



Produção de Sentido na Publicidade do Segmento de Cosméticos da Linha Miss Dior – La Vie En Rose¹

Ana Carolina Dalcolmo Prates do AMARAL²

Daniel Oliveira Temponi dos SANTOS³

Universidade Vila Velha, Vila Velha - ES

RESUMO

A pesquisa teve como principal foco o estudo das estratégias de venda no ramo de cosméticos da marca Dior. A construção do sentido na propaganda Miss Dior, veiculada em 2013 com a participação da atriz Natalie Portman e direção de Sofia Coppola, é embasada no status social almejado pela sociedade capitalista do mundo atual. Todo o projeto é analisado de maneira descritiva com base em Armando Sant’Anna, Diana de Barros e Zygmunt Bauman, procuramos desvendar os problemas da temática e resolvê-los de forma que possamos compartilhar o conhecimento adquirido com a contribuição dos autores Taísa Sena em Perfume e consumo: publicidade de estado d’alma, Armando Sant’anna em publicidade Propaganda: Teoria, Técnica e Prática, Zygmunt Bauman com seus estudos sobre a modernidade líquida e entre outros.

Palavras-chave: Dior; Perfume; Publicidade.

INTRODUÇÃO

O presente artigo se trata de uma pesquisa elaborada pelos alunos do segundo período de Publicidade e Propaganda da Universidade Vila Velha. Ele se volta para a produção de sentido na publicidade do segmento de cosméticos da linha de perfumes Miss Dior.⁴

O crescimento do mercado da perfumaria no Brasil gerou a necessidade de estudar uma das marcas mais cobiçadas pelas mulheres: a campanha do perfume Miss Dior e como ele é usado

¹ Trabalho apresentado no IJ 2 – Publicidade e Propaganda do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 22 a 24 de maio de 2014.

² Estudante de Graduação 3º semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Vila Velha – UVV, email: anacdalcolmo@hotmail.com

³ Estudante de Graduação 3º semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Vila Velha – UVV, email: danieltemponi@hotmail.com

⁴ Trabalho realizado com orientação da Professora Flavia Mayer dos Santos Souza do Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Vila Velha – UVV, email: flmayer@uvv.br. Participou também como autor o aluno Michael Bernades Rocha Favaro, estudante do 3º semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Vila Velha – UVV.



para persuadir as pessoas e passar valores que, de certa forma, fazem os espectadores almejam não só a fragrância, mas também o status passado em seus comerciais.

No segmento dos produtos de beleza, a construção da imagem e reputação torna-se essencial para o produto se destaque aos olhos do público-alvo no mercado. E na criação de uma propaganda, como é possível convencer os clientes de que aquele perfume é agradável, se não é possível que eles sintam seu cheiro?

Como não é possível reproduzir a fragrância do perfume nos comerciais, o que se deseja então é apresentar os valores atribuídos a ele. Valores estes que procuram se mostrar fundamentais aos consumidores, para que eles, quando percebam, sintam a necessidade de comprar o produto. Além da qualificação do produto, quanto mais apelo puder ser feito para seu consumo, melhor. Para isso, as marcas se utilizam de pessoas influentes socialmente, na maior parte das vezes, celebridades, pois como elas se portam confiantes, felizes e sempre bonitas, passam uma ideia de que o responsável por isso é o perfume.

Com essa pesquisa, através do nosso percurso metodológico que foi a análise documental, temos o intuito de descobrir quais são os sentidos presentes na propaganda da Miss Dior e como eles são constituídos. Sabemos que, em publicidade, nada é feito por acaso. Cada característica é estudada, cada escolha é minuciosamente pensada com o propósito de atrair o olhar do cliente.

Como referência, buscamos apoio nas teorias de Sant'anna, Senna, Bauman e Barros, esta última que nos auxilia para o entendimento do processo semiótico, para melhor análise da propaganda exercida pela Dior. Tendo como objetivo a análise de variados textos, Barros (2005, p.7) afirma: "A semiótica tem por objetivo o texto, ou melhor, procura descrever e explicar o que o texto diz e como ele faz para dizer o que diz."

O presente trabalho consiste em uma pesquisa descritiva, buscando analisar a publicidade da Miss Dior, veiculada em 2013 e divulgada principalmente em mídias sociais. Produzida por Sofia Copolla e com a atriz Natalie Portman, consiste em um vídeo de 1min e 01 segundo.



