

## O IMPACTO SOCIAL DA FAMÍLIA KARDASHIAN-JENNER ATRAVÉS DA IMAGEM, DO MARKETING PESSOAL E DO ESTILO DE VIDA

*The social impact of the Kardashian-Jenner family through the image, personal  
marketing and lifestyle*

QUEIROZ, Cyntia; Doutora; UFC; cyntiatavares@yahoo.com.br<sup>1</sup>

SARAIVA, Larissa; Graduada; UFC; dontcallmellaris@gmail.com<sup>2</sup>

### RESUMO

Tendo como objeto de estudo o impacto provocado pela imagem criada pela família Kardashian-Jenner em seguidoras no *Instagram*, o presente artigo propôs compreender como é possível que estas conexões sejam estabelecidas, chegando-se ao entendimento de que esta influência se dá de forma direta e é absorvida quase integralmente por aquelas que são influenciadas.

**Palavras-chave:** mídia, moda, imagem

### ABSTRACT

*In order to study the impact of the image created by the Kardashian-Jenner family in followers on Instagram, this article proposed to understand how it is possible that these connections are established, reaching the understanding that this influence takes place directly and is absorbed almost integrally by those who are influenced.*

**Key Words:** media, fashion, image.

### INTRODUÇÃO

Desde o surgimento dos veículos de comunicação de massa, a mídia se faz presente na vida de muitos que compõem a sociedade ocidental. Assim, ela amplia o seu papel de informar e de entreter, e contribui, também, para a conexão de indivíduos diversos, através da sua linguagem.

<sup>1</sup>Doutora em Educação (UFC, 2014); Mestre em Design e Marketing (UM, 2004); Graduada em Comunicação Social (UNIFOR, 2000); Graduada em Estilismo e Moda (UFC, 1998). Professora Adjunto II da Universidade Federal do Ceará. Membro da Diretoria da Abepem. Presidente do Colóquio de Moda.

<sup>2</sup>Graduada em Design-Moda - UFC

Neste contexto, muitas celebridades acabam se tornando objetos de consumo, disponibilizadas como espécies de vitrines da mídia, produzidas e projetadas por ela, tendo um impacto significativo no meio social. Não sem razão, a criação de perfis idealizados, e o planejamento de suas exposições vem se tornando profissão para muitas destas celebridades e também para pessoas anônimas, que se tornam famosas a partir dos seus seguidores.

Incorporada à indústria midiática, a família *Kardashian-Jenner* tornou-se um dos símbolos modernos do que é ser uma celebridade. Cercada de polêmicas, controvérsias, e opiniões diversas, ela traz, em seus simbolismos, questões discutidas diariamente em nossa sociedade contemporânea, e que põem em debate assuntos tão recorrentes à vida, como a exposição pessoal, os estereótipos, o papel da mulher na atual sociedade ocidental, entre outros.

Através da pesquisa bibliográfica, realizada em obras sobre celebridades, sociedade e moda, foi possível perceber que essa relação entre influenciadores e moda normalmente é retratada de forma superficial. Em virtude disto, o objetivo deste estudo é compreender como a família *Kardashian-Jenner* simboliza a cultura de massa da sociedade contemporânea, através do seu marketing pessoal, imagem de moda e estilo de vida.

Como objetivos específicos, buscamos compreender como a cultura de celebridade se consolidou nos tempos atuais, e como ela influencia a formação social daqueles que contatam diariamente as mais variadas formas de mídia, principalmente as redes sociais; como a figura pública da família *Kardashian-Jenner* é constituída imagetivamente; quais estratégias de marketing são utilizadas para mantê-la na mídia; e quais os impactos comportamentais da popularização desta figura familiar entre usuários de redes sociais na sociedade ocidental contemporânea.

Metodologicamente, para o desenvolvimento do estudo e obtenção das respostas para as questões propostas, foi necessária uma pesquisa bibliográfica, e uma pesquisa documental, sendo ambas as pesquisas com abordagem qualitativa, e as etapas de realização da pesquisa foram: levantamento de dados, que consistiu em ler, assistir e visualizar todos os tipos de mídia que envolvam a família *Kardashian-Jenner*; pesquisa documental, que

consistiu em uma pesquisa e seleção na rede social *Instagram* de perfis de mulheres, com mais de um milhão de seguidores, que sigam dois ou mais perfis das mulheres mais influentes da família *Kardashian-Jenner*, e que sejam visivelmente influenciadas por seu estilo, a fim de que seja feito um comparativo entre os estilos apresentados nos perfis das influenciadoras, no caso, as mulheres da família, e as influenciadas, no caso as usuárias; e o tratamento dos dados, que consistiu na análise de conteúdo e interpretação dos dados obtidos.

