
Keeping Up With The Kardashians: O reality como instrumento para construção do corpo ideal dentro de uma narrativa transmidiática¹

Ariane Domene de MORAES²

Mirtes de Moraes CORRÊA³

Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, SP

RESUMO

Esse trabalho tem como objeto de estudo o *reality show Keeping Up with the Kardashians* e busca identificar qual é a relevância das imagens propagadas dentro dele e pelos outros meios de comunicação, para construção da imagem de um novo padrão corporal, utilizando principalmente a criação de uma narrativa transmidiática, na qual essa imagem é trabalhada de maneira massiva pela mídia. Tendo como principais contribuições teóricas Vera França (2014) com o conceito de “celebridades”, Henry Jenkins (2008) sobre a cultura da convergência e Edgar Morin (1969) que define o conceito de “olimpianos”, foi evidenciado como que os conteúdos trabalhados nos meios de comunicação podem interferir na maneira em que as mulheres se enxergam, podendo causar assim algum tipo de distorção da realidade e pressão para buscar uma imagem que é colocada como ideal.

PALAVRAS-CHAVE: *reality show*; Kardashians; convergência; transmídia; padrão corporal.

1. INTRODUÇÃO

Os padrões de beleza são diferentes em cada cultura, porém, o corpo ainda é o principal pilar de julgamento de beleza entre elas. O padrão corporal “seria um conjunto de características que um corpo deveria apresentar para ser considerado como belo por um determinado grupo de indivíduos” (FREITAS, 2010, p.392), sendo assim, as pessoas, e principalmente as mulheres, são intimadas a se alinharem a essas características para serem consideradas belas.

Por outro lado, a família Kardashian-Jenner pode ser considerada um ícone dentre as celebridades. Para Vera França (2014, p.18) o termo “celebridade passa a nomear uma pessoa que em razão de uma qualidade ou efeito, torna-se digna de celebração, reconhecimento, referência”. Além disso, para torna-se uma celebridade, é necessário

¹ Trabalho apresentado no IJ05 – Comunicação Multimídia, da Intercom Júnior – XIX Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Bacharel no curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Presbiteriana Mackenzie, e-mail: ariane.domene@gmail.com

³ Orientadora do trabalho. Prof. Dra. Do Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Presbiteriana Mackenzie, e-mail: mirtes.moraes@mackenzie.br

ocupar um lugar de destaque na sociedade, ter bom desempenho e ganhar visibilidade (FRANÇA, 2014, p.23).

Sendo assim, composta pelas irmãs Kourtney, Kim e Khloé Kardashian, Kendall e Kylie Jenner, além da mãe Kristen Mary Houghton, conhecida como Kris Jenner, a família estreou, em 2007, o *reality show* denominado *Keeping Up with the Kardashians* (KUWTK) no canal de televisão E! Entertainment Television que desde então tornou-se uma das principais fontes de publicidade da família. O programa tem por objetivo mostrar a rotina das meninas, incluindo seus relacionamentos, estilo de vida, lado profissional e padrão corporal.

O padrão corporal que as mulheres da família divulgam é definido pelas coxas grossas, quadril largo e uma cintura estreita, chamado de “*Slim Thick*”, traduzindo de modo livre, magro mas grosso. Esse corpo é cultuado por meio do mecanismo de identificação e projeção, já que “a imprensa de massa, ao mesmo tempo que investe os olímpianos de um papel mitológico, mergulha em suas vidas privadas a fim de extrair delas a substância humana que permite a identificação” (MORIN, 1969, p.113). Dessa maneira, a família influencia pessoas a procurarem meios para obter o corpo idealizado, até mesmo os estimulando a imitarem os seus estilos de vida para alcançar esse tipo de corpo.

De outra forma, buscando uma correlação da maneira que a imagem desse corpo é trabalhada na mídia, pode-se notar que devido o reality ser veiculado em um canal de televisão pago, a família expõe seu cotidiano em outras mídias, como internet, revistas e livros para ampliar a criação de um enredo mais completo sobre suas vidas para o consumidor do programa.

Assim sendo, pode-se entender que esses meios trabalham simultaneamente para reprodução do conteúdo televisivo, o que demonstra o conceito de convergência dos meios, descrito por Henry Jenkins, na sua obra *Cultura da Convergência*, no qual o define como sendo “o fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação” (JENKINS, 2008, p.27).

