que pensou que alguma coisa não estava certa. A porta estava entreaberta, e ela conseguiu ver dois homens com roupas de policiais, segurando um terceiro homem. Ela pegou seu celular, mas não sabia como ligar para a emergência de um país estrangeiro. Então um dos homens pegou seu celular e a jogou na cama. E Kim pensou que era o fim. Ela viu então que o terceiro homem se tratava do porteiro do hotel, que estava algemado e segurando a chave do seu quarto. Eles perguntavam, com sotaque francês carregado, onde estava o anel de noivado de Kim, de 15 quilates e avaliado em 3 milhões de dólares¹⁸. Kim perguntava para o porteiro se eles iam morrer, e gritava para que o porteiro falasse em francês que ela tem bebês, chorando muito. Os assaltantes pediram dinheiro, e ela disse que não tinha. Eles a levaram para o corredor, próximo às escadas, e foi quando ela viu uma arma. Ela conta, muito emocionada, que olhava para a arma e para as escadas, e que pensava que tinha duas opções: correr e ser atingida nas costas por um tiro, ou correr e se deparar com a porta da escada trancada, e de qualquer forma receber um tiro, ou seja, “não há saída”¹⁹

Eles então a levaram de volta para o quarto, colocaram uma fita em sua boca para que ela não gritasse, a empurraram na cama e puxaram suas pernas. Mas Kim estava de roupão, e não tinha nenhuma roupa por baixo. Nesse momento Kim pensa que os criminosos a iriam estuprar. Mas, ao invés disso, eles amarraram suas pernas e a colocaram no banheiro, dentro da banheira, e apontaram a arma para a sua cabeça. Nesse momento, ela rezava para que sua irmã Kourtney tivesse uma vida normal depois de ver seu corpo sem vida. E pensava em seu marido, seus filhos, e em sua família. Mas então, eles foram embora. E Kim fala: “não importa, é tudo substituível, nada tem importância”²⁰, se referindo aos bens materiais que perdeu. E Khloé rebate que ela tem importância, e as três irmãs se abraçam.

Após o crime, Kim decidiu se afastar das redes sociais, parando de postar fotos no Instagram, e de fazer vídeos no aplicativo Snapchat, além de não produzir mais conteúdo para o seu próprio aplicativo. Desde o dia 2 de outubro de 2016, dia anterior ao assalto, até o dia 3

¹⁸ Disponível em: <http://oglobo.globo.com/ela/gente/segundo-jornal-anel-de-noivado-de-kim-kardashian-kanye-west-esta-entre-joias-roubadas-20223004>. Acesso em: 14 de abril de 2017.

¹⁹ Tradução livre: “*There’s no way out*”. Disponível em: http://www.dailymotion.com/video/x5fd6h0_keeping-up-with-the-kardashians-s13e02_tv. Acesso em: 28 de março de 2017.

²⁰ Tradução livre: “*whatever, it’s all replaceble, nothing that matters.*”. Disponível em: http://www.dailymotion.com/video/x5fd6h0_keeping-up-with-the-kardashians-s13e02_tv. Acesso em: 28 de março de 2017.

de janeiro de 2017, Kim não publicou mais em suas redes sociais, e sua última foto postada no Instagram até então, era uma foto dela em Paris.

Em depoimento à polícia, Kim Kardashian estimou que a quantia roubada seria de 10 milhões de dólares. Além do anel, estariam entre os objetos levados pelos criminosos, uma caixa de joias com um par de brincos, braceletes e um colar, no valor de 5,6 milhões de dólares.²¹ O hotel em que Kim estava durante o assalto é um dos mais exclusivos de Paris.²² O local funciona como uma residência privada, não tem placa e nem nome, e só aceita hóspedes indicados. Para entrar no site do Hotel é necessária uma senha, e Kim se hospedava naquele quarto sempre que ia a Paris, nos últimos quatro anos.

3.4 O retorno para as redes sociais

Um mês após o assalto, ocorrido no dia 3 de outubro de 2016, uma foto é postada no Facebook oficial de Kim, em que ela aparece sentada em um camarim, maquiada, mexendo em seu celular. A imagem, em que a capa do celular está em destaque, é uma propaganda da marca Lumee, e foi apagada horas depois.²³

Mas o regresso de Kim às redes sociais acontece mesmo exatamente três meses após o assalto, no dia 3 de janeiro de 2017, Kim finalmente volta para o Instagram. A foto escolhida para o retorno é de sua família: ela, o marido Kanye e os filhos, North e Saint. A foto recebe mais de quatro milhões e duzentas mil curtidas, três milhões a mais do que suas fotos costumam receber. Na legenda, a palavra “família”. Esta se tornou a foto mais curtida até agora da socialite no Instagram em 2017²⁴.

O sumiço de Kim por três meses não passou despercebido. Pelo contrário, foi sentido não só pelos fãs, pelos parceiros de negócios e por paparazzis que acompanhavam a vida de Kim. A socialite sempre teve uma relação boa com os fotógrafos, diferente de muitas celebridades que reclamam de tanta exposição. Mas Kim fazia questão de dar dicas de onde

²¹ Disponível em: <http://www.hugogloss.com/index.php/tv/kim-kardashian-achou-que-seria-estuprada-e-assassinada-durante-assalto-em-paris/>. Acesso em: 14 de abril de 2017.

²² Disponível em: <http://vogue.globo.com/moda/gente/noticia/2016/10/kim-esta-apavorada-achou-que-fose-ataque-terrorista-e-ja-deixou-franca-conta-fonte-ligada-kardashian.html>. Acesso em: 17 de abril de 2017.

²³ Disponível em: <http://www.dn.pt/pessoas/interior/kim-kardashian-volta-as-redes-sociaispor-engano-5478536.html>. Acesso em: 14 de abril de 2017.

²⁴ Disponível em: <http://vogue.globo.com/moda/gente/noticia/2017/01/retorno-de-kim-kardashian-e-post-mais-curtido-da-socialite.html>. Acesso em: 17 de abril de 2017.

ia, para sempre ser acompanhada e flagrada por eles. Uma foto de Kim pode valer de 10 centavos a mais de três mil reais.²⁵

Por isso, os fotógrafos que ganhavam muito dinheiro com a imagem da Kardashian apontaram grande crise financeira com o seu sumiço.²⁶ Os três meses em que Kim esteve longe, tanto das redes sociais quanto dos holofotes e grandes eventos, causaram um grande prejuízo para a indústria do espetáculo.

