



Chanel 5: Uma Nova Perspectiva de Representação da Mulher¹

Ana Carolina Alvestad YRKE²

Brenda Alves SOARES³

Renata Barreto MALTA⁴

Universidade Federal de Sergipe, Sergipe, SE

RESUMO

A marca Chanel é tida como referência no que diz respeito ao elevado nível de produção de seus comerciais. Outro aspecto que merece destaque é como a marca representa a mulher em todo o seu discurso publicitário, diferente do modo como comumente a imagem feminina é configurada em outros comerciais. Levando-se em consideração essa peculiaridade presente na Chanel, foram estudados dois vídeos de décadas diferentes, por meio de uma análise de conteúdo qualitativa, com o objetivo de investigar e compreender o que permaneceu, o que modificou-se de uma época para outra, bem como a relação existente entre os dois comerciais. Concluindo que, muito embora tenham se passado dez anos entre um vídeo e outro, ainda assim a mulher é apresentada com o mesmo grau de importância e representatividade pela Chanel.

PALAVRAS-CHAVE: Chanel; Mulher; Publicidade.

1. INTRODUÇÃO

A grife Chanel é uma das maiores marcas do mundo da moda, centenária, possui influência mundial no que se diz respeito a criar conceitos e disseminar comportamentos. O império criado por Coco Chanel é respeitado e admirado por adotar um posicionamento que costuma ser reforçado em suas propagandas. O conceito da “mulher Chanel” pode ser considerado o cerne da marca e, assim, está presente em suas ações comunicacionais por meio de representações que simbolizam a essência dessa mulher. Ao se identificar com tais representações, a usuária da Chanel tende a sentir-se diferenciada e especial.

¹ Trabalho apresentado no IJ 5 – Rádio, TV e Internet do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 02 a 04 de julho de 2015.

² Estudante de Graduação do 6º Semestre do curso de Comunicação Social. Habilitação em Publicidade e Propaganda da UFS. Email: anacarolinabdc@gmail.com

³ Estudante de Graduação do 6º Semestre do curso de Comunicação Social. Habilitação em Publicidade e Propaganda da UFS. Email: alvessoaresb@gmail.com

⁴ Orientador do Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda da UFS. Email: renatamalta@hotmail.com



Para reproduzir tal ideal, a marca investe em produções publicitárias que se assemelham às cinematográficas, contratação de cineastas, diretores de *Hollywood* e a atuação de celebridades mundialmente conhecidas são apenas alguns dos exemplos de meios que a Chanel sempre utiliza para que seus comerciais sejam o sucesso que são.

Considerando a relevância da marca para o mercado, assim como a importância de se observar e analisar a representação da mulher na mídia, esse estudo tem como objetivo compreender a imagem de mulher que a marca apresenta em suas produções publicitárias, o modelo de comportamento feminino que a marca dissemina, o qual tende a ser identificado e aceito por parte da sociedade.

Para analisar a representação da mulher nos comerciais da Chanel, e obter respostas a nossos questionamentos, optamos por interpretar duas grandes produções de sucessos produzidos pela marca de diferentes momentos sociais, o “Chanel N° 5- Nicole Kidman”, de 2004 e o “*The One That I Want* – Gisele Bündchen” de 2014, ambos dirigidos pelo cineasta Baz Luhrmann. Levando em consideração a passagem de dez anos entre uma produção e outra, queremos observar as mudanças de comportamento e imagem da mulher transmitida pela Chanel, e perceber se essa representatividade está de acordo com o que se espera a respeito da igualdade de gênero, em um modelo social ideal nessa ceara.

2. REPRESENTAÇÃO DA MULHER EM COMERCIAIS DE PERFUME

Nos comerciais de perfumes, o estereótipo da mulher sedutora, apaixonada, que usa certo perfume para conquistar mais homens ou que é o cheiro do perfume que faz o homem lembrar dela, são clichês utilizados pelas marcas. Romances, relações amorosas, a necessidade de aceitação social, a mulher fatal, que exala luxo e poder também são outros aspectos comumente usados na grande totalidade dos comerciais.

