

## A MODA NA SÉRIE “BRIDGERTON”: CULTURA DE FÃS E CONSUMO

*Fashion in “Bridgerton”: fan culture and consumption*

Lima, Laura Ferrazza de; PhD; Colégio Salesiano N. Sra. Auxiliadora, lauraflima@gmail.com<sup>1</sup>

**Resumo:** O presente artigo procura entender o impacto da moda na construção dos figurinos e da narrativa da série *Bridgerton* e como ela cria na comunidade de fãs desejos de consumo. Os figurinos mesclam referências visuais da atualidade e da época histórica da trama. Além de analisar os figurinos de forma interna pretendemos mapear sua relação com a comunidade de fãs. Tal relação se expressa de diversas maneiras: pela produção de conteúdos nas redes sociais que comentam e imitam os visuais da série e através do consumo de produtos licenciados ou inspirados em sua estética.

**Palavras-chave:** Moda e Cultura Pop; Figurinos de Série; Bridgerton.

**Abstract:** This article endeavours to understand the impact of fashion on narrative and costume design in the *Bridgerton* TV series, and also how fashion entices consumption on fan communities. *Bridgerton* costumes blend visual references from modern culture and from the plot’s historical period. Besides analysing costumes internally we intend to map their relation to fandom. That relationship manifests through content creation in social networks, which comment on the series’ visual traits, and through consumption of products connected to the series.

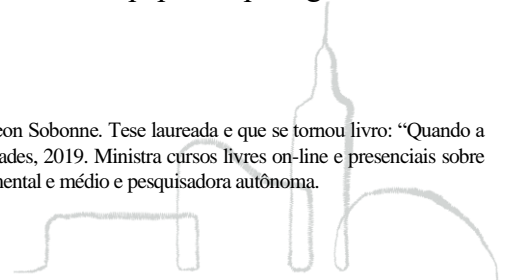
**Keywords:** Fashion and Pop Culture; Series Costumes; Bridgerton.

### Introdução

A série *Bridgerton* é uma produção do serviço de streaming Netflix que estreou em 2020 e apresentou sua terceira temporada no ano de 2024. Desde sua primeira temporada ela vem causando impacto no mundo da moda, seja através de coleções e designers inspirados pelo estilo de seus figurinos e até pelo surgimento de uma micro tendência chamada *regencecore* muito difundida na rede social TikTok (CARNEIRO, 2021, p.2). Seu sucesso demonstra o apelo que um romance de época com boas doses de modernidade pode ter junto ao público. Na recente temporada, de forma ainda mais acentuada do que nas anteriores, é possível perceber que a Moda se tornou uma potência narrativa dentro da trama. Essa observação torna-se pertinente quando analisamos a transformação da personagem Penelope Featherington, protagonista da terceira temporada. A mudança em seu comportamento e a tomada do papel de protagonista de sua

---

<sup>1</sup> Pós-doutorado em História pela UFRGS; Doutora em História pela PUCRS com estágio na Université Paris I – Panteon Sobonne. Tese laureada e que se tornou livro: “Quando a arte encontra a moda”. 2018, Editora Zouck. Finalista do Prêmio Açorianos de Literatura, categoria ensaio de humanidades, 2019. Ministra cursos livres on-line e presenciais sobre História da Moda, Arte e Moda, Figurinos de Cinema e de Séries. Produtora cultural, professora de História nível fundamental e médio e pesquisadora autônoma.



própria história inicia de fora para dentro, ou seja, primeiro ela provoca mudanças em sua aparência externa através dos artifícios da moda para depois promover mudanças profundas em sua trajetória.

Na edição de 2022 do Colóquio de Moda apresentei uma pesquisa inicial sobre a mesma série como um desdobramento de minhas reflexões gerais a respeito dos figurinos no audiovisual que já se tornou capítulo de livro (LIMA, 2021, p.200) e um curso com edições presenciais e on-line. Naquela primeira etapa, o objetivo da pesquisa foi mapear as referências visuais, históricas e literárias e como elas influenciaram na construção dos figurinos de *Bridgerton*, considerando a primeira e a segunda temporadas. Na atual etapa da pesquisa, o objetivo central é entender como a moda impacta na construção dos figurinos e da narrativa da série e cria na comunidade de fãs desejos de consumo. Os figurinistas da série mesclam referências visuais da atualidade e da época histórica em que se passa a trama. Esse hibridismo visual se expressa nas cores, bordados e texturas, que atraem o olhar do expectador contemporâneo. Na terceira temporada personagens como a já citada Penélope e, também, Cressida Croper, reforçam através do visual as reviravoltas em seus destinos. Além de analisar os figurinos de forma interna pretendemos mapear sua relação com a comunidade de fãs. Tal relação se expressa de diversas maneiras: pela produção de conteúdos nas redes sociais que comentam e imitam os visuais da série e através do consumo de produtos licenciados ou inspirados em sua estética.

