

MASCOTES DO CORAÇÃO

Os 40 personagens animados que ajudaram a construir a história de grandes marcas do mercado nacional

"Hoje, no Brasil, não se faz mais ícones como antigamente". A afirmação é de Luiz Briquet, um dos maiores especialistas em personagens animados do país. "Ajudei a criar cerca de 400 personagens, sendo que a Briquet Filmes já produziu mais de

1.200 comerciais animados. Desenho personagens todo dia. Isso é o que gosto de fazer", detalha o profissional, que há 45 anos atua no segmento. Briquet tem em seu currículo trabalhos como Bond Boca, Lollinho, turma da Bardahl e menininha Nhad

da Claybom. "Desde o início da IV, a animação foi muito utilizada. A diferença é que no passado a técnica era um pouco mais dirigida ao público infantil. Hoje, se utiliza esse tipo de recurso para tudo."

A seguir, neste especial de aniversário, a **Marketing** apresenta os 40 personagens animados de maior destaque no país.

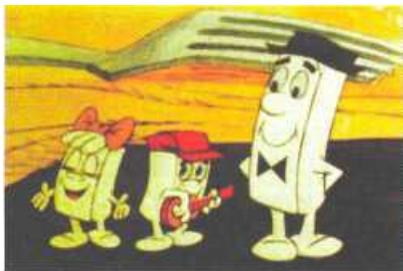
ARROZ BREJEIRO

O arroz Brejeiro era o mocinho da série de sucesso nos anos 60, com mais de 20 filmes produzidos e o vilão da história era chamado de Marinheiro, o arroz quebrado. Os personagens foram criados por Guy Boris Lebrun, desenhista francês que foi responsável pela produção de grandes ícones, como os leões das lojas Três Leões, o menino Bamba 707 (da Alpargatas), a turma N, P e K da Uítrafertil, o castorzinho da Brasilit e a vaquinha Mococa,



BAIANINHO

"Criado em 1970 pela Interjob, agência interna da Casas Bahia, na época, a mascote da maior rede varejista do país surgiu como um símbolo capaz de representar a integração do Brasil dentro da Casas Bahia, por isso utiliza um chapéu de nordestino e bombachas gaúchas. Junto com o Baianinho veio o slogan da rede: "Dedicação total a você!" Desde então, o personagem já passou por seis reformulações de imagem. Nos últimos anos, passou a participar de comerciais em formato de animação, aparecendo na transmissão dos desfiles das escolas de samba, ou ainda de chuteiras, durante a Copa do Mundo.



BOCÃO

"Abra a boca...é Royal!" Com esse slogan, o personagem Bocão possibilitou à Royal assumir a liderança do segmento e se tornar sinônimo de gelatinas, flans e pudins no país. Alegre e divertido, o "boneco gelatina" imortalizou nas mentes e bocas de todos os brasileiros a marca, que foi introduzida no mercado em 1946 com o lançamento da gelatina sabor morango.



BIBENDUM

ícone mais famoso do mundo e o de maior recall, o boneco da Michelin foi criação do designer O' Galop, em 1898. O artista desenhou uma pilha de pneus para um stand na Exposição de Paris. Suas faixas eram muito mais finas, pois a Michelin fabricava apenas pneus de bicicleta. O desenho fez sucesso e acabou transformado em boneco, que foi batizado na França como Monsieur Bibendum. Mais tarde o personagem ganhou, pernas e braços, uma família e o apelido de Bib. Este ano, a mascote aparece como estrela da campanha da marca, intitulada de "Bib, o especialista"



BOND BOCA

Astro do marketing da Cepacol, o Bond Boca é uma criação brasileira e surgiu em 1983 pelas mãos de Cláudio Sendim. O famoso personagem do antisséptico bucal da Aventis Pharma foi inspirado no ator Roger Moore, que interpretava o agente 007, James Bond, no cinema. Com topete, gravata borboleta e um cravo vermelho na lapela, ele era o maior inimigo dos vilões da boca, como o Zé Cariado, o Bafo-Bafo e o Gargantão. Nos comerciais, ele usava os produtos para eliminar todos os germes e bactérias e deixar a boca limpa e refrescante.





BONECO DA ASSOLAN

Criado há três anos pela agência Africa, o boneco da Assolan ganhou na época o apelido de "Fenômeno" pelo enorme sucesso que fez junto ao público-alvo em um curto período. Protagonista de diversas campanhas, a mascote produzida pela agência de Nizan Guanaes aparecia na TV dançando hits, como as músicas "Ragatanga" e "Deixa Disso".