O primeiro registro feito de Kim nas ruas, após o assalto, aconteceu no dia 25 de outubro, em uma sorveteria.²⁷ Ela foi flagrada com um amigo com sorvetes na mão, mas é possível perceber o quanto ela estava visivelmente abalada. Kim usava apenas um grande casaco de moletom branco, sem maquiagem e chinelos. Um *look* completamente diferente com que ela costuma ser fotografada.

Já a primeira aparição da socialite em eventos, depois do assalto em outubro, aconteceu pouco antes do Natal, no dia 23 de dezembro de 2016.²⁸ Ela, acompanhada do marido e da filha North, foram ao espetáculo de balé no Ballet de Los Angeles. A socialite foi flagrada nos bastidores do evento, usando também um grande casaco vermelho, botas de salto alto, pouca maquiagem e nenhum acessório, e é possível perceber que ela ainda estava muito abalada.

Analisando o Instagram de Kim²⁹, tendo como marco as últimas fotos que ela postou, em Paris, antes de ficar longe dos holofotes, é possível ver uma grande diferença. Nas fotos anteriores ao assalto, é possível ver muita sensualidade, Kim sempre expôs muito seu corpo, e nunca teve vergonha disso. Muitos a criticavam, mas ela nunca deixou de mostrar suas curvas na mídia. É possível ver muitas fotos de biquíni, fotos de partes do corpo de Kim, com roupas reveladoras e transparentes. Além disso, ela postava muitas fotos dos eventos, e poucas fotos com seus filhos e com o marido. A sequência de fotos mais recente com o marido, Kanye, antes do assalto, são de um ensaio fotográfico para a revista Harper's Bazar, da qual os dois são capa. E uma curiosidade é que, a décima foto postada antes do assalto, no dia 29 de setembro de 2016, é de um close de seu anel, objeto de desejo dos criminosos.

²⁵ Disponível em: <http://vogue.globo.com/moda/moda-news/noticia/2016/12/fotografo-relata-boa-relacao-de-kim-kardashian-com-os-paparazzi.html>. Acesso em: 17 de abril de 2017.

²⁶ Disponível em: <http://vogue.globo.com/moda/gente/noticia/2016/12/paparazzi-apontam-crise-financeira-gracas-ao-sumico-de-kim-kardashian.html>. Acesso em: 17 de abril de 2017.

²⁷ Disponível em: <http://www.hugogloss.com/index.php/celebs/abatida-e-sem-make-kim-kardashian-e-flagrada-pela-primeira-vez-apos-roubo/>. Acesso em: 22 de abril de 2017.

²⁸ Disponível em: <http://vogue.globo.com/moda/gente/noticia/2016/12/kim-kardashian-esta-de-volta-socialite-marca-presenca-no-ballet-de-los-angeles.html>. Acesso em: 17 de abril de 2017.

²⁹ Disponível em: <https://www.instagram.com/kimkardashian/?hl=pt-br>. Acesso em: 21 de abril de 2017.

Desde então, fotos como a postada em sua volta para a rede social, com sua família, se tornaram frequentes na rede social de Kim. Antes do acontecido, ela divulgava toda sua vida. Mostrava seu luxo, sua intimidade, sempre com muitas joias, muita exposição. A partir do momento traumático em que viveu, ela passa a dividir com seus seguidores momentos com sua família, fotos caseiras, momentos espontâneos capturados como lembranças. As fotos deixam de ser propagandas de sua vida, exposição de momentos, roupas e joias, e se transformam em registros de momentos capturados por ela ou sua família.

Agora, é possível ver muitas fotos livres e espontâneas no Instagram de Kim. Flagras de momentos com a família, muitos bastidores de eventos, em que ela ainda se arruma, e imagens em que é possível perceber a falta de maquiagem da socialite. É possível notar também uma mudança de filtro usado nas fotos. Sempre foram com boa iluminação, boa qualidade, e agora passam a ter um filtro mais caseiro, mais opaco, que passa a impressão de fotos antigas, memórias. Além disso, a socialite passa a compartilhar imagens de sua infância com sua família, incluindo fotos raras dela quando criança com seu pai Robert. Kim também aproveita o Instagram para divulgar suas marcas, como seu aplicativo de *emoticons*³⁰, o Kimoji e seu aplicativo de jogo para celulares. Como afirma Sibilia, com a tecnologia surge também novas formas de comportamento da sociedade, que interferem na intimidade dos indivíduos. Dessa forma, a exposição da intimidade está sob constante olhares do público, com o crescente espaço da internet e das redes sociais.

A rede mundial de computadores se tornou um grande laboratório, um terreno propício para experimentar e criar novas subjetividades: em seus meandros nascem formas inovadoras de ser e estar no mundo, que por vezes parecem saudavelmente excêntricas e megalomânicas, mas outras vezes (ou ao mesmo tempo) se atolam na pequenez mais rasa que se possa imaginar. (SIBILIA, 2008, p.27)

Em uma entrevista ao programa norte-americano da apresentadora Ellen Degeneres, que foi ao ar nos Estados Unidos no dia 27 de abril de 2017³¹, Kim fala como sua vida mudou após o assalto. Ela conta que acredita que certas coisas na vida precisam acontecer, e que acredita que a situação pela qual ela passou precisava acontecer em sua vida para que ela

³⁰ Junção das palavras *emotion* (emoção em inglês) com a palavra *icon* (ícone, em inglês), que são na verdade símbolos usados para representar emoções ou substituir palavras. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Emoticon>. Acesso em: 21 de abril de 2017.