Esse perfil da mulher de certa forma usar o perfume para “satisfazer” ou aumentar a sua efetividade com os homens é um dos pontos criticados pelos movimentos feministas e defensores de direitos igualitários de gênero, por se tratar de mais uma maneira de colocar a mulher em segundo plano, como submissa. Mesmo nos comerciais em que elas são protagonistas o objetivo final ainda é se tornar ideal para aquele homem. Sabe-se que esse tipo de estratégia ainda é colocado em prática em



diversas outras áreas da propaganda, não só em produções voltadas ao mercado de cosméticos. O tempo, as lutas por igualdade e a crescente importância da mulher nos meios sociológicos e econômicos são alguns dos responsáveis por uma gradativa mudança de comportamento da sociedade.

3. HISTÓRICO E POSICIONAMENTO DA CHANEL

A Chanel surge em Paris no ano 1909 por Gabrielle Bonheur Chanel, a “Coco Chanel”, como era mundialmente conhecida. Ela ganhou esse apelido devido ao seu trabalho como cantora. Inicialmente, a loja vendia apenas chapéus confeccionados sob medida e tinha o nome de “Chanel Modes”, mas a originalidade e elegância dos modelos de roupas de Coco logo tomam fama pelas ruas de Paris e em 1913 ela já inaugura a sua segunda loja, apresentando para a sociedade sua linha de roupas esportivas.

Em 1921, a marca apresenta sua primeira fragrância, o icônico “Chanel N° 5”, considerado por muitos nomes da moda o responsável pela sua ascensão. Criado por Ernest Beaux, o N°5 foi assim nomeado por ser o número da sorte de Coco, além de ter sido o quinto aroma mostrado à Mademoiselle Chanel. A partir daí, são só novos lançamentos de perfumes, linhas de roupa para todas as estações, a confecção de novos produtos e o crescimento do sucesso, a Chanel era uma grife francesa reconhecida por todo o mundo da moda.

Nos anos 60 a Chanel é artigo de luxo, e as maiores celebridades da época usam e fazem propaganda dos produtos, quando as estrelas Elizabeth Taylor, Jane Fonda, Jackie Kennedy, Grace Kelly e Jeanne Moreau vestem os últimos lançamentos da Chanel o fascínio do público pela marca atinge seu auge. E essa estratégia é utilizada até hoje, quando temos Marilyn Monroe, Catherine Deneuve, Nicole Kidman e agora Gisele Bündchen como garotas propaganda da Chanel. Nos dias atuais a marca é administrada por Alain e Gerard Wertheimer, netos de Pierre Wertheimer, que foi um parceiro de negócios da couturière Coco Chanel durante muitos anos. Hoje, a Chanel S.A. é uma empresa especializada em alta-costura, bens de luxo e acessórios de moda. Uma das grifes mais usada pela classe A e de qualidade reconhecida mundialmente.



4. METODOLOGIA

O método empregado para a execução do artigo foi a análise de conteúdo qualitativa, que visa analisar o objeto de estudo de um modo mais subjetivo, descrevendo e interpretando o conteúdo, resultando em uma reinterpretação da mensagem, diferentemente da análise quantitativa, que é mais objetiva.

Para as análises, selecionamos dois comerciais da marca Chanel, mais especificamente do perfume Chanel N°5. Trata-se de um vídeo produzido em 2004, estrelado por Nicole Kidman⁵, e o outro de 2014, estrelado por Gisele Bündchen⁶. Para tanto, elaboramos categorias de análise as quais foram identificadas no *corpus*, constituído pelos dois vídeos. São elas: Modelo e sua representação (quem é a celebridade e sua representação simbólica); Figurino (como a personagem principal está vestida); Cenário (onde ela contracenava); Outros personagens (com quem ela contracenava); Traços de personalidade (expressões); Trilha sonora. Ressaltamos que a definição das categorias é função do pesquisador. Para Bardin (2009), O trabalho de categorização realizado pelo analista é como uma poda, uma delimitação das unidades de codificação. Cada vídeo será analisado separadamente com o objetivo de estabelecer uma comparação em relação ao que mudou de um para outro durante esse período de dez anos a partir das representações neles identificadas e categorizadas.

5. ANÁLISE DOS VÍDEOS

5.1. Chanel n°5 - Nicole Kidman

- Como ela está vestida?

