

A REPRESENTAÇÃO DA MARCA DE LUXO NO CINEMA: IDENTIFICAÇÕES EM BREAKFAST AT TIFFANY'S

Evelyse Kaminski *

Resumo

Durante sua existência o sujeito perpassa por diversos níveis de identificação, o que auxilia e influencia na formação da sua identidade e de suas escolhas. Portanto, o presente artigo tem como objetivo iniciar uma discussão sobre a identificação entre o consumidor e uma marca de luxo e a maneira como foi representada no filme *Breakfast at Tiffany's* (1961). Na análise, foi possível observar que o processo de identificação pode ocorrer por meio de um objeto de desejo que não é, necessariamente, o produto de luxo propriamente dito, mas a marca e seus conceitos e valores simbólicos agregados. Nesse sentido, observamos que a busca pela completude aproxima o consumidor de uma marca específica, firmando assim um elo emocional entre eles.

Palavras-chave

Marca de luxo; identificação; cinema.

Abstract

During its existence, the subject goes through many identification levels, which helps and influences the shaping of their identity and their choices. Therefore, this paper aims to introduce a discussion about the identification between consumer and a luxury brand and the way as was represented in the movie *Breakfast at Tiffany's* (1961). In the analysis, was possible to observe that the identification process can occur through an object of desire that is not, necessarily, the luxury product itself, but the brand and its concepts and symbolic values assembled. Accordingly, we perceive that the pursuit to wholeness brings the consumer of a specific brand, thus establishing an emotional bond between them.

Key Words

Luxury brand; identity; cinema.

Acredita-se que, por meio da identificação, o sujeito pode adquirir novas características que enriquecem sua personalidade e o particularizam ainda mais. O processo de identificação tem início com a imitação, ou seja, primeiro imita-se alguém, depois, esta imitação é internalizada como um autoconceito.

O sujeito escolhe cuidadosamente os modelos que irá imitar. Esses parâmetros são aptos a solucionar problemas que por ventura o sujeito tenha e, normalmente, apresentam poder sobre ele. Além disso, os modelos devem corresponder às necessidades e às aspirações do sujeito. “Podemos apenas ver que a identificação esforça-se para moldar o próprio ego de uma pessoa segundo o aspecto dele que foi tomado como modelo” (Freud, 1920-1922, p. 134).

A IDENTIFICAÇÃO

No Complexo de Édipo, a identificação ocorre primeiramente através das figuras

parentais. “A identificação é conhecida pela psicanálise como a mais remota expressão de um laço emocional com outra pessoa” (Freud, 1920-1922, p. 133). Mais tarde, as identificações podem ocorrer com outras pessoas, com papéis sociais e, até mesmo, com uma marca. Como por exemplo, no filme *Breakfast at Tiffany's* (1961) a personagem Holly Golightly (Audrey Hepburn) se identifica com a marca *Tiffany & Co.* que representa *glamour* e segurança. A identificação com uma marca específica ocorre em virtude dos traços de personalidade dessa marca que agem sobre o sujeito na forma de representações.

Quando o público é estimulado pela comunicação e pelo *marketing* a consumir soluções para seus problemas – e não mais produtos isolados – a marca desempenha um papel importante no ato da identificação, pois transfere seus valores conceituais para quem a consome. Então, adentra a vida do sujeito com a missão de suprir eventuais

necessidades e complementá-lo.

A identificação está no desejo de ocupar um outro espaço e vivenciar o bem-estar alheio, mesmo que inconscientemente, visando à aceitação social. Nesse sentido, a marca pode proporcionar ao sujeito a oportunidade de incluí-lo em determinado grupo social, fazendo com que assuma um lugar que não é seu. Por exemplo, uma marca que possui traços esportivos em sua personalidade transfere para o sujeito essas características e, no momento em que a marca é utilizada, o consumidor se sente como um esportista ocupando um lugar que, na verdade, não pertence a ele, ou melhor, um lugar provisório.

Quando o público é estimulado pela comunicação e pelo marketing a consumir soluções para seus problemas – e não mais produtos isolados – a marca desempenha um papel importante no ato da identificação, pois transfere seus valores conceituais para quem a consome

O consumidor, ao ser despertado pelo desejo de pertencer a um determinado grupo social, busca adquirir traços em comum para estabelecer elos de identificação. Nesse momento a marca age sobre o sujeito, transferindo a ele os valores conceituais de sua personalidade. Na maioria das vezes, esses valores correspondem a características e estilos desejados pelo público.