REFERENCIAL TEÓRICO

Esta parte do estudo dedica-se a analisar o crescimento do ramo da perfumaria no Brasil e como a publicidade é usada para conceituar um produto e inseri-lo na sociedade. Tendo como objeto de análise o perfume Miss Dior, que representa uma marca de grande reconhecimento mundial, percebemos que a Dior é destaque, principalmente por conseguir vender não só o perfume em si, mas, também, status social. Segundo Sena:

No universo dos produtos de beleza, entre eles a perfumaria, a tradição tornou-se fundamental, atestando a qualidade do produto pelo selo de uma grife, trazendo em sua materialidade anos de história, dando a eles status de objeto de desejo, tornando-os objetos do mercado do luxo. (SENA, 2012, p. 03),

A atividade publicitária tem como função, a produção e divulgação de marcas e mercadorias de anunciantes e empresas pelos meios de comunicação, produzidas pelos profissionais que estão nas agências de publicidade, marketing, veículos e assessorias, criando conexões entre marca e consumidor. Segundo o Artigo 24 do Decreto nº 57.690 de 01 de Fevereiro de 1966: “publicidade é qualquer forma remunerada de difusão de ideias, mercadorias, produtos ou serviços, por parte de um anunciante identificado.” De acordo com Sant’anna (1999, p. 76), ela fornece informações aos consumidores de modo a provocar comportamentos e atitudes que se curvam aos interesses dos anunciantes. Assim, cria-se um público mais propício a comprar um determinado produto, serviço ou ideia. E ele ainda complementa dizendo que ela teria, portanto, o poder de comunicar determinados públicos com maior velocidade e volume de informação, o que desenvolve melhor o papel da comunicação nos meios.

Usar uma figura pública em uma propaganda é uma jogada genial, sabendo que o ser humano, por natureza, tende a se espelhar em pessoas que a sociedade introduz em nosso meio, alegando ser um padrão a ser seguido. Karsaklian (2000, p.87), por exemplo, diz que “vários trabalhos demonstram a influência significativa dos outros sobre o ato da compra”, trazendo para as pessoas o desejo de obter status social através de seus bens materiais.

[...] a influência social nunca foi tão forte como nos dias de hoje. O consumidor suporta cada vez menos as dificuldades, e o fato de querer pertencer a um grupo de referências específico faz com que pessoas adquiram determinados produtos prontamente, os quais “autorizarão” sua entrada em tais grupos (ASSIS, 2011, p.34).



O consumo de perfumes no Brasil é muito grande, fazendo do país o número um no mundo nesse ramo, o que faz as pessoas se perguntarem como isso acontece e, inconsequentemente, levando-as a crer que a grande responsável por isso é a publicidade.

Pobres daqueles que, em razão da escassez de recursos, são condenados a continuar usando bens que não mais contêm a promessa de sensações novas e inéditas. Pobres daqueles que, pela mesma razão, permanecem presos a um único bem, em vez de flunar entre um sortimento amplo e aparentemente inesgotável. Tais pessoas são os excluídos na sociedade de consumo, os consumidores falhos, os inadequados e os incompetentes, os fracassados – famintos definhando em meio à opulência do banquete consumista (BAUMAN, 2004, p. 68).

O perfume em estudo acaba trazendo essa separação, pois é um produto que atende a alta classe da sociedade, não dando espaço em seu consumo para os escassos em recursos. Sendo assim, o Miss Dior acaba passando uma imagem de que seus consumidores são exclusivos.

ANÁLISE

Nessa análise, vamos estudar os temas e figuras encontrados no comercial de 1 minuto do perfume Miss Dior – La Vie Em Rose, dirigido por Sofia Coppola. Depois, partiremos para o plano de expressão e conteúdo para aprofundar ainda mais no assunto.



Figura 1: Rosto da atriz Natalie Portman

Fonte: <http://www.youtube.com/watch?v=18iHy90Y70k>

A pesquisa começa com a análise das figuras e temas da cena 1. A imagem do primeiro segundo do comercial mostra a protagonista, Natalie Portman, em primeiro plano focando apenas em seu rosto. Ela está cheirando uma flor cor-de-rosa e sua maquiagem possui os mesmos tons, dando uma impressão de suavidade, feminilidade e sutileza, além de retomar o romantismo das mulheres de antigamente.

