



**Amanda Alves Ferreira**

**Rejuvenescer, maquiar-se e perfumar-se:  
Imagens e representações dos produtos de beleza e de  
seus fabricantes em anúncios publicitários**

Dissertação apresentada como requisito parcial  
para obtenção do grau de Mestre pelo Programa  
de Pós-graduação em Comunicação Social do  
Departamento de Comunicação da PUC-Rio.

Orientador: Profº Dr. José Carlos Rodrigues

Rio de Janeiro  
Março de 2011



**Amanda Alves Ferreira**

**Rejuvenescer, maquiar-se e perfumar-se:  
Imagens e representações dos produtos de beleza e de  
seus fabricantes em anúncios publicitários**

**Dissertação de Mestrado**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação Social do Departamento de Comunicação Social do Centro de Ciências Sociais da PUC-Rio. Aprovada pela Comissão Examinadora abaixo assinada.

**Profº Dr. José Carlos Rodrigues**

Orientador

Departamento de Comunicação Social – PUC-Rio

**Profª Dra. Cláudia Pereira**

Departamento de Comunicação Social – PUC-Rio

**Profª Dra. Patrícia Gino Bouzón**

L'Oréal

**Profª Dra. Sandra Korman Dib**

Suplente

Departamento de Comunicação Social – PUC-Rio

**Profª Dra. Mônica Herz**

Vice-Decana de Pós-Graduação do CCS

Rio de Janeiro, 24 de março de 2011

Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução total ou parcial do trabalho sem autorização da universidade, da autora e do orientador.

### **Amanda Alves Ferreira**

Graduou-se em Comunicação Social, com habilitação em Publicidade e Propaganda, pela Universidade Federal do Pará, em Belém-PA. Trabalhou como produtora, mídia e pesquisadora em agências de comunicação em Belém. E-mail: amandokate@yahoo.com.br

### **Ficha Catalográfica**

Ferreira, Amanda Alves

Rejuvenescer, maquiar-se e perfumar-se : imagens e representações dos produtos de beleza e de seus fabricantes em anúncios publicitários / Amanda Alves Ferreira ; orientador: José Carlos Rodrigues. – 2011.

130 f. : il. (color.) ; 30 cm

Dissertação (mestrado)–Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Comunicação Social, 2011.

Inclui bibliografia

1. Comunicação Social – Teses. 2. Comunicação. 3. Publicidade. 4. Anúncio publicitário. 5. Cosméticos. 6. Perfume. 7. Representação. 8. Apresentação pessoal. I. Rodrigues, José Carlos. II. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Comunicação Social. III. Título.

CDD:302.23

Aos meus pais, Wilson e Ana Suely, pela maravilhosa existência e por concederem minha vida.

Ao Fabrício, com amor.

A todos os estudantes e professores que dedicam sua vida, seu tempo e até seu descanso para ensinar, pesquisar, ler e escrever.

Sem vocês, esta trajetória não seria possível.

## Agradecimentos

A Deus, por ter me dado forças e iluminado meu caminho para que pudesse concluir mais uma etapa da minha vida.

Ao professor orientador José Carlos Rodrigues, por toda dedicação, pela disponibilidade, pelo acompanhamento, pelo ensinamento e por uma incrível compreensão dispensados à concretização deste trabalho.

À CAPES e à PUC-Rio, pelos auxílios concedidos, sem os quais esta dissertação não poderia ter sido realizada.

Ao Departamento de Comunicação Social da PUC-Rio, funcionários e professores, pelo importante papel que desempenham no processo de construção do conhecimento. Especialmente à Marise, pela ajuda, pelos conselhos e pelo carinho que me dispensou.

Aos professores Luiz Antônio Coelho da PUC-Rio, e Luiz Cezar Santos da UFPA, pela criatividade, atenção e disposição em ajudar.

À Érica e à professora Maria Cristina pelas leituras, dicas e valiosas observações.

À Natura, que incrivelmente forneceu um CD com campanhas e anúncios.

Aos colegas de turma do Mestrado e, com certeza, novos amigos.

À minha família, meus pais, Wilson e Ana Suely, meu irmão Wilson Luiz, minha mãe-Bena, minhas tias, pela dedicação, pela paciência e conforto nos momentos difíceis. À tia Ana Carla, pela ajuda com seus conhecimentos.

Ao meu noivo-marido, Fabrício, pela presença constante e extremamente fundamental. E por ter me esperado com paciência, todo afinho e amor, na certeza de nossa união.

À minha avó Lia, por essa convivência ilustre durante o mestrado. Que com seus ditados diários, ensinamentos da bíblia e de experiência de vida, levarei para um crescimento pessoal.

À minha prima, Lucinha, pelas suas generosas dicas.

Às “meninas”, por serem eternas amigas, confidentes e portos seguros.

E por tudo que passamos durante, distintamente, os anos do mestrado, agradeço, imensamente, pela saúde e vida dos meus pais. E pelo apoio e incentivo constantes e fundamentais.

A todos que de alguma maneira contribuíram para que este trabalho pudesse ser realizado.

