



Há vilões nos filmes, nos quadrinhos e na Universidade¹

Fabiola Pellizari de CARVALHO²

Maysa Nogueira DINIZ³

Walisson Alves TRAJANO⁴

Universidade Católica de Brasília, Brasília, DF

Resumo

A campanha “Há vilões nos filmes, nos quadrinhos e na Universidade” tem o intuito de gerar *frisson* psíquico no infrator veicular que estacione em vagas reservadas para portadores de necessidades especiais tomando emprestado figuras conhecidas da cultura de massa e colocando-as como reflexo desses agentes infratores do espaço atribuído para ações veiculares, a ser usufruído por estudantes e funcionários da instituição de ensino, dentro dos domínios da Universidade Católica de Brasília.

Palavras-chave

Comunicação; Portadores de necessidades especiais; Vilão; Filmes; Quadrinhos;

1. Objetivo

A campanha realizada pelos estudantes de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda da Universidade Católica de Brasília leva o título “Há vilões nos filmes, nos quadrinhos e na Universidade” com o intuito de gerar *frisson* no infrator veicular que estacione em vagas reservadas para portadores de necessidades especiais nos espaços atribuídos para tal ação, a ser usufruído por estudantes e funcionários da instituição de ensino, dentro dos domínios da Universidade Católica de Brasília.

2. Justificativa

Utilizando-se da evidente realidade enfrentada pelos estudantes e funcionários portadores de alguma necessidade especial para locomoção nos espaços da instituição (à

¹ Trabalho apresentado no IJ 2 – Publicidade e Propaganda do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 8 a 10 de maio de 2014.

² Estudante do 5º. Semestre do Curso Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Universidade Católica de Brasília, e-mail: fabiola.pcarvalho@catolica.edu.br.

³ Estudante do 5º. Semestre do Curso Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Universidade Católica de Brasília, e-mail: maysa.diniz@gmail.com.

⁴ Aluno líder do grupo inscrito e estudante do 5º. Semestre do Curso Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Universidade Católica de Brasília, e-mail: walissontr@hotmail.com.



exemplo o trajeto que começa da área de estacionamento para veículos e vai até os variados blocos de ensino) que têm seus direitos garantidos pela Lei nº 7.853/89, que

dispõe sobre o apoio às pessoas portadoras de deficiência, sua integração social, sobre a Coordenadoria Nacional para Integração da Pessoa Portadora de Deficiência - Corde, institui a tutela jurisdicional de interesses coletivos ou difusos dessas pessoas, disciplina a atuação do Ministério Público, define crimes, e dá outras providências (SARNEY, José; João Batista de Abreu. 1989)

e também pelo Decreto nº 3.298/99, que

regulamenta a Lei no 7.853, de 24 de outubro de 1989, dispõe sobre a Política Nacional para a Integração da Pessoa Portadora de Deficiência, consolida as normas de proteção, e dá outras providências (CARDOSO, Fernando Henrique; José Carlos Dias.1999)

tomou-se conta e conhecimento da infração acometida por indivíduos que usufruem destas vagas específicas sem gozarem dos direitos atribuídos pela citada lei e decreto, não serem portadores de alguma necessidade especial e impedirem o uso das vagas reservadas àqueles que realmente as necessitam, criando obstáculos e desafios inapropriados para quem procura acessibilidade social em lote geográfico destinado ao público.

3. O conceito

O conceito da campanha iniciou-se com a intenção de gerar um frisson psíquico no indivíduo infrator, levando-o ao autorreconhecimento espelhado nos papéis representados pela figuras e personagens utilizadas, a serem citados em seguida, conhecidos por serem vilões da literatura e cinematografia da cultura popular, como pessoas de intenções maldosas, inimigos dos “super-heróis” e antagônicos ao bem.

4. Metodologia

Apresentando as versões da campanha para os personagens *Darth Vader*, *Coringa*, *Jigsaw* e *Zombi*, criou-se 4 versões do material para cartazes, banners, panfletos e cancela de estacionamento, destinados a serem impressos e publicados nos domínios e



prédios da UCB, apresentando variação em seus títulos e garantindo maior personalidade aos materiais (cada um afim de sua temática central ou personagem).