Tendo em vista o tema até aqui proposto, este artigo tem como objetivo geral identificar qual é a relevância do *reality show* para construção da imagem do “corpo ideal” dentro de uma narrativa transmidiática, na qual essa imagem é trabalhada de maneira massiva pela mídia. Além disso, procura-se verificar qual é a relação da imagem

propagada no programa e nos diversos meios de comunicação com a percepção e recepção do público, para entendimento da relevância do reality na divulgação de um padrão corporal.

Para isso, foi utilizado o estudo de caso como metodologia de pesquisa, que “se concentra no estudo de um caso particular, considerado representativo de um conjunto de casos análogos, por ele significativamente representativo” (SEVERINO, 2013, p.94). Assim, foi feita uma análise de dois episódios do *reality show Keeping Up with the Kardashians* de maneira mais aprofundada. Eles foram escolhidos por terem relação com a questão da imagem corporal e por refletirem também em um comportamento visto em nossa sociedade. Além disso, tendo como objetivo de analisar a construção da imagem corporal presente no programa e da narrativa relacionada a ela criada pela família em outros meios de comunicação, foi realizado a verificação de conteúdos propagados em outras mídias, como revistas, redes sociais, televisão e sites, que possuem temas ligados ao programa e a imagem corporal.

Como embasamento teórico foi discutido o tema “celebridade”, tendo como referência a família Kardashian que se tornou famosa e passou a ser cultuada pelo público. O conceito aqui trabalhado foi o de Vera França no seu livro *Celebridades do século XXI: Transformações no estatuto da fama*. Além disso, para entender o motivo de um famoso ser cultuado, buscou-se uma correlação com o mecanismo de projeção e identificação de Edgar Morin de seu livro *Cultura de massas no século XX: O espírito do tempo*. Como também, foi abordado as questões da convergência dos meios e narrativa transmidiática trabalhadas por programas de entretenimento, ideias de Henry Jenkins articuladas em seu livro *Cultura da convergência*.

2. KEEPING UP WITH THE KARDASHIANS

Em 2007, a família Kardashian estreou o *reality show* KUWTK na emissora de televisão E! Entertainment Television. O reality produzido por Ryan Seacrest conta com mais de duzentos e cinquenta episódios e é transmitido em mais de cento e sessenta países.

O programa concentra a atenção nas irmãs Kim, Kourtney e Khloé Kardashian, Kylie e Kendall Jenner e a mãe Kristen Mary Houghton, conhecida como Kris Jenner. E mostra o cotidiano delas, como seus relacionamentos, gravidez e parto, sessões de terapia familiar, procedimentos estéticos, desafios profissionais, viagens e festas.

Após a gravação de vinte temporadas, o reality foi descontinuado em junho de 2021, o que causou uma grande comoção nos fãs que o acompanhavam desde o início. O motivo que levou o final do programa, declarado por Kris Jenner em uma entrevista para Ryan Seacrest em 9 de setembro de 2020, foi a questão do cansaço, sendo esse encerramento importante para que toda a família pudesse descansar da intensa rotina de gravação do seriado.

No entanto, cerca de seis meses depois do final de KUWTK, a família comunicou que estariam gravando um novo programa, mas agora produzido especialmente para plataforma de streaming Star+, que teria um novo nome “*The Kardashians*”, tendo sua estreia prevista para abril de 2022.

O reality KUWTK foi utilizado para que a família obtivesse destaque na mídia, e nele pode-se observar que ela possui o objetivo de se tornar famosa. Logo, cabe aqui analisar quais foram as estratégias utilizadas para que a família alcançasse um alto nível de reconhecimento na sociedade que está inserida, e para isso faz-se necessário o entendimento sobre o conceito de celebridade.

2.1 CELEBRIDADES

Para Vera França (2014, p.18) o termo “celebridade passa a nomear uma pessoa que em razão de uma qualidade ou efeito, torna-se digna de celebração, reconhecimento, referência” e para torna-se uma celebridade, ainda segundo a autora, é necessário ocupar um lugar de destaque na sociedade, ter bom desempenho e ganhar visibilidade (FRANÇA, 2014, p.23).

Além de se destacar, o sujeito deve possuir carisma e criar um valor para quem o cultua. Nota-se que o valor não está somente atrelado aos atos deste indivíduo, mas também, aos valores que uma sociedade está admirando no momento, portanto, essa personagem deve estar de acordo com temas relevantes para o período que ela está evidente (FRANÇA, 2014, p.25).

