

A intertextualidade em histórias em quadrinhos brasileiras: práticas de publicidade para o cinema estrangeiro

*The intertextuality in brazilian comic books:
advertising practices for foreign cinema*

Rafael Jose BONA¹

Resumo

O artigo tem como objetivo analisar os intertextos cinematográficos hollywoodianos em histórias em quadrinhos brasileiras, a partir dos filmes *E.T.: o extraterrestre* (1982) e *Jurassic Park: o parque dos dinossauros* (1993), dirigidos por Steven Spielberg. Os objetos selecionados para estudo são as narrativas gráficas brasileiras de *As aventuras dos Trapalhães* (Editora Abril), com os títulos de *Z.E.T.Ê: o trapalhão espacial* (1992) e *Trapassic Park: o parque dos trapassauros* (1994), histórias que parodiam os referidos filmes. Como principal resultado se constata que as histórias em quadrinhos colaboram, de forma não licenciada, para a expansão de narrativas de filmes estrangeiros, dá publicidade a esses filmes e despertam o consumo do público brasileiro e a toda a franquia de *Os Trapalhães* de forma sinérgica.

Palavras-chave: Intertextualidade. Histórias em quadrinhos. Cinema. Publicidade.

Abstract

The article purposes to analyze the Hollywood cinematography intertext in Brazilian comic books, from the movies *E.T.: The-Extra-terrestrial* (1982) and *Jurassic Park* (1993), both directed by Steven Spielberg. The selected objects to the study are the Brazilian graphic narratives of *As aventuras dos Trapalhães* (Editora Abril), with the following titles *Z.E.T.Ê: o trapalhão espacial* (1992) and *Trapassic Park: o parque dos trapassauros* (1994), stories that parody the mentioned movies. The main result is that the comic books collaborate, in an unlicensed way, for the expansion of narratives of foreign movies, consumed, almost exclusively, by the Brazilian public.

Keywords: Intertextuality. Comic books. Movies. Advertising.

¹ Doutor em Comunicação e Linguagens (UTP). Professor do Departamento de Comunicação da Universidade Regional de Blumenau (FURB) e da Escola de Artes, Comunicação e Hospitalidade da Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI). E-mail: bona.professor@gmail.com

Introdução

Desde o seu surgimento, no século XIX, as histórias em quadrinhos são consideradas como mais uma mídia de entretenimento. Nas últimas três décadas têm motivado pesquisadores, das mais diferentes áreas, a tratarem as narrativas gráficas como importante objeto de estudo e reflexão. Suas histórias são possuidoras de um trânsito intertextual ao permitir um diálogo com diferentes obras provenientes da literatura, do cinema, da televisão, entre outras.

Esse campo tem gerado uma reflexão importante sobre a intertextualidade e os quadrinhos nas pesquisas científicas contemporâneas como as de Santos e Corrêa (2014), Kummernauer e Limberger (2014), Lima e Cardoso (2015), Queluz (2016), Guimarães (2017) entre muitas outras. Ao transportar esse cenário para a publicidade é possível perceber que muitas narrativas gráficas nacionais se utilizam de procedimentos paródicos para criar narrativas próprias a partir de filmes estrangeiros de sucesso. *Os Trapalhões* e a *Turma da Mônica* são considerados perfeitos exemplos de personagens que faziam/fazem essa prática.

O foco do presente trabalho é acerca das narrativas gráficas, produzidas pela Editora Abril, que faziam parte dos produtos de mídia da franquia do grupo *Os Trapalhões*. Entre os anos de 1970 e os de 1990, no Brasil, considerado um fenômeno de audiência televisiva do passado, o grupo começou a utilizar narrativas em quadrinhos, como forma de expansão de sua imagem, uma prática comum realizada por muitos artistas da mídia televisiva da época. Parte das narrativas gráficas do grupo eram construídas de forma intertextual num diálogo com histórias famosas da literatura e do cinema, por meio de paródias a diversas situações e narrativas, desde telenovelas até filmes campeões de bilheteria.

