



“Bridgerton” Estética da série chega à mesa

Série inspira parceria inédita
entre Netflix e Vista Alegre

STREAMING O chamado “efeito Netflix” mostra que os públicos já não se limitam a ver conteúdos. Querem vivê-los. Da música à moda, passando pelo turismo ou pelos objetos para casa, o consumo tornou-se numa extensão emocional das histórias. É neste contexto que uma coleção de louça inspirada na série “Bridgerton” nasceu da parceria entre a Vista Alegre e a Netflix, juntando o universo do entretenimento global à tradição artesanal portuguesa.

O desenvolvimento foi acompanhado pelo JN na fábrica da marca em Ílhavo, onde foi possível conhecer o processo manual de produção e perceber como os motivos florais e outros elementos visuais da série são reinterpretados em porcelana. Não é difícil imaginar as peças numa das cenas de chá ou nos bailes da alta sociedade da série. Entre flores delicadas, detalhes dourados e porcelana trabalhada à mão, o romantismo e a estética de “Bridgerton” vão agora para a mesa.

O vice-presidente da Vista Alegre, Nuno Barra, refere que o projeto nasceu de uma conversa com a plataforma de streaming e de um trabalho conjunto a partir de materiais fornecidos pela produção, que a marca trabalhou dentro da sua linguagem de design. Já Filippo Zuffada, executivo da Netflix na área de produtos de consumo a nível global, enquadra a parceria na lógica de expansão dos universos narrativos para além do ecrã, sublinhando que os fãs procuram prolongar a ligação às histórias no quotidiano através de objetos e experiências inspiradas na ficção. ●