Então, a celebridade passa a representar um carisma com auxílio dos meios de comunicação, para que seja reconhecida em frente aos valores determinados e respeitados pelo coletivo (FRANÇA, 2014, p.89). Fato que pode-se perceber quando se é analisado o comportamento da família Kardashian durante o reality, pois, se esforça para trazer um conteúdo relevante que entretenha o público para que ele passe a segui-la.

Por outro lado, o sociólogo Edgar Morin no livro *Cultura de massas no século XX: O espírito do tempo*, conceitua o termo “olimpianos” para as celebridades modernas. Eles são “simultaneamente, magnetizados no imaginário e no real, simultaneamente, ideias inimitáveis e modelos imitáveis” (MORIN, 1969, p.112). Dessa forma, pode-se explicar o culto a uma celebridade por meio de dois mecanismos, o da projeção e o da identificação. Defendido também pelo autor, já que “a imprensa de massa, ao mesmo tempo que investe os olímpianos de um papel mitológico, mergulha em suas vidas privadas a fim de extrair delas a substância humana que permite a identificação” (MORIN, 1969, p.113).

Sendo assim, a utilização da mídia para divulgação da imagem dessa personalidade, possibilita que o telespectador se sinta próximo dela, pois ele poderá presenciar acontecimentos do cotidiano similares ao de sua própria vivência, construindo o sentimento de identificação. Por exemplo, quando a família Kardashian-Jenner se expõe durante a programação de *Keeping Up with the Kardashians* mostrando seu cotidiano e suas questões pessoais, estão promovendo uma ideia de realidade e assim impactando o telespectador com uma imagem alcançável, mantendo uma aproximação com ele.

Porém, o telespectador também é impactado com uma imagem de celebridades “divinas” e inalcançáveis, o que faz com que ele passe a projetar e almejar uma vida igual a apresentada. Fato que pode-se notar quando a família retrata o luxo em que vive, como viagens, festas, casas e carros, o que está distante da realidade da maioria das pessoas, inclusive de seus fãs, demonstrando uma vida inacessível por meio de representações. Assim, faz com que o telespectador passe a se projetar nas situações que são assistidas e crie a necessidade de obter todo o luxo que é propagado.

Dessa forma, quando o seriado propaga imagens dos corpos das mulheres da família de maneira com que se torne desejável e cultuado pelo público, pode significar algum estímulo para que mulheres procurem procedimentos para obtenção de tal padrão corporal, movidas pelo sentimento de projeção e o desejo de algo que está fora de suas realidade, uma vez que sua apresentação parece real e possível de se alcançar. Por outro lado, analisar qual é o tipo de corpo representado nessas imagens faz-se de extrema importância para o entendimento do tema.

2.2 PADRÃO CORPORAL PROPAGADO

Com o avanço da tecnologia e reprodução de imagens através da publicidade, o corpo gordo que antes era admirado passou a ser sinônimo de algo não saudável. Conforme a historiadora Denise Bernuzzi De Sant’Anna (2016, p.72) “a obesidade resultava, segundo boa parte da propaganda, do acúmulo de impurezas no organismo, do mau funcionamento dos intestinos, sendo responsáveis por comprimir o coração”, fato que estimulou mulheres a terem medo do ganho de peso. Além disso, seguindo os pensamentos da autora, essa propaganda foi responsável por divulgar maneiras de emagrecer, colocando a imagem de magreza como algo bom para saúde (2016, p.80).

Durante a programação de *Keeping Up With The Kardashians*, é possível perceber que a aparência é o grande foco das meninas e é construída uma imagem relacionada à beleza. Pode-se observar diversos exemplos de como o tema é trabalhado: relatos de procedimentos estéticos realizados; inúmeros ensaios fotográficos; participações em desfiles de moda; e até mesmo os seus empreendimentos estão relacionados ao mundo da moda e da beleza, como a Skims de Kim Kardashian e a Kylie Cosmetics da Kylie Jenner, assim mostrando a maneira que usam o corpo como ferramenta de autopromoção.

Porém, o padrão demonstrado por elas não é o corpo magro, e sim o corpo com curvas. Percebe-se que o corpo de Kim Kardashian, definido, com coxas firmes, uma barriga lisinha e uma cintura pequena, chamado hoje de “*Slim Thick*”, ou seja, magro mas grosso, tornou-se um padrão, já que muitas mulheres se esforçam para se enquadrar nesse tipo de corpo.

Além disso, pode-se observar que a mídia é uma das principais ferramentas para divulgação desse corpo, fazendo com que mais mulheres sejam impactadas pela sua imagem, logo, o reality serve como veículo de propagação de um padrão corporal que é dado como ideal, fazendo com que seus telespectadores sejam pressionados a buscarem formas de alcançarem a imagem exposta, o “*Slim Thick*”.