É importante destacar que estamos trabalhando principalmente com fontes visuais. A fim de analisar essas imagens utilizo as teorias de Aby Warburg, que são pertinentes nesse caso em diferentes sentidos (SAMAIN, 2012, p.80). Elas permitem cotejar imagens de diferentes épocas, lugares e suportes tornando possível estabelecer uma relação entre elas, considerando suas contradições e seus anacronismos. Estamos também lidando com imagens produzidas num meio audiovisual específico que é o da ficção seriada. Por esse motivo os estudos de Marcelo Vieira Silva (SILVA, 2014, p. 245) são importantes ao destacar as intensas trocas visuais entre o público e as séries. É preciso pensar a série como um produto que visa estimular o consumo tanto de sua narrativa visual, como também de seu universo ficcional, através da audiência e da venda de produtos de moda e afins. É significativo o grande volume de empresas que criaram produtos licenciados da série, tais como: linhas de roupas, produtos de beleza, decoração etc. Outro fator a ser considerado é o uso da História como algo nostálgico dentro da construção narrativa da série. A nostalgia de um mundo onde os relacionamentos aconteciam nos bailes, onde se podia vestir belos trajes todos os dias, povoado por rainhas, viscondes e duques. É uma nostalgia do não vivido, de uma época romantizada e alterada pela série, mas que reforça seu apelo junto à comunidade de fãs que se identifica com essa fórmula narrativa.

### **Romance de época: o passado como produto nostálgico.**

A série *Bridgerton* pode ser categorizada como uma narrativa de época, porque ela utiliza como contexto para sua trama uma época histórica que existiu: o período Regencial Inglês (1795 – 1837). Vale lembrar que a série

audiovisual é derivada de uma série de livros da escritora americana Julia Quinn, lançados entre 2000 e 2006. Quando da venda dos direitos dos livros para a televisão, as obras já possuíam um público leitor fiel de verdadeiros fãs. São, portanto, romances de época escritos no século XXI e ambientados na regência, um período bastante idealizado entre os leitores de romances, por coincidir com a vida e a produção da escritora inglesa Jane Austen (1775 – 1817). O tom em que a narrativa é escrita cria uma ambientação de época, mas certas atitudes e fórmulas narrativas apresentam um estilo mais contemporâneo. Essa mudança é esperada, pois é praticamente impossível para uma escritora do século XXI emular completamente o estilo da escrita do século XIX, e caso fosse essa sua intenção, é provável que o número de leitores contemporâneos que se identificassem com tal escrita seria restrito. Tais teorias partem do princípio da circularidade cultural, não só entre grupos, mas entre época distintas (GINZBURG, 2002, p.19) e lembra o argumento do historiador italiano Carlo Ginzburg de que “da cultura do próprio tempo (...) não se sai a não ser para entrar no delírio e na ausência de comunicação” (GINZBURG, 2002, p.25). No processo de adaptação dos livros de *Bridgerton* para série de tv pela produtora Shonda Rhimes houve uma nova alteração de estilo, modernizando ainda mais a narrativa. Essa atitude visou dialogar com o público do audiovisual, ampliando ainda mais o alcance da produção.

*Bridgerton* não é a primeira série com teor de época e não será a última, isso porque o passado tem se mostrado um produto altamente atraente para o consumidor do audiovisual, que é também um consumidor em potencial de produtos derivados das séries. E aqui entra uma contradição típica da moda, que na concepção de Lars Svendsen se pauta pelo novo (SVENDDERSEN, 2010, p.22). Nesse sentido temos uma apropriação do passado idealizado e ressignificado com o olhar e os gostos do presente. Afinal, para criar o “novo” não só a moda, mas também o audiovisual, se ancora em elementos nostálgicos. A nostalgia nada mais é do que o sentimento de idealização em relação a uma época já vivida, como a infância, ou de uma época mais recuada no tempo, um passado não vivido é ainda mais possível de ser idealizado.

No caso do período regencial inglês, abordado na série, existe toda uma nostalgia de um mundo no qual os relacionamentos aconteciam em bailes elegantes, onde as pessoas vestiam belos trajes todos os dias, uma sociedade povoada por rainhas, viscondes e duques. É uma nostalgia do não vivido, de uma época romantizada e alterada pela série, mas que reforça seu apelo junto à comunidade de fãs que se identifica com essas características. Um dos pontos principais para evocar essa nostalgia nos espectadores é o figurino, aliado a produção e direção de arte, leia-se cenários.