## Resumo

Ferreira, Amanda Alves; Rodrigues, José Carlos. **Rejuvenescer, maquiar-se e perfumar-se: Imagens e representações dos produtos de beleza e de seus fabricantes em anúncios publicitários.** Rio de Janeiro, 2011. 130p. Dissertação de Mestrado – Departamento de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

A publicidade tem papel fundamental na comunicação de valores, objetivando a criação de “necessidades” que funcionam como referencial de beleza e jovialidade. Este estudo pretende apontar as representações e os temas utilizados com frequência nas publicidades de perfumes, de cosméticos anti-idade, de maquiagem e anúncios institucionais das empresas.

## Palavras-chave

Comunicação; publicidade; anúncio publicitário; cosméticos; perfume; representação; apresentação pessoal.

## Abstract

Ferreira, Amanda Alves; Rodrigues, José Carlos (Advisor). **Rejuvenate, makeup and perfume: images and representations of beauty products and of their manufacturers in advertisements.** Rio de Janeiro, 2011. 130p. MA Dissertation – Departamento de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Advertising plays a primary role in the communication of values. It aims at creating "needs" that serve as reference for beauty and youthfulness. This study intends to point out the representations and themes that are used frequently in advertisements of perfumes, anti-aging and makeup cosmetics and institutional advertising.

## Keywords

Communication; advertising; advertisement; cosmetics; perfume; representation; personal presentation.

## Sumário

1. Preparativos da apresentação pessoal: “rejuvenescer”, maquiar-se, perfumar-se	15
2. Os cosméticos e os perfumes no Brasil	20
2.1. As empresas	24
2.1.1. O Boticário	24
2.1.2. Natura	27
2.1.3. Avon	32
2.2. Um paralelo entre as empresas	35
3. Comunicação e publicidade como sistemas de significação. Anúncios para interligar e definir as empresas	39
3.1. Efeitos de significação	40
3.1.1. A beleza retratada nos anúncios de O Boticário, Natura e Avon	41
3.1.2. Para definir Natura	47
3.1.3. Natal – beleza, brasilidade e relacionamento	50
3.1. 4. Mãe – amor e poder do feminino	54
3.1.5. Pai – herança e reconhecimento	59
4. Em frente ao espelho	63
4.1. A publicidade no jogo das aparências	64
4.2. Viver o momento cosmético – uma possibilidade de eterna juventude	67
4.3. A beleza da verdade: assumir a idade – conceitual da Natura	70
4.4. Tecnologia, rapidez, eficiência e brilho em cosméticos rejuvenescedores	75
4.5. Proposição	79
4.6. Beleza intensificada – realçar e valorizar a aparência com maquiagem	79
4.7. Beleza física e de consciência	85
4.8. Em suma	86
5. O toque final	88
5.1. O perfume como elemento de comunicação e nas mensagens publicitárias	91
5.2. Moda e aromas	94
5.3. Perfume e beleza: atração, conquista, sedução – nos anúncios de perfumes femininos	100
5.4. Relação entre corpos	106
5.4.1. Amores e odores	109
5.5. Perfumes para homem	115
6. Considerações finais – toques e retoques	120
7. Referências bibliográficas	123



Anexo – fontes das figuras

126

Anexo CD, com o trabalho completo e VTs citados

## Lista de figuras

Figura 1: Anúncio “ <i>Não, não seria</i> ”. <i>Acredite na Beleza</i> – O Boticário (2008)	41
Figura 2: Cenas do VT <i>Contágio</i> – O Boticário (2008)	43
Figura 3: Anúncio <i>SPFW</i> – Natura (2005)	44
Figura 4: Anúncio <i>SPFW</i> – Natura (2005)	44
Figura 5: Anúncio <i>SPFW</i> – Natura (2008)	45
Figura 6: Anúncio <i>Today Tomorrow Always</i> – Avon (2005)	46
Figura 7: Anúncio <i>Refil de Chronos</i> – Natura (2005)	48
Figura 8: Cenas do VT <i>Perfume do Brasil</i> – <i>Natura Ekos</i> – Natura (2003)	49
Figura 9: Anúncio de natal – O Boticário (2007)	50
Figura 10: Anúncio de natal – O Boticário (2008)	50
Figura 11: Anúncio de natal – O Boticário (2009)	51
Figura 12: Anúncio de natal: <i>Feliz Brasil para você</i> – Natura (2005)	52
Figura 13: Anúncio de natal: <i>Feliz Brasil para você</i> – Natura (2008)	52
Figura 14: Anúncio de natal: <i>Feliz Brasil para você</i> – Natura (2009)	53
Figura 15: Anúncio de natal: <i>Feliz Brasil para você</i> – Natura (2009)	53
Figura 16: Anúncio <i>Floratta Ruby</i> – O Boticário – dia das mães (2010)	55
Figura 17: Anúncio <i>Floratta Emotion</i> – O Boticário – dia das mães (2008)	55
Figura 18: Anúncio dia das mães – Natura – (2010)	56
Figura 19: Anúncio dias das mães – Avon – (2009)	56
Figura 20: Anúncio dia das mães – Avon – (2010)	56