### A Cultura de massa e as celebridades

Desde os primórdios da humanidade, em todas as sociedades, os seres humanos produzem informações repletas de simbolismos. A partir do início das primeiras formas de comunicação gestual, passando pela criação das primeiras mídias impressas, até as atuais formas que comunicação eletrônica, o surgimento dos meios de comunicação é um dos principais elementos da construção das sociedades modernas, já que seu desenvolvimento fundiu-se a uma sucessão de acontecimentos que constituem o que hoje é conhecido por modernidade, e estes acontecimentos passaram por transformações ao longo do tempo, alterando também os processos de produção e distribuição de informações. (THOMPSON, 2014).

A comunicação de massa é formada por algumas características principais. Uma delas é a sua capacidade de ser difundida, e quais processos são utilizados para fazê-lo. A mídia tem se baseado numa série de inovações técnicas que permitem que ela seja explorada comercialmente, o que significa que sua indústria cresce e se beneficia da possibilidade de mercantilizar informações, o que implica no aumento de investimentos para o seu desenvolvimento. Isso ocorre desde as primeiras formas de comunicação em massa, como os jornais que eram vendidos, até os dias de hoje, em que propagandas são exibidas e produtos são comercializados a um toque no célula

Um dos principais símbolos desta cultura de massa é a figura da celebridade que, segundo Daniel Boorstin (1961), é “fabricada com o propósito de satisfazer nossas exageradas expectativas de grandiosidade humana”, e alcança a fama, não necessariamente por suas ações ou seus feitos, mas por diferenciar sua personalidade de todo o resto.

A figura da celebridade, sem dúvidas, experimenta uma visibilidade na sociedade atual sem precedentes, que tem como uma de suas principais causas, segundo Rojek (2001, p.9). Alguns intelectuais acreditam que tal fato representa uma transformação nas condições em que os significados culturais são gerados, em que as celebridades acabam se tornando modelos de aspiração pessoal na sociedade.

A construção de celebridades pode se dar de diversas maneiras, e um tipo de projeção midiática tem feito muito sucesso: os *reality shows*, que são programas transmitidos através de alguma mídia, seja televisão ou internet, em que são construídos de forma ficcional, mas imitando a realidade.

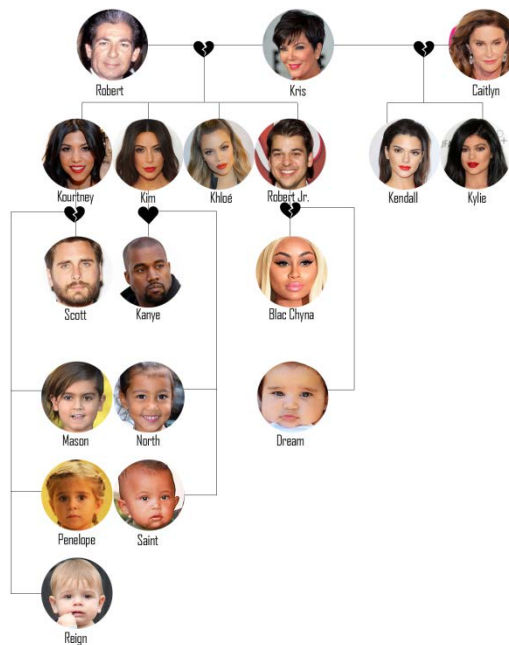
Nestes programas, nem sempre as pessoas que querem aparecer tem algum talento e, quando elas alcançam a fama sem o ter, são severamente criticadas e questiona-se sua relevância na cultura de massa, a adoração das pessoas para com estas celebridades e quais as expectativas colocadas sobre elas, e é exatamente dentro deste cenário controverso em que se encontra a família Kardashian-Jenner, tendo alcançado uma posição de fama exorbitante.

Por se tratar de algo ficcional que busca imitar a realidade, aqueles que participam de *reality shows* são, de certa maneira, “atores sociais”, que constroem uma versão de si mesmos que possa parecer real, mas que permaneça ficcional, a fim de ser mantida sob a imagem que lhes é necessária. A partir disso, estas pessoas tornam-se marcas subjetivas: personalidades comerciais que estão à exposição nas vitrines midiáticas e à venda no mercado real. Construído de maneira ficcional por pessoas reais, o *reality show* passa a ser um reflexo da construção da realidade como ares de espetáculo (SIBILIA, 2008). Assim, por se basear em um núcleo familiar, as Kardashian-Jenner têm conseguido se tornarem familiares ao público, o que fortalece uma ideia de intimidade e conexão.