O quarteto formado por Didi, Dedé, Mussum (*in memoriam*) e Zacarias (*in memoriam*), possuía a televisão como o principal meio de comunicação e a internet ainda não fazia parte do cotidiano dos atores sociais. As narrativas gráficas serviam, como uma das formas de reforçar o *branding* e dar publicidade ao grupo no intuito de incentivar o consumo de suas demais narrativas (como as da televisão e do cinema) e de seus produtos licenciados.

O presente artigo, portanto, tem como objetivo analisar os intertextos cinematográficos hollywoodianos em histórias em quadrinhos do grupo *Os Trapalhões*, a partir dos filmes *E.T.: o extraterrestre* (1982) e *Jurassic Park: o parque dos dinossauros* (1993), ambos dirigidos pelo cineasta estadunidense Steven Spielberg. Os objetos selecionados para estudo são as narrativas gráficas brasileiras de *As aventuras dos Trapalhões*², lançadas pela editora Abril, com os títulos de *Z.E.T.Ê: o trapalhão espacial* (1992) e *Trapassic Park: o parque dos trapassauros* (1994), histórias que parodiam os referidos filmes. Parte-se do pressuposto que essas histórias parodiadas davam publicidade não somente ao grupo *Os Trapalhões*, mas também às narrativas cinematográficas de origem.

Marco teórico

A concepção de dialogismo, proposta por Bakhtin (1997), nasceu a partir do estudo dos romances de Fiódor Dostoiévski (1821-1881), com o objetivo de compreender os múltiplos discursos presentes na polifonia das vozes que podem existir num texto. São princípios que constituem as linguagens e os discursos, um mosaico de citações.

A partir dos conceitos de dialogismo e polifonia, propostos por Bakhtin, Kristeva, nos anos de 1960, conceituou o termo intertextualidade, que se refere ao texto sempre como uma leitura dupla, como uma comunicação entre eles de forma intersubjetiva. Segundo Kristeva (2012, p. 142) “em lugar da noção de intersubjetividade, instala-se a de intertextualidade, e a linguagem poética lê-se pelo menos como dupla”.

Na década de 1980, a partir das terminologias de Bakhtin e de Kristeva, Genette ampliou o conceito de intertextualidade, colocou-o como uma de suas cinco relações de transtextualidade e fez a seguinte explicação: “defino-o de maneira sem dúvida restrita, como uma relação de co-presença entre dois ou vários textos, isto é, essencialmente, e o mais frequentemente como presença efetiva de um texto em um outro” (GENETTE, 2010, p. 14). Para o autor, a forma mais explícita da prática intertextual é a citação e, a menos explícita, é a alusão e o plágio que é um empréstimo não informado ou declarado.

² Boa parte das revistas em quadrinhos de *Os Trapalhões* estão digitalizadas e disponibilizadas no endereço: <http://zecagibis.blogspot.com.br/p/aventuras-dos-trapalhoes.html>. Acesso em: 17 mai. 2018.

O diálogo entre os textos pode ser explícito ou implícito, conforme Eco (1989, p. 127), que também comenta sobre as enciclopédias intertextuais: “textos que citam outros textos, e o conhecimento dos textos anteriores é pressuposto necessário para a antecipação do texto em exame”. Eco cita uma cena do filme *E.T.: o extraterrestre* (1982), no momento em que as crianças levam o alienígena para a cidade, numa festa de Halloween e encontram um personagem fantasiado de Yoda, do filme *Star Wars – episódio V: o império contra-ataca* (1980, Irvin Kershner), concebido por George Lucas. Naquele momento, E.T. tenta se aproximar de Yoda como se ele fosse um conhecido:

Aqui o espectador deve saber muitas coisas: deve certamente saber da existência de um outro filme (conhecimento intertextual), mas deve também saber que ambos os monstros foram projetados por Rambaldi, que os diretores dos dois filmes estão ligados por várias razões, não só porque são os diretores de maior sucesso da década, deve, em suma, possuir não somente um *conhecimento dos textos* mas também um *conhecimento do mundo*, ou seja, das circunstâncias externas ao texto. [...] O texto de ET “sabe” que o público entendeu, através dos jornais ou da televisão, que relações perpassam entre Rambaldi, Lucas e Spielberg. (ECO, 1989, p. 127).