Desde o lançamento da série em 2020 é possível perceber a repercussão de seus figurinos fora das telas. Naquele mesmo ano alguns estilistas revelaram terem se inspirado no universo de *Bridgerton* para criar suas coleções. Uma das redes sociais da atualidade mais influente quando se fala de tendências de nicho e passageiras é o TikTok. Também inspiradas na série passaram a aparecer looks e visuais que acabaram categorizados como *regencycore*, ou seja, um estilo inspirado na Regência. Isso demonstra que os figurinos da série foram muito bem construídos e em consonância com o estilo da narrativa mesclam referências históricas e tendências atuais.

Figura 1: Exemplo da tendência *regencycore*

Fonte: <https://www.manequim.com.br/moda/bridgerton-5-dicas-para-incorporar-o-estilo-regencycore-no-seu-dia-a-dia.phtml>

Sobre a elaboração dos figurinos temos informações da sua concepção desde a primeira temporada. Ele teria sido inspirado em referências históricas, mas também em figurinos de cinema usados em adaptação audiovisuais de obras de Jane Austen e adaptações ambientadas no mesmo período histórico, como “Guerra e Paz”, filme de 1956 estrelado pela atriz Audrey Hepburn. Essa última referência fica clara no visual da personagem Dafne Bridgerton na primeira temporada.

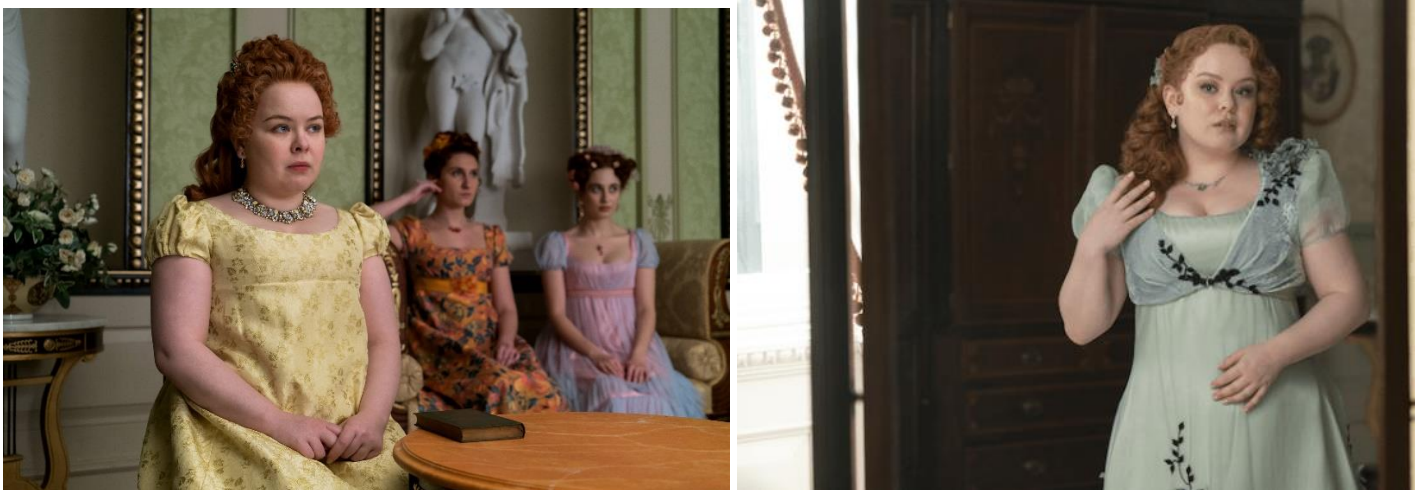
A figurinista inicial foi Ellen Mirojinick, uma veterana dos figurinos de cinema responsável por algumas produções icônicas como o filme “Instinto Selvagem” de 1992. Segundo Ellen, para os figurinos da série *Bridgerton* foi intencional a criação de peças para fossem além do primor histórico. Ela destaca o uso consciente de elementos modernos pontuais para despertar o desejo do telespectador, tais como: a cartela de cores ousada; aplicação de bordados e pedrarias, criando um visual mais luxuoso. Os figurinos da série respeitam no geral a silhueta característica do período regência. Sobre o processo de elaboração dos figurinos a figurinista explica:

Examinei pinturas, tendências de moda e outras imagens online disponíveis sobre o período em museus e bibliotecas virtuais. Também estudei o que mais se assemelha ao período em um sentido moderno. (...) usei referências entre 1800 e 1820 para manter a sensação do que a Regência realmente era. (MIROJINICK, 2021, p.3).