CLÉRIGO DA QUAKER

O clérigo de chapéu, fraque e colete que aparece na Aveia Quaker é a representação fiel de um quaker, componente de um grupo religioso conservador dos Estados Unidos no século XIX, que pregava a libertação dos escravos e a rígida moral. O símbolo, que representava a pureza do produto, foi criado em 1877.



CASAL GOTINHA

O Gotinha foi uma criação de um escritório da Dinamarca durante a Segunda Guerra Mundial. Batizado de Ésson Manden, sua função era explicar o racionamento do produto aos clientes. Chegou no Brasil em 1950. Aqui, Roland Tompakow, da McCann-Erickson, deu a ele uma esposa. E assim surgiu o casal Gotinha, que tornou-se muito popular na TV por aparecer em horário nobre, nos intervalos do telejornal "Repórter Esso".

COELHO DA DURACELL

Para divulgar a eficiência de seus produtos, em 1974, a Duracell apostou no coelho rosado, que tempos depois teve sua imagem ligada a outra marca de pilhas de longa duração, a Energizer. A partir daí, uma disputa obrigou as empresas a realizarem uma separação: nos Estados Unidos o coelho é usado pela Energizer - primeira a utilizar sua imagem no país. Já no mercado europeu ocorreu o inverso, sendo a imagem da mascote atribuída à Duracell.



CHIP

Chip, o mouse-propaganda do Bradesco, nasceu em 2002 para divulgar os serviços de internet banking da instituição financeira. Desenvolvido em conjunto com a Salles D'Arcy, o Chip assumiu o papel de criar uma interface amigável entre o cliente e o computador.



COPPERTONE GIRL

Em 1959, a artista americana Joyce Ballantyne criou a Coppertone Girl, que tornou-se símbolo dos protetores solares da SeChering-Plough. Primeiro a ser lançado no mundo, o produto chegou ao Brasil em 1960 e também teve como garota-propaganda a menina com um cachorrinho mordendo sua calcinha. O ícone apareceu em toda a comunicação da marca até 2005, quando a empresa promoveu uma reformulação na linha. Hoje, a Coppertone Girl está presente apenas nas embalagens dos protetores.



ELEFANTE DA CICA

Criado em 1962 por Maurício de Sousa, o simpático elefante da Turma da Mônica foi logo requisitado para estrelar anúncios de TV e aparecer na embalagem do extrato de tomate da Cica. O publicitário Enio Mainardi, da então agência Proerme, detentora da conta da Cica, desenvolveu toda uma estratégia de comunicação com o Jotalhão. O comercial ficou marcado pelo bordão: "Ô Mônica, Você tem certeza de que sua mãe pediu um elefante?"



GALINHA AZUL

Na década de 80, a Norton Publicidade criou a Galinha Azul, uma galinha nobre que, além de ser especial (sangue azul), teve como objetivo estimular a lembrança da marca de caldos na Nestlé na mente das consumidoras nesse segmento, disputado também pela Knorr. Assim surgiu o slogan "Caldo Maggi, o caldo nobre da Galinha Azul" e inúmeras ações promocionais e de mídia estreladas pela ave azul.





HOMENZINHO AZUL

O Homemzinho Azul, que nos anúncios da Johnson & Johnson aparecia enrolado em uma toalha, foi criado em 1978, por Edmar Salles, da Lowe Lintas. Desde então, a companhia já produziu 20 filmes com o personagem que ainda hoje ilustra a embalagem de Cotonetes.

Hoje, esse gordinho, careca e simpático é visto pelos consumidores como uma figura bem resolvida por não ceder à pressão dos padrões estéticos.

JECA TATUZINHO

O Jeca Tatuzinho, caipira de traços amarelados e aparência esquelética, foi criação de Monteiro Lobato em 1914. Em 1924, o personagem foi cedido a seu amigo Cândido Fontoura para divulgar o Biotônico Fontoura. Inicialmente, desenhado pelo artista plástico Belmonte e mais tarde por J.U.Campos, Jeca Tatuzinho foi popularizado pelo almanaque do laboratório, que vendia mais de 100 milhões de exemplares.