A comunicação midiática sempre possibilitou esse jogo intertextual de citações e alusões que remetem ao conteúdo de outras mensagens e de outros meios, o que leva a uma experiência intertextual. Conforme Eco (2011), há sempre uma certa ironia na leitura dos textos, em que sucessivamente existe uma dupla leitura e isso pode ser feito de duas formas: (1) pelo espectador/leitor ingênuo que não conhece a citação ou alusão, porém, acompanha o desenrolar da história em questão; e (2) por aquele que conhece a obra, sente a citação do texto original e consegue identificá-la. O autor ainda ressalva que:

[...] às vezes o aceno intertextual é tão imperceptível que, se comportamento malicioso existe, ele está todo na parte do autor empírico, pois se poderia dizer que o texto por si mesmo nada faz para que seja percebido [...]. Esses casos têm alguma coisa a ver com o problema da tradução, onde quem traduz tem que fazer o seu melhor para exprimir aquilo que o texto-fonte diz, sem ter que dar conta das intenções do autor empírico, o qual, entre outras coisas, poderia estar morto há milênios. (ECO, 2011, p. 240).

Samoyault (2008, p. 67), constata que “a intertextualidade permite uma reflexão sobre o texto, colocado assim numa dupla perspectiva: relacional (intercâmbios entre

textos) e transformacional (modificação recíproca dos textos que se encontram nesta relação de troca)”.

Muito presente na prática da intertextualidade, há o processo de apropriação, introduzido na literatura por meio das artes, a partir do ano de 1916, pelo movimento dadaísta com técnicas de colagem: “a reunião de materiais diversos encontráveis no cotidiano para a confecção de um objeto artístico” (SANT’ANNA, 1988, p. 43). Anos antes, a apropriação já existia no movimento *ready-made* que era a função de se apropriar de materiais já produzidos e expô-los como obras de artes em museus ou galerias de artes. Essa técnica começou a ficar novamente em evidência na década de 1960, com o movimento *pop art*, no qual vários artistas começaram a se apropriar de objetos da indústria e manipulá-los artisticamente. Genette (2010, p. 126) faz breve citação sobre estas apropriações e denomina esse cenário como “investimentos lúdico-satíricos” que são parecidos com transformações lúdicas da paródia e do travestimento.

Ao conceituar a paródia, Hutcheon (1985) esclarece que devido às muitas escolas e correntes teóricas, de diferentes épocas e lugares, é complexa a integração de um possível modelo genérico. A paródia não se refere a nenhum fenômeno novo e está presente nas mais diversas artes, desde a Antiguidade. Começou a se tornar menos conservadora a partir do século XX, principalmente pela proliferação dos meios de comunicação. Para esse cenário midiático, Hutcheon conceitua o termo paródia moderna, que seria a paródia da contemporaneidade. “A paródia é [...] um dos modos maiores da construção formal e temática de textos. E, para além disto, tem uma função hermenêutica com implicações simultaneamente culturais e ideológicas” (id., p. 13).

A paródia não se limita apenas à uma transferência da prática literária, ela está mais evidente nas artes visuais com frequência, preeminência e sofisticação. Vai se adaptando às novas formas de artes, principalmente às que foram criadas a partir do século XX. É preciso “alargar o conceito de paródia, para ajustar às necessidades de arte do nosso século – uma arte que implica um outro conceito, algo diferente da apropriação textual” (HUTCHEON, 1985, p. 22).

Em outro momento, Hutcheon (2013, p. 226) também argumenta que a paródia, “de fato, é uma subdivisão irônica da adaptação, quer envolva mudança de mídia ou não”. A paródia é um tipo de intertexto em que há a inversão do sentido, uma inversão de valores, que Bakhtin (2010) conceitua como “carnavalização”.

Sant'Anna (1988, p. 44), sobre as apropriações, ainda complementa que:

Independente do fato de o espectador gostar ou não do resultado, é importante anotar que tipo de efeito isso produz. Ora, essa técnica artística tão moderna, na verdade usa de um artifício velhíssimo na elaboração artística: o deslocamento. [...] Tirado de sua normalidade, o objeto é colocado numa situação diferente, fora de seu uso.

A apropriação, faz um recorte de elementos já constituintes dos contextos sociais e os usa de outra forma, dando novo tratamento para aquele elemento.