Apesar das mudanças na coordenação dos figurinos nas temporadas seguintes, sendo que a segunda temporada é chefiada por Sophie Canale, responsável por introduzir as novas personagens da família Sharma, que ela faz utilizando referências à cultura indiana expressas na paleta de cores, nas joias e em padronagens e silhuetas que remetem ao traje típico das mulheres indianas, o sári. Na terceira temporada a direção dos figurinos ficou por conta de John Glaser que esteve presente na equipe desde a primeira temporada.

Na terceira temporada a moda assumiu um papel de destaque dentro da trama narrativa da série. Mesmo que tenhamos desde o início a personagem da modista e seu ateliê, por onde transitam várias personagens e onde acontecem fatos importantes, inclusive com a participação da própria modista. Porém, na temporada atual a mudança no estilo de vestir de algumas das personagens foi essencial para seu papel na trama. Começando pela protagonista dessa temporada, Penelope Federington, que inicia sua mudança primeiro externamente, quando decide por novas modelagens e uma cartela de cores que valorizam sua beleza e a afastam do visual famoso de sua família. A jornada de Penelope para se conhecer e dar voz aos seus sentimentos de maneira direta inicia pela transformação externa de seu visual, roupas, cabelo e maquiagem e vai condizendo com sua trajetória dentro da série. Outro caso exemplar dessa temporada é a personagem Cressida Croper, que passa a desfilas penteados e roupas extravagantes, denotando que devemos prestar atenção nela, pois ela ganha espaço na trama nessa temporada. Suas fragilidades e inseguranças pessoais são camufladas pelas ombreiras gigantes, laços exagerados e peteados esculturais. Foram os visuais dessas duas personagens que mais repercutiram nas redes sociais, sendo replicados em postagens e recebendo imitações.

Figura 2: Exemplos da mudança nos figurinos da personagem Penelope



Na figura 2 acima é possível perceber visualmente e de forma clara, como a mudança no figurino vem acompanhada de uma mudança de atitude e postura corporal da atriz que demonstram a transformação pessoal da personagem. Na imagem da esquerda o tom cítrico, o corte que achata o busto, a posição das mangas, o penteado e mesmo as joias transmitem uma sensação de inibição e inadequação. Já na segunda imagem a mesma

atriz/personagem aparece com um tom mais sóbrio, o corte do vestido valoriza seu busto e a manga alonga seus braços, o penteado e os acessórios compõem um visual mais equilibrado, transmitindo na linguagem corporal maior confiança.

Figura 3: Exemplos da mudança nos figurinos da personagem Cressida



Na figura 3 acima é possível observar uma comparação entre os figurinos da personagem Cressida nas primeiras temporadas, do lado esquerdo e na terceira temporada do lado direito. Na primeira imagem percebemos que o corte do vestido é mais comedido, as mangas não possuem volume, o vestido traz um tom de cinza, destacando sua sofisticação pelos bordados e já demonstrando um gosto por penteados mais ornamentados. Já na imagem do lado direito percebemos que a cor rosa é mais viva, os ombros estão bastante destacados em volume e textura, o penteado escultural é mais alto. A mudança do figurino enfatiza que a personagem sai de uma posição periférica na trama que não demandava grande atenção do público para um lugar de maior destaque.

### **Produtos derivados da série e sua relação com os fãs**

A repercussão de um produto audiovisual como a série *Bridgerton* pode ser fortemente percebido nas redes sociais. Nesses espaços os fãs expressam suas opiniões sobre a série e destacam os elementos que mais gostaram ou não, discutindo desde questões de roteiro até o visual. No que se refere ao figurino destacam-se os cosplayers, a tentativa de imitar penteados e maquiagens e até mesmo looks contemporâneos com uma estética inspirada na série. É também no espaço das redes sociais que vemos o uso da estética criada pela série para chamar a atenção dos fãs como estratégia de marketing. Não apenas marcas de moda fizeram isso, mas muitas consultoras

de estilo comentaram sobre as mudanças no visual de Penelope. É possível encontrar referências também no meio da decoração de interiores, gastronomia, entre outros. Por fim, nas redes sociais foi possível constatar o grande número de produtos licenciados ou não, no Brasil e no exterior que se valeram do sucesso da série e de sua estética para conquistar potenciais consumidores. O uso da estética da série em produtos que apresentaram grande produção e circulação comprovam o êxito dela em criar uma comunidade extensa de fãs ávidos por ter algum elemento que remeta ao seu universo.