[...] primeiro, a identificação constitui a forma original de laço emocional com um objeto; segundo, de maneira regressiva, ela se torna sucedâneo para uma vinculação do objeto libidinal, por assim dizer, por meio da introjeção do objeto no ego; e terceiro, pode surgir com qualquer nova percepção de uma qualidade comum partilhada com alguma outra pessoa que não é objeto do

instinto sexual. Quanto mais importante essa qualidade comum é, mais bem sucedida pode tornar-se essa identificação parcial, podendo representar assim o início de um novo laço (Freud, 1920-1922, p. 136).

Os aspectos aqui apontados são fundamentais para melhor compreensão sobre a representação do processo de identificação entre a personagem e a marca de luxo no filme *Breakfast at Tiffany's*.

O FILME

Breakfast at Tiffany's é um clássico do cinema da década de 60, foi dirigido por Blake Edwards e teve origem no livro homônimo de Truman Capote. Trata-se de uma obra bastante criticada e muito rica para ser analisada, porém, há poucos estudos científicos que relatam a seu respeito. Portanto, este artigo pretende discutir a maneira como a marca de luxo foi representada neste filme retratando o processo de identificação entre a protagonista e a marca *Tiffany & Co.*

Seu enredo retrata a história de Holly (Audrey Hepburn), uma garota de programa que, aparentemente, almeja conquistar um parceiro que satisfaça seus desejos e que lhe proporcione segurança e estabilidade econômica. Apresenta ainda, o desejo de consumir um produto da marca *Tiffany & Co.*, fato apresentado subjetivamente na primeira cena do filme, cujo cenário é notavelmente dotado de qualidade estética refinada.

Esse filme nos chamou atenção pela forma implícita com a qual representou a identidade da personagem Holly que, embora prostituta, foi apresentada ao espectador de maneira sutil e delicada. Desse modo, em nenhum momento a marca da *Tiffany & Co.* foi vulgarizada; pelo contrário, foi dotada de requinte e representada como objeto de desejo da protagonista.

Tiffany & Young foi o primeiro nome que a loja recebeu quando foi inaugurada em 1837. A princípio, não pertencia à categoria

das marcas de luxo e seu principal produto de venda era artigos para casa. Mais tarde, para acompanhar a evolução do mercado atuante, a loja utilizou-se de estratégias para se aproximar do consumidor, disponibilizando presentes de aniversário, prataria, anéis de noivado, lista de casamento, etc. A divulgação da loja estava sempre atrelada a algum momento especial e íntimo de seu público. Essas ações de relacionamento iniciaram a construção da identidade da marca, já que o convívio e a troca de experiências são fatores essenciais para este processo. Mais tarde, seu nome foi alterado para *Tiffany & Co.*, registrando assim a primeira e pequena modificação em sua marca. Três anos depois, se tornou notória internacionalmente, quando atingiu o reconhecimento como “qualidade em prata”.

O filme *Breakfast at Tiffany's* intensificou os valores conceituais da marca e se tornou um referencial simbólico para o seu reconhecimento. A maneira como a narrativa filmica representa a *Tiffany & Co.* surpreende devido a enfática relação entre a protagonista Holly e a loja, que gera, tecnicamente, laços afetivos com seus clientes e desperta o desejo de consumo. Alguns aspectos do filme ressaltam os valores dessa marca de luxo por meio da projeção de imagens que ampliam os significados da narrativa e da *Tiffany's & Co.* Assim percebemos que a marca desempenha um papel importante nesse filme, pois influencia

diretamente no enredo cinematográfico e na construção da personagem.

Verificaremos, então, como essa marca de luxo foi representada em *Breakfast at Tiffany's* e a força única de seus valores simbólicos que produziram efeitos de sentido na narrativa, sem permitir sua substituição.