2.3 CONVERGÊNCIA DOS MEIOS

Analisando como a imagem desse corpo é trabalhada na mídia, pode-se notar que o reality *Keeping Up With The Kardashians* foi utilizado como plataforma de autopromoção dessas celebridades. Porém, com o surgimento de novas tecnologias de comunicação, a família investiu em diversos outros meios para propagar seu cotidiano fora da televisão.

Desde o início da fama, as meninas da família ganharam notoriedade por estarem presentes em capas de revistas famosas e lançamentos de livros, onde compartilhavam mais detalhes do cotidiano. Entretanto, com o advento das redes sociais, pode-se notar que houve uma transição de informações sobre o reality do veículo *offline*, televisão e revistas, para a internet com conteúdos que se referem ao programa, mais especificamente as redes sociais, como Facebook, Instagram, Twitter e Youtube.

Por outro lado, com a eclosão das plataformas de conteúdo online, os produtores optaram por expandir o alcance da série para que o público tivesse uma melhor e completa experiência. O seriado entrou em 2020 para o catálogo da Netflix, provedora global de filmes e séries. Já em abril de 2022, após o seu encerramento, a família estreou o novo *reality show*, “*The Kardashians*”, pela Star+, outro serviço de *streaming* online.

Outro lado importante a se destacar, é que a maioria dos negócios da família são voltados para o ramo da beleza, e com eles essas celebridades buscam uma extensão do estilo de vida propagado, o que possibilita que os consumidores tenham uma experiência mais completa do que é transmitido no seriado.

Logo, é possível entender que existe um fluxo de materiais sobre a família que permeia vários meios de comunicação, fato denominado de convergência dos meios segundo Henry Jenkins na sua obra *Cultura da convergência*. Para ele a convergência dos meios é um:

Fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão quase a qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. (JENKINS, 2008, p.27)

Dessa maneira, a família constrói uma narrativa transmidiática, na qual “uma história se desenrola através de múltiplos suportes midiáticos, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo” (JENKINS, 2008, p.135), pois, o telespectador consegue um melhor acesso a série consumindo diversos meios, conseguindo assim um maior aprofundamento nos detalhes e sequência dos acontecimentos apresentados.

3. ANÁLISE DO REALITY

A análise do estudo de caso foi baseada no *reality show Keeping Up with the Kardashians*. A investigação foi feita por meio da observação do conteúdo exibido

durante os episódios, porém, foram escolhidos dois para serem vistos em profundidade buscando relevância e aderência para o tema aqui proposto, a imagem corporal. O primeiro foi o terceiro episódio da sexta temporada, com o título “*The Former Mrs. Jenner*” exibido em 2011, e o terceiro da terceira temporada que foi ao ar em 2009 denominado “*I’d Rather Go Naked... Or Shopping*”. Além disso, foi realizado a verificação de conteúdos propagados em outras mídias, como revistas, redes sociais, televisão e sites, que possuem temas ligados ao programa e a imagem corporal. Buscando assim relacionar a imagem propagada no seriado com o conteúdo divulgado em outros meios de comunicação. E a partir dessa apuração, verificar qual é a relação da imagem propagada no programa com a percepção e recepção do público com o fato apresentado.

Desde o primeiro episódio, a imagem das irmãs é colocada como algo que deve ser aperfeiçoado a fim de que elas estejam dentro do que se é considerado como belo. Levando em consideração a questão corporal, desde a década de 50 “a antiga exigência da cintura fina tendeu a ser ampliada para todo o ventre. A ideia em moda era afinar e tonificar toda parte mediana do corpo” (SANT’ ANNA, 2016, p.89), mas quando observado os corpos representados pelas irmãs, não se identifica o corpo extremamente magro, mas o que possui cintura fina e quadril largo, conhecido como “*Slim Thick*”. Essa idealização já foi observada por volta dos anos 40, onde a “esbelteza feminina continuava a incluir coxas grossas e quadris largos” (SANT’ ANNA, 2015, p.74).

Nota-se que no decorrer das temporadas, a imagem corporal delas foi transformada. No início, seus corpos não traziam um padrão, cada uma tinha o seu tipo de corpo, porém, já nos últimos episódios, é nítido que todas possuem o mesmo padrão corporal e traços faciais, como lábios, cabelo, nariz e rosto.