Figura 3: Exemplos de produtos licenciados da série *Bridgerton*



Na imagem 3 acima temos dois exemplos de linhas de produtos licenciados da série *Bridgerton*. Na primeira imagem, do lado esquerdo temos o anúncio da linha de esmaltes nacional Risqué com coleção de cores e nomes das cores inspirados na série e o logo do Netflix e da produtora Shondaland. Na imagem da esquerda temos a divulgação de uma fotografia estilo lookbook do catálogo da loja de departamentos internacional Primark, que lançou uma linha com roupas para o dia, pijamas e peças para casa, tudo inspirado em *Bridgerton* e com licenciamento oficial. Em ambos os casos são produtos de baixo custo e grande circulação que comprovam que a série possui um público amplo e que consome esses itens inspirados nela.

### Considerações Finais

Até o momento a pesquisa sobre o impacto e a importância dos figurinos de séries para as relações entre a moda e a cultura pop vem apontando caminhos promissores. É possível perceber que as séries são um produto audiovisual de forte impacto na cultura pop e capazes de formar comunidades de fãs. Algumas séries em especial possuem características que as tornam atraentes para muitos espectadores, criando comunidades de fãs amplas e menos nichadas. Produções de época como *Bridgertons* se valem da nostalgia de um tempo não vivido e destacam alguns elementos narrativos que seduzem os espectadores. Nesse caso específico a vida em meio ao luxo, a forma diferente como

aconteciam os relacionamentos amorosos, são elementos que remetem ao passado, mas ganham ares modernos para reter a atenção e cativar os espectadores. A criação de um universo próprio para a série se expressa principalmente por seus elementos visuais, como o cenário e os figurinos e é reforçado também pela trilha sonora.

Após o lançamento de cada temporada é possível perceber através da análise de postagens nas redes sociais e na criação e comercialização de produtos derivados da série o seu potencial de gerar engajamento junto ao público. A força de sua estética é aplicada em elementos visuais do marketing que nem sempre estão diretamente focados em vender produtos diretamente relacionados com a série. Ao mesmo tempo, se analisarmos a gama de produtos licenciados criados, seus valores de venda e seu alcance, podemos perceber que eles visam um público amplo e variado, permitindo que mesmo os fãs que não possuam grande poder aquisitivo possam ter algum produto que represente a série.

A moda nesse sentido torna-se um elemento que ajuda a construir o visual da série através do figurino e que simultaneamente ajuda a estimular o consumo de produtos derivados da série. Esses mesmos produtos podem ser mais diretamente relacionados com a moda, como coleções de roupas, mas também com áreas da beleza, como no caso dos esmaltes e maquiagens e mesmo em áreas afins como a decoração de interiores. Nesse sentido a moda e a cultura pop se aliam para criar um produto audiovisual versátil que gera outros produtos e um verdadeiro modismo.

## Referências

CARNEIRO, Julia. “**Regencycore: as tendências de Bridgerton foram atualizadas para 2021**”, publicada em 14 de janeiro de 2021. Disponível em: <https://glamour.globo.com/moda/tendencias/noticia/2021/01/regencycore-tendencias-de-bridgerton-foram-atualizadas-para-2021.ghtml>. Acesso em: 10 set. 2022.

GINZBURG, Carlo. **O queijo e os vermes**. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.

LIMA, Laura Ferrazza. A moda nas séries: relações entre moda e ficção seriada. IN: ESTIVALET, Felipe et al. (Orgs.). **Perspectivas de pesquisa em Cultura Pop: comunicação, fãs, estéticas e narrativas ficcionais**. Porto Alegre: Editora Fi, 2021.

MIROJNICK, Ellen. Entrevista cedida para Paula Jacob. **Bridgerton: tudo sobre o figurino da série mais amada do momento**, publicada em 10/01/2021. Disponível em: <https://glamour.globo.com/entretenimento/noticia/2021/01/bridgerton-tudo-sobre-o-figurino-da-serie-mais-amada-do-momento.ghtml>. Acesso em 10 set. 2022.

SAMAIN, Etienne. **Como pensam as imagens**. Campinas: Editora Unicamp, 2012.

SILVA, Marcelo Vieira Barreto. **Cultura das séries: forma, contexto e consumo de ficção seriada na contemporaneidade**. Galáxia (São Paulo, Online) n. 27, p. 241- 252, jun. 2014.

SVENDSEN, Lars. **Moda uma filosofia**. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