³¹ Disponível em: <http://www.hugogloss.com/index.php/baphos/kim-kardashian-da-depoimento-emocionante-de-como-sua-vida-mudou-apos-assalto-e-critica-detalle-curioso-de-livro-de-caitlyn/>. Acesso em: 15 de maio de 2017.

mudasse e se transformasse em uma pessoa diferente. Kim fala que é grata pelo que aconteceu, pela mudança a qual passou e pelos filhos, que agora podem ter uma mãe diferente do que ela era. Kim deixa claro que sempre foi feliz por tudo o que alcançou, e por todas as coisas que conseguiu comprar, e que é normal as pessoas gostarem de mostrar para o mundo o que têm, como ela fazia com suas joias, com seu anel de noivado, e com seus pertences.

Ela fala que em uma conversa com os advogados após o ocorrido, eles descobriram que os criminosos a monitoravam há mais de dois anos. Portanto, eles sabiam o que Kim possuía, quais joias queria, qual o valor de cada uma. Kim admite durante o programa que não sabe se vai se sentir à vontade de novo para voltar a usar joias, se vai usar peças verdadeiras novamente, porque ela simplesmente não se importa mais com isso. No programa, Kim usa um vestido simples preto, maquiagem, e é possível perceber que ela não está com nenhum acessório, de acordo com a imagem transmitida por ela nas redes sociais e na mídia desde o assalto.

Ao voltar a se expor nas redes sociais, Kim adota uma tática diferente, uma nova imagem. Porém, sem deixar de mostrar os bastidores da sua vida, sua família, seu cotidiano, mas de uma forma diferente após o assalto que impactou a vida de todos ao seu redor. A partir do acontecimento na vida de Kim, é possível questionar, afinal, qual o valor de toda essa exposição, e se vale a pena a perda da intimidade e da vida privada para estar constantemente sob os olhares do público e da mídia.

4 - As fronteiras entre o público e o privado

Há limites entre a vida pública de uma celebridade e sua vida pessoal, em um mundo totalmente imerso na tecnologia, em que as pessoas estão constantemente registrando e capturando os momentos de suas vidas para postarem nas redes sociais? Kim Kardashian e a família, expostos no reality show que criaram, possuem vida privada? E qual seria, então, o limite para a exposição? Em 2016, Kim admitiu que tirou, durante uma viagem que fez com a família para Punta Mita, no México, seis mil selfies durante os quatro dias em que esteve no local.³² O que leva Kim a querer registrar e expor tanto a sua imagem?

É crescente o número de “diários íntimos” que as pessoas pulicam nas redes sociais, em que os usuários relatam o cotidiano, tanto em formato de textos, fotos ou vídeos. E o modelo usado é no estilo “confessional” de sua intimidade, no que Sibilia chama de “diário *éxtimo*”, fazendo um trocadilho com o fato de que a intimidade fica exposta nas “vitrines globais da rede”, e portanto, deixa de ser íntima. (SIBILIA, 2008, p.12) Ao longo dos últimos anos, a rede mundial criou uma grande prática confessional, em que usuários utilizam diversas ferramentas *online* para expor publicamente suas intimidades, criando um “festival de vidas privadas”. (SIBILIA, 2008, p.27)

No século XXI, as personalidades são levadas a se mostrarem constantemente. Os espaços públicos, portanto, são, segundo Sibilia, uma consequência da crescente “publicização do privado”, em meio ao processo de globalização dos mercados na sociedade midiaticizada, que está em constante visibilidade, em que reinam as celebridades.

No esforço de compreender estes fenômenos, alguns ensaístas aludem à sociabilidade líquida ou à cultura somática do nosso tempo, onde aparece um tipo de eu mais epidérmico e flexível, que se exhibe na superfície da pele e das telas. Referem-se também às personalidades alterdirigidas e não mais intodirigidas, construções de si orientadas para o olhar alheio ou “exteriorizadas”, não mais introspectivas ou intimistas. (SIBILIA, 2008, p.23)

Todos os dias as pessoas são obrigadas a assistir “episódios de espetacularização da intimidade”, postados em diferentes meios das redes sociais, que causam no público cada vez mais o desejo de testemunhar esses relatos diários. (SIBILIA, 2008, p.248) Esse comportamento é justificado pelo o que a autora chama de “regime de visibilidade” que está

³² Disponível em: <http://cosmopolitan.abril.com.br/celebs/kim-kardashian-tirou-6-mil-selfies-durante-uma-viagem-de-quatro-dias>. Acesso em: 19 de abril de 2017.

prevalecendo na sociedade do espetáculo, em que “o único destino que pode resultar mais vazio e desolador que ser famoso sem motivo algum, é simplesmente, o fato de não ser famoso”. (SIBILIA, 2008, p.248)

4.1 Os limites da privacidade

João do Rio, pseudônimo usado pelo escritor e jornalista João Paulo Barreto, escreveu em 1911, em sua crônica no jornal carioca “A noite”: “Tenho a sensação de estar sempre preso num aro de olhos. E a vida é para mim infinitamente triste, porque não tenho a liberdade de fazer o que quero, porque estou sempre amarrado ao terror da opinião pública.” (JOÃO DO RIO apud FREIRE, 2014, p.37) A crônica do autor, mesmo tendo mais de 100 anos, ainda é muito atual. A sensação que ele descreveu pode ser sentida por várias celebridades, que são constantemente seguidas por fãs, paparazzis, e pela mídia, que estão sempre de olho em suas ações, à espera de um erro ou de algo que possa virar notícia.

Muitas celebridades evitam, ao máximo, o contato com os fotógrafos e repórteres que estão sempre à espera de um furo sobre suas vidas, e muitas vezes os famosos não têm o direito de ficarem em silêncio sobre o que acontece com eles. Quando o casamento dos atores Brad Pitt e Angelina Jolie terminou, em setembro de 2016³³, por exemplo, a mídia não falava sobre outro assunto. Muito se especulava sobre os motivos que levaram ao fim do casamento de dois “queridinhos de Hollywood”, o que gerou muitos boatos de traição, uso de drogas e até especulações sobre o abuso de Pitt com os filhos. Com o anúncio da separação, foram muito aguardados os comentários dos dois sobre o acontecido. A privacidade da vida íntima do casal, portanto, não existia, já que havia a necessidade de expor e comentar sobre o término, assunto que cabe apenas à família.