Para isso, adotaram procedimentos estéticos a fim de conquistar a “imagem perfeita”. Como exemplos pode-se citar: preenchimentos faciais, cirurgias plásticas no rosto ou corpo, aplicação de extensões de cabelo ou até bronzeamento artificial. A seguir serão destacadas as principais mudanças que aconteceram em Kim e Khloé Kardashian, por serem as mais famosas por essas modificações.

Iniciando por Kim Kardashian, como podemos ver nas imagens abaixo, em novembro de 2008 possuía curvas naturais, porém, em outubro de 2020, ela apresenta uma cintura mais fina, um quadril mais largo e os seios mais firmes. O que chama mais atenção nessa mudança é o aumento dos glúteos e quadril, fato que levou os telespectadores do reality a questionarem se ela não teria colocado implantes de silicone.

Esse assunto foi tratado no terceiro episódio da sexta temporada, chamado “*The Former Mrs. Jenner*”, no qual ela vai até um médico para fazer um exame de raio X dos glúteos para comprovar que não existe nenhum implante, após surgirem questionamentos do público. Porém, embora Kim não tenha admitido exatamente qual tipo de cirurgia realizou para conseguir esse corpo, muitos médicos apontam a lipoaspiração como instrumento que pode ajudar a retirar gordura da região da barriga e injetá-la nos glúteos e quadril a fim de aumentá-los, além da retirada de costelas para afinamento da cintura.



Fonte: Montagem Autoral.

Outras mudanças observadas em Kim são em relação ao seu rosto. Na imagem seguinte, pode-se notar alterações visíveis em seu nariz, bochecha, boca e maxilar. As quais só podem ser possíveis por meio de procedimentos estéticos, como rinoplastia; aplicação de toxina botulínica; além de ácido hialurônico, utilizado geralmente para o procedimento de “harmonização facial”.



Fonte: Erico Brasil Cirurgia Plástica (2022, online)

Já analisando as diversas capas de revistas em que apareceu, é possível notar suas mudanças corporais. Fato que demonstra a continuidade da imagem trabalhada no seriado em outras mídias.



Fonte: Google Imagens (2023, online), montagem autoral.

Por outro lado, Khloé Kardashian passou por um outro movimento em relação à sua própria imagem. Um exemplo de episódio que demonstra como Khloé lida com essa questão, foi o terceiro da terceira temporada que foi ao ar em 2009. Ela explora nos primeiros minutos do episódio como é difícil aceitar o próprio corpo desde criança e que sofre com a comparação entre ela e suas irmãs. O programa a retrata realizando um procedimento chamado Velashape, que serve para remodelar o corpo, e durante o tratamento ela se refere a si como “vaca gorda e obesa” apontando para seu braço.

No mesmo episódio, ela é convidada pela organização PETA (People for the Ethical Treatment of Animals) para posar nua em uma campanha contra o uso de roupas feitas com pele de animais. Quando revela sua decisão para sua família, seu padrasto, Bruce, a questiona se ela não deveria perder alguns quilos para o ensaio, o que a deixa extremamente insegura e aborrecida com a situação.

Nesta passagem, é evidente a pressão que sofreu com a imposição até mesmo de sua família sobre obter um corpo magro, submetendo a imagem da magreza ao belo, o que reforça a ideia de que “sem elegância de uma silhueta esguia, o contato social aparecia nos anúncios como um problema provocador de constrangimento” (2016, p.73) de Denise Sant’ Anna. Por outro lado, esse episódio reforça a ideia de que:

A segurança e a ausência da mesma são colocadas em discussão, na medida em que as Kardashians fazem parte das imagens difundidas na mídia, tendo seus corpos considerados um ideal de beleza, mas ao mesmo tempo sendo as mesmas influenciadas pela sociedade e buscando, também, um ideal estético (CAMARGO, 2019).