No início do vídeo a personagem está trajada em um longo vestido na cor rosa claro, que chama bastante atenção, pois é o primeiro figurino utilizado por ela. O movimento de balanço do vestido é perceptível à medida que ela sai correndo de dentro do táxi. Ela utiliza, ainda, um par de brincos de brilhantes. Dessa forma, é notável a ideia de luxo e glamour que se quer ser transmitir.

⁵ Vídeo Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=nfoMbir_Qd4

⁶ Vídeo Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=8asRWe5XNw8>



Em um segundo momento a atriz aparece com uma roupa que não possui o mesmo glamour da anterior, no entanto, é uma mescla entre formalidade e sensualidade. A formalidade é garantida pelo terno preto, camisa branca e gravata, remetendo a um ambiente de trabalho e espaço de negócios. Os elementos que remetem à sensualidade são o short curto, a camisa branca aberta mostrando a roupa interior, e um par de saltos. Esse teor sensual se intensifica devido aos gestos e movimentos corporais da atriz, e à medida que o personagem que contracena com ela vai a despindo paulatinamente.



O terceiro e último figurino utilizado proporciona à modelo charme e elegância, pois trata-se de um vestido preto longo, além de um colar no qual está gravado na parte de trás o número 5, que representa o perfume Chanel. É um momento em que todos os holofotes estão centrados na direção da personagem, ou seja, ela é, nesse instante, a principal atração da noite. Podemos afirmar que o vestido longo preto representa o clássico, porém, o decote nas costas é extravagante e seria, aqui, um elemento que garante unicidade ao figurino. A atriz se destaca a partir dele.



- Onde ela contracena?

São várias as locações em que a atriz contracena. A primeira delas é na cidade de Nova York, quando ela sai correndo de dentro de um táxi, cercada por repórteres, apresentando um aparente desconforto. Ainda neste cenário, a atriz aparece sentada em um monumento com o número 5 da marca Chanel, na sacada de um prédio, com a visão da cidade aos seus pés. Nesta cena, ela já está atuando com o outro protagonista do comercial e os dois permanecem nesse cenário até a cena final.

Para encerrar o vídeo a personagem está subindo uma escada em um tapete vermelho, fazendo referência ao poder e a sensualidade, novamente. É nesse momento que ela vira-se de costas e percebe então a presença do seu amado, finalizando assim o comercial.

- Quem é a atriz modelo? O que ela representa?

A atriz protagonista do comercial é Nicole Kidman, que é produtora de cinema, vencedora de Oscar e de vários outros prêmios de prestígio. Nicole é reconhecida mundialmente por suas performances musicais e beleza. Nicole é uma referência no universo da fama, pois já foram atribuídas a ela diversas nomeações importantes, sendo assim, uma referência mundial.

A personagem presente no comercial também possui ligação com a fama, com o poder e o prestígio, e isso é algo nítido em todas as cenas. No entanto, é possível perceber em seu semblante que a protagonista representa uma mulher que possui suas frustrações frutos da fama, mas não deixa se abater e ainda permite-se ser levada pelo sentimento do amor, mesmo que em questão de instantes.

- Com quem ela contracenava?

A personagem contracenava em todo o vídeo com o ator brasileiro Rodrigo Santoro. Por conta do seu estereótipo de galã, Rodrigo Santoro é reconhecido como um ícone presente no universo de sentimentos mais intrínsecos às mulheres, no âmbito das teledramaturgias, já formou pares românticos com diversas atrizes da emissora brasileira Rede Globo de televisão, além de papéis em filmes internacionais.



- Traços de sua personalidade/Expressões

Durante todo o comercial é notável que existe uma mistura de sentimentos envolvidos, seja no tom de voz da personagem, ou até mesmo em suas expressões. Em um primeiro momento, em que ela aparece saindo do táxi, as suas expressões remetem ao medo e desespero, pois entende-se que ela está fugindo de repórteres e da imprensa no geral, sendo algumas outras cenas intercaladas a essa que mostram jornais noticiando seu desaparecimento.

Já a partir do momento em que a personagem encontra o ator que faz o papel de um repórter o qual ela irá se apaixonar a partir do primeiro instante, a expressão já é de felicidade, de liberdade. O romance se estabelece quando os personagens se beijam. Pode-se dizer que em um próximo momento ela se mostra mais confiante, apesar de todas as incertezas que ainda estão presentes na sua vida.