O escritor João do Rio utiliza, em uma de suas crônicas, o termo “muro da vida privada” (JOÃO DO RIO apud FREIRE, 2014, p.39) para descrever o limite estabelecido para tentar preservar a vida pública da privada, sendo criado pela “falta de respeito com a intimidade alheia”. (FREIRE, 2014, p.45) Para o autor, ao derrubar esse muro, é desenvolvido um sentimento de insegurança generalizado naquele que é afetado, onde o indivíduo divulga e expõe suas ações mesmo que essa não seja a sua vontade. Esse muro, atualmente, é quebrado tanto pela mídia, que invade a privacidade das celebridades, quanto pela própria celebridade,

³³ Disponível em: <http://www.t TMZ.com/2016/09/20/angelina-jolie-files-for-divorce-brad-pitt/>. Acesso em: 19 de abril de 2017.

que divulga sua rotina, sua vida íntima e detalhes de seu cotidiano nas redes sociais, expondo sua privacidade para milhares e muitas vezes milhões de seguidores que as acompanham.

O escritor resume a necessidade das pessoas em quebrar esse muro com a obsessão pela intimidade do próximo. Dessa forma, o espaço alheio não é preservado, e aquele que o faz comete uma violência. “A violência é a violação do outro, da pessoa do outro, em cada uma de suas dimensões: a violência sobre o corpo, sobre sua presença social, sobre seu espaço íntimo – sua intimidade-, sobre suas ideias ou suas crenças.” (JOÃO DO RIO apud FREIRE, 2014, p.46)

A intimidade de uma pessoa, segundo o pesquisador João Freire Filho, é protegida pelo direito de propriedade, em que curiosos são impedidos de construir pontos de observação de suas vidas. A intimidade está, portanto, ligada ao sigilo em torno de suas condutas íntimas. Além disso, um exemplo de propriedade está presente no âmbito da intimidade: a propriedade privada, propriedade de si, que dá o direito à proteção física da pessoa, e autonomia em suas decisões. A partir do momento em que Kim e sua família decidem expor suas vidas em um reality show, filmando o que acontece dentro de suas casas, tanto as festas, momentos alegres, quanto os momentos ruins, a privacidade de todos é invadida, e a intimidade deles passa a ser do telespectador também. E essa ideia de intimidade que o público tem quebra a barreira da vida pública e privada do artista.

Dessa forma, ainda de acordo com Freire, “a intimidade pode ser definida como uma esfera em que, em tese, as palavras e os atos estão salvaguardados, juridicamente, dos constrangimentos do olhar e do poder público.” (FREIRE, 2014, p.40) A família Kardashian teria concordado, ao começar as filmagens do reality, que seria preciso filmar constantemente a vida de todos, e em seguida mostrar para os membros da família, além de transmitir ao público tudo, mesmo sendo bom ou ruim.³⁴

O único momento em que as câmeras foram desligadas aconteceu quando o ex-marido da irmã mais nova, Khóle, Lamar Odom, sofreu uma overdose quase fatal e precisou ser hospitalizado. As filmagens foram interrompidas por uma semana, até que ele se recuperasse em um hospital de Los Angeles.³⁵ Porém, muito se fala sobre a veracidade das cenas exibidas no programa, e muitos críticos afirmam que tudo não passa de uma grande encenação.

As acusações de que o programa seria uma farsa ganharam mais força quando Russel Jay, um dos produtores-executivos, deu um depoimento em que afirmava, sob juramento, que

³⁴ Disponível em: https://www.buzzfeed.com/elliewoodward/46-coisas-que-voco-nunca-soube-sobre-keeping-up-w?utm_term=.svlXrNRMb#.xbWvVm78B. Acesso em: 19 de abril de 2017.

³⁵ Disponível em: https://www.buzzfeed.com/elliewoodward/46-coisas-que-voco-nunca-soube-sobre-keeping-up-w?utm_term=.svlXrNRMb#.xbWvVm78B. Acesso em: 19 de abril de 2017.

algumas cenas da mãe de Kim, Kris Jenner, eram programadas e editadas. Além disso, Jay desmentiu outras cenas do programa, afirmando que Kim muitas vezes refazia os momentos por não gostar de como ela ficou nas câmeras. Uma das cenas citadas pelo produtor, inclusive, foi a do pedido de casamento do ex-marido de Kim, Kris Humphries. Jay garante também que muitas das cenas eram produzidas e criadas somente para as câmeras.³⁶

Para as celebridades, segundo João Freire, estar sempre na mídia, ser sempre notícia, é algo bom. Estar invisível, em contrapartida, pode significar esquecimento, anonimato, imprestabilidade, e pode gerar graves crises existenciais. Esse caso aconteceu com Kim, que sumiu dos holofotes e das redes sociais por três meses. Com as redes sociais, ocorre a “publicização dos assuntos particulares”, (FREIRE, 2014, p. 44) muito comuns em colunas sociais. As novidades nos últimos eventos, flagras das celebridades, fofocas que sempre estão ligadas à vida pessoal, relacionamento e intrigas, estampam as manchetes dos sites de notícias de famosos. Muitas pessoas, jornalistas ou não, ganham a vida falando sobre a vida dos outros.

Com o sumiço de Kim, os negócios em que ela estava envolvida precisaram se adaptar, marcas deixaram de contratá-la, e ela foi lentamente caindo no esquecimento. Estima-se que Kim possa ter perdido um milhão de dólares por mês, durante o tempo em que esteve longe do Instagram.³⁷ Pessoas menos conhecidas que Kim, que estão em ascensão na fama, trabalham para estarem sempre na mídia, serem sempre notícia. O assédio, tanto da imprensa quanto dos fãs, pode encher as celebridades de perguntas recorrentes sobre suas vidas, além de incomodar, mas, ao mesmo tempo, a não repercussão de algo que a celebridade fizer pode trazer efeitos negativos em sua vida, tanto pública quanto privada. (FREIRE, 2014, p.48)

Há também aqueles que estão inseridos no grupo de pessoas que não ligam para o que estão falando, o que importa é estarem falando deles. “No esforço ferrenho para a evidência, para a personificação na grande feira humana, muitos adotavam o lema falem mal mas falem de mim.” (FREIRE, 2014, p.54) É o que acontece com Kim no início de sua carreira, que aproveitou a fama que ganhou ao ter sua vida sexual exposta. Ao mesmo tempo em que ela se tornou uma pessoa conhecida, o feito que a levou até o conhecimento não é bem reconhecido na mídia. Ter a intimidade exposta pode acabar com a vida de muitas mulheres. Mas Kim

³⁶ Disponível em: https://www.buzzfeed.com/elliewoodward/46-coisas-que-voco-nunca-soube-sobre-keeping-up-w?utm_term=.svlXrNRMb#.xbWvVm78B. Acesso em: 19 de abril de 2017.