Martino (2009, p. 51), a partir do cenário da indústria do entretenimento, argumenta que “os mecanismos de apropriação da indústria cultural atuam no sentido de adaptar elementos culturais o quanto for necessário em nome do sucesso imediato”. O autor ainda exemplifica sobre os livros clássicos que ao serem adaptados em filmes são transformados os personagens, são realizados cortes em trechos, personagens coadjuvantes são convertidos em protagonistas. Todas as alternativas são exploradas em que da história original se mantém a trama, mas se apropriam de elementos que atraiam a empatia do público a partir do novo texto criado.

Os processos de adaptação e transposição são constitutivos de uma prática intertextual levando a uma experiência de expectativa e surpresa perante o público que pode identificar ou não as referências intertextuais. Nas adaptações há camadas de transposições realocando as obras a partir de questões culturais, geográficas e temporais (SANDERS, 2006).

Em relação às apropriações, elas geralmente utilizam algo dando um novo sentido cultural e de domínio do público que produz um novo produto cultural. Porém, nas duas práticas, faz-se reescritas do texto levando à uma “variação criativa” que está relacionada ao adaptador. Mas, o texto ou textos apropriados, nem sempre são identificados pelo público. Ele(s) sempre depende(m) do conhecimento precedente dos espectadores para ter um reconhecimento (SANDERS, 2006).

Procedimentos metodológicos

A pesquisa se classifica como documental e a sua abordagem é qualitativa. Os procedimentos metodológicos iniciaram com uma observação de todas as 51 edições de *As*

aventuras dos Trapalhões, publicadas pela editora Abril entre 1988 e 1994. O *corpus* selecionado para estudo foram as edições em quadrinhos de *As aventuras dos Trapalhões: Z.E.T.Ê: o trapalhão espacial* (ed. 33, 1992) e *Trapassic Park: o parque dos Trapassauros* (ed. 50, 1994) (ver figuras 1 e 2). Essas histórias em quadrinhos são provenientes de filmes dirigidos pelo cineasta Steven Spielberg, dos Estados Unidos. As narrativas gráficas de *As aventuras dos Trapalhões* eram histórias que faziam um trânsito intertextual com obras audiovisuais (filmes, telenovelas, seriados de televisão) e literárias, além de histórias diversas com os quatro *Trapalhões*, quase sempre, na apropriação da cultura cinematográfica estrangeira de forma antropofágica, como forma de produzir uma narrativa midiática nacional. O sentido de antropofagia remete ao manifesto de Oswald de Andrade (1972).

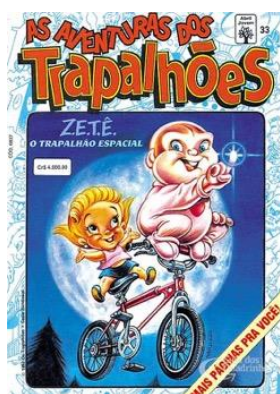


Figura 1: capa da revista *Z.E.T.Ê: o trapalhão espacial*
Fonte: Guia dos quadrinhos (2018)

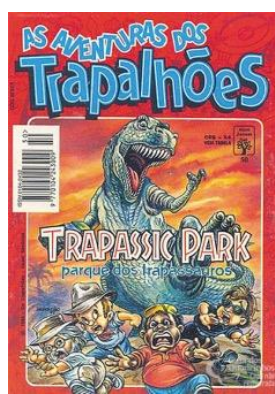


Figura 2: capa da revista *Trapassic Park: o parque dos trapassauros*
Fonte: Guia dos quadrinhos (2018)

A amostragem se deu de forma não probabilística por julgamento. A escolha das duas edições em quadrinhos foi intencional, ao verificar os vários tipos de trânsitos intertextuais que remetem aos filmes de origem. Conforme Barreto (2014), depois de 1987, o grupo começou a desenvolver uma estratégia de *branding* com o objetivo de unificar a marca *Os Trapalhões*; investiu em um humor pastelão, mais voltado para as crianças, e todos os produtos licenciados, de bonecos a produtos de higiene, levavam essa nova remodelagem. O efeito de um anúncio publicitário, seja ele em mídia impressa ou eletrônica, é o de convencer um determinado público a comprar um produto ou serviço de alguma empresa. Para que tudo isso ocorra são investidos milhões em publicidade anualmente (STRASBURGER; WILSON; JORDAN, 2011). Dentro desse cenário

mediático, *Os Trapalhões* investiam na propagação de sua marca não somente em produtos, mas utilizavam a comunicação publicitária como uma das formas de também atingir o público-alvo de suas narrativas como acontecia em muitos anúncios veiculados nas revistas em quadrinhos.