### A Korporação Kardashian<sup>3</sup>

A origem deste núcleo familiar de sucesso iniciou-se em meados do século 19, quando um grupo de rebeldes religiosos, conhecidos como Molokans, tiveram a permissão para escapar a perseguição religiosa na Armênia, e se refugiarem na aldeia russa de Karakale, que hoje pertence à Turquia. Após uma profecia de um idoso da aldeia sobre tempos difíceis, principalmente para os armênios (o que depois ficaria conhecido como “A Grande Calamidade”), a família Kardashian, que estava entre este grupo de rebeldes embarcou em um navio em direção à América. Chegando lá, Tatos, o filho da família, casou-se com Hamas Shakarian, outra refugiada armênia que conheceu no navio, e tiveram três filhos, um deles chamado Arthur, que mais tarde se casou com outra imigrante armênia, Helen Arkenian, e abriu um negócio de carnes

Figura 1 – Árvore genealógica da família Kardashian-Jenner



Fonte: própria autora.

<sup>3</sup>A letra K tornou-se uma das marcas registradas da família, sendo geralmente trocada por palavras que tenham C, nos produtos e marcas relacionadas à família, como uma das linhas de roupa, a *Kardashian Kollection* (originalmente *Collection*), o livro autobiográfico das irmãs, o *Kardashian Konfidential* (originalmente *Confidential*), ou a linha de maquiagem *KhromaBeauty* (originalmente *Chroma*), fazendo com que a presença da letra K represente a presença da família.

Quando a América entrou na Segunda Guerra Mundial, Arthur foi contratado pelo serviço militar para alimentar as tropas, fazendo com que sua companhia se tornasse a fornecedora de carne mais bem sucedida da costa oeste, relatou Will Stewart para o *Daily Mail Online*<sup>4</sup>, em 2015.

Na ocasião do nascimento de Robert Kardashian, filho de Arthur e Helen, em 1944, a família já era multimilionária, e ele e seu irmão Tommy tiveram uma vida abastada. Robert conseguiu seu diploma de direito em 1969 e, pouco após a graduação, uniu-se a um pequeno escritório de advocacia. Em uma de suas frequentes idas à pista de corrida de cavalos, Robert avistou Kristen Mary Houghton, oriunda de uma família dona de um dos primeiros empórios de velas da Califórnia. Apesar de estar noiva quando se conheceram, Kris aceitou sair com Robert, após ele continuar investindo nela; pouco tempo depois, iniciaram um relacionamento. Aos 21 anos, ela decidiu tornar-se aeromoça e, em 1978, aos 22 anos, eles se casaram, relatou Kris em entrevista ao canal E!, em 2014.

O casal teve quatro filhos: Kourtney, Kim, Khloe e Robert Jr., que sempre tiveram uma vida abastada, com direito a carros caros, cavalos e festas caras. Em 1991, Kris e Robert se separaram e, em cerca de um ano após o divórcio, Kris casara-se novamente com o ex-atleta olímpico Bruce Jenner, com quem teve mais duas filhas: Kendall e Kylie.

A primeira importante menção ao nome da família ocorreu no caso do julgamento de O.J. Simpson<sup>5</sup>, já que Robert fez parte do time de defesa de O.J., tornando-se um nome familiar nos noticiários, o que trouxe alguma visibilidade à família na época. (HALPERIN, 2016).

Em fevereiro de 2007, ocorreu o vazamento de um vídeo de sexo entre Kim e o rapper Ray J, na época seu namorado. O vídeo, denominado *Kim Kardashian Superstar*, rapidamente tornou-se de conhecimento público, e deu

<sup>4</sup><<http://www.dailymail.co.uk/news/article-2939622/Keeping-Kardashians-circa-1900-Kim-s-ancestors-heeded-prophet-s-warning-looming-slaughter-escape-rural-Armenia-new-life-U-S.html>>. Acesso em: 08 de junho de 2016.