³⁷ Disponível em: <http://revistaglamour.globo.com/Celebridades/noticia/2016/10/kim-kardashian-pode-perder-us-1-milhao-ao-mes-por-se-afastar-das-redes-sociais.html>. Acesso em: 22 de abril de 2017

aproveitou que estavam falando dela, sem se importar com o que era dito, para começar a trilhar o seu caminho para a fama.

É dessa forma que acontece a “dicotomia público/privado”, segundo Freire (2014). O dilema em aceitar ou não a visibilidade: negar os repórteres e continuar no anonimato, ou “satisfazer a vaidade aguçada pela publicidade”, dando espaço para a imprensa em sua vida privada. (FREIRE, 2014, p.63) Sendo assim, de acordo com o autor, na maioria das vezes, o que prevalece é o “desejo de celebridade”, em que acontece a glorificação do indivíduo baseado no “percurso geralmente tortuoso da divulgação jornalística.” (FREIRE, 2014, p.63) Muitas celebridades tentam evitar um excesso de exposição de sua vida íntima, mas alguns famosos optam pelo contrário: expor suas vidas ao máximo, para estar em constante destaque na mídia.

A responsável pela ilusão que o público tem de intimidade com seu ídolo, gerando uma interação, é a própria mídia, visto que os “retratos ilustrados em revistas e publicações, bem como as aparições públicas dos artistas românticos contribu[em] para a recepção destes por parte da audiência” (MOLE apud PEREIRA & PUHL, 2016, p.5) Portanto, é através da mídia que o público se sente íntimo e conectado com a celebridade que admira, e se sente próximo graças à imagem divulgada por elas. As redes sociais também são responsáveis pela ilusão de intimidade, já que aproximam o público dos seus ídolos.

As celebridades são um fenômeno que nascem no seio da mídia de massa e permanecem vinculadas a ela. Sendo assim, esse fenômeno deve se focar não no talento individual das celebridades, mas sim no que há de encenação e distância, o que acaba por lhes conferir um caráter mágico (PRIMO apud PEREIRA & PUHL, 2016, p.6)

Com a intensa e diária utilização das redes sociais, as pessoas acompanham cada vez mais a vida privada das celebridades que admiram. E a celebridade, por sua vez, está disposta a sempre alimentar a audiência, aumentando a sensação dos fãs de que possuem intimidade, e sabem de tudo de suas vidas, como explica Erin Meyers, citado na obra de Kim Pereira e Paula Puhl. (MEYERS apud PEREIRA & PUHL, 2016, p.6) Para o autor, as imagens mostradas pelas celebridades na mídia, fotos postadas, vídeos instantâneos, momentos de seu cotidiano capturados, são registrados de forma cautelosa, para que o que é mostrado não vá contra a imagem que a celebridade possui. Qualquer registro que fuja daquilo que o ídolo quer passar, que cause intriga e comentários negativos dos fãs e seguidores nas redes sociais, são rapidamente apagados, e a celebridade prontamente se explica publicamente, porque na

sociedade do espetáculo, ela deve satisfações para o seu público. Quando a celebridade age de forma que não condiz com a imagem que o público tem dela, ela precisa se explicar e, dependendo do que acontecer, pode até pedir desculpas publicamente.

No fim de abril de 2017, Kim Kardashian se envolveu em uma polêmica, após fotos suas no México serem divulgadas pela mídia, em que a socialite aparece com celulites nas nádegas. Muitos fãs de Kim, que sempre mostrou seu corpo nas redes sociais de forma impecável, não gostaram de ver que a Kardashian modificava as fotos antes de postá-las. Com essas imagens, Kim perdeu mais de 100 mil seguidores no Instagram.³⁸ Depois das críticas, Kim publicou em seu Twitter³⁹ que estava curtindo o México deitada com seu corpo sem falhas, e divulgou imagens tomando um milk-shake. Alguns dias depois, ela postou uma foto sua de biquíni, que pode ser vista como uma tentativa de reconquistar os seguidores perdidos.

Freire argumenta que, desta forma, a celebridade conclui que “a flexibilização da privacidade”, ou seja, a apropriação de sua interioridade, é algo razoável a se perder em decorrência de se tornar uma celebridade, vivendo dependente de notícias e informações sobre sua imagem, gerando publicidade em busca de reconhecimento. Portanto, a celebridade se torna um objeto de consumo para o público, e fica em constante exposição na mídia. O público, por sua vez, é influenciado pelo modo de vida dos famosos, além de desejar os objetos que usam e os lugares que frequentam.

Reparei nos jornais e revistas. Andam repletos de fotografuras e de nomes – nomes e caras, muitos nomes e muitas caras! [...] O interessante é observar como se almeja um retrato nas folhas, desde as escuras alamedas do jardim do crime até às Garden-parties de caridade, desde os criminosos às almas angélicas que só pensam no bem. Aparecer! Aparecer! (JOÃO DO RIO apud FREIRE, 2014, p.64)

David Marshall, por sua vez, acredita que, no mundo digital, a celebridade se torna uma mercadoria, em que seu estilo, propagado na internet, ganha o interesse dos seguidores, e constrói e reconstrói assim suas identidades, para que eles possam se adequar no ambiente em que estão inseridos. (MASHALL apud PEREIRA & PUHL, 2016, p.11)

Pode-se afirmar, portanto, que Kim Kardashian controla e pensa em cada postagem que faz nas redes sociais, deixando sempre seus fãs envolvidos em sua vida, servindo assim como um padrão de identificação para aqueles que a admiram, para que possam se vestir e agir como ela. Freire atenta para o senso comum que caracteriza os fãs dos astros da cultura

³⁸ Disponível em: <http://extra.globo.com/mulher/apos-polemica-de-fotos-com-celulite-kim-kardashian-tenta-recuperar-seguidores-perdidos-21271238.html>. Acesso em: 07 de maio de 2017.