E no final do vídeo, no qual ela desiste daquele momento e aceita voltar a sua realidade, ela está subindo os degraus no tapete vermelho, a expressão é de serenidade, aceitação e calma, é quando a personagem dá o último sorriso e segue adiante, voltando novamente a esse mundo da fama, no qual ela é ainda o centro das atenções.

- Trilha Sonora

Como o comercial é constituído por falas dos personagens, a trilha sonora é instrumentalizada sem letras em sua melodia. A música tocada pela Orquestra sinfônica de Sydney, acompanha o ritmo das cenas, atribuindo um ar misterioso e ao mesmo tempo chamando atenção pelos níveis de intensidade utilizados. Além da música em questão, é o som ambiente é projetado à imagem, com efeitos sonoros que o intensifica e garantem sua audibilidade, como o barulho do sapato da personagem no momento em que ela foge e o barulho dos fogos de artifício. Todo esse conjunto de sons agrega ainda mais intensidade e sentimentalismo ao comercial.

5.2. The One That I Want (Chanel N°5) - Gisele Bündchen

- Como ela está vestida?

Na cena que inicia o vídeo, Gisele encontra-se na praia e vestida em um maiô de Surfe, no qual está gravado o número 5 (cinco) na parte de trás, número este que imediatamente faz referência ao perfume da Chanel do comercial em questão. É possível perceber uma sensualidade na forma como o maiô está disposto no corpo dela, a abertura central torna essa sensualidade ainda mais marcante e visível, considerando também o movimento corporal da modelo para despir-se de parte da vestimenta.



Já em um segundo momento, a modelo veste um roupão branco, aparentemente de uma seda leve que traz movimento na medida em que ela corre em direção à janela.

Na cena seguinte, onde ela aparece como modelo fotográfica, o figurino utilizado remete ao glamour. Ela veste dois vestidos brilhantes, um dourado e outro em tom de pérola, fazendo referência também à noite. O par de brincos que a modelo está



usando, ganha bastante destaque nas cenas seguintes, por se tratar do número 5 coberto de brilhantes e cristais. Um dos calçados utilizados com os vestidos são tênis, mesclando assim, a delicadeza do vestido, com o espírito esportivo, remetendo a mistura de conceitos que a Chanel usa nas suas criações.

Na última cena, um detalhe importante é o destaque para um colar de brilhantes, no qual está gravado novamente o número 5, e um vestido preto de corte reto e pedraria no decote, que remete simplicidade e elegância no mesmo figurino. Assim como no primeiro vídeo, o clássico representado pelo vestido de festa preto é “quebrado”, aqui por uma joia que reforça unicidade, exclusividade e diferenciação.



- Onde ela contracena?

São várias as locações em que o vídeo se passa. O primeiro espaço é uma praia e ela se encontra dentro do mar, realizando movimentos com a sua prancha de surfe Chanel, representando a sua liberdade e a prática do esporte. Posteriormente ela corre até uma casa, localizada na beira da praia que remete ao luxo, já que possui um design moderno e elaborado, além de ser bastante espaçosa, levando em consideração que se trata de uma casa na praia, e cores que variam entre o branco e cinza, dando um ar mais *clean* ao local.

Em seguida, a modelo contracena em um estúdio, no qual ela realiza um ensaio fotográfico para a marca Chanel. O ambiente em questão não se apresenta muito elaborado, pois o destaque maior é a própria modelo e as luzes direcionadas a ela.

Saindo do estúdio à noite, Gisele dirige um carro de luxo, percorrendo ruas de Nova York, passando por um viaduto, chegando, então, ao salão de festas, que possui um design clássico, típico de grandes teatros

- Quem é a atriz/modelo? O que ela representa?

A atriz do vídeo é a modelo Gisele Bündchen, conhecida mundialmente e que já possui anos de trabalho como modelo e, no cenário da moda, é considerada a maior e mais valiosa Top Model do mundo. Gisele é uma mulher que evoluiu em sua carreira profissional. Sem deixar que sua carreira atrapalhasse na sua vida social, Gisele é o tipo de mulher moderna que exerce seu papel de mãe, de esposa, de profissional e que também possui outras responsabilidades ligadas, inclusive, a sua vida pessoal.