<sup>5</sup>Conhecido na mídia como O Julgamento do Século, o caso durou 372 dias e consistiu na acusação de que Orenthal James (O.J.) Simpson, ex-jogador de futebol americano, ex-ator, ex-produtor e ex-empresário, teria assassinado a facadas sua então esposa, Nicole Brown Simpson, e seu amigo, o garçom Ronald Goldman, em 12 de junho de 1994, em frente a casa dela. Kris ficou muito abalada após a morte de Nicole, tanto que no ano seguinte, Kris homenageou a amiga assassinada, dando à sua primeira filha com Bruce Jenner o nome de Kendall Nicole Jenner

à Kim uma grande visibilidade. Ainda em 2007, estreava a primeira grande fonte de popularidade da família: o *reality show* denominado *Keeping Up With The Kardashians* (Acompanhando os Kardashians, em tradução livre). A ideia inicial para o show surgiu da brincadeira de uma amiga da família, que afirmava que eles eram como um *reality show*. Depois de ser filmado um episódio piloto informal, uma produtora amiga da família conseguiu uma reunião entre Kris Jenner e Ryan Seacrest, um popular apresentador e produtor de TV.

Após a conversa entre Kris e Ryan, o *reality* passou a ser produzido, e teve sua estreia em outubro de 2007, atingindo uma grande popularidade no início, tornando-se a série mais vista do canal E! atualmente. Mesmo assim, apesar de gerar uma renda de seis dígitos para a família, por episódio, o *reality* não é a principal intenção de renda; tanto ele, como seus *spin-offs*<sup>6</sup>, servem como vitrines para a marca Kardashian. A família tem um modelo de negócios, que lhes proporciona uma alta renda, baseada em três componentes comerciais: interação com fãs através das mídias sociais (a família tem mais de 416 milhões de seguidores no Instagram); produtos entre os mais vendidos e expansões de marca; e a bem sucedida franquia do reality. “Esses shows são um comercial de 30 minutos”, disse Khloe Kardashian, a filha mais nova de Kris Jenner com Robert Kardashian, em entrevista ao The Hollywood Reporter em 2011, sendo esta exposição semanal, há treze temporadas, uma das principais estratégias de marketing da família.

### As Kardashians como você vê

A partir da mercantilização da beleza, o papel das celebridades atuou como decisivo na massificação deste novo tipo de comportamento, tendo, a partir daí, uma relação intrínseca com a percepção que a beleza, principalmente a beleza feminina, assumiu na sociedade atual, tornando o poder de influência das celebridades sobre a percepção física e psicológica das pessoas algo forte e inegável.

A imagem da família é construída através de constantes hábitos de beleza, que influenciaram uma nova concepção de corpo, vestimenta e

---

<sup>6</sup>Obras secundárias derivadas de uma obra original.

maquiagem, inicialmente nos Estados Unidos, espalhando-se para o resto do ocidente nos últimos anos. Estes hábitos iniciaram-se cedo, quando Kris Jenner começou a fazer a sobrancelha das filhas, quando elas completaram onze anos, e levá-las ao salão para depilação nas partes íntimas aos treze anos, além de visitas semanais a manicure e pedicure. (MCCLAIN, 2014).

Durante a primeira década do século vinte e um, pôde-se notar uma grande tendência à magreza, tendo sido vista como o ideal de beleza vigente durante muito tempo:

A estética da magreza ocupa evidentemente um lugar preponderante no novo planeta beleza. Os periódicos femininos são cada vez mais invadidos por guias de magreza, por seções que expõem os méritos da alimentação equilibrada, por receitas leves, exercícios de manutenção e modelagem do corpo. (LIPOVETSKY, 2000, pág. 131).

Assim, acreditando-se que não só não há mais como ignorar Kim Kardashian, bem como a silhueta que ela popularizou, em um artigo de 2014 publicado em seu site, a revista *Time*<sup>7</sup> chamou a atenção para esta barreira, dizendo:

Considere o caso de Kim Kardashian. A estrela de reality finalmente conseguiu seu desejo quando apareceu na capa de Abril [da revista Vogue], mas o conjunto da edição pareceu vagamente crítico. (...) E então houve uma carta do editor por Anna Wintour que montou uma estranha defesa da capa ('Quanto à capa, minha opinião é que ela é encantadora e emocionante,' escreveu Wintour como se ela não tivesse a encomendado nem escolhido. (*Time Online*, 2014, tradução nossa).

Em relação à moda, o estilo das mulheres da família variou bastante com o tempo, mas algo sempre foi inerente a elas: as roupas com um estilo sexy, justas e decotadas, destacando o corpo e criando uma série de simbolismos e conotações.