³⁹ Disponível em: <https://twitter.com/kimkardashian>. Acesso em: 07 de maio de 2017.

de massa em consumidores sem gênero, que possuem hábitos excessivos e identidade social baseada no padrão de consumo midiático.

Dessa forma, adverte o autor, os fãs possuem um comportamento “intensamente emocional e fervorosamente ritualizado”, que estão constantemente tangenciando os limites de laços imaginários de intimidade, com grandes gastos de tempo e dinheiro. Logo, de acordo com Freire, o fã se torna um consumidor aguçado, que processa de forma criativa os produtos que são de circulação de massa, e elabora a partir deles, “um conjunto variado de práticas, identidades e novos artefatos.” (FREIRE, 2007, p.82)

Sibilia, por sua vez, afirma que a celebridade transforma sua intimidade em ficção, ao exibi-la de forma incessante em busca de visibilidade. Desse modo, a vida dos famosos, que deveria ser privada, fica superexposta, e é acompanhada pelos olhares do próximo. Sendo assim, explica a autora, as vidas dos famosos são provocadas a se “estetizarem constantemente, como se estivessem sempre na mira dos fotógrafos paparazzi”, e os famosos constroem sua própria ficção, como se fossem os protagonistas de um filme. “A meta é enfeitar e recriar o próprio eu como se fosse um personagem audiovisual”, e a mídia oferece diversas formas para que a identidade da celebridade se torne descartável, adequada da forma que mais lhe convém. (SIBILIA, 2008, p.241) Portanto, conclui-se que a vida das celebridades se torna artificial e programada, visto que estão em constante visibilidade e julgamento do público que as acompanham, e da mídia sempre atenta ao que os famosos fazem e postam nas redes sociais. Como explica Sibilia, a personalidade da celebridade ganha aspectos característicos do espetáculo para conquistar mais admiradores e, conseqüentemente, manter a fama.

4.2 A exposição da imagem de Kim na “vitrine midiática”

A palavra inglesa *selfie* é definida pelo Oxford Dictionary como uma “fotografia que a pessoa tira de si mesma, geralmente com um *smartphone* ou *webcam* e é carregada em um site de mídia social.”⁴⁰ E foi com as diversas selfies que Kim divulga em suas redes sociais que ela foi ganhando mais espaço, publicando inclusive um livro com 352 páginas de fotos tiradas no decorrer de sua vida. A obra, intitulada “Selfish”, que brinca com o termo inglês que significa egoísta, foi publicado em maio de 2015, e durante a pré-venda online no site Amazon, já

⁴⁰ Disponível em <https://www.inglesnapontadalingua.com.br/2013/11/significa-selfie.html>. Acesso em: 19 de abril de 2017.

estava em primeiro entre os mais vendidos na categoria “retrato fotográfico.”⁴¹ Duas semanas após o lançamento, o livro estava na lista dos mais vendidos na Inglaterra e nos Estados Unidos.⁴²

Tudo isso nos remete às considerações de Sibilía, especialmente quando a autora afirma que, ao registrar constantemente os eventos que vive, uma celebridade relembra o período em que ocorria a cultivação do “eu” interior, que está separado da esfera pública. Ao ficar sozinha e longe dos holofotes, as celebridades se descobrem como são quando não estão expostas ao público. Com o aumento dessa exposição, o público consegue acompanhar diariamente seus ídolos, através das plataformas digitais e das redes sociais.

“A internet e as redes sociais permitem que tanto celebridades quanto pessoas comuns possam criar seus próprios espetáculos, algo que, até então, não se tinha no mundo real.” (PEREIRA & PUHL, 2016, p.4) É através de redes sociais como o Instagram e o Facebook que as pessoas criam as suas identidades, moldando as imagens que querem passar para aqueles que as seguem. As celebridades moldam suas redes sociais de acordo com a imagem que querem passar, mostrando quem realmente querem ser. “A mídia pode ser entendida como uma forma de contarmos para nós-mesmos histórias sobre nós” (HELAL apud PEREIRA & PUHL, 2016, p.4)

A indústria consegue administrar a transformação de aspectos emocionais e afetivos na commodity da celebridade. O processo de racionalização do afeto ocorre ao converter a personalidade e individualidade em um sistema de troca, e ao forjar o reconhecimento da audiência de valores culturais e formas de identificação na celebridade. (PRIMO apud PEREIRA & PUHL, 2016, p.6).

Deste modo, a celebridade cria uma ideia de intimidade e parceria com o público que a assiste, que, por sua vez, se torna consumidor do estilo de vida que os famosos propagam. Sendo assim, para o filósofo canadense Charles Taylor, o mundo está repleto de pessoas que possuem o direito de escolher o próprio modo de vida. (TAYLOR, 2011, p.13) Kim, no decorrer dos anos, transformou seu modo de vida, e passou a influenciar diretamente a vida do seu público. As postagens nas redes sociais a colocam sob os olhares de seus seguidores, além dos espectadores do seu reality show. “Apenas um olhar. Um olhar que vigia e que cada um, sentindo-o pesar sobre si, acabará por interiorizar a ponto de observar a si mesmo; sendo

⁴¹ Disponível em: <http://gq.globo.com/Musa/noticia/2015/04/livro-de-selfies-de-kim-kardashian-e-sucesso-antes-de-lancamento-oficial.html>. Acesso em: 19 de abril de 2017

⁴² Disponível em: <http://entretenimento.r7.com/mulher/livro-de-selfies-de-kim-kardashian-entra-para-lista-de-mais-vendidos-18052015>. Acesso em: 19 de abril de 2017

assim, cada um exercerá esta vigilância sobre e contra si mesmo.” (FOUCAULT, 1979, p.218)

Em suma, Foucault ressalta que cada um controla e cuida de si mesmo, já que está em constante exibição e sob os constantes olhares do público. As ações das celebridades se tornam programadas, já que internamente elas sabem que estão sendo vigiadas, e que suas ações são constantemente analisadas. Para o sociólogo John Thompson, o desenvolvimento do que ele chama de “comunicação mediada” possibilitou formas para que as pessoas consigam informações sobre as outras, e foi através da mídia que aqueles que exercem o poder são submetidos a uma visibilidade maior do que as pessoas sobre quem o poder é exercido. (THOMPSON, 2011, p.121)