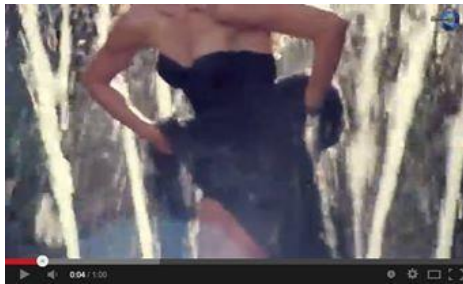
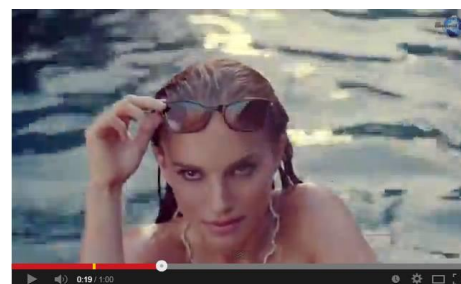


Figura 2: Natalie Portman brincando no chafariz
Fonte: <http://www.youtube.com/watch?v=18iHy90Y70k>



Figura 3: Encontro do casal no chafariz
Fonte: <http://www.youtube.com/watch?v=18iHy90Y70k>

Já na cena dois, vemos Natalie vestida com um body e uma saia preta, dançando toda molhada num lugar cheio de árvores em frente a um chafariz. Sua roupa emite uma sensualidade sem esforços, principalmente quando a atriz levanta a saia. Segundos depois, um homem alto e bem vestido com um terno entra em cena para juntar-se à ela. A roupa dos dois remete a uma ideia de riqueza, passando a impressão de que o perfume é um artigo sofisticado e que não pode ser usado por qualquer pessoa. Nesse frame, é passada a imagem da mulher e sua sensualidade e romantismo, percebido principalmente por causa do modo que ele a olha e a toca.



Figuras 4 e 5: Natalie Portman na piscina
Fonte: <http://www.youtube.com/watch?v=18iHy90Y70k>



Figuras 6 e 7: A Atriz entra no carro para encontrar seu namorado.
Fonte: <http://www.youtube.com/watch?v=18iHy90Y70k>

Depois, na terceira parte do vídeo, a atriz está em uma piscina, nadando apenas com o body preto que ela já estava usando, porém agora com uma joia no pescoço e óculos escuros. Quando ela levanta delicadamente os óculos, podemos perceber um olhar leve, sensual e

direcionado para alguém na sua frente, no caso, provavelmente o homem da cena anterior. Na sexta cena, a atriz troca de roupa, agora com um vestido tomara-que-caia rosa bebê e um rabo de cavalo, caminha de maneira alegre em direção a um carro antigo, onde o mesmo ator das cenas anteriores se encontra esperando por ela, agora com um terno mais claro e óculos escuros. Os dois passeiam numa Mercedes conversível, em uma rua rodeada de grandes palmeiras e um céu muito azul. É notável o clima de paixão, principalmente pelo modo como o homem coloca os braços em volta da moça, como ela o olha... Mesmo com óculos, parece um olhar fixo, de observação, admiração.



Figura 8: O casal se beija

Fonte: <http://www.youtube.com/watch?v=18iHy90Y70k>

Rapidamente a cena muda, e agora em preto e branco há um close do rosto do casal, olhando um para o outro como se fossem se beijar. Existe uma transição muito rápida do tipo de imagem, logo, podemos supor que se tratava de um pensamento ou sonho da mulher.



Figura 9: Troca de olhares e carícias entre o casal dentro do carro.

Fonte: <http://www.youtube.com/watch?v=18iHy90Y70k>

Após poucos segundos, o vídeo retoma a cena anterior, ambos dentro do carro, em uma cena de beijo muito rápida e dessa vez sentados mais próximos e abraçados. O ato de o homem colocar o braço atrás da mulher, dá uma sensação de carinho e proteção.



Figura 10: Atriz Natalie Portman deitada na grama

Fonte: <http://www.youtube.com/watch?v=18iHy90Y70k>



Figura 11: Bela Adormecida – Princesa da Disney

Fonte: Google Imagens

E então, Natalie aparece deitada na grama de um jardim com parede de rosas que possuem uma variação de cores que vai desde um rosa mais forte até o rosa mais claro. Ela segura uma rosa de olhos fechados e a deixa cair levemente, como se estivesse tranqüila e relaxada. Juntando o vestido e a flor, podemos fazer referência à personagem dos contos infantis, a princesa Aurora, mais conhecida como bela adormecida pela delicadeza e tonalidade do vestido.