O título do filme recebeu a tradução em português de *Bonequinha de luxo*. Alguns críticos da época, ironicamente, aproximaram a palavra luxo com lixo, visto que a protagonista se trata de uma prostituta. Entretanto, o aspecto inferiorizado dessa profissão não poderia agir negativamente sobre a marca *Tiffany's*. Por isso, o ritmo das cenas, a delicadeza dos elementos plásticos do filme e a feminilidade da atriz Audrey Hepburn conotam a narrativa de *glamour* que permite ao espectador apreender o enredo do filme positivamente.

A cobiça pelas elegantes peças dessa marca de luxo é claramente projetada ao espectador quando se justifica o enlace entre o nome do filme e a marca. A combinação de imagem e sentido se nota quando a protagonista aprecia calmamente os detalhes das preciosidades expostas nas vitrines e, em seguida, são mostrados os caracteres que compõem o título – *Breakfast at Tiffany's* – que surge intencionalmente à direita da tela e ao lado da personagem, que se delonga no prazer de saborear o café e a loja *Tiffany's* (Fig.1).



Figura 1 - Holly toma café enquanto aprecia a vitrine da *Tiffany's & Co.* Frame extraído do filme *Breakfast at Tiffany's* (Cap.1 - 1min 6s).

A nobreza da loja e a grandiosidade do monumento arquitetônico são representadas evidentemente em alguns momentos do filme: na primeira cena, Holly desce, elegantemente, do táxi que para em frente a um prédio. Encantada, a protagonista, ao direcionar seu olhar para cima, é mostrada de costas enquanto aprecia o monumento a sua frente e, em seguida, o nome *Tiffany* é revelado ao espectador. Nesse momento, a imagem mostra o letreiro e a nobre estátua mitológica de bronze do deus Atlas que, além de compor o visual da loja há muito tempo – permitindo seu reconhecimento –, simboliza a força ao sustentar o mundo em suas costas, o que confirma a solidez de mercado. (Fig. 2)



Figura 2 – O nome da loja é revelado juntamente com a estátua mitológica. Frame extraído do filme *Breakfast at Tiffany's* (Cap.1- 38s).

Para demonstrar a amplitude e a estrutura da loja – que se tornou um dos pontos turísticos da cidade de Manhattan e está situada na famosa 5ª Avenida – a câmera, com leve movimento, acompanha a personagem durante seu longo trajeto ao redor desse grande empreendimento, enquanto aprecia cada vitrine. Nesse momento, os objetos luxuosos que transmitem a elegância e preciosidade dos produtos da marca *Tiffany's* são enquadrados pela moldura das vitrines e se sobrepõem a imagem de Holly. (Fig. 3)

Outro momento que demonstra com clareza a grande e tradicional estrutura da *Tiffany's* é quando a protagonista e seu amigo Paul (George Peppard) entram na loja e, num plano geral, a dimensão, força e consistência estrutural são transmitidas através dessa imagem que demonstra a sensação de

segurança, bem estar e quietude citada por Holly no decorrer da história (Fig. 4). Além disso, a elegância e educação demonstradas pelo vendedor que os aborda evidencia o bom relacionamento com todas as pessoas que almejam adquirir uma peça da *Tiffany's*, mesmo não dispondo de poder aquisitivo para realizar esse desejo.



Figura 3 – Objetos da *Tiffany's* enquadrados pela moldura da vitrine. Frame extraído do filme *Breakfast at Tiffany's* (Cap.1 - 1min 43s).



Figura 4 – Plano geral da loja *Tiffany's & Co.* Frame extraído do filme *Breakfast at Tiffany's* (Cap.10 - 1h 09min 10s).

Tradicionalmente, os anéis de noivados da *Tiffany's* são posicionados como exclusivos e são objetos de desejo de casais apaixonados devido a seu grande valor simbólico que, além de representar o enlace entre duas pessoas que se amam, tem o valor da elegância e do luxo que essa marca possui. O homem que adquire um anel de noivado da *Tiffany's* não presenteia a sua noiva apenas com um anel, mas demonstra-lhe a afetividade e sua preocupação em consolidar esse momento especial com a entrega de uma jóia da *Tiffany's & Co.*, transferindo para este momento todos os valores positivos dessa marca.