HOMEM DO BACALHAU

O homem com bacalhau nas costas do Emulsão do Scott, cujo bacalhau era do tamanho do pescador, além de ser uma marca ainda viva na mente de muitos consumidores foi uma das presenças mais marcantes na mídia brasileira e mundial do final do século XIX até 1940. O personagem divulgava o óleo de fígado de bacalhau, fabricado desde 1830, por um laboratório da Filadélfia.



LEQUETREQUE

O frango veloz da Sadia foi criado em 1971 por Francesc Petit, da DPZ, que há 37 anos atende a conta. De capacete e óculos de motoqueiro, Lequetreque teve seu nome escolhido em um concurso aberto. Ele passou a ser o mensageiro da imagem de qualidade da marca, em desenhos animados, onde aparecia tomando um banho refrescante antes de ir para a mesa do consumidor.



MENINO DO TODDY

Há quem afirme que o símbolo original da bebida criada na década de 30, era um indiozinho, que foi substituído por um menino. Depois de sua aquisição pela Pepsico, em 2003, a marca mudou sua comunicação, assumindo uma vaca estilizada como mascote. Já a versão pronta para beber do produto originou um dos maiores ícones do segmento: o Toddyinho - personagem criado pela McCann-Erickson, nos anos 80.



MENININHA NHAC

A Menininha Nhac foi concebida antes de 1968, na Almap, por Francisco Osório. Em 1973, a empresa veiculou pela primeira vez o filme em que a personagem aparece dando sua famosa mordida em um pedaço de pão com margarina. A Claybom Cremosa acabou encampando a mascote até 1993, quando houve uma mudança na comunicação da marca. Em setembro de 1997, a menina voltou com algumas alterações.



NIPPER

O cachorrinho da RCA Victor foi um dos ícones da propaganda mundial da primeira década do século XX até os anos 50. Com o slogan "A voz do dono", o cachorrinho no gramofone foi uma criação de Emilio Berliner inspirada numa tela de Francis Barraud ("His Master's Voice"), que mostrava um fox terrier.



NINHO DE PASSARINHOS

Em 1867, Henri Nestlé lançou a Nestlé Farinha Láctea, na Suíça, e o ninho de passarinhos com o bico aberto, brasão da família de Henri, foi utilizado como marca da empresa. Além desse, que é um dos ícones mais antigos do mundo, a companhia também foi responsável pela criação de grandes personagens animados, como a camponesa suíça na lata do leite condensado Moça ou ainda o boneco Lollo, que durante a década de 80 foi utilizado para divulgar o chocolate Fofinho, da Nestlé. A partir de 1992, o personagem e o produto passaram a se chamar Milkybar.



PALITOS DE FÓSFOROS ANIMADOS

Na década de 50, a FiatLux foi uma das primeiras a investir em personagens animados para divulgar seus produtos no país. Produzido pela Lynx Rim, o comercial foi filmado quadro a quadro para dar efeito de animação nos palitos de fósforos da marca.



PAPALÉGUAS DOS CORREIOS

Em 1997, a DM9DDB teve a idéia de associar o Sedex, dos Correios, ao veloz Papalégua. A sugestão foi aceita e o personagem acabou agregando ao produto uma característica de agilidade. Durante quatro anos, o Papalégua permeou todas as campanhas do Sedex, sobretudo na virada do século e na ação que promoveu a adesivação de toda a frota de veículos dos Correios.



PARAHYBINHA

"Já é hora de dormir. Não espere mamãe mandar. Um bom sono pra você. E um alegre despertar"

Na década de 60, nenhuma criança ia dormir sem antes assistirão comercial dos Cobertores Parahyba, estrelado pelo personagem Parahybinha, que existe desde 1958. Em forma de desenho animado, o filme publicitário - que deu origem ao jingle inesquecível, criado pelo maestro Erlon Chaves -, foi ao ar pela primeira vez, em 1961, na extinta TVTupi. Logo se transformou em vinheta para marcar o horário das 19 horas, quando a programação passava a ser reservada aos adultos.



PASSARINHO DA ZORBA

Na década de 70, a Zorba investiu na divulgação do Passarinho Amarelo, que foi uma maneira sutil e divertida de mostrar o conforto oferecido pelas cuecas da marca. Em agosto de 2000, a empresa foi adquirida pela Sara Lee Corporation, que até hoje mantém o ícone criado por Abrão Anchel Levin (filho de Israel Levin - um dos antigos proprietários da empresa) na comunicação de Zorba.

