



## Personagens de marca aviculares na cultura de consumo

*Lyandra Gomes Tavares Riscado, Luiz Claudio Gonçalves Gomes*

O presente projeto insere-se no domínio dos estudos culturais, na área da Comunicação Visual, em particular, no campo de estudos da cultura visual, desenvolvidos sobre personagens que remetem à iconicidade e à memória afetiva no universo das marcas gráficas. Este trabalho de investigação está orientado por pesquisa exploratória, baseada em estudo de caso. O objeto de estudo escolhido para a elaboração do *corpus* de análise são os personagens aviculares de marca e de produto. Tendo como objetivo geral a análise dos personagens mascotes em suas dimensões humanizadoras subjacentes à marca gráfica que promove. O universo corporativo possui vitrine própria para exibir a enormidade de marcas gráficas inspiradas na simbologia animal. Dentre elas, a classe “ave” também encontra ampla aceitação para constituir identidades visuais corporativas mundo afora. Diante do material obtido previamente em pesquisa exploratória deverá ser possível compreender, razoavelmente bem, esse universo tão apaixonante quanto vasto sobre os personagens gráficos criados para fins promocionais. Explorar de modo panorâmico sobre o tema por meio de suas representações imagéticas nos permitirá compreender as diferentes formas de apresentação das mascotes nos conduzindo a um universo mágico de sedução comercial. Os resultados da pesquisa deverão ser em grande medida de caráter bem diversificado. Consideramos que serão também contribuições importantes deste trabalho o resgate dos diferentes usos e aspectos constitutivos desses ícones da cultura de massas e sua atividade como elemento de promoção, analisados e desenvolvidos ao longo do trabalho de investigação.

*Instituto Federal Fluminense  
Fomento da bolsa: IFF*