Ainda na loja, a representação dos

personagens demonstra que o motivo que os leva a *Tiffany's* são laços emocionais, pois procuram algum produto que não custe muito, porém que os envolva emocionalmente. Por isso, preferem a gravação num anel – brinde de uma caixa de biscoitos – a um discador de telefone em prata que foi oferecido pelo vendedor. Na realidade, a aquisição de um produto da *Tiffany's* significa representatividade e sentimento capaz de envolver a marca na vida do consumidor, gerando satisfação.

Nesse caso, não se trata apenas de uma simples gravação de iniciais, pois a partir do momento em que é grafado pela *Tiffany's*, aquele anel, encontrado na caixa de biscoitos, passa a ter os valores simbólicos de um anel original da marca. Além disso, representa a preocupação da *Tiffany's* em satisfazer seus clientes, já que grafar um objeto que não foi consumido na loja não é um ato comum.

Outra particularidade marcante da *Tiffany's* é o brilho único de seus diamantes e a qualidade dos produtos. A delicadeza e perfeição que esses objetos valiosos possuem e que seduzem mulheres são simbolizadas por meio de uma sapatilha de *ballet* que, inesperadamente, é retirada da geladeira pela protagonista no momento em que se refere à loja (Fig. 5); desse modo, as características dessa dança (perfeição, leveza e delicadeza) são transferidas para a marca.



Figura 5 – Holly com uma sapatilha de balé na mão enquanto fala da *Tiffany's*. Frame extraído do filme *Breakfast at Tiffany's* (Cap.1 - 07min 57s).

Os valores intrínsecos e extrínsecos da marca *Tiffany's* – qualidade da matéria prima dos produtos e os valores agregados respectivamente – representam a formação da identidade e individualizam a marca na narrativa filmica. Na maioria das vezes, são mencionados explicitamente pela protagonista Holly, que por meio de suas encenações não se intimida ao elogiar espontaneamente e, até mesmo, “adorar” a marca *Tiffany's & Co.* Além disso, a considera como estrutura de apoio em sua vida e a vangloria num ato de transferência de realizações pessoais:

Holly – [...] Nem quero mesmo ter nada até que possa encontrar um lugar pra mim que tudo fique bem. Não tenho certeza aonde é, mas sei qual é a aparência. É como a *Tiffany's*. Sou louca pela *Tiffany's*! Sabe aqueles dias em que você está no vermelho? Estar no vermelho é horrível. De repente você fica com medo e não sabe do que. Quando eu me sinto assim, a única coisa que me faz bem é pegar um táxi e ir a *Tiffany's*, me acalma na mesma hora. Aquela quietude e aparência. Nada de ruim pode lhe acontecer lá. Se eu encontrasse um lugar onde eu me sentisse como eu me sinto na *Tiffany's*, então, eu compraria alguns móveis e daria um nome ao gato.

É também transmitida ao espectador a mensagem de que a *Tiffany's* é tão esplendida que transmite alegria a qualquer um que a visite. Obter uma peça preciosa daquela loja soa como a realização de um sonho para mulheres que buscam viver um conto de fadas e são seduzidas pelas preciosidades da *Tiffany's & Co.* Para Holly, que representa implicitamente essas mulheres, seu sonho é ter uma casa que possua os valores simbólicos da *Tiffany's*, pois relata não se interessar por diamantes mesmo os apreciando, o que demonstra maior grau de afetividade com a marca. Vale lembrar também que um ícone importante da marca é sua ilustre caixinha azul acompanhada de um laço branco que encanta quem a recebe e, ao mesmo tempo, desperta desejo de consumo quando vista

pelos outros que a reconhecem.

Partindo do pressuposto de que a construção identitária acontece a partir de referências, é claro o fato de a protagonista ter sua identidade formada de acordo com a personalidade da marca *Tiffany's*, pois os aspectos importantes da marca são absorvidos por Holly e auxiliam nessa construção.

A identidade da protagonista é revelada ao espectador ao longo da narrativa, já que se trata de algo que não nasce com o sujeito, mas é adquirido ao longo de sua trajetória. Desse modo, sua identidade passa por mutações que surpreendem o espectador em diversas declarações mostradas no filme. Verifica-se, então, que a construção da identidade da protagonista em *Breakfast at Tiffany's* ocorre a partir de identificações e transformações representadas.