PINGÜM DA FRIGIDAIRE

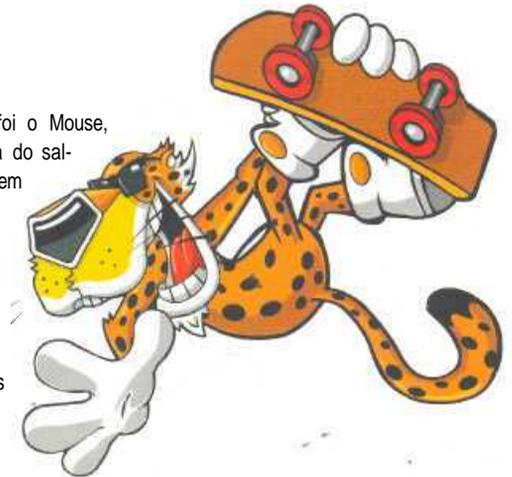
Na década de 60, uma das principais marcas de geladeira da época, a frigidaire, passou a utilizar um pingüim para ilustrar seus comerciais. No filme publicitário, o personagem conversava com uma menina, a atriz Regina Duarte, que começou na W como garota-propaganda.



Em 1989, a rede de varejo Ponto Frio decidiu dar vida ao símbolo da empresa, criando a família dos Pingüins Felizes. Desenvolvidas pelo ilustrador Nilton Ramalho, as mascotes foram apresentadas aos clientes por meio de uma campanha criada pela agência carioca Fama Propaganda. Na época, a estratégia teve como objetivo implantar o conceito de "simpatia em primeiro lugar".

QUEIJOLÂNDIA

O primeiro garoto-propaganda de Cheetos foi o Mouse, um simpático ratinho que contava a história do salgadinho à base de queijo para os americanos, em 1968. O Chester Cheetah, porta-voz oficial do produto, surgiu em 1986. No Brasil, o salgadinho Elma Chips foi lançado em 1976 e desde o início foi divulgado pelos ratinhos da Queijolândia, o reino do queijo criado pela agência Young Et Rubicam. Até que, em 1994, os personagens foram substituídos por Chester Cheetah.



RATO DA FOLHA

O rato que irritava os consumidores e era esmagado depois de repetir diversas vezes o número do telefone do jornal Folha de S. Paulo foi uma sugestão da W/Brasília. O personagem foi criado em 1997, por Washington Olivetto, Tete Pacheco, Alexandre Machado e Jarbas Agnelli.



RONALD McDONALD'S

Símbolo da empresa líder em rede de fast-food, o personagem surgiu em 1963 nos Estados Unidos e foi inspirado no palhaço Bozo. A partir de 1967, assumiu a função de porta-voz oficial do McDonald's para causas sociais em defesa dos direitos das crianças e adolescentes. Desembarcou no Brasil em 1979 por conta da inauguração da primeira lanchonete da rede, no Rio de Janeiro. Há três anos foi nomeado vice-presidente mundial da Alegria. Além de atuar nos comerciais de W, é visto em inaugurações de novas unidades do McDonald's e em shows beneficentes.



SPEEDY ALKA-SELZER

O Speedy Alka-Seltzer foi criado em Chicago (EUA), em 1951, por Duke Russel, para divulgar o principal concorrente do Sonrisal na-época. No formato de um comprimido, o personagem tornou-se famoso nos comerciais em animação dos primórdios da W e foi popularizado pelo jingle: "Alka Seltzer existe apenas um. Como Alka Seltzer não pode haver nenhum..."



TARTARUGA DA BRAHMA

Em 2002, a Brahma foi escolhida pela Am-Bev como cerveja oficial da Copa do Mundo de futebol. Na época, comprou a cota de patrocínio da Rede Globo e criou a mascote oficial, a Tartaruga da Brahma, que segue a mesma linha dos siris, lançados em 2001 junto com o slogan "Refresca com: Brahma, Brasil". A campanha envolveu quatro filmes, além de produtos licenciados com a imagem da mascote, como bonês, copos e camisetas.