Os personagens dos quadrinhos também estiveram presentes em filmes produzidos pelo grupo no final dos anos de 1980. Esses personagens, nas aberturas dos filmes, também faziam *product placement* para diferentes marcas que iam de calçados (Conguinha dos *Trapalhões*), condimento (Maggi) e refresco (Royal) (ver figura 3).



Figura 3: *still frame* da abertura do filme *Os Trapalhões na Terra dos Monstros*
Fonte: recorte do autor.

A publicidade inserida nas revistas em quadrinhos servia como uma espécie de reforço da marca do grupo nas quais se anunciavam todos os produtos do quarteto, assim como os anúncios dos filmes cinematográficos de *Os Trapalhões*.

As duas histórias selecionadas para análise neste artigo faziam parte dessas novas estratégias de comunicação do grupo, diferentemente do que era feito antes de 1987, na editora Bloch. Para a análise, as obras fílmicas *E.T.: o extraterrestre* (1982) e *Jurassic Park: o parque dos dinossauros* (1993) também foram assistidas duas vezes cada uma para encontrar elementos pertinentes para análise dos quadrinhos.

As histórias em quadrinhos de *As aventuras dos Trapalhões*, podem ser consideradas como expansão do universo televisivo do grupo. São percebidos intertextos de alguns grandes sucessos de bilheteria do cinema estrangeiro, principalmente os oriundos de Hollywood, dos anos de 1980 e de 1990. O cenário remete ao antropofagismo, no qual o grupo se alicerça no estrangeiro, como principal norte para a produção de sentidos em obras consumidas pelo público brasileiro. Constata-se o interesse pela cultura audiovisual

do exterior, como produção cultural, numa forma metafórica de aglutinação, em que todo texto é reciclado e reconstruído. Frequentemente, as narrativas gráficas das revistas *As aventuras dos Trapalhães* eram apoiadas em textos cinematográficos conhecidos pelo público.

O sentido de expansão é entendido por Ryan (2013) quando há uma ampliação do universo narrativo de origem e são acrescentados outros universos, assim como personagens coadjuvantes que se tornam protagonistas nesse novo mundo criado. Parte-se do pressuposto que o universo de origem dessas edições são as narrativas da televisão e expandidas para as histórias em quadrinhos, de forma intertextual que se alimenta da narrativa do cinema estadunidense.

Análise dos quadrinhos: *Z.E.T.Ê* e *Trapassic Park*

Z.E.T.Ê: o trapalhão espacial (ver figuras 4 e 5) é uma história que faz uma alusão ao filme de Spielberg. Zacarias interpreta Júnior, o extraterrestre esquecido pelos pais na Terra. Acidentalmente, ele conhece Camilinha, uma personagem coadjuvante criada para sustentar algumas narrativas gráficas do grupo, principalmente, das edições de *Revista em quadrinhos dos Trapalhães*, e o trio: Didi, Dedé e Mussum. A narrativa se sustenta em torno do auxílio dos três personagens, para ajudar Júnior a encontrar seus pais. A história utiliza como alicerce alguns trejeitos, falas e características provenientes do quarteto da televisão. Isso acontece em diferentes momentos com o uso do “is” no final das palavras proferidas por Mussum, bem como nas piadas direcionadas à peruca do Zacarias.

A construção do mundo narrativo nos quadrinhos do grupo não é uma simples adaptação do conteúdo televisivo, ou cinematográfico, mas também se enquadra numa construção de um universo narrativo que utiliza, ao máximo, todos os elementos pertencentes da linguagem das histórias em quadrinhos. Conforme Ramos (2010, p. 17), os quadrinhos possuem “uma linguagem autônoma, que usa mecanismos próprios para representar os elementos narrativos. Há muitos pontos em comuns com a literatura [...] assim como há também com o cinema, o teatro e tantas outras linguagens”.