Figura 12: A atriz desce as escadas

Fonte: <http://www.youtube.com/watch?v=18iHy90Y70k>

Logo após, Natalie aparece descendo as escadas de um lugar muito chique, onde predominam os tons claros, usando um vestido tomara-que-caia cor-de-rosa pastel e longo, cabelo solto e com o salto alto na mão. Continuam aparecendo ligações com os contos de fadas infantis, como num momento clichê em que a princesa desce uma escada enorme e seu príncipe está à sua espera logo embaixo.

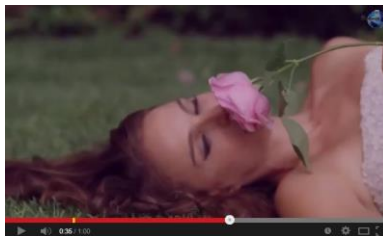
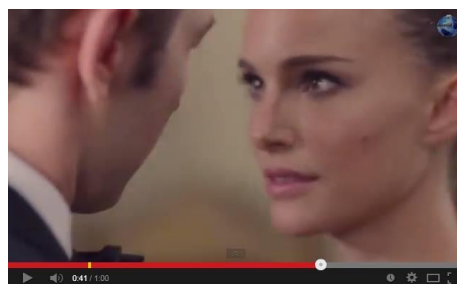
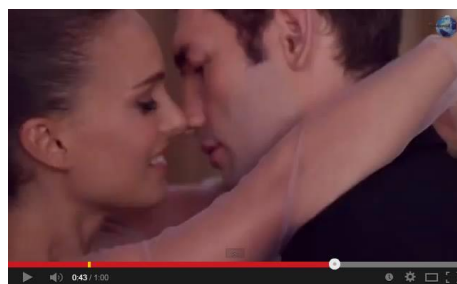
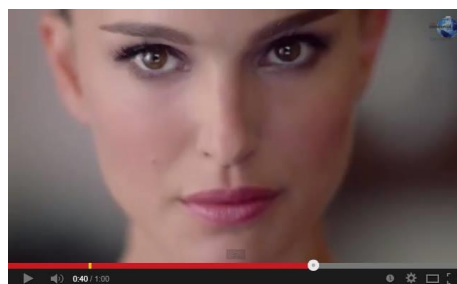
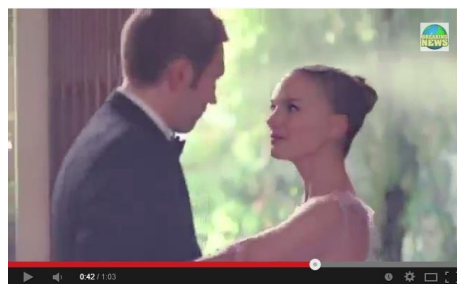
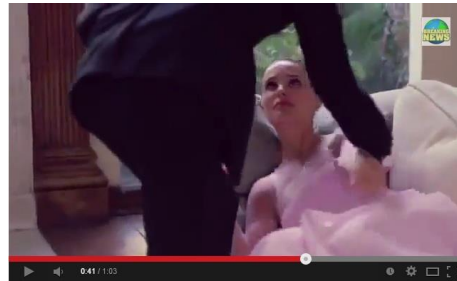


Figura 13: Natalie deitada na grama cheirando uma rosa.

Fonte: <http://www.youtube.com/watch?v=18iHy90Y70k>

No decorrer do vídeo, aparece uma cena de Natalie deitada na grama novamente, agora sentindo o aroma da rosa, que supostamente ganhou do homem. Isso mostra como ela está

pensativa sobre os fatos que vêm acontecendo. Ela demonstra estar apaixonada e a tonalidade do seu vestido e do ambiente condizem com a das flores, deixando o ambiente suave.



Figuras 14 a 19: Frames do vídeo Miss Dior 2013

Fonte: <http://www.youtube.com/watch?v=18iHy90Y70k>

Logo em seguida, a atriz aparece deitada no sofá com um vestido diferente, porém, no tom de rosa claro, que agora tem mangas feitas de tule. Nessa cena, o homem se mostra rude pegando-a firme pelo braço de maneira que ela levante rapidamente do móvel. Entretanto, pode-se dizer também que esse comportamento passa uma ideia de paixão e sensualidade, visto que ele a quer por perto o mais rápido possível. Os dois continuam se olhando fixamente até o plano na imagem mudar para o rosto de Natalie. Ela está com uma maquiagem bem leve nos olhos e um batom rosa bem claro, dando enfoque ao brilho dos seus olhos.

Em seguida, a câmera começa a girar em volta dos personagens e podemos ver uma cena onde há troca de carinhos, abraços e um quase beijo, isso demonstra o tamanho afeto que um tem pelo outro.