A família também é conhecida por ter popularizado uma técnica conhecida como Contorno, que consiste em um processo de sombreamento e iluminação do rosto, através da utilização de produtos tais como pós, cremes e sombras, aplicados a fim de criar a estética facial desejada. O Contorno, até o início dos anos 2000, era amplamente utilizado entre as celebridades, mas era pouco divulgado ao grande público, permanecendo como algo exclusivo

<sup>7</sup><<http://time.com/3544184/kim-kardashian-instagram-fashion-vogue-icon/>>. Acesso em: 08 de maio de 2017.



daqueles inseridos nas grandes mídias. Até que em 2012, Kim Kardashian divulgou em seu *Twitter* a seguinte imagem

Figura 2 – Kim Kardashian divulga técnica de contorno



Fonte: Disponível em: <<https://cdn.cliqueinc.com/posts/171860/from-1500-to-2015-the-fascinating-history-of-contouring-1522506.640x0c.jpg>>. Acesso em: 17 de junho de 2017.

A foto é um comparativo de durante a realização do processo da técnica do Contorno e depois que a técnica é finalizada. A partir daí, ela se tornou um fenômeno cultural, quando milhões de pessoas a adotaram, tanto por ser simples de se realizar, quando pela diferença que seus resultados trazem.

Centenas de produtos para a realização da técnica são comercializados atualmente. Mais recentemente, a própria Kim Kardashian lançou sua marca de cosméticos, a KKW, tendo como primeiro produto e carro-chefe um kit de produtos para a realização do Contorno, que ela teve papel fundamental para popularizar. Este kit, que teve 300 mil exemplares em sua primeira remessa, segundo o site da revista *Forbes*<sup>8</sup> (2017), esgotou em menos de três horas, gerando um lucro estimado de mais de 14 milhões de dólares para a marca.

Outro membro da família associada ao seu popular estilo de maquiagem é a irmã mais nova, Kylie Jenner. Ela começou a chamar atenção com sua constante presença nas redes sociais, mostrando o seu estilo, e

<sup>8</sup><<https://www.forbes.com/sites/clareoconnor/2017/06/21/kim-kardashian-west-beauty-sold-out-of-contour-kits-in-less-than-three-hours/#4e503c0b5b30>>. Acesso em: 24 de junho 2017.

seguindo os passos das irmãs mais velhas ao se mostrar uma forte influenciadora para as gerações mais novas.

Seu nome começou a tomar conta das revistas e sites em 2015, quando suas feições foram gradualmente se modificando, tendo sua mudança mais notável sido seus lábios que ficaram notavelmente mais volumosos; a partir da obsessão gerada em torno dos lábios de Kylie na época, a jovem teve a iniciativa de criar uma marca, a *Kylie Cosmetics*, que tem como seu carro-chefe um kit para lábios, incluindo um lápis labial e um batom líquido que, a cada lançamento de uma nova cor ou coleção, eles esgotam em minutos, dada a imensa atenção que foi direcionada aos lábios de Kylie, gerando um negócio altamente lucrativo para sua marca que, por sua vez, traz um retorno midiático muito grande a ela.

Assim, a influência da família, associada à velocidade característica das redes sociais, impactou o mercado de cosméticos e a maneira com estes são utilizados, alterando a percepção de beleza a partir do que inicialmente foi observado na celebridade, reiterando a fala de Lipovetsky supracitada.

### **Os impactos comportamentais da família Kardashian no Instagram**

Com o aumento desta inserção midiática na vida contemporânea, as pessoas passam a não mais se verem como objeto de estudo das ciências que procuram compreender seus fenômenos, mas como um fruto das relações midiáticas e dos impactos que estas causam na sociedade. Assim, como fala Sodré:

(...) o indivíduo é solicitado a viver, muito pouco auto-reflexivamente, no interior das tecnomediações, cujo horizonte comunicacional é interatividade absoluta. Desde o imediato pós-guerra, esse processo vem alterando costumes, crenças, até mesmo afetos, e agora perfaz-se com a integração entre os mecanismos clássicos da representação e os dispositivos do virtual. (SODRÉ, 2006, p.22)

Desta forma, à medida que o espaço que a mídia ocupa na sociedade aumenta, com ele aumenta este processo de ressignificação que é realizado, como evidencia Martín-Barbero (2006) quando fala que “a tecnologia remete

hoje, não a alguns aparelhos, mas, sim, a novos modos de percepção e de linguagem, novas sensibilidades e escritas”.