Não se tem neste caso uma força que seria inteiramente dada a alguém e que este alguém exerceria isoladamente, totalmente sobre os outros; é uma máquina que circunscreve todo mundo, tanto aqueles que exercem o poder quanto aqueles sobre os quais o poder se exerce. Isto me parece ser a característica das sociedades que se instauram no século XIX. O poder não é substancialmente identificado com um indivíduo que o possuiria ou que exerceria devido a seu nascimento; ele torna-se uma maquinaria de que ninguém é titular.” (FOUCAULT, 1979, p.219)

Portanto, como Foucault argumenta, o poder passa a não pertencer a ninguém, ao mesmo tempo em que pertence a todos. É, por esta razão, um controle que comanda e rege a vida de toda a sociedade. Thompson classifica a nova visibilidade como um tipo de “visibilidade mediada”, já que a “visibilidade de indivíduos e ações é agora separada da partilha de m lugar comum e, portanto, dissocia das condições e limitações de uma interação face a face” (THOMPSON, 2011, p.121)

Ao expor constantemente sua vida em um reality show, Kim aproxima os telespectadores de sua vida privada, quebrando todas as barreiras do que deveria ser realmente privado. As casas de todos da sua família são abertas para o público, mostrando os momentos mais íntimos de cada um. Dessa forma, conforme explica Sibilia, “os limites do que se pode dizer e mostrar se alargam compulsivamente, invadindo os velhos terrenos antes relegados à privacidade e ao âmbito público”, e a ideia de intimidade se desfaz e se transforma, deixando de predominar o íntimo e a integridade daquilo que anteriormente era totalmente privado, se tornando então um palco de um show onde é encenada a sua própria personalidade. (SIBILIA, 2008, p.256)

No entanto, o assalto que aconteceu em Paris afetou a vida e a imagem de Kim. A socialite percebeu o quanto ela, e também todos de sua família, sempre tiveram suas vidas expostas, e não percebiam que pessoas com más intenções poderiam estar acompanhando. No dia do acontecido, Kim havia filmado e registrado todo o seu dia. E, durante a viagem, não foi diferente. Os assaltantes, além de tudo, conheciam muito bem Kim, sabiam o que queriam, e aonde ela estaria. A intimidade de Kim sempre esteve muito exposta, o que a levou para uma situação de enorme perigo.

Sibilia pondera que as subjetividades da personalidade dos personagens que se mostram “sem pausa nas vitrines midiáticas” está em crise, já que eles disseminam seus modos de ser e viver admiráveis, e se tornam objeto de desejo e cobiça. (SIBILIA, 2008, p.49) É proliferado, então, um tipo de eu que exhibe constantemente sua personalidade, em que o público e o privado não conseguem se diferenciar, por estarem tão conectados. Com isso, ainda segundo a autora, a intimidade é constantemente divulgada para qualquer um na internet, e acontece a exposição da vida que até então era privada, assim como seu comportamento e sua personalidade, aproximando o público do “campo magnético das celebridades”. (SIBILIA, 2008, p.49)

Os três meses em que Kim esteve sumida das redes sociais, e dos holofotes, representaram o impacto que a situação causou em sua vida. Fotos no Instagram de Kim, antes do assalto, mostram a vida luxuosa que ela leva. Todos sempre souberam que Kim e sua família possuem muito dinheiro, têm uma vida de luxo. Ao expor joias, carros, roupas de marca nas redes sociais, Kim causava, mesmo que inconscientemente, a vontade do público de ter as mesmas coisas que ela, de ser quem ela é.

A maior prova de que o assalto em Paris mudou o comportamento de Kim Kardashian foi a diminuição de sua exposição nas redes sociais. Ao voltar a postar fotos, Kim opta por um novo estilo: imagens mais limpas, familiares, simples. Os flagras nas festas e eventos também mostram um novo estilo e uma nova atitude da socialite, em que é possível perceber que Kim não usa muitas joias, e em diversos momentos ela não usa nem acessórios. O anel de noivado, roubado no assalto, inclusive não foi repostado. Pode-se inferir através dos estudos de Sibilia que, no entanto, é possível conciliar a vida pública e a vida privada nos séculos XIX.

Essa dificuldade para conciliar o eu público e o eu privado, que motivou sérias angústias e até suicídios entre as estrelas midiáticas do século XX, provavelmente esteja se extinguindo hoje em dia. Apesar de se situarem em plena decolagem da sociedade espetacular e de construírem ícones do cintilante universo da fama, essa consternação [...] remete a outras épocas. (SIBILIA, 2008, p.247)

É o limite entre o público e o privado que está em jogo na vida das pessoas e, principalmente, das celebridades, que transformam suas vidas em objetos de exposição e notícias. No caso de Kim Kardashian, a exposição de sua vida a colocou em perigo, visto que o luxo e todos os passos que ela dava eram divulgados, e a exposição ultrapassava, portanto, as barreiras da vida privada. As celebridades, atualmente, lidam com um limite muito tênue entre o que deve ou não ser mostrado na mídia e nas redes sociais, fazendo de seus perfis diários íntimos de seu cotidiano. E o questionamento que fica, portanto, é qual o limite da exposição, e se a fuga constante contra o anonimato vale a perda da vida privada.

5 – Conclusão

O surgimento da internet aconteceu em plena Guerra Fria, como forma de comunicação entre as forças armadas dos Estados Unidos e, conseqüentemente, com o objetivo de ganhar mais poder.⁴³ Foi apenas em 1990 que a população pôde ter acesso a ela. Vinte e sete anos depois, poucos imaginariam que a internet se tornaria uma forma tão poderosa e presente na vida das pessoas, e que poderia chegar tão longe.

Atualmente, as imagens que são produzidas pela mídia se tornaram formas de construção dos indivíduos, proporcionando autoconhecimento. A internet e a mídia possibilitaram a propagação das imagens, de forma rápida e instantânea, como vimos durante o trabalho apresentado.