A princípio, Holly é apresentada com identidade forte por meio de cenas planejadas cinematograficamente que dotam a personagem de encantos e criam laços emocionais com o espectador, inserindo-o na narrativa fílmica. Diferentes cenas mostram a personagem conferindo-lhe individualidade e tornando-a única através dos traços da identidade que se modifica e se constrói.

Charme e mistério são pontos marcantes de Holly. Já no início do filme, seu *glamour* se evidencia através do figurino composto por vestido preto de corte refinado, luvas, colar e óculos escuros (Fig. 6). O estilo elegante é demonstrado através da sua postura e delicadeza que permanecem



Figura 6 - Holly com vestido de corte refinado, colar e óculos escuros. *Frame* extraído do filme *Breakfast at Tiffany's* (Cap.1 - 01min 23s).

durante toda história, com variações de identidade.

O primeiro traço marcante que define sua identidade ocorre por meio da representação simbólica de um gato. E por isso, iniciaremos analisando a presença desse animal de estimação da protagonista e seu efeito de sentido na história. Faz-se pertinente destacarmos algumas características dos gatos que são transferidas para personagem e a envolvem naturalmente.



Figura 7 – Gato acorda a protagonista Holly. *Frame* extraído do filme *Breakfast at Tiffany's* (Cap.1 - 05min 40s).

Por possuírem boa capacidade física e sentidos apurados - ágeis, flexíveis, cuidadosos, discretos e independentes – os gatos são considerados animais bem desenvolvidos. No momento em que surge na tela, sua imagem é destacada em close enquanto dorme. Ao ser despertado pelo som da campainha, segue em direção a sua dona – Holly – e a acorda, o que torna clara a intimidade e a relação de afeto entre os dois (Fig. 7). Essa cena é de extrema importância para este estudo, pois evidencia enlaces ricos na



Figura 8 – Holly com o gato no colo fala da relação com o animal. *Frame* extraído do filme *Breakfast at Tiffany's* (Cap.1 - 07min 40s).

narrativa fílmica.

Assim, observa-se a primeira semelhança entre eles, comprovada pela falta de compromisso em uma manhã de quinta-feira. Em seguida, com o animal no colo, a protagonista fala de alguns sentimentos e atitudes que a aproximam do felino (Fig. 8).



Figura 9– Foto que revela o passado de Holly. Frame extraído do filme *Breakfast at Tiffany's* (Cap.7 - 47min 13s).

Holly – Pobre e velho gato. Pobre palerma. Pobre palerma sem nome. Do jeito como eu penso não tenho o direito de lhe dar um nome. E não pertencemos um ao outro, só nos encontramos um dia lá no rio. [...] Se eu encontrasse um lugar onde eu me sentisse como eu me sinto na Tiffany's, então, eu compraria alguns móveis e daria um nome ao gato.

As palavras expressadas pela protagonista justificam seu envolvimento com o animal de estimação. Ao chamá-lo de “pobre palerma sem nome”, percebemos que não se trata apenas do gato, mas que, na verdade, ela é a referência para tratá-lo desse jeito. Em seguida, prossegue dizendo que a sua maneira de pensar é a razão pela qual não batiza o gato, portanto, transfere para a falta de nome do animal o transtorno da sua antiga identidade ou, até mesmo, a falta de estabilidade da sua atual situação.

A maneira independente de conduzir sua vida também é representada por meio da transferência de valores e identificação com o gato, quando a protagonista relata que um não pertence ao outro e que estão juntos devido ao acaso.

O conflito e a instabilidade vivida

pela protagonista são demonstrados quando Holly declara que não quer ter nada enquanto não estiver num lugar em que tudo fique bem e que, apenas após a concretização desse fato, o gato seria batizado e sua casa praticamente vazia seria preenchida com mais alguns móveis. A forma como Holly se refere ao seu apartamento que possui poucos móveis indica a solidão e a lacuna na sua identidade que busca a completude. Vale ressaltar que esse preenchimento só será efetivado quando a personagem encontrar um lugar que a faça sentir-se como na *Tiffany's*, ou seja, a identidade traçada para a marca corresponde à identidade almejada pela protagonista.

Assim, a construção da identidade da personagem começa a ser projetada no filme, pois ao mostrar o gato e a falta de móveis em seu apartamento, a protagonista projeta nesses dois elementos suas próprias características como uma forma de fuga e, ao mesmo tempo, os elementos cinematográficos que compõem as cenas transmitem valores simbólicos que, normalmente, são transferidos para Holly.