Com esta quebra de significados e proposição de novas relações através da tecnologia, o processo de popularização das celebridades se tornou mais intenso e rápido, fazendo com que não seja necessário muito tempo até que as pessoas passem a acompanhar e o que elas fazem e adaptar seus estilos de vida para a vida cotidiana.

Um dos principais mecanismos que é utilizado para realizar esse acompanhamento é o *Instagram*, tanto por sua praticidade de uso, quanto por seu caráter instantâneo, proporcionando aos seus usuários uma experiência em tempo real. A partir do seguimento desta plataforma, foi possível observar a direta e indireta influência dos membros da família Kardashian-Jenner nos mais diversos perfis na rede social, podendo ser percebida seja nas roupas, na maquiagem ou na atitude dos usuários e usuárias que a segue.

A partir desta observação, foi realizada uma pesquisa, que tomou por base a análise de diferentes perfis na rede social Instagram, de usuárias que exprimem um estilo diretamente influenciado pela família Kardashian-Jenner, seja na forma de se vestir ou na atitude expressa nas fotos. As usuárias seguem um ou mais membros da família e possuem mais de um milhão de seguidores o que, no contexto da rede social, é significado de aprovação, já que quanto maior a quantidade de seguidores, maior a aprovação virtual.

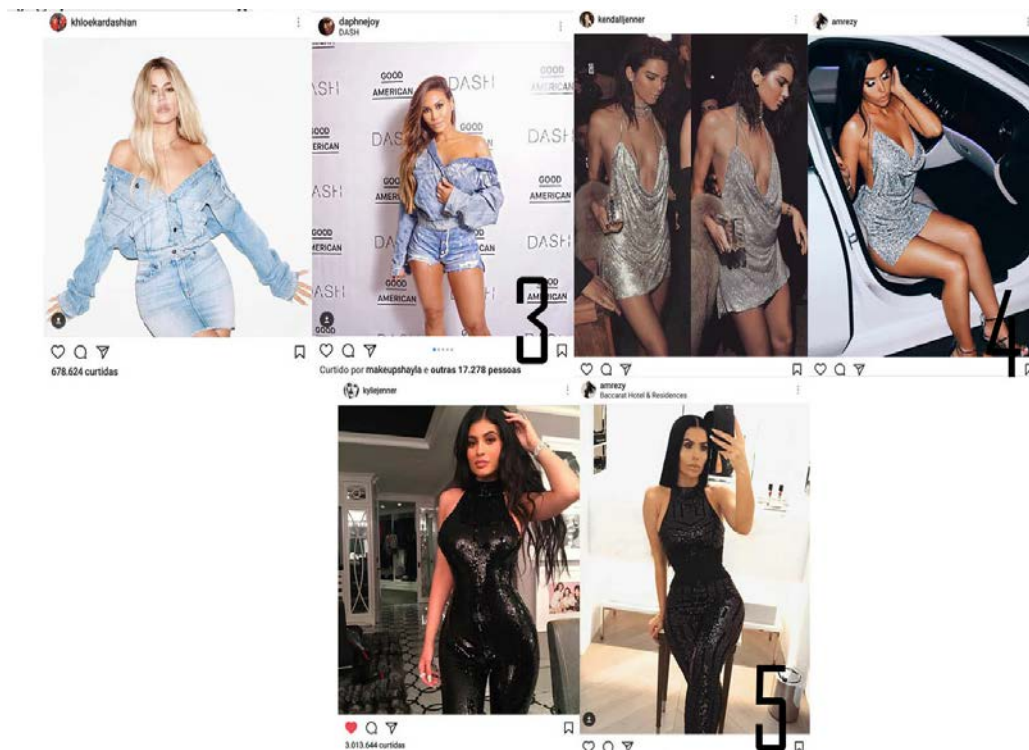
Figura 3 – Amostra da pesquisa feita em perfis na rede social Instagram para análise da influência do estilo das mulheres da família *Kardashian-Jenner*



A figura 1 faz a comparação entre Kourtney Kardashian, a irmã mais velha da família, e Heather Sanders uma estilista e *digital influencer*, de 27 anos, que segue as cinco membros mais influentes da família *Kardashian-Jenner*. Na fotografia é ela usa um conjunto quase que idêntico ao de Kourtney, diferenciando-se apenas pelo modelo da camisa, mas sendo da mesma marca, e cabelos pretos e lisos, que são outra marca da família.