4. 1. Criação de mídia, estratégia e peças

No material (cartaz) relacionado ao conceito *Darth Vader* (principal antagonista da série Star Wars, George Lucas) lê-se “Não vá para o Lado Negro da Força Não estacione na vaga para cadeirantes.”.

No material (cartaz) relacionado ao conceito *Jigsaw* (serial killer da série fictícia de filmes estadunidense *Saw*) lê-se “A justiça está EM CRISE seu carro na VAGA ERRADA”.

No material (cartaz) relacionado ao conceito Zumbi (estereótipo de criatura morto-viva da literatura e cinematografia da cultura popular) lê-se “Não deixe que esse vírus se espalhe”, associando o personagem do zumbi ao infrator da vaga para portadores de necessidades especiais, no qual sua ação desrespeitosa leva outros a realizarem a mesma infração.

No material (cartaz) relacionado ao conceito Coringa (*Joker*, vilão dos quadrinhos publicados pela DC Comics, arqui-inimigo de Batman, criado por Bill Finger e Bob Kane em 1940) lê-se “Tomou Gotham e a vaga de quem necessita”.

A assinatura das peças publicitárias ficou assegurada pela logomarca da Universidade Católica de Brasília, seguida de um slogan “Torne-se o herói dessa história” e textos variáveis entre elas, como “Não estacione nas vagas reservadas para portadores de necessidades especiais. Pratique justiça.”,

É justo chegar num estacionamento e ter sua vaga esperando por você, mas nem todos têm a mesma sorte. Vilões têm tomada conta das vagas que são reservadas a cadeirantes, fazendo com que eles tenham de estacionar em lugares distantes sem qualquer acessibilidade. A Universidade Católica disponibiliza algumas vagas para cadeirantes perto dos blocos onde o acesso é mais fácil, porém não há fiscalização nem punição para os infratores que estacionam nas vagas reservadas. Agindo dessa maneira, você está ajudando o caos e a desordem a corroerem o ambiente universitário. Já é hora de colocar sua cidadania em ação.

e também,

O sempre “*É rapidinho!*” na hora de estacionar implica em desrespeitar um direito civil destinado aos portadores de necessidades especiais. Essa limitação moral faz com que os cadeirantes tenham que procurar vagas sem a acessibilidade



necessária para sua mobilidade dentro da universidade e implica no surgimento de vários obstáculos. A transgressão por tais atos vis o torna num vilão dos espaço universitário. Pratique justiça, seja rapidamente cidadão.

A distribuição se dará através do material impresso a ser exibido nos murais reservados para a publicidade da própria instituição dentro de seus blocos acadêmicos utilizando-se dos cartazes com texto; do material impresso em formato *banner* dos cartazes sem texto, a ser exibido nas entradas dos blocos; do material impresso em formato panfleto para ser entregue, colocado ou encaixado no limpador de para-brisa dos veículos estacionados; do material impresso destinado às cancelas dos estacionamentos.

5. Considerações

A produção do material da campanha publicitária se realizou nos espaços da própria instituição de ensino Universidade Católica de Brasília, com modelos voluntários ao projeto publicitário e que autorizaram o uso de suas imagens, maquiado por meio de ensaio fotográfico (fotografia e cenografia) e arquitetando sua versão finalizada através de processos de maquiagem, inserção e edição digital.

Por meio dessa inserção de autocrítica nos indivíduos atingidos pela campanha publicitária é garantida a função estruturadora do espaço social por meio da comunicação, além da prática à cidadania obrigatoriamente reservada a todos que dela partilhem.

6. Referência Bibliográfica

SARNEY, José; João Batista de Abreu. **Presidência da República – Casa Civil: Subchefia para Assuntos Jurídicos (Lei nº 7.853, de 25 de outubro de 1989)**
[http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L7853.htm] Acessado em 28/03/2014

CARDOSO, Fernando Henrique; José Carlos Dias. **Presidência da República – Casa Civil: Subchefia para Assuntos Jurídicos (Decreto nº 3.298, de 20 de dezembro de 1999)**
[http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/d3298.htm] Acessado em 28/03/2014