O clímax do filme acontece quando os mistérios da protagonista são revelados e seu jeito irreverente de viver é explicado. O indício que tende a deixar o espectador intrigado e inclinado a procurar mais detalhes sobre a história da personagem, é o momento em que Holly solicita a seu amigo que não faça perguntas sobre sua vida. E, compreensivo, Paul não faz mais comentários a respeito. Mais tarde, o enredo revela as diferentes fases da protagonista e a mutação de sua identidade.

O comportamento descompromissado e inocente de Holly é justificado através de uma foto que registra a imagem de uma família interiorana formada pela protagonista: um homem de idade mais avançada (seu marido), quatro crianças (filhas de seu marido) e um rapaz (seu irmão) (Fig. 9). Lula Mae Barners, esse é o nome verdadeiro de Holly que, ao fugir de casa aos quatorze

anos, resolveu acumular dinheiro para futuramente comprar uma casa e ali morar com seu irmão.



Figura 10 – Holly se arruma enquanto relata sobre sua profissão. *Frame* extraído do filme *Breakfast at Tiffany's* (Cap.1 - 11min 55s).

O fato da personagem Holly ser uma prostituta não impacta a narrativa, já que sua imagem foi cuidadosamente projetada para não interferir com valores negativos sobre a marca *Tiffany's*. A maneira encontrada por Holly para tentar guardar dinheiro transparece seu desapego e a solidão que enfrenta, influenciando diretamente na construção da sua personalidade nessa representação fílmica. Nesse momento da revelação de sua profissão, as imagens mostradas são da personagem se compondo por meio do figurino. Com uma tomada de câmera lateral, seu rosto é enquadrado através da moldura de um espelho enquanto ela arruma o cabelo. Além disso, o zíper de seu vestido encontra-se entreaberto na lateral, mostrando o sutiã da personagem (Fig. 10). O destaque dado pelo emolduramento aos movimentos da atriz, e o zíper entreaberto, redirecionam a atenção do espectador, despertando curiosi-



Figura 11: Resultado final da composição de Holly. *Frame* extraído do filme *Breakfast at Tiffany's* (Cap.1 - 12min 19s).

dade sobre o resultado final da composição. Pronta, a protagonista abre a porta e mais uma vez sua imagem é limitada em moldura, desta vez a da porta que na cor branca contrasta com o vestido e chapéu preto que está usando. Nesse momento, o espectador direciona sua atenção à personagem sempre sorridente e simpática e ao seu figurino (Fig. 11). Assim, discretamente, as informações sobre sua profissão se tornam irrelevantes.

Além disso, as peripécias e o perfil atribuído à personagem retomam constantemente a atenção do espectador que, com simpatia, é inserido num contexto de alegria e descontração. O envolvimento com homens, suas fugas e festas causam a impressão de travessuras de uma aventureira e não de programas de uma prostituta. Essa articulação entre a profissão da personagem e o modo como isso foi representado auxiliou para o bom desenvolvimento do processo construtivo da marca *Tiffany's* nessa narrativa fílmica.

Percebe-se, então, a mutação pela qual a identidade de Holly passou, pois deixou para trás a vida estável que tinha para viver uma aventura em Nova Iorque. Além disso, sua inquietude em relação aos seus objetivos é consequência do vazio que sente em sua personalidade que não se solidificou. Uma prova disso é quando a protagonista fala que Lula Mae Barners não existe mais e que ela agora se chama Holly Golightly, apesar dela mesma reconhecer que continua sendo o que sempre foi.

Desse modo, os traços da sua antiga identidade não foram excluídos pelo novo estilo escolhido por Holly; fato comprovado com a fragilidade, inocência e carinho que a personagem demonstra ao pedir ao seu amigo Paul para chamá-lo pelo nome de seu irmão Fred. Dessa maneira, a narrativa constata que no decorrer da trajetória do sujeito suas diferentes escolhas somam características à nova identidade, sem a perda das referências anteriores.