A figura 2 faz a comparação entre Kim Kardashian, a irmã mais famosa da família, e Chantel Jeffries, uma atriz, DJ e *digital influencer*, de 23 anos que segue três das membros mais influentes da família *Kardashian-Jenner*. Na fotografia é ela usa um vestido nude e uma bota de cano alto, diferenciando-se do que foi usado por Kim em apenas alguns detalhes, e usa os cabelos presos assim como Kim.

Figura 4 – Amostra da pesquisa feita em perfis na rede social Instagram para análise da influência do estilo das mulheres da família *Kardashian-Jenner*



A figura 3 faz a comparação entre Khloé Kardashian, e Daphne Joy, uma atriz, modelo e *digital influencer*, de 30 anos, que segue quatro das membros mais influentes da família *Kardashian-Jenner*. Na fotografia ela usa

um conjunto jeans da mesma marca do de Khloé, com a camisa sendo estilizada da mesma forma, a diferenciação, novamente, acontecendo por detalhes e tem cabelos loiros e os usa soltos, como Khloé.

As figuras 4 e 5 fazem a comparação entre Kendall e Kylie Jenner, as irmãs mais novas da família, e Amra Olević, uma maquiadora e blogueira, de 29 anos, que segue quatro dos membros mais influentes da família *Kardashian-Jenner*. Na fotografia 4, ela usa um vestido idêntico ao que Kendall usou no seu aniversário de 21 anos, e na fotografia 5, usa um macacão idêntico ao usado por Kylie no natal passado.

### Discussões dos resultados

Durante as pesquisas, o que pôde ser observado foi que a maneira com que as mulheres influenciadas introduzem elementos usados pela família *Kardashian-Jenner* em seu cotidiano é sutil, mas facilmente identificável. Em muitos casos é perceptível a utilização de silhuetas similares, roupas super justas e em tons neutros, como marrom e bege, funcionando como uma segunda pele, maquiagem usando de tons terrosos e a constante presença do contorno.

A exposição e valorização de diferentes partes do corpo, como busto, barriga, pernas e bumbum é a característica da família mais forte que pode ser observada. Ao fazer uso destes elementos, elas, inconscientemente, aprovam o estilo de vida da família, ao associar-se a ela através de sua vestimenta, maquiagem, atitude e poses nas fotografias. Esta associação pode ser justificada, dentre vários motivos, pelo desejo de serem vinculadas à imagem de mulheres independentes, confiantes, populares e de status financeiramente elevado, o que reflete no público que as segue.

O público que as segue pôde ser percebido como um público que também segue as *Kardashian-Jenner*, mas a diferença percebida entre elas e a família, é que elas atuam como uma versão mais real e acessível do estilo de vida proposto, desempenhando um papel de propagadoras deste em canais menores e aproximando-o do público final da família, o que gera uma alta taxa de aprovação por parte de seus seguidores, pois eles enxergam como

possível, ainda que distante, esta vinculação à imagem supracitada e, através da aprovação, por meio de milhares curtidas, comentários e engajamento, do que estas mulheres influenciadas expõem em suas redes sociais, aprovam também a imagem das *Kardashian-Jenner*, fazendo com que, quanto mais popular a família se torne, mais populares elas também se tornarão.

### Considerações Finais

O desenvolvimento do presente estudo possibilitou uma análise da concepção do termo cultura de massa, sua relação com as celebridades, a construção destas, e como se dá sua influência na vida cotidiana. A exemplo disso tem-se a família *Kardashian-Jenner*, construída através de gerações de empreendedores, que resultou em uma família que se apresenta atualmente como uma das mais bem estruturadas do ponto de vista midiático e empreendedor, usando de sua personalidade para criar uma realidade que a conecte ao público e o fideliza, gerando um alto retorno financeiro, baseado no desejo gerado pela imagem apresentada por ela, que se constrói em seus corpos, suas roupas e sua maquiagem, gerando um impacto que pode ser medido diretamente na rede social Instagram, com a análise de perfis que visivelmente são influenciados pelo tipo de imagem supracitado.

Neste sentido, foi possível perceber, através da pesquisa, que a absorção da imagem promovida pelas *Kardashian-Jenner* é feita quase que integralmente, tendo apenas pequenas alterações entre o que foi exibido inicialmente e o que foi realmente utilizado, mostrando que manter a fidelidade neste canal é um elemento essencial para gerar uma boa imagem também aos seguidores destas mulheres influenciadas, criando uma forte conexão entre a família e seus seguidores, populares ou não.