TIGRE TONY

Em 1952 era lançado nos Estados Unidos o Frosted Flakes, conhecido no Brasil como Sucrilhos. No ano seguinte, a Kellogg's fez surgir um dos ícones da publicidade mundial, o Tony the Tiger. Mais magro e esguio que o atual, o tigre Tony usava gravata, guardanapo no pescoço, tinha um filhote e era ilustrado com uma colher para comer o cereal. A Kellogg's sempre utilizou desenhos animados para posicionar seus produtos. Snap, o primeiro personagem, surgiu em 1933. Era um gnomo que vestia um chapéu de cozinheiro e aparecia na embalagem do cereal Rice Krispies.

TURÇÃO

O nome e a logomarca do Habib's foram criados em 1987, pelo diretor de marketing da rede de restaurantes especializada em comida árabe, Thomaz Pedrosa. Desde então, o personagem ilustra a comunicação do Habib's.

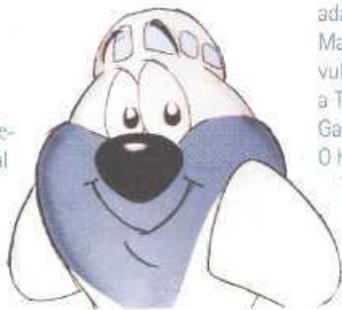


VAQUINHA DO BOLO CALIFÓRNIA

"Tira o leite da vaquinha, pega os ovos da galinha. A mistura bem feitinha veja só o que é que dá". Esse era o jingle do comercial estrelado por uma vaquinha desenvolvida pela Pullman para apresentar ao consumidor o Bolo Califórnia, que chegou ao mercado em 1955 e conquistou rapidamente o paladar nacional. Em 1976, outro personagem foi criado para divulgar o bolinho recheado Ana Maria.

VARIGUINHO

Na década de 60, um desenho animado com Pedro Álvares Cabral como personagem principal foi elaborado para divulgar os serviços da Varig. Mesmo não tendo como alvo as crianças, acabou marcando o público infantil com sua história a respeito do descobrimento do Brasil. Já nos anos 80, foi a vez de o Variguinho conquistar a criançada ao estrelar histórias em quadrinhos, além de filmes para exibição a bordo dos aviões, que posteriormente chegaram à TV.



VIVINHO

Criado pela consultoria de marcas Wolff Olins, em 2001, o Vivinho surgiu no lançamento da Vivo, em abril de 2003. Desde então, o ícone criado para humanizar a relação da operadora com seus clientes já apareceu em 170 comerciais. Um fato curioso é a correspondência visual existente entre as formas do logotipo e do ícone. Por exemplo: o "O" de Vivo tem o mesmo formato da cabeça do boneco e o "V" é similar ao formato de suas pernas.



TURMA DOS INSETOS

Uma das campanhas mais marcantes da TV brasileira é o comercial da "pulguinha dançando iê, iê, iê", que desde os anos 60 anuncia os serviços de dedetização da DDDrin. Produzido por Maugerl Neto, da Vapor Studios, esse jingle ainda hoje é cantado por muitas crianças em todo o país. Animado por Ely Barbosa, o comercial que apresenta a festa dos insetos já teve quatro versões durante seus 30 anos de veiculação.

TURMINHA BRAVA

Dirty Sludge, Sticky Valve, Gummy Ring e Blacky Carbon e o misterioso detetive Bardahl formavam a Turminha Brava, criada na década de 50 pela produtora americana Miller, Mackay, Hoec & Hartung. No Brasil, os personagens foram adaptados pela Alcântara Machado (atual Almap) e ganharam novos nomes: Antônio Sujo, Chico Válvula Presa, Zé dos Anéis Presos e Carvãozinho, respectivamente. Nos anos 90, a Turminha Brava foi reformulada pela Denison Bates, que lançou a Motor Gang e transformou o detetive Bardahl em um personagem de carne e osso. O herói da Bardahl trocou sua velha capa preta por uma amarela, estilo Dick Tracy. Um dos novos personagens, a Drag Car, fez tanto sucesso que virou até capa da revista Sexy, em 1995.



ZÉ GOTINHA

Para erradicar a poliomielite no Brasil, o artista plástico Darlan Rosa criou, em 1986, o Zé Gotinha. Personagem que simboliza a campanha de vacinação no país, teve seu nome escolhido a partir de um concurso que contou com a participação de escolas públicas de todo o Brasil. Pouco tempo depois, a mascote foi utilizada em um comercial para o Dia Nordestino de Vacinação caracterizada como cangaceira. Depois, passou a estrelar campanhas nacionais até se transformar em sinônimo de vacina e métodos de prevenção no país.