Figura 21: Anúncio <i>Royalty</i> – O Boticário – dia das mães (2005)	57
Figuras 22 e 23: Anúncio <i>Malbec</i> – O Boticário – dia dos pais (2009)	59
Figura 24: Anúncio <i>Galbe</i> – O Boticário – dia dos pais (2006)	60
Figura 25: Anúncio dia dos pais – Natura (2008)	61
Figura 26: Anúncio dia dos pais – Natura (2010)	61
Figura 27: Anúncio <i>Signature</i> – Avon – dia dos pais (2008)	62
Figura 28: Anúncio <i>Ultimate Dia</i> – Avon (2005)	68
Figura 29: Anúncio <i>Natura Chronos 25+</i> – Natura (2008)	69
Figura 30: Cenas do VT <i>Natura Chronos Flavonóides de Passiflora</i> (2007)	71
Figura 31: Anúncios Chronos – “jogos com idade” – Natura (2006)	72
Figura 32: Anúncio <i>Natura Chronos Proteína de Soja</i> – Natura (2008)	74
Figura 33: Anúncio <i>Chronos Elastinol 30+</i> – Natura (2003)	75
Figura 34: Anúncio <i>Active</i> – O Boticário (2008)	76
Figura 35: Anúncio <i>Renew Clinical</i> – Avon (2008)	77
Figura 36: Anúncio <i>Renew Rejuvenate</i> – Avon (2009)	77
Figura 37: Anúncios <i>Renew Clinical Derma-Full X3</i> – Avon (2010)	78
Figura 38: Anúncio Maquiagem <i>Intense</i> – O Boticário (2009)	80
Figura 39: Anúncio <i>Natura Única</i> – Natura (2003)	81
Figura 40: Anúncio da Nova linha de maquiagem – Avon (2007)	82
Figura 41: Anúncio Maquiagem <i>Celebrare</i> – O Boticário (2009)	83
Figura 42: Anúncio <i>Batom Ouro</i> – Avon (2009)	83
Figura 43: Anúncio <i>Batom Extra Volume</i> – Avon (2008)	84
Figura 44: Anúncio <i>Natura Diversa</i> – Natura (2006)	85
Figura 45: Anúncio <i>Eternal Magic</i> – Avon (2010)	95

Figura 46: Anúncio <i>In Bloom by Reese Witherspoon</i> – Avon	95
Figura 47: Anúncio <i>Absynthe</i> – Avon (2009)	95
Figura 48: Anúncio <i>Glamour Secrets Black e Rose</i> – O Boticário (2010)	96
Figura 49: Anúncio <i>Natura Águas SPFW</i> – Natura (2009)	97
Figura 50: Anúncio <i>50's glam</i> – Avon	98
Figura 51: Anúncio <i>60's moda</i> – Avon	98
Figura 52: Anúncio <i>Água de Banho Cheiro de Moça Bonita</i> – Natura (2009)	100
Figura 53: Anúncio <i>Lily Essence</i> – O Boticário (2006)	101
Figura 54: Anúncio <i>Bond Girl</i> – Avon (2008)	102
Figura 55: Cenas do VT <i>Eternal Magic</i> – Avon (2010)	104
Figura 56: Cenas do VT <i>Christian Lacroix Absynthe</i> – Avon (2010)	105
Figura 57: Anúncio <i>Bluerush</i> – Avon (2006)	107
Figura 58: Anúncio <i>Bluerush Intense</i> – Avon (2008)	107
Figura 59: Anúncio <i>Linked She e He</i> – O Boticário (2008)	108
Figura 60: Anúncio <i>Homme.connect e Femme.connect</i> – O Boticário (2006)	109
Figura 61: Anúncio <i>Natura Humor</i> (amigos) – Natura (2006)	110
Figura 62: Anúncio <i>Natura Humor</i> (família) – Natura (2006)	110
Figuras 63 e 64: Anúncio <i>Natura Humor</i> (namorados) – Natura (2006)	111
Figura 65: Anúncio <i>Egeo Kiss Me Man e Woman</i> – O Boticário (2009)	112
Figura 66: Cenas do VT <i>Egeo Kiss Me</i> – O Boticário (2009)	112
Figura 67: Anúncio <i>Coffee Man</i> – O Boticário (2009)	113
Figura 68: Anúncio <i>Coffee Woman</i> – O Boticário (2009)	113
Figura 69: Anúncio <i>Midnight</i> – Avon (2007)	114

Figura 70: Anúncio <i>Zaad</i> – O Boticário (2008)	116
Figuras 71, 72, 73 e 74: Anúncios <i>Kaiak</i> – Natura (2009)	117
Figuras 75 e 76: Anúncio <i>Unscripted</i> – Avon (2009)	118

*“Depois do amor, perdido o sono, Vênus Adrastéia,  
Surpreendi que teu corpo, em decúbito relaxado,  
Delineava rotas de algodão, do lençol negro traçava mapas.  
No visual contrastam as dobras, rugas, e a pele lisa em seda.”  
(Salomão Rovedo)*