Figura 4: fragmento da história *Z.E.T.Ê: o trapalhão espacial*
Fonte: Zeca gibis (2018)



Figura 5: fragmento da história *Z.E.T.Ê: o trapalhão espacial*
Fonte: Zeca gibis (2018)

Muitos trechos da história fazem menção a alguns momentos do filme de origem, como o poder do toque de cura do extraterrestre e a clássica imagem da bicicleta que voa numa paisagem noturna (ver figuras 6 e 7). Entretanto, a narrativa é independente do filme de origem, a não ser pelas alusões feitas com a história de Spielberg. Novas produções de sentidos são criadas e se apoiam, parcialmente, na linguagem do quarteto da televisão.



Figura 6: *Z.E.T.Ê: o Trapalhão espacial*
Fonte: *As aventuras dos Trapalhões* (1992, ed. 33, p. 10).



Figura 7: still-frame do filme *E.T.*
Fonte: recorte do autor.

Na história em quadrinhos *Trapassic Park: o parque dos trapassauros* (1994), faz-se uma transformação textual parodiada de *Jurassic Park: o parque dos dinossauros*, filme de 1993, que até aquele momento era a maior bilheteria da história do cinema mundial. Assim como em *Z.E.T.Ê: o Trapalhão espacial*, em *Trapassic Park* há um trânsito de textos que colabora para a ativação cultural e que proporciona aos consumidores a lembrança da marca do grupo *Os Trapalhões*, bem como o contato com outro universo, o de *Jurassic Park*, por meio da história em quadrinhos.

A história é mais fiel ao filme em relação aos quadrinhos de *Z.E.T.Ê.* Nela, os personagens do grupo são transpostos, de forma semelhante ao filme sobre dinossauros, no qual Dr. Zacagrant (Zacarias que parodia o Dr. Hammont), professor Didi Mocormond (Didi faz referência ao paleontólogo Grant), Dr. Dedé Malcolm (Dedé que parodia Malcolm) e Muss On (Mussum que interpreta um dos motoristas do parque). Na história em quadrinhos há a inserção de personagens coadjuvantes que dão melhor sustentação à trama. São personagens que estão diretamente relacionados ao filme e que não participam de nenhuma outra história do grupo – diferentemente do caso da personagem Camilinha, de *Z.E.T.Ê.*, que esteve presente em outras histórias – como a personagem Dra. Élice (uma alusão à Ellie, do original) que esteve presente apenas nessa narrativa. Nesse sentido, Eco (1989) enfatiza que a comunicação midiática possibilita um jogo de citações que remete ao conteúdo de outras mensagens, de outros meios em que se leva à uma intertextualidade ampliada.

Na história há evocações da obra de origem (ver figuras 8 e 9) sempre de forma parodiada, sejam por cenas e enredo ou por características dos personagens do filme (ver figura 10).



Figura 8: *still-frame* do filme *Jurassic park*
Fonte: recorte do autor.



Figura 9: *still-frame* do filme *Jurassic park*
Fonte: recorte do autor.

Na narrativa, Didi Mocormond e Dedé Malcolm são paleontólogos convidados para verificar a possibilidade da abertura do parque dos *Trapassauros*. A partir de uma série de contratempus com os dinossauros, todos os personagens voltam para suas origens e chegam a conclusão que a abertura do parque não é viável, o mesmo que ocorreu na história da obra de Spielberg.

O consumidor das histórias em quadrinhos ao adquirir um exemplar, seja numa banca de revistas ou numa livraria, conforme Ramos (2010, p. 19), estabelece duas inferências: “estou adquirindo uma obra em quadrinhos e é o que vou ler quando folhear as páginas da publicação”. É sabido que havia um público que não era somente um

consumidor das revistas em quadrinhos de *Os Trapalhões*, mas também fãs do quarteto da televisão e do cinema. Da mesma forma existiam os fãs dos filmes originais parodiados que eram cientes que aquele exemplar possuía suas características próprias, vindas das narrativas gráficas e que, ao mesmo tempo, possibilitava um jogo intertextual pelos quadrinhos.



