

## **Análise da composição estética da primeira temporada da série *Bridgerton*<sup>1</sup>**

Allane MORAES<sup>2</sup>

Bianca VELLOSO<sup>3</sup>

Caroline ADRIELLI<sup>4</sup>

Gabriela TIBURCIO<sup>5</sup>

Maria Lucia JACOBINI<sup>6</sup>

Pontifícia Universidade Católica de Campinas, Campinas, SP

### **RESUMO**

Apoiado nos pilares teóricos dos estudos da estética e da comunicação, este artigo tem como objetivo analisar a construção estética da primeira temporada da série *Bridgerton*, produzida pela plataforma de *streaming Netflix*. A partir desse objeto de estudo, o artigo visa contribuir com as discussões acerca da construção da beleza através do cenário e das vestimentas dos personagens e do uso da arte como mercadoria, característica da quarta fase da estetização do mundo proposta por Gilles Lipovtesky e Jean Serroy, a Era Transestética. Os elementos analisados serão as roupas, escolha de cores e a trilha sonora escolhidas para a série, para demonstrar a construção sociocultural do belo e do feio.

### **PALAVRAS-CHAVE**

Estética; comunicação; cores; *Bridgerton*; Era Transestética.

### **CORPO DO TEXTO**

Este artigo tem por objetivo demonstrar a consolidação da arte como mercadoria na atualidade através da análise de uma produção artística: a primeira temporada da série *Bridgerton*, produzida pela plataforma de *streaming Netflix* em 2020. Inspirada nos nove livros de romance da autora americana Julia Quinn, a série conta a história de oito irmãos que buscam amor na alta sociedade de Londres do século XIX, retratando o

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na DT 1 – Jornalismo do 26º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 1º a 3 de junho de 2023.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Jornalismo da Pontifícia Universidade Católica de Campinas (Puc-Campinas), e-mail: [allane.mp@puccampinas.edu.br](mailto:allane.mp@puccampinas.edu.br)

<sup>3</sup> Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Jornalismo da Pontifícia Universidade Católica de Campinas (Puc-Campinas), e-mail: [bianca.cv@puccampinas.edu.br](mailto:bianca.cv@puccampinas.edu.br)

<sup>4</sup> Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Jornalismo da Pontifícia Universidade Católica de Campinas (Puc-Campinas), e-mail: [caroline.aas@puccampinas.edu.br](mailto:caroline.aas@puccampinas.edu.br)

<sup>5</sup> Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Jornalismo da Pontifícia Universidade Católica de Campinas (Puc-Campinas), e-mail: [gabriela.trs@puccampinas.edu.br](mailto:gabriela.trs@puccampinas.edu.br)

<sup>6</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo da Pontifícia Universidade Católica de Campinas (Puc-Campinas), e-mail: [maria.jacobini@puc-campinas.edu.br](mailto:maria.jacobini@puc-campinas.edu.br)

requintado cenário da temporada de casamentos da capital britânica no período da Regência. *Bridgerton* é produzida por Shonda Rhimes e pelo *showrunner* Chris Van Dusen, a primeira temporada alcançou 63 milhões de usuários<sup>7</sup> da *Netflix*, tornando-se a série mais assistida da plataforma.

Nesta análise dentro do campo da estética da comunicação, consideramos as sensações transmitidas em relação àquilo que é belo e harmônico e àquilo que é feio e desagradável (SANTAELLA, 2019), aspectos transmitidos nas preocupações estéticas para as categorias de roupas, escolha de cores que são presentes tanto nas vestimentas quanto na composição dos cenários, e a trilha sonora que compõem a produção audiovisual, com o objetivo de agradar o público consumidor contemporâneo. Além disso, foi feita a avaliação dos elementos de estratégia de mercado, intrínsecos ao capitalismo artista e à apropriação da arte a fim de vender aquilo que é belo e harmonioso, posicionando as referências artísticas da série como um produto para consumo, conforme previsto por Lipovetsky e Serroy (2015).

Apesar de a série procurar retratar a sociedade do século XIX, a trilha sonora da série é composta por músicas contemporâneas, e não por composições do século em que se passa a narrativa. Canções definidas como parte do gênero *pop* são inseridas no contexto de época da série através de uma transformação sonora. Todas as músicas passam por uma conversão em uma versão clássica e instrumental, com a presença de instrumentos que marcam esse tipo de arranjo - como o piano, o violino e o violoncelo.