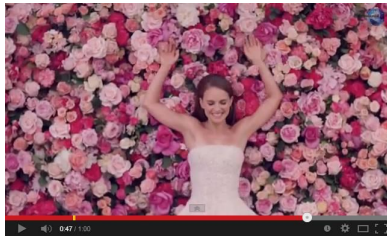


Figura 20: Natalie se joga na parede de flores

Fonte: <http://www.youtube.com/watch?v=18iHy90Y70k>

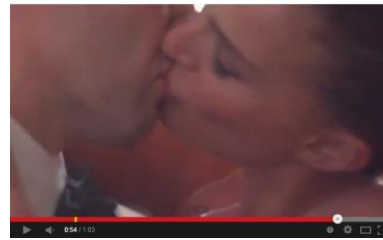


Figura 21: Casal se beija

Fonte: <http://www.youtube.com/watch?v=18iHy90Y70k>

No novo cenário, a atriz se joga com delicadeza em um emaranhado de rosas, que vão do tom mais escuro de rosa até o branco. Ela está com os braços levantados, o que dá uma leveza na composição e a aparência alegre compõe essa característica. Logo, volta à cena anterior e o casal está se beijando novamente, o que dá a entender que essa cena de felicidade foi mais um pensamento de Natalie.



Figuras 22 e 23: Natalie Portman e o perfume Miss Dior

Fonte: <http://www.youtube.com/watch?v=18iHy90Y70k>

Para fechar o filme, Portman aparece deitada com um frasco do perfume em modelo gigante, no qual predomina um tom amarelado. O tom de rosa no ambiente e na roupa permanece, sempre trazendo à mente a ideia de feminilidade, porém o cenário agora é clean, constituído apenas de um fundo todo rosa.

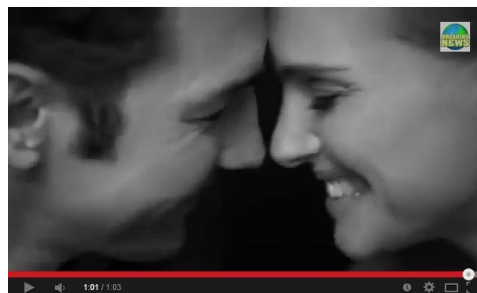


Figura 24: Casal se beija em sonho novamente

Fonte: <http://www.youtube.com/watch?v=18iHy90Y70k>



No fim, o vídeo é encerrado com uma cena do casal se olhando e sorrindo um para o outro toda em preto e branco. Novamente remetendo aos pensamentos da moça. Podemos perceber pelo ambiente e a forma como Natalie se veste e se porta, que ela é uma típica cidadã parisiense. Uma mulher romântica, e ao mesmo tempo sofisticada, que gosta de mostrar o quanto é sedutora e livre, que vive uma paixão de conto de fadas e aparenta transbordar alegria.

Claro, que além das cores, imagens, formas e expressões corporais que aparecem no comercial, não podemos esquecer também de analisar a música. Uma nova versão foi feita de um clássico dos anos 40, da cantora francesa Edith Piaf, dessa vez mais curta e com uma batida mais marcada. A música conhecida como *La Vie En Rose* (A Vida em Cor-de-Rosa), encaixa perfeitamente com o que a história da propaganda Miss Dior quer passar para o público, que é a paixão entre as duas personagens. Mesmo que em francês, a melodia e a letra já são tão conhecidas ao redor do mundo que dispensam maiores explicações.

La Vie En Rose

Quand il me prend dans ses bras
Il me parle tout bas,
Je vois la vie en rose.

Il me dit des mots d'amour,
Des mots de tous les jours,
Et ça me fait quelque chose.

Il est entré dans mon coeur
Une part de bonheur
Dont je connais la cause.

A vida cor de rosa

Quando ele me toma em seus braços
Ele me fala baixinho
Vejo a vida cor-de-rosa

Ele me diz palavras de amor
Palavras de todos os dias
E isso me toca

Entrou no meu coração
Um pouco de felicidade
Da qual eu conheço a causa



Figura 25: Casal se encontra no chafariz
 Fonte: <http://www.youtube.com/watch?v=18iHy90Y70k>

Plano de expressão:

Categorias / Figuras	Eidético	Topológico	Cromático
Homem	Formas arredondadas e linhas curvas	Vertical, frente, centralizado	Cinza, branco, bege
Mulher	Formas arredondadas e linhas curvas	Vertical, frente, centralizado	Preto, bege e rosa
Jardim	Formas arredondadas	Horizontal, fundo, esquerda e direita	Gradações de verde e branco