Figura 10: *Trapassic Park*

Fonte: *As aventuras dos Trapalhões* (1994, ed. 50, p. 12)

Tanto *Z.E.T.Ê: o Trapalhão espacial* quanto *Trapassic Park: o parque dos trapassauros*, não poderiam se configurar como uma adaptação ou uma publicidade, de forma alusiva ou parodiada, dos filmes de Steven Spielberg num estilo “*made in Brazil*”?

As adaptações sempre foram essenciais para a comunicação midiática, principalmente para o cinema e a televisão. Elas são forças vitais na indústria do entretenimento pois já trabalham com um material que possui um público formado e isso contribui na publicidade da nova obra que é criada. Ao pensar na questão comercial das adaptações elas sempre serão mais rentáveis por serem mais conhecidas entre os atores sociais. Seger (2007, p. 17), esclarece que “a adaptação é um processo de transição ou conversão de uma mídia para outra. Assim, o material original sempre oferecerá uma certa resistência à adaptação”.

Uma adaptação é uma forma de transcodificar um sistema comunicacional para outro. Ao se adaptar de uma mídia para outra ocorre, muitas vezes, a mudanças de gêneros, idiomas, e neste caso, as questões culturais que são transpostas para cada regionalidade. Tudo levando a um processo transcultural e a história adaptada passa a fazer parte de uma indigenização em novo contexto em que mudam-se os significados (HUTCHEON, 2013).

As narrativas de *Z.E.T.Ê.* e *Trapassic Park* não se configuram somente como adaptações de forma alusiva ou parodiada dos filmes de Spielberg, mas também como narrativas expandidas do quarteto da televisão para as narrativas em quadrinhos, que utilizam, de forma intertextual, filmes cinematográficos de grande sucesso. As duas obras exemplificadas colaboram também, de forma não licenciada, para uma expansão brasileira de um universo dos filmes de Steven Spielberg. Isso contribui para uma experiência quase que exclusiva do público brasileiro. Percebe-se um trabalho que remete ao manifesto antropofágico da década de 1920 (ANDRADE, 1972), no qual se reafirmam alguns valores. A “deglutinação” que se deixou da cultura estrangeira e se faz “digerir” em forma artística nacional. Essas produções em quadrinhos de *Os Trapalhões* incentivavam o consumo da cultura brasileira interpenetrada pela estadunidense, por meio de hipotextos audiovisuais.

Todo processo ou produto de uma adaptação pertencem a um contexto temporal, a um local, uma sociedade e uma cultura. Ela não existe sem mudanças de valores e significados de uma história para o local em que está se adaptando o produto. As transposições, por vezes, podem ser a criação e a interpretação de uma ou várias obras no mesmo texto, direcionando à adaptação para um palimpsesto. Porém, frequentemente, ela pode estar transcodificada convencionalmente, e necessariamente, não precisa ser para outra mídia (HUTCHEON, 2013).

Considerações finais

O trabalho analisou os intertextos cinematográficos hollywoodianos em histórias em quadrinhos brasileiras, a partir dos filmes *E. T.: o extraterrestre* (1982) e *Jurassic Park: o parque dos dinossauros* (1993), dirigidos por Steven Spielberg. Para atingir o objetivo do estudo foram selecionados como objetos as edições, de *As aventuras dos Trapalhões: Z.E.T.Ê.: o trapalhão espacial* (1992) e *Trapassic Park: o parque dos trapassauros* (1994), histórias que parodiam os referidos filmes.

Como principal resultado se constata que as histórias em quadrinhos fazem transposições alusivas ou parodiadas dos filmes de Steven Spielberg por meio de práticas de intertextualidade. A partir desse cenário midiático é possível considerar que essas histórias colaboraram, de forma não licenciada, para a publicidade e expansão desses filmes perante o público brasileiro. Além disso, se propiciava um consumo sinérgico de toda a franquia midiática de *Os Trapalhões*.

As limitações do presente estudo estão relacionadas a análise de apenas duas edições em revistas em quadrinhos, dentro de um universo de 51 edições lançadas de *As aventuras dos Trapalhões* no período de 1988 a 1994.

