

Las mascotas corporativas de los videojuegos de los años 90: un símbolo de los millennials.

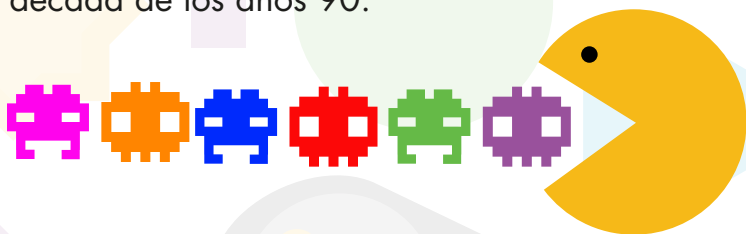
Pedro Vázquez Miraz.



DOI: [10.22395/angr.v17n33a9](https://doi.org/10.22395/angr.v17n33a9)

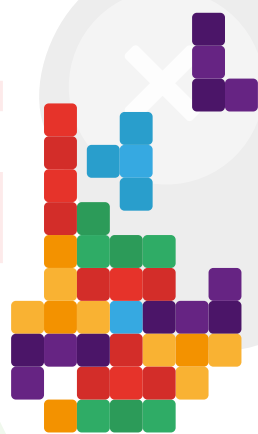
INVESTIGACIÓN

Se presenta en este artículo un estudio cualitativo que recopila las principales y más populares mascotas corporativas del sector de los videojuegos de la década de los años 90.



ANÁLISIS

Un análisis comparativo entre estos personajes de videojuegos y las características de la juventud de finales del milenio (la denominada **generación Y o millennial**).



ANAGRAMAS

RUMBOS Y SENTIDOS DE LA COMUNICACIÓN

REVISTA CIENTÍFICA



Una efímera tendencia empresarial que desaparecería en el siglo XXI y que estaba basada en el éxito previo de las compañías Nintendo y Sega con sus respectivas creaciones: Mario y Sonic.

HALLAZGOS

Se ha observado que el patrón común de todos estos símbolos mercantiles se fundamentaba en representaciones sociales y culturales relacionadas con el comportamiento, el aspecto físico, las aficiones y la psique de la juventud de finales del siglo XX.