Por fim, para futuras pesquisas, poderá ser explorado o viés semiótico da forma com que suas imagens são criadas e percebidas pelo grande público, a partir dos resultados da presente pesquisa, compreendendo o que gera maior interesse para aqueles que observam as fotografias, do ponto de vista imagético, fazendo a relação de o porquê as imagens serem tão copiadas e de que maneira elas são reproduzidas por quem é influenciado.

## Referências

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Edições 70: Brasil, 2009.

DAILY MAIL ONLINE. **Disturbing new 'Kylie Jenner challenge' sees teens suck shot glasses to blow up their lips to double their size... with disastrous results**. Estados Unidos: 2015. Disponível em: <<http://www.dailymail.co.uk/femail/article-3047484/Disturbing-new-Kylie-Jenner-challenge-sees-teens-suck-shot-glasses-blow-lips-double-size-disastrous-results.html>>. Acesso em: 26 de junho de 2017.

DAILY MAIL ONLINE. **Keeping Up With The Kardashians circa 1900! How Kim's ancestors heeded prophet's warning of looming slaughter to escape rural Armenia for a new life in the U.S**. Estados Unidos: 2015. Disponível em: <<http://www.dailymail.co.uk/news/article-2939622/Keeping-Kardashians-circa-1900-Kim-s-ancestors-heeded-prophet-s-warning-looming-slaughter-escape-rural-Armenia-new-life-U-S->> Acesso em: 08 de junho de 2016.

FORBES ONLINE. **Kim Kardashian West Beauty Sold Out Of Contour Kits In Less Than Three Hours**. Estados Unidos, 2017. Disponível em: <<https://www.forbes.com/sites/clareoconnor/2017/06/21/kim-kardashian-west-beauty-sold-out-of-contour-kits-in-less-than-three-hours/#4e503c0b5b30>>. Acesso em: 24 de junho 2017.

GUAZINA, Liziane. **O Conceito de Mídia na Comunicação e na Ciência Política: Desafios Interdisciplinares**. Porto Alegre: Revista Debates, 2007. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/debates/article/view/2469/1287>> Acesso em: 18 de junho de 2016.

HALPERIN, Ian. **Kardashian Dynasty: The Controversial Rise of America's Royal Family**. Nova Iorque: **Gallery Books**, 2011.

JENNER, Kris. **Kris Jenner... And All Things Kardashian**. Nova Iorque: Gallery Books, 2011.

KARDASHIAN, Kourtney; KARDASHIAN, Kim; KARDASHIAN, Khloe. **Kardashian Konfidential**. Nova Iorque: St. Martin's Press, 2010.

KELLNER, Douglas. **Sociedade Midiatizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

LIPOVETSKY, Gilles. **A Terceira Mulher: Permanência e Revolução do Feminino**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

MCCLAIN, Amanda Scheiner. **Keeping Up the Kardashian Brand: Celebrity, Materialism, and Sexuality**. Maryland: Lexington Books, 2014.

RODRIGUES, William Costa. **Metodologia Científica**. Paracambi: FAETEC/IST, 2007. Disponível em: <<https://si3.ufc.br/sigaa/ava/index.jsf>>. Acesso em: 20 de junho de 2016.

ROJEK, Chris. **Celebrity**. Londres: Reaktion Books, 2001.

SÁ-SILVA, Jackson Ronie; ALMEIDA, Cristóvão Domingos de;

GUINDANI, Joel Felipe. **Pesquisa documental: pistas teóricas e metodológicas**. Brasil: Revista Brasileira de História & Ciências Sociais, 2009. Disponível em: <[www.rbhcs.com](http://www.rbhcs.com)>. Acesso em: 20 de junho de 2016.

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

THE HOLLYWOOD REPORTER. **Inside Kardashian Inc.** Estados Unidos: 2011. Disponível em: <<http://kardashianfragrance.com/images/press/2-2011-HollywoodReporter.pdf>>. Acesso em: 24 de maio de 2016.

TIME ONLINE. **How Kim Kardashian Is Changing the Fashion Industry**. Estados Unidos, 2014. Disponível em: <<http://time.com/3544184/kim-kardashian-instagram-fashion-vogue-icon/>>. Acesso em: 08 de maio de 2017.

TURNER, Graeme. **Understanding Celebrity**. Londres: SAGE Publications, 2004.

THOMPSON, John Brookshir. **A Mídia e a Modernidade: Uma Teoria Social da Mídia**. Petrópolis: Editora Vozes, 2014.