A reflexão teórica tem início na compreensão do termo ‘estética’. Segundo Santaella (2019, p.17), “a estética costuma ser definida como um campo de estudos que tem por objeto o belo, ou seja, objetos e obras que encarnam a qualidade da beleza”.

A palavra estética vem do grego *aisthesis*, que significa sentir. A partir disso, podemos entender o motivo pelo qual a estética está associada aos sentidos, ou seja, a percepção sensorial. Desse modo, a camada de subjetividade vai sendo retirada desse campo de estudos. Santaella (1994, p.11) defende que o ‘sentir’ compreendido na estética está relacionado com a rede de percepções físicas. Isto é, a reação desencadeada pela sensibilização dos sentidos, é a partir dela que conseguimos definir algo como sendo belo ou feio.

---

<sup>7</sup> Disponível em:

[www.hollywoodreporter.com/tv/tv-news/netflix-bridgerton-biggest-series-ever-4122779/](http://www.hollywoodreporter.com/tv/tv-news/netflix-bridgerton-biggest-series-ever-4122779/). Acesso em: 29 out. 2022

Embora haja esse esforço para definir o que é belo, “é importante chamar atenção para a ausência de universalidade daquilo que é considerado belo, pois inegavelmente existem padrões históricos e culturais para a beleza” (SANTAELLA, 2019, p.19). Portanto, antes de se ocupar com apontamentos do que seria belo e feio, é preciso entender o contexto de determinada sociedade ou grupo social, pensando em uma escala macro.

Dessa forma, de modo a fundamentar a análise da série, foi construída uma relação entre ela e a definição de belo e as consequentes modificações que esse conceito sofre devido às mudanças nas diretrizes históricas e culturais.

Mesmo que não haja uma definição clara do que é belo, invariavelmente e de forma involuntária, os seres humanos classificam como belo aquilo que “dilata a nossa sensibilidade justamente pelas características qualitativas que apresentam” (SANTAELLA, 2019, p.21). Em vista disso, fundamentamos nossa análise nessa ideia.

Portanto, existem dois aspectos que norteiam a definição do que é belo, que são indisassociáveis. “A beleza se define por conter dois elementos interconectados: as qualidades presentes no objeto chamado *belo* e os efeitos na sensibilidade perceptiva que essas qualidades são capazes de despertar”, (SANTAELLA, 2019, p.21).

Não só isso, mas, “há níveis diferenciados de feiura dentro do feio e de beleza dentro do belo. Trata-se, portanto, de fugir de um campo analítico binário” (BENTO, 2021, p.159). Portanto, a partir destes fundamentos, é feio ou menos belo, considerando os níveis de feiura dentro do feio, aquilo que não desperta a sensibilidade.

A teoria de Santaella (2019) sobre a definição da beleza em paralelo com o estudo de Tiski-Franckowiak (2000) sobre o impacto das cores na percepção da beleza pretende demonstrar como a paleta de cores usada nas vestes e na moradia de cada um dos personagens da série influencia na percepção do telespectador. Em *Bridgerton*, o contraste entre as cores sutis, que são majoritariamente apresentadas em tons pastéis, aqueles mais próximos do branco, e as mais chamativas, que são as cores mais saturadas e de maior contraste voltadas para o amarelo, define o que é belo e o que é feio.

Na construção imagética do que é belo, as cores são elementos imprescindíveis. Adentrando o campo da física, as partículas de energia eletromagnética que compõem a luz, afetam nosso cérebro. “A primeira sensação de cor, antes de sua interpretação

intelectual, acontece no sistema límbico, estritamente relacionado com a vida vegetativa e emocional” (TISKI-FRANCKOWIAK, 2000, p.131).

Sendo assim, para além das formas e linhas, as cores são influentes no processo de composição do que é belo e até mesmo do que é feio. Por essa razão, elas são exploradas por quem pretende passar determinada mensagem através do conteúdo visual.

Por exemplo, a personalidade dos personagens da série também foi transmitida na escolha de cores, uma vez que são os sentidos que definem se algo é belo ou feio. Involuntariamente, os seres humanos classificam como belo aquilo que as características afloram sua sensibilidade, segundo Santaella (2019). A falta de delicadeza é representada tanto pelas roupas, que carregam um mix de estampas grotescas e desarmônicas entre si, com cores em alto nível de saturação e tons amarelados, quanto pela personalidade dos personagens da família *Featherington*. Além de trazer cores quentes e a combinação de padrões chamativos, os membros dessa família utilizam de jóias douradas, composição que quando combinada com a vestimenta transmite a sensação oposta a de sensibilidade.