Quando sua identidade original é

revelada, Holly demonstra tristeza profunda –declarando “estar no vermelho” – e, em seguida, deseja ir a *Tiffany’s* já que a considera um porto seguro. A fragilidade que a protagonista carrega consigo evidencia os traços de Lula Mae deixados em Holly. Desse modo, é evidente o desejo de completude que a personagem parece encontrar na *Tiffany’s*, pois a identidade se forma a partir de valores identificatórios com o objeto de desejo. Assim, os valores almejados pela personagem são projetados na *Tiffany’s & Co.* para que haja identificação entre eles. Inclusive, serve para que a completude da personagem se concretize por intermédio dos valores conceituais transmitidos pela marca.

Ao final da história, ocorre uma ruptura na narrativa fílmica que mostra mais uma modificação da identidade de Holly. No táxi, Paul faz uma declaração de amor e é ignorado. A protagonista não aceita envolver-se em relacionamentos e não suporta a idéia de pertencer a alguém, visto que aparentemente deseja ser independente. Nesse momento, Holly demonstra uma crise de identidade, declarando que não sabe quem realmente é e iguala-se a seu gato, presente na cena. Prossegue dizendo que formam uma dupla de palermas sem nome, independentes um do outro. Em uma atitude impensada, a personagem joga o gato na chuva dizendo ser o lugar ideal para ele, em meio a latas de lixo e ratos. Podemos perceber que essa foi a maneira encontrada para se punir, devido ao reconhecimento de frustração em sua vida mediante as atitudes que tem, inclusive na escolha da sua profissão. É importante ressaltar que a personagem denomina de rato os homens com quem se relaciona profissionalmente, fato que demonstra sua inferioridade e baixa estima como se sua vida fosse o lixo e que está cercada por ratos. Paul, intrigado com a atitude de Holly, chama-a de covarde, joga o anel em sua direção (cujas iniciais foram gravadas na *Tiffany’s*), e segue em busca do

felino.

Holly analisa os acontecimentos, põe o anel em seu dedo e, desesperada, sai em busca do seu gato de estimação e de Paul, pois assumir que o gato lhe pertence significa também a sua própria aceitação. Dessa forma, a narrativa fílmica finaliza no ato de utilizar o anel grafado pela *Tiffany’s*, que simboliza a união entre o casal e a completude sempre buscada pela protagonista. Aquele acessório da *Tiffany’s* se mostra, mais uma vez, como o fechamento de um elo num momento importante da vida da personagem, que é simbolicamente o consumidor que sempre busca a satisfação por meio de um objeto de desejo.

[...]os valores almejados pela personagem são projetados na Tiffany’s & Co. para que haja identificação entre eles. Inclusive, serve para que a completude da personagem se concretize por intermédio dos valores conceituais transmitidos pela marca

O gato, assim, é um personagem importante para o enredo do filme, pois seus valores simbólicos representados na narrativa fílmica auxiliam na construção da personalidade e da identidade de Holly, que lhe transfere as características que não admite ter e ao final assume sua total identificação com o animal.

Por meio da identificação, o sujeito adquire novas características que enriquecem sua personalidade e o particularizam, assim, apontaremos quais foram as identificações que influenciaram na formação da identidade de Holly ao longo da narrativa fílmica de *Breakfast at Tiffany’s*.

O processo de identificação ocorre na narrativa através de diferentes elementos. Por exemplo, entre a personagem Holly e

seu gato; entre Holly e seu amigo Paul na figura do seu irmão e, sem dúvida, a mais importante das identificações ocorridas no filme é entre a protagonista Holly e a marca *Tiffany's & Co.* A maneira como a marca *Tiffany's* foi construída nessa narrativa está diretamente entrelaçada com os traços da protagonista, pois é o resultado da identificação entre elas.

Desde o início da narrativa fílmica, a personagem Holly se mostra envolvida à conotações de estilo refinado, demonstradas nos diferentes cenários que fazem parte da sua rotina. Como exemplo, ela veste trajes de tecidos finos combinados com chapéus variados, colares e anéis. Além disso, a infinidade de delicados acessórios combinados com distinta maquiagem compõe a elegância da personagem, que alia a admiração pela *Tiffany's* às próprias aspirações.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O processo de identificação se inicia com a imitação, dessa maneira verificamos que a protagonista elege a *Tiffany's* como modelo e, ao se identificar com a marca, internaliza as características e valores que representa para si. Desse modo, Holly procura ser sedutora e desejada, assim como as preciosas jóias da loja. A escolha pela *Tiffany's* ocorreu devido ao poder que a marca exerce sobre sua personalidade ao solucionar problemas ou dar suporte para sua falta de estrutura. Nesse caso, a marca corresponde exatamente com as necessidades da personagem e com aquilo que deseja conquistar para si, oferecendo-lhe o que falta: estrutura, suporte, sedução, *glamour* e todas as outras características que identificam e particularizam a *Tiffany's*.