E é essa a mulher retratada no comercial, aquela que mesmo com todas as dificuldades e empecilhos da vida, ainda assim, consegue ter tempo para a família e, sobretudo, para amar e se deixar ser feliz sem nenhum medo, estando ciente de qualquer consequência que venha a surgir. Pode-se dizer que ela interpreta a si mesma na atuação do comercial.

- Com quem ela contracenava?

No vídeo, Gisele contracenava com Michiel Huisman, ator e um dos personagens da série Game Of Thrones, sendo que sua carreira encontra-se em ascensão. No comercial, este homem desperta sentimentos na personagem. Ele possui um olhar apaixonado pela modelo, e demonstra preocupação em relação ao relacionamento dos dois.

A modelo contracenava também com uma menina loira que representa supostamente a sua filha. As duas contracenam num clima de amor e descontração, num momento que estão se divertindo enquanto se produzem. Gisele borrifa um pouco Chanel N° 5 no ar, transformando a cena em um momento de magia.



Além desses dois personagens, a modelo ainda atua com um grupo de aproximadamente cinco pessoas, que representam a equipe fotográfica do ensaio no

estúdio citado, inclusive o próprio diretor do comercial Baz Luhrmann aparece nesse cenário.

O vídeo é encerrado com Gisele contracenando com o personagem protagonista em uma cena de romance, na qual os dois se beijam, remetendo assim à ideia de que apesar de todos os empecilhos, ela escolheu também o amor.

- Traços da sua personalidade/Expressões

No vídeo como um todo, a personagem apresenta um olhar misterioso e ao mesmo tempo focado, como no início do comercial em que ela ao mesmo tempo em que surfa, observa a casa e o ator que se encontram um pouco distante do mar. Na maior parte do vídeo ela direciona o seu olhar para o além, como se estivesse à procura de algo ou de alguém.

Uma exceção é quando ela contracena com a suposta filha, momento em que ela sorri várias vezes e se mostra um pouco mais descontraída, porém assim que a garota sai da cena, ela volta a adquirir àquele olhar mais concentrado, principalmente na cena posterior, na qual ela é fotografada.

Em um dos momentos finais do vídeo, quando ela segura uma carta, supostamente deixada pelo ator com quem ela contracena, a expressão é de medo, angústia e é nesse momento em que ela chora enquanto dirige em direção ao salão de festas. Quando por fim os dois personagens se encontram, a expressão da modelo é de alívio e felicidade em tê-lo encontrado.



- Trilha sonora

O clássico de Grease, “You are The One That I Want”, ganha uma versão lenta e romântica na voz de Lo-Fang, e é a única música reproduzida em todo o comercial. A mesma acaba exercendo um papel fundamental, de envolver o telespectador no enredo



de toda a história, já que não há nenhuma fala durante o vídeo inteiro, somente expressões e o próprio som da música.

A música se apresenta em um ritmo lento, de mistério e certa introspecção, presente na voz do cantor. Algumas batidas de som que lembram estalos de dedos das mãos despertam ainda mais o interesse de quem assiste, pois acrescenta uma vivacidade às cenas, mesclando assim a lentidão presente na música com os toques um pouco mais intensos.

6. ANÁLISE COMPARATIVA

Após a análise individual de cada vídeo, foi possível compreender que, muito embora tenham se passado dez anos entre um comercial e outro, a ideia central ainda assim é mantida, ou seja, o posicionamento e proposta da marca Chanel é nitidamente visível.

A mulher Chanel retratada em ambos os vídeos é àquela considerada referência na área profissional em que atua, uma mulher moderna, que vive os conflitos que a vida lhe proporciona, porém não deixa de lado outros prazeres, como família e, sobretudo, o amor. A figura masculina também é representada nos dois comerciais como aquela capaz de aguçar no imaginário feminino paixão e desejo, tanto no primeiro com Nicole Kidman, quanto no segundo com Gisele Bündchen, o homem aparece como um fator considerado primordial em toda a execução e enredo da história contada.

O glamour, que também faz referência à marca Chanel, é trabalhado nos dois vídeos, cada um adaptado à realidade da época em que foi produzido, porém sem deixar de se fazer presente, desde o figurino até a escolha das locações, são minimamente pensados de modo a se relacionarem entre si, estabelecendo um elo de ligação e coerência.