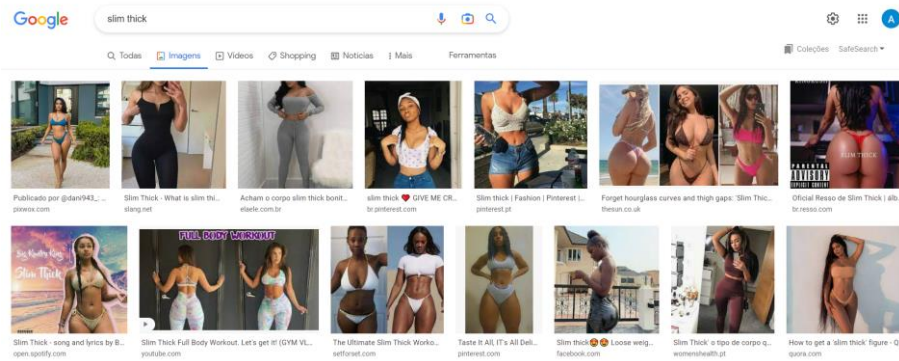
Além disso, partindo de toda pressão que Khloé passou para se parecer com as irmãs, na imagem abaixo é possível notar o quanto ela transformou seu corpo com o passar dos anos. Na fotografia da esquerda, em 2008, ela possui um corpo com formato retangular, já em 2022, sua cintura é bem desenhada e aparentemente está mais magra que anteriormente. Seu rosto também passou por mudanças, seu nariz está menor, sua boca mais volumosa e seu maxilar está mais marcado, o que indica uso de procedimentos estéticos e cirúrgicos para obtenção do resultado.



Fonte: Montagem autoral.

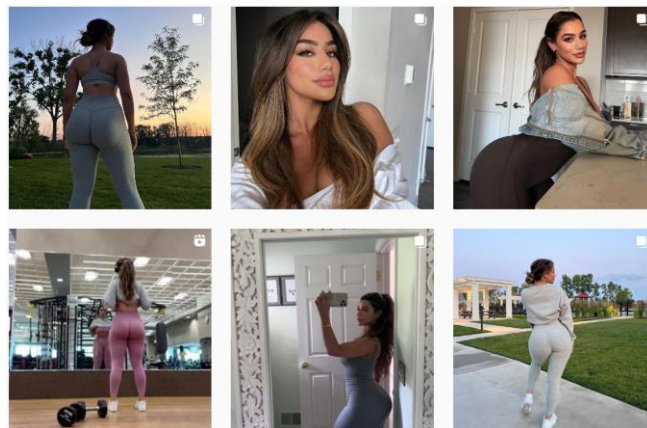
3.1 IMPACTO NOS CONSUMIDORES E CONVERGÊNCIA

Buscando uma relação do que foi exposto até aqui, a imagem corporal trabalhada pelas celebridades Kardashians no reality ou fora dele, com de qual maneira outras mulheres podem ser impactadas por ela, foi feita uma busca no Google Imagens com o termo “*Slim Thick*”. Então foi possível encontrar como resultado diversas mulheres com o mesmo padrão corporal. Além disso, é possível achar blogs e vídeos de mulheres ensinando métodos de como obter tal corpo, apresentando dietas e rotina de exercícios físicos, mesmo que não sejam profissionais da área da saúde.



Fonte: Google Imagens *Slim Thick* (2022, online)

Articulando com a ideia de Denise Sant’ Anna que afirma que “na medida em que a atenção ao volume corporal aumentou, as semelhanças entre os astros e seus imitadores tenderam a ser flagrantemente questionadas” (2016, p.93), pode-se destacar como exemplo a influenciadora Olivia Marcarelli, famosa na rede social TikTok por compartilhar sua rotina de exercícios e dieta. Ela não apenas possui o formato de corpo parecido com o das Kardashians, mas o formato do rosto, nariz, boca e cabelo também se assemelham muito ao das meninas da família. Mostrando assim, que o padrão divulgado pela família não é restrito somente no corpo, mas em outras características.

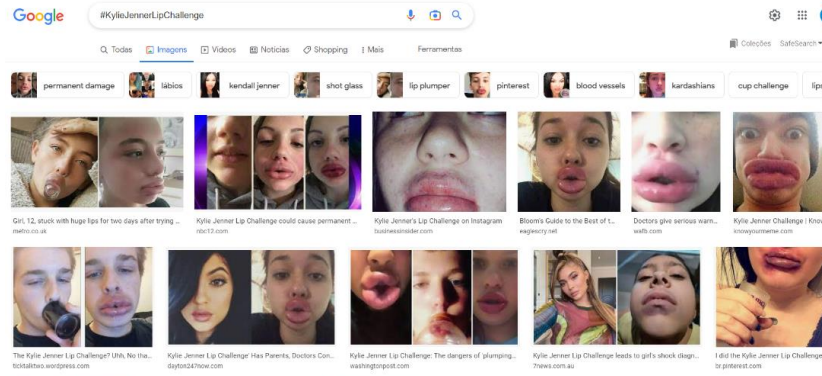


Fonte: Instagram Olivia Marcarelli (2022, online)

O caso da influenciadora demonstra como o padrão corporal desejado, o mesmo apontado pela família Kardashian como ideal, pode influenciar no modo de vida que uma pessoa adere, já que ela construiu uma rotina de treinos e alimentação voltada para obtenção desse corpo.