Dessa maneira, a marca penetra na vida da protagonista a ponto de ser considerada elemento essencial para seu bem estar e direcionamento de sua vida. Assim, as atitudes da personagem correspondem à personalidade da marca que, sendo seu objeto de desejo, lhe transfere

suas características que são introjetadas pela protagonista. Em suma, Holly torna-se um objeto de desejo para os outros.

Esse processo é representado também por meio da fragilidade de Holly, que necessita eleger algo que supra seus mais profundos anseios. E a solução é avistada na marca *Tiffany's* – um objeto de desejo que seduz os consumidores mais exigentes. Desse modo, as várias características citadas nesse artigo compõem as características da personagem, o que nos faz constatar que sua identidade é construída ao longo da narrativa por meio de identificações com a marca desejada.

A admiração à *Tiffany's* – exemplo máximo de qualidade na confecção de jóias – designa a antiga aspiração à riqueza da personagem Holly. A esfera que engloba a protagonista se define na constante fuga de si mesma, seguindo desde o abandono da sua vida matrimonial até as insistentes tentativas de conseguir se unir a um companheiro rico, com a ilusão de que isso iria completá-la. Sendo assim, a aproximação da protagonista com a loja *Tiffany's* parece ocorrer da mesma forma, pois deposita na marca valores que substituem seus anseios.

Então, verificamos que a narrativa remete, de alguma maneira, noções que envolvem estudos sobre identificação e a busca pela satisfação, na qual a marca desempenha um papel essencial e é representada como objeto de desejo e

O processo de identificação se inicia com a imitação, dessa maneira verificamos que a protagonista elege a Tiffany's como modelo e, ao se identificar com a marca, internaliza as características e valores que representa para si.

modelo no processo identificatório. Sendo assim, a marca *Tiffany's*, nessa narrativa fílmica, supera a esfera da aquisição do produto e enaltece a construção da personagem por meio da identificação, pois a marca *Tiffany's* é capaz de suprimir o estado de desprazer, proporcionando a Holly o sentimento de prazer.

NOTAS

* Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná. E-mail: ve_kami@yahoo.com.br

¹ Expressão utilizada pela personagem Holly no filme *Breakfast at Tiffany's* (1961). Significa tristeza profunda e de-samparo.

REFERÊNCIAS

AAKER, David A. **Construindo marcas fortes**. Porto Alegre: Bookman, 2007.

AUMONT, Jacques, et al. **A estética do filme**. São Paulo: Papyrus, 1995.

AUMONT, Jacques; MARIE, Michel. **Dicionário teórico e crítico do cinema**. Rio de Janeiro: Texto & Grafia, 2008.

FREUD, Sigmund. **Edição standard brasileira das obras psicológicas completas de Sigmund Freud**. Vol. XVIII. Rio de Janeiro: Imago, 1920-1922.

FREUD, Sigmund. **Edição standard brasileira das obras psicológicas completas de Sigmund Freud**. Vol. XXIII. Rio de Janeiro: Imago, 1937-1939.

_____. O inconsciente. In: **Edição Standard Brasileira das Obras Psicológicas completas de Sigmund Freud**. Volume XIV. Rio de Janeiro: Imago, 1915.

KAUFMANN, Pierre. **Dicionário enciclopédico de psicanálise: o legado de Freud e Lacan**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1996.

LIPOVETSKY, Gilles. **O Império do efêmero**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

_____; ROUX, Elyette. **O luxo eterno: da idade do sagrado ao tempo das marcas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

SAMPRINI, Andréa. **A marca pós-moderna: Poder e fragilidade da marca na sociedade contemporânea**. São Paulo: Estação das Letras, 2006.