Essa característica exprime a sensação de que os figurinos dessa família são feios e inferiores se comparados com a qualidade estética das vestimentas dos *Bridgertons*, pois a composição visual das roupas não aflora a sensibilidade, um dos requisitos do sentir estético apontado por Santaella (2019, p.21).

Delicadeza e sensibilidade são as palavras que definem a construção estética das vestimentas de Daphne Bridgerton, uma das protagonistas da série. Com o figurino composto por vestidos longilíneos em tons pastéis - próximos do branco, as mulheres da família sempre utilizam de vestimentas harmoniosas, tanto na coloração quanto nas estampas, que são complementares, equilibradas e não se misturam.

Além da escolha de cores mais claras e da ausência de estampas desarmônicas, a sofisticação estética da família *Bridgerton* também está presente no uso dos adornos, e as jóias escolhidas para compor o figurino são todas prateadas. A harmonia entre o tom dos brincos e colares e a cor das roupas exprimem sensibilidade e cumprem o requisito de Santaella (2019) para caracterizar o que é belo quando se compara com o figurino da família *Featherington*, que demonstra o oposto.

Em termos de construção, o belo pode ser algo produzido pela natureza ou pelos seres humanos, como é o caso do objeto empírico deste artigo. Os seres humanos produzem então o belo através da arte. Com o passar dos séculos, a arte foi se consolidando como mercadoria. Quando inserido na arte, ele se torna um agente multiplicador de estilos, tendências, espetáculos e locais da arte, além de lançar tendências (LIPOVETSKY e SERROY, 2015, p.20).

Os autores definem esse estágio como uma espécie de hiperarte, “em que a arte se infiltra nas indústrias, em todos os interstícios do comércio e da vida comum”, (SERROY, 2015, p.20). Nesse contexto, o estilo é guiado pela generalização das estratégias estéticas com fins mercantis que se expandem aos setores das indústrias de consumo, uma vez que atualmente o capitalismo é baseado no consumo de massa.

Assim, na obra *Bridgerton*, a hiperarte se faz presente e marca a “era transestética” a partir de elementos modernos pontuais inseridos para despertar o desejo do telespectador pelas composições. Essas referências da modernidade transcendem o campo da estética dos figurinos e se insere na trilha sonora, por exemplo. A partir da análise, foi possível constatar o interdiscurso de músicas do século XXI na forma instrumental, como no século XIX. O objetivo é suscitar na memória do público sucessos populares da contemporaneidade e com grande potencial mercadológico.

A partir disso, nota-se a necessidade de encantar a audiência com a versão clássica de músicas do gênero *pop*, que fazem sucesso na década de 2020. Instrumentos como violino, violoncelo, piano e harpa são utilizados na tentativa de incluir obras de artistas como Taylor Swift, Harry Styles, Miley Cyrus e Rihanna nas composições. Portanto, a partir da análise conclui-se que a estética de *Bridgerton* foi cautelosamente elaborada para agradar a massa e potencializar o consumo.

## REFERÊNCIAS

BENTO, Berenice. O belo, o feio e o abjeto nos corpos femininos. *Sociedade e Estado*, [S.L.], v. 36, n. 1, p. 157-172, abr. 2021. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/s0102-6992-202136010008>.

BRIDGERTON | Costumes of Bridgerton. [S.I]: Netflix, 2021.

SANTAELLA, Lúcia. *Estética de Platão a Peirce*. São Paulo: Experimento, 1994.



INTERCOM Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
26º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste – Niterói/RJ – 01 a 03/06/2023

\_\_\_\_\_. Introdução aos estudos da estética e da semiótica. In: SANTAELLA, Lucia. **Estética & Semiótica**. Curitiba: Intersaberes, 2019. Cap. 01. p. 16-25. (Série excelência em Jornalismo).

TISKI-FRANCKOWIAK, Irene T. **Homem, comunicação e cor**. 4. ed. São Paulo: Ícone Editora, 2000.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **A estetização do mundo: Viver na era do capitalismo artista**. [S. l.]: Companhia das Letras, 2015. 333 p.