Plano de conteúdo:

Categorias / Figuras	Eidético	Topológico	Cromático
Homem	Cortês	Avantajado	Elegância
Mulher	Sensual	Graciosa	Delicadeza
Jardim	Suavidade	Neutral	Natureza

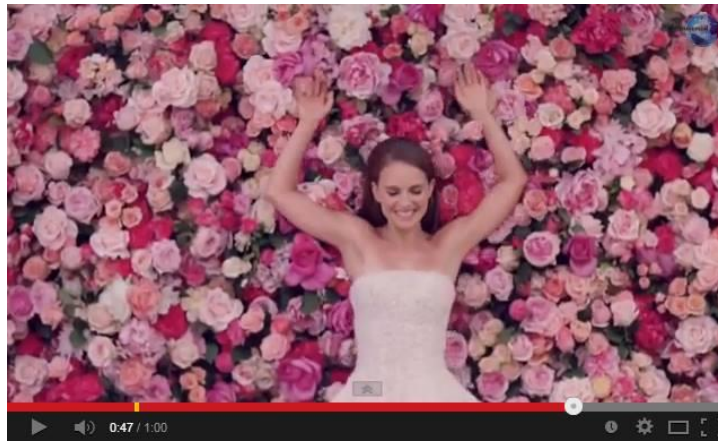


Figura 26: Natalie se joga contra parede de flores
 Fonte: <http://www.youtube.com/watch?v=18iHy90Y70k>

Plano de expressão

Categorias / Figuras	Eidético	Topológico	Cromático
Mulher	Formas arredondadas e linhas curvas	Vertical, frente, direcionada levemente a direita.	Rosa claro e bege
Parede	Formas arredondadas	Horizontal, fundo, esquerda e direita	Variação de rosa claro até rosa escuro e bege

Plano de conteúdo

Categorias / Figuras	Eidético	Topológico	Cromático
Mulher	Sensualidade	Descontraída	Delicadeza
Parede	natureza, sutileza e delicadeza	Enfoque	Feminilidade

CONSIDERAÇÕES FINAIS:

Analizamos a peça audiovisual da marca veiculada em 2013, e dentro dela, os sentidos de cada objeto utilizado para sua produção, como cada elemento dentro da peça se destaca e tem sua importância para os desejados e variados fins que propõe o comercial. Pudemos descobrir então que o mercado de consumo de cosméticos no Brasil vem em uma ascensão grande, com cada vez mais e mais compradores, além disso, percebemos que uma figura pública de impacto na sociedade, leva o consumidor a desejar o produto por ela usado, sendo isso muito importante na publicidade do ramo da perfumaria, já que não se consegue vender a fragrância, é apresentado o romance, a sedução. Para a produção do material da Dior, não foi diferente. A estrela da peça foi a atriz Natalie Portman, que de imediato já é capaz de despertar uma sensação de exclusividade e superioridade aplicada a Miss Dior, que faz com que todos queiram fazer parte desse pequeno grupo social.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

BAUMAN, Zygmund. **O mal-estar da Pós-Modernidade**. Acesso em: 14 nov. 2013.

BRITTO, Daniela et AL. **A EDUCAÇÃO PARA O SENSÍVEL NO FOLHEAR DE REVISTAS**. Acesso em: 15 nov. 2013.

CAROZZI, Elaine. **MERCADO DE LUXO NO MUNDO E NO BRASIL E CHRISTIAN DIOR**. Acesso em: 21 out. 2013.

RÊGO, Mariana et AL. **O PERFUME E O CORPO: BREVE COMPOSIÇÃO DAS NOTAS DO OBJETOSIGNO NA CONTEMPORANEIDADE**. Acesso em: 19 out. 2013.

SENA, Taísa. **PERFUME E CONSUMO: PUBLICIDADES DE ESTADO D' ALMA**.

Disponível em: <

<https://docentes.uvv.br/arquivosBlog/FLAVIA%20MAYER%20DOS%20SANTOS%20SOUSA/90F1145F-EB2F-4783-AFBD-5783B7BF23C9.pdf>> Acesso em: 19 out. 2013.



**TEIXEIRA, Lucia. ACHADOS E PERDIDOS: ANÁLISE SEMIÓTICA DE
CARTAZES DE CINEMA.** Publicado em 2008. Acesso em: 22 out. 2013.