Outro exemplo de como uma ação feita por uma celebridade pode impactar no comportamento de indivíduos, foi a transformação nos lábios de Kylie Jenner, que os aumentou em 2014. Fato que causou grande repercussão na mídia, e suas seguidoras e fãs criaram o desafio #KylieJennerLipChallenge, onde sugavam os lábios com um copo para

que ficassem volumosos como o de Kylie. Em alguns casos, o indivíduo excedeu o limite do corpo, ficando com sérios hematomas no rosto, alguns até permanentes, o que podemos observar na imagem abaixo em alguns exemplos:



Fonte: Google Imagens #kyliejennerlipchallenge (2022, online)

Sendo assim, as imagens que são exibidas nessa narrativa ajudaram a família a conquistar a fama e a promover o padrão corporal ideal. Fato que impactou mulheres que entraram em contato com essas representações, já que, em alguns exemplos aqui mostrados, o padrão proposto pela família foi reproduzido, logo, podendo-se notar que as imagens divulgadas podem influenciar nos comportamentos de seus telespectadores.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para responder à pergunta problema, “qual a relevância do *reality show* para construção da imagem do “corpo ideal” dentro de uma narrativa transmidiática?”, foi necessário mirar nos seguintes temas: a imagem corporal propagada no reality, a cultura da convergência e a recepção dessa imagem pelo público.

Sendo assim, foi possível notar que nas primeiras temporadas, por volta dos anos 2010, a questão da aparência e o quanto ela importava para as mulheres da família foi muito abordada no reality. Elas consideravam o corpo magro como sendo um objetivo a ser alcançado e buscavam maneiras de obtê-lo. Porém, embora procurassem meios para parecerem ou estarem mais magras ainda não conseguiam ficar dentro do tipo de corpo que era vislumbrado na época. Fato que pode ter influenciado para que elas criassem um próprio “corpo ideal”. Esse corpo ideal robusto que hoje é admirado, o “*Slim thick*”.

Nesse sentido, pode-se entender que elas se voltaram para características que não conseguiam mudar por meio das dietas restritas, procedimentos estéticos ou exercícios. Uma delas é a estrutura de seus corpos, que já eram corpulentos, assim se empoderaram

dela. Fazendo com que muitas mulheres que não se enxergavam nos corpos magros, que apareciam na mídia, se sentissem mais representadas. Dessa maneira, a família pôde divulgar essa nova ideia de corpo com o uso de imagens e o público passou a cultuá-lo por estar sendo colocado como algo belo e atingível dentro do reality.

Por outro lado, a visibilidade desse corpo se deu pelo fato de que a família trabalhou sua imagem de maneira estratégica, por meio de uma narrativa transmidiática. Tal narrativa contou com diversos meios de comunicação difundindo suas imagens, promovendo ao telespectador uma experiência completa sobre o conteúdo principal, seus estilos de vida e suas aparências.

Embora o reality tenha sido a principal ferramenta para veiculação do estilo de vida Kardashian, o surgimento de outras plataformas de entretenimento durante os anos gerou oportunidades para que a família se mantivesse na mídia e na memória do telespectador. Assim, o movimento da cultura da convergência foi de extrema importância para que elas alcançassem a fama e se tornassem uma das famílias mais conhecidas do mundo atualmente.

Portanto, com esse trabalho foi possível verificar que a imagem corporal trabalhada no *reality show Keeping Up with the Kardashians* pelas celebridades protagonistas, trouxe consigo uma importante discussão sobre como a divulgação de imagens em veículos de alta audiência pode servir como ferramenta para construir um modelo de corpo ideal. Principalmente quando por trás dessas imagens é possível identificar uma estratégia assertiva do uso de diversos meios de comunicação para criação de uma narrativa transmidiática. Fato que viabiliza com que a representação exposta no reality seja reproduzida massivamente e então alcance um número maior de pessoas. E essas pessoas, por serem impactadas através de vários tipos de comunicações, estão sujeitas a idealizarem a imagem corporal propagada.

REFERÊNCIAS

CAMARGO, Caroline. **A representação feminina no reality show: Keeping Up With the Kardashians e o pós-feminismo.** 2019. Comunicação social – Habilitação publicidade e propaganda) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2019.

Cirurgias plásticas da Kim Kardashian | Antes e depois da Kim Kardashian. **Erico Brasil Cirurgia Plástica**, 2022. Disponível em: <https://ericobrasil.com.br/cirurgias-plasticas-da-kim-kardashian-antes-e-depois-da-kim-kardashian/>. Acesso em: 11 de set. 2022.