Outro ponto importante de ser mencionado é que os dois comerciais se encerram dando um maior destaque ao colar utilizado pelas personagens, no qual está gravado o número 5, que é do perfume Chanel. Ou seja, a comparação entre um vídeo e outro se dá por meio de algumas características que os tornam únicos, como as locações, figurino e atores, no entanto, a ideia central que se busca transmitir é a mesma, essa representação da mulher Chanel.



7. CONCLUSÃO

Os resultados obtidos a partir da análise comparativa permitem compreender que ambos os vídeos encontram-se alinhados à proposta e posicionamento da marca, que é o de representação da mulher sob uma diferente perspectiva.

Muitas marcas de perfumes, trazem em seu discurso publicitário uma representação que subjuga a mulher, na qual a mesma é representada de modo a satisfazer e aguçá-lo o desejo nos homens a partir do momento em que ela utiliza determinado perfume. Não sendo, dessa forma, colocada em um primeiro plano nos comerciais.

E em contramão a essa realidade já existente, a Chanel se apresenta de um modo diferente, pois a mulher passa então a ser colocada em primeiro lugar, sem a necessidade de se mostrar submissa, mas sim, de ser a autora da própria história. A mulher moderna, que não precisa necessariamente ser objeto de desejo, mas sim provocar esse desejo e guiar o rumo da sua vida.

O alto padrão com que são produzidos os comerciais Chanel já é uma referência no âmbito publicitário, pois se trata de algo singular, características únicas e intrínsecas à marca, os mínimos detalhes são pensados, de modo a não somente transmitir a mensagem, mas também reafirmar os ideais da marca.

Ao analisar o mercado, percebe-se que a tendência é de que esse padrão continue fazendo parte da Chanel, de modo a adaptar à realidade de cada época em que o comercial for produzido.

8. REFERÊNCIAS

Chanel. Disponível: <http://www.chanel.com/pt_BR/>. Acessado em: 10 de jan. de 2015.
BARDIN, L. Análise de Conteúdo. Lisboa: Edições 70, 2009.

Linha do Tempo. Disponível em: <http://inside.chanel.com/pt/timeline/1978_creation-of-ready-to-wear>. Acessado em: 10 de Jan. 2015.

DIAS DE OLIVEIRA, Laura. Et al. MACHADO HAMSTER, Morgana. Chanel nº5: Um olhar sobre os aspectos publicitários que evoluem por trás do perfume. Série: Artes, Letras e Comunicação, V.13, p. 41-52, 2012. Disponível em: <<http://sites.unifra.br/Portals/36/artigos%20letras/artigos%20letras/2012/04%20-%20166%20CHANEL%20N%C2%BA%205%20UM%20OLHAR%20SOBRE%20OS%20ASPECTOS%20PUBLICIT%C3%81RIOS.pdf>>. Acessado em: 15 de Jan. 2015.



FLUSSER, V. **Filosofia da Caixa Preta: Ensaio para uma futura filosofia da fotografia**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

JAFFE, J. **O declínio da mídia de massa**. São Paulo: M.Books, 2008.

UZÊDA, Sabrina. **A representação da mulher na mídia: um olhar feminista sobre as propagandas de cerveja**. PPGNeim/UFBA. Disponível em: <http://www.direitoacomunicacao.org.br/index2.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=367&Itemid=99999999>. Acessado em: 05 de Fev. 2015.

Capítulo I – Fundamentação Teórica-Metodológica para a análise da ética na Publicidade dirigida à mulher. Disponível em: <http://elizabethgoncalves.pro.br/wp-content/uploads/2008/03/neusa_dissertacao.pdf>. Acessado em: 07 de Fev. 2015.

Nicole Kidman. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Nicole_Kidman#Vida_profissional>. Acessado em: 18 de Fev. 2015.

Histórico Chanel. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Chanel>>. Acessado em: 02 de Fev. 2015.

The One That I Want - The Film. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=8asRWe5XNw8>>. Acessado em: 12 de Jan. 2015.

Nicole Kidman - Chanel Nº 5. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=l6fsF9mvDds>>. Acessado em: 12 de Jan. 2015.