Deixa-se de sugestão a análise de outras narrativas gráficas do grupo ou, até mesmo, que se trace um perfil das histórias que utilizam, de certa forma, uma prática publicitária que emprega os exercícios de intertextualidade com o cinema.

Referências

ADORO CINEMA. Disponível em: <http://www.adorocinema.com/filmes/filme-29718/>. Acesso: 28 jan. 2018.

ANDRADE, Oswald de. **Obras completas VI**: do pau-brasil à antropofagia e às utopias. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1972.

BAKHTIN, Mikhail. **A cultura popular na Idade Média e no Renascimento**: o contexto de François Rabelais. 7ª ed. São Paulo: Hucitec, 2010.

_____. **Problemas da poética de Dostoiévski**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.

BARRETO, Juliano. **Mussum forévis**: samba, mé e Trapalhões. São Paulo: Leya, 2014.

ECO, Umberto. **Quase a mesma coisa**: experiências de tradução. Rio de Janeiro: BestBolso, 2011.

_____. **Sobre espelhos e outros ensaios**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1989.

GENETTE, Gérard. **Palimpsestos**: a literatura de segunda mão. Belo Horizonte: Edições Viva Voz, 2010.

GUIA DOS QUADRINHOS. Disponível em: www.guiadosquadrinhos.com. Acesso em: 17 mai. 2018.

GUIMARÃES, Denise A. D. Uma transposição luciferina de Hellblazer/Constantine: dos quadrinhos para o cinema. **Revista Fronteiras** – estudos midiáticos, v. 19, n. 3, set./dez., 2017, p. 351-362.

HUTCHEON, Linda. **Uma teoria da paródia**. Lisboa: Edições 70, 1985.

_____. **Uma teoria da adaptação**. 2ª ed. Florianópolis: Ed. da UFSC, 2013.

KRISTEVA, Julia. **Introdução à semanálise**. 3ª ed. rev. e aumentada. São Paulo: Perspectiva, 2012.

KRUMMENAUER, Haike; LIMBERGER, Bernardo K. Intertextualidade nos quadrinhos da Turma da Mônica: uma proposta para o ensino fundamental. **Revista Entrelinhas**, vol. 8, n. 2, jul./dez. 2014, p. 196-213.

LIMA, Geralda de O. S.; CARDOSO, Thiago G. Quadrinhos, intertextualidade e orientação argumentativa: discutindo o processo de recategorização em um gênero multimodal, **Revista (Com) Textos Linguísticos**, v. 9, n. 13, 2015, p. 91-106.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria da comunicação**: ideias, conceitos e métodos. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

QUELUZ, Rebeca Pinheiro. Intertextualidade em Into the (Shakespearean) Woods. **Scripta Uniandrade**, v. 14, n. 2, 2016, p. 123-147.

RAMOS, Paulo. **A leitura dos quadrinhos**. São Paulo: Contexto, 2010.

RYAN, Marie-Laure. Narrativa transmídia e transficcionalidade. **Celeuma**. n. 3, dez. 2013, p. 96-128. Disponível em: <http://www.periodicos.usp.br/celeuma/article/viewFile/87713/90645>. Acesso em: 30 mai. 2018.

SAMOYAUULT, Tiphaine. **A intertextualidade**. São Paulo: Hucitec, 2008.

SANDERS. Julie. **Adaptation and appropriation**. London and New York: Routledge, 2006.

SANT'ANNA, Affonso Romano de. **Paródia, paráfrase & cia**. 3ª ed. São Paulo: Ed. Ática, 1988.

SANTOS, Roberto E.; CORRÊA, Victor W. Quadrinhos nacionais no ciberespaço: uma análise de Combo Ranger nos âmbitos digital e impresso. **Galáxia** (São Paulo, Online), n. 27, p. 107-119, jun. 2014.

SEGER, Linda. **A arte da adaptação**: como transformar fatos e ficção em filme. São Paulo: Bossa Nova, 2007.

ZECA GIBIS. Disponível em: <http://zecagibis.blogspot.com.br/p/aventuras-dos-trapalhoes.html>. Acesso em: 17 mai. 2018.