FRANÇA, Vera. **Celebridades do século XXI**: Transformações no estatuto da fama. Porto Alegre: Sulina, 2014.

FREITAS, Clara Maria Silveira Monteiro. O padrão de beleza corporal sobre o corpo feminino mediante o IMC. **Revista Brasileira de Educação Física e Esporte**. São Paulo, v.24, n.3, p.389-404, 2010.

Getty Images. Disponível em: <https://www.gettyimages.com.br/fotos/khloe-kardashian-peta-billboard-unveiling-los-angeles>. Acesso em: 12 de set. 2022.

Google Imagens #kyliejennerlipchallenge. Disponível em:
[https://www.google.com/search?q=%23kyliejennerlipchallenge&tbm=isch&ved=2ahUKEwim-Ky5urb7AhWGCrkGHa6-DQMQ2-cCegQIABAA&oeq=%23Kylie&gs_lcp=CgNpbWcQARgAMgQIIxAnMgcIABCABBATMgcIABCABBATMgYIABAeEBMyBggAEB4QEzIGCAAQHhATMgYIABAeEBMyBggAEB4QEzIGCAAQHhATOgQIABADoggIABCABBBCxAzoLCAAQgAQQsQMqgwE6BQgAEIAEOgQIABAeULcJWJgXYL0haABwAHgAgAgQaogBgQ2SAQUwLjEuNpgBAKABAaoBC2d3cy13aXotaW1nwAEB&sclient=img&ei=d892Y-bgBoaV5OUPrv22GA&bih=812&biw=1707&rlz=1C1GCEU_pt-BRBR983BR983](https://www.google.com/search?q=%23kyliejennerlipchallenge&tbm=isch&ved=2ahUKEwim-Ky5urb7AhWGCrkGHa6-DQMQ2-cCegQIABAA&oeq=%23Kylie&gs_lcp=CgNpbWcQARgAMgQIIxAnMgcIABCABBATMgcIABCABBATMgcIABCABBATMgYIABAeEBMyBggAEB4QEzIGCAAQHhATMgYIABAeEBMyBggAEB4QEzIGCAAQHhATOgQIABADoggIABCABBBCxAzoLCAAQgAQQsQMqgwE6BQgAEIAEOgQIABAeULcJWJgXYL0haABwAHgAgAgQaogBgQ2SAQUwLjEuNpgBAKABAaoBC2d3cy13aXotaW1nwAEB&sclient=img&ei=d892Y-bgBoaV5OUPrv22GA&bih=812&biw=1707&rlz=1C1GCEU_pt-BRBR983BR983). Acesso em: 19 de set. 2022.

Google Imagens *Slim* *Thick*. Disponível em:
https://www.google.com/search?q=Slim+thick&tbm=isch&ved=2ahUKEwil9_uzurb7AhV_M7kGHdhgDtMQ2cCegQIABAA&oeq=Slim+thick&gs_lcp=CgNpbWcQAZIECCMQJzIECCMQJzoHCAAQsQMqQzoICAAQgAQQsQM6BQgAEIAEOggIABCxAxCDAToHCCMQ6gIQJzoLCAAQgAQQsQMqgwE6BAGAEEM6BAGAEB46BggAEAgQHIC5CFikSmCaTGgEcAB4AIAB4AGIAeAUkgEGMC4xMi4zmAEAoAEBqgELZ3dzLXdpei1pbWewAQRAAQE&sclient=img&ei=a892YWVMv_m5OUP2MG5mA0&bih=812&biw=1707&rlz=1C1GCEU_pt-BRBR983BR983. Acesso em: 11 de set. 2022.

Instagram Khloé Kardashian. Disponível em: <https://www.instagram.com/khloekardashian/>. Acesso em: 5 mar. 2022.

Instagram Kim Kardashian. Disponível em: <https://www.instagram.com/kimkardashian/>. Acesso em: 5 mar. 2022.

Instagram Olivia Marcarelli. Disponível em: <https://www.instagram.com/oliviamarcarelli/>. Acesso em: 11 de set. 2022.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX**: O espírito do tempo. Rio de Janeiro: Forense, 1969.

SANT' ANNA, Denise Bernuzzi. **Gordos, magros e obesos**: uma história do peso no Brasil. São Paulo: Edição Liberdade, 2016.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico** [livro eletrônico]. São Paulo: Cortez, 2013.