Com a disseminação da imagem das celebridades, a publicidade agregou um forte poder de atração do público a elas, fazendo com que as pessoas admirem e acompanhem os famosos, sem se importarem com os méritos sociais. Kim Kardashian ganhou uma legião de fãs pelo mundo, como visto, após começar a aparecer na mídia de forma constante. Mas essa exposição, como foi apresentado, foi ocasionada após a socialite ter um vídeo íntimo vazado na internet. Foi a partir desse acontecimento que ela conseguiu alcançar a fama, se tornando conhecida por estar sempre na televisão e nas mídias sociais.

Conforme foi observado, a modernidade teve um papel de ruptura dos moldes anteriores do conceito de identidade do indivíduo. A sociedade moderna possuía uma identidade que estava associada à individualidade, à personalidade de cada um, podendo ter diversas mudanças e características. A pós-modernidade, de acordo com o que foi exposto neste trabalho, possibilitou a representação de papéis e construção de imagens das celebridades, e a identidade, portanto, passa a ser associada às aparências, ao consumo e à imagem dos indivíduos no contexto público em que estão inseridos. Pode-se concluir, dessa forma, que a identidade na sociedade contemporânea sofre constante interferência da mídia e das postagens em rede, com as imagens por ela propagadas, que disseminam ideais que os indivíduos absorvem em suas vidas.

Kim Kardashian, com os milhões de seguidores que possui nas redes sociais, divulga sua imagem, assim como marcas, ideais e comportamentos para aqueles que a acompanham. Sendo assim, a vida torna-se um espetáculo, em que o comportamento divulgado se transforma em um modelo a ser seguido. A socialite, e muitas outras celebridades, divulgam

⁴³ Disponível em: <http://www.suapesquisa.com/internet>. Acesso em: 15 de maio de 2017.

suas vidas, e personalidades de forma constante, e o que deveria ser privado e possuir valor íntimo, passa a ser de conhecimento de todo o público. Dessa forma, a mídia propicia a ideia de que o público se torna íntimo e conectado aos famosos, através de suas imagens constantemente divulgadas.

Como vimos, Kim e toda a família Kardashian não medem esforços para estarem regularmente na mídia, sob forte exposição. O reality show da família, ao longo dos dez anos, mostrou e expôs a privacidade e a vida íntima de cada um. Nas redes sociais, não é diferente. Porém, a vida de Kim mudou quando a exposição de sua vida luxuosa e de seus passos se tornou um perigo. O assalto sofrido em Paris, como foi analisado, fez com que a socialite repensasse sua imagem divulgada nas redes sociais, mudando abruptamente, a forma como ela se mostra para o público. A maneira como o público a vê, como absorve a sua imagem, como ela se comporta na frente das câmeras e para a mídia, já não é mais o mesmo. A relação que ela tinha com as redes sociais e com a exposição de sua privacidade foi repensada, visto que antes do assalto ela fazia questão de mostrar toda a sua intimidade.

Portanto, este trabalho trouxe análises de como a vida pública e privada das celebridades estão cada vez mais se tornando uma só, e como a privacidade está sendo submetida ao contato com o público, através da exposição tanto da mídia quanto feita pelas próprias celebridades através das redes sociais. Como visto, a imagem de uma celebridade pode se desgastar e mudar, conforme ela for sentindo os impactos da constante exposição de sua intimidade. Os questionamentos, propostos neste trabalho, assim como as análises feitas não esgotam as reflexões sobre que o foi retratado, visto que o assunto abordado é de grande importância, e possui elementos que podem ser levados para outras esferas, e podem alcançar outros caminhos. Análises sobre o poder das redes sociais na vida dos jovens, e como eles estão sendo afetados com a constante espetacularização da vida pessoa podem ser feitas em trabalhos futuros, além de estudos para compreender como estão crescendo as pessoas que já nasceram inseridas no mundo da internet. Além disso, como as novas ferramentas das redes sociais estão transformando o modo como é feito o jornalismo na era digital, e como a mídia acompanha a constante demanda por informações em uma sociedade cada vez mais conectada.

6 – Referências Bibliográficas

BRANDÃO, Sâmyla; FERNANDES, Sara; SANTOS, Flávia. “A Espetacularização Da Vida: O Reality Show *Keeping Up With The Kardashians* Como Instrumento Da Fama”. In: Revista Intercom - XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, Goiânia, maio de 2016.

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

FREIRE, João. **Celebridades no século XXI**. Porto Alegre, Sulina: 2014.

_____. **Reinvenções da resistência juvenil**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. 8. ed. Rio de Janeiro: Graal, 1989.

HOLLANDER, Paul. “A cultura da celebridade americana, a modernidade e a decadência”. In: TORRES, Eduardo; ZÚQUETE, José Pedro (org). **A vida como um filme: fama e celebridade no século XXI**. Texto: 2011.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia: identidade e política entre o moderno e o pós moderno**. Bauru, SP, EDUSC: 2001.

_____. “A Cultura da Mídia e o Triunfo do Espetáculo”. In: Revista Líbero, do Programa de Pós-Graduação da Faculdade Cásper Líbero. Ano VI, Vol. 6, nº 11, 2003.

LIPOVETSKY, Gilles. **Os tempos Hipermodernos**. São Paulo, Barcarolla, 2004.

PAIVA, Raquel e SODRÉ, Muniz. **Cidade dos Artistas**. Rio de Janeiro: Mauad, 2004.

PEREIRA, Kim; PUHL, Paula. “O Poder De Comunicação Por Trás Da Letra K: Uma Análise Sobre A Ilusão De Intimidade Entre O Público e Kim Kardashian”. In: Revista Intercom. São Paulo, v. 39, n. 3, 2016.

SIBILIA, Paula. **O show do eu: a intimidade como espetáculo.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

TAYLOR, Charles. **A ética da Autenticidade.** São Paulo: É Realizações, 2011.

THOMPSON, John. **A mídia e a modernidade.** Petrópolis: Vozes, 1998.

VÁSQUEZ, Ruth Peralta. “Identidade de marca, gestão e comunicação”. In: Revista *Organicom*. São Paulo, ano 4, n.º 7, 2007.