

# A imagem da diferença: um estudo sobre a ilustração na literatura infantil contemporânea<sup>1</sup>

Edgar Roberto Kirchof<sup>2</sup>

Rosa Maria Hessel Silveira<sup>3</sup>

### Resumo

Este artigo apresenta uma análise da coleção de livros infantis denominada Ciranda das diferenças, com ênfase em suas ilustrações. Com base nos estudos realizados por Umberto Eco, na década de 1960, sobre a assim chamada “cultura de massa”, apresenta-se a hipótese de que muitos livros brasileiros contemporâneos de histórias que se destinam a grandes públicos infantis servem-se de estratégias estéticas e estruturais muito semelhantes às de outros artefatos culturais voltados para o consumo em larga escala, tais como desenhos animados e histórias em quadrinhos, entre outros. Os dois principais traços empregados nesses artefatos são, de acordo com Umberto Eco, a “pré-fabricação” e a “imposição do efeito”, levando a uma espécie de *ética da felicidade e do consumo*. Desse modo, por mais paradoxal que pareça, os livros da série analisada acabam transformando a própria diferença em produto de entretenimento e consumo.

### Palavras-chave

Diferenças; literatura infantil; ilustração; consumo.

### Abstract

The present article deals with the set of books called Ciranda das diferenças and it focuses on its visual illustrations. Based on the studies carried out by the Italian semiotician Umberto Eco in the sixties about the so called “mass culture”, the article brings up the following hypothesis: contemporary Brazilian children’s fiction addressed to massive consumption makes use of aesthetic and structural strategies that are akin to strategies currently used by other cultural artifacts addressed to a large range of consumers, like e.g. *animation* or *comics*. Their two main aesthetic traits are, according to Eco, “prefabrication” and “effect of imposition”, which lead to a kind of “ethics of happiness linked to consumerism”. Therefore, as paradoxical as it may sound, the books that were analyzed turned out to transform the differences they approach into products of entertainment and consumerism.

### Keywords

Differences; childrens’ fiction; illustration; consumerism.

1 Texto produzido no projeto “Narrativas, diferenças e infância contemporânea”, apoiado pelo CNPq com Auxílio Pesquisa e Bolsa de Produtividade em Pesquisa e realizado no PPG Educação da Ulbra.

2 Doutor em Letras. E-mail: ekirchof@uol.com.br

3 Doutora em Educação. E-mail: rosamhs@terra.com.br

### Literatura infantil e o consumo da diferença

O assunto que se pretende discutir no presente artigo diz respeito ao modo como são construídas muitas das ilustrações de livros infantis contemporâneos que abordam a questão das diferenças. Uma leitura deles sugere que tais ilustrações seguem um padrão estético orientado mais por uma cultura do entretenimento utilizada pela indústria televisiva dos desenhos animados (doravante DAs) e das histórias em quadrinhos (doravante HQs) do que por padrões de literariedade ou valor estético, conforme defendidos pela crítica artística e literária. Efetivamente, na medida em que se apresentam como um artefato destinado a ser consumido de modo prazeroso por um grande público, várias dessas histórias infantis enfrentam – e solucionam à sua moda – o dilema de transformar a própria *diferença* em um produto de consumo.

Em síntese, a hipótese que se pretende defender aqui é a de que muitos dos livros infantis de grande circulação e sucesso lançam mão de uma série de recursos estéticos e estruturais já amplamente utilizados por outros produtos da indústria cultural.

A fim de cumprir com esse objetivo, serão retomados alguns dos estudos realizados por Umberto Eco, ainda nas décadas de 1960 e 1970, a respeito do que se tem chamado de “cultura de massa”, considerando que suas análises auxiliam menos na emissão de juízos de valor a respeito de tais produtos e mais na compreensão dos recursos estéticos, estruturais e estilísticos empregados, com o objetivo de atingir o grande público pela televisão, pelo cinema e pelas HQs, bem como pela própria literatura infantil.

Dessa forma, defende-se a hipótese de que grande parte das histórias infantis que abordam a temática das diferenças, contemporaneamente, utiliza recursos de ilustração muito semelhantes aos recursos icônicos utilizados em outras mídias, principalmente nos quadrinhos, o que poderia explicar parte da sua aceitação, tanto pelos adultos – professores e pais – quanto pelas crianças, assim como seu sucesso de vendas. Dados os limites do presente texto, serão analisados, como exemplares dessa estratégia, apenas os livros produzidos no projeto Ciranda das diferenças, coordenado por Clécia A. Buchweitz.

### O consumo tem estilo

Na medida em que o capitalismo se estabelece como a forma econômica hegemônica na sociedade europeia e norte-americana, surgem paulatinamente inúmeros produtos culturais destinados ao grande público, em detrimento de um mundo cultural específico cada vez mais restrito a uma pequena parte da população, detentora do capital cultural considerado de elite. Surge, aos poucos, em oposição aos que se consideram os preservadores da “alta cultura”, aquilo que tem sido chamado de “cultura de massa” – um conceito-fetiche, como explica Umberto Eco, uma vez que, mesmo mal definido, ajuda a falar de uma nova realidade sociocultural que se impõe no Ocidente a partir da revolução industrial.

Justamente em função desse *novo receptor*, grande parte dos artefatos culturais adquire características estilísticas diferenciadas em relação ao que se produzia anteriormente na literatura, nas artes e na filosofia, entre outros campos da produção intelectual. Eco procurou demonstrar que o fenômeno da “democratização” dos produtos culturais leva invariavelmente a uma modificação dos padrões estéticos e de conteúdo de tais produtos, de modo que aquilo que era produzido para um público, em princípio, iniciado em uma cultura que se autodenominava letrada e acadêmica, deve ser digerido também por um público não iniciado nesse tipo de cultura.

Desse modo, em seu *Apocalípticos e integrados*, Eco foi um dos primeiros teóricos a ocupar-se dos fenômenos culturais produzidos a partir da era da industrialização, utilizando o mesmo referencial analítico usado para o estudo de fenômenos culturais até então tidos como da “alta cultura”. Embora todo tipo de generalização acarrete simplificações por vezes inadequadas, as análises pioneiras de Eco permitem perceber que uma grande parte do que foi e continua sendo produzido para o chamado “público de massa” possui alguns traços estruturais e estéticos reconhecíveis, já que são construídos sob a diretriz maior de propiciar um consumo fácil e agradável. Em última análise, na era industrializada, a *obra* transforma-se em *produto* ou *mercadoria*, cujo fim é algum tipo de consumo, de preferência a um consumo em larga escala.

Para atingir tal fim, desde o seu início, grande parte da indústria cultural tem investido em uma estratégia de endereçamento bastan-

te eficiente: dirige-se a “uma massa de consumidores genérica, em grande parte estranha à complexidade da vida cultural especializada” (ECO, 2000, p. 76), vendendo, a esse público imaginário, *efeitos já confeccionados*. Desse modo, o produto que se tem denominado de “massificado” já contém, em si, as reações estéticas que deve provocar, geralmente amenas, agradáveis, enfim, sensações positivas, que estimulem o consumo do artefato como uma forma simultânea de entretenimento, por um lado e, por outro, de criação da ilusão de estar participando do que se considera “alta cultura”, na mesma medida em que se consome o produto.

Umberto Eco resume em dois principais traços estéticos as estratégias mais eficientes de tais artefatos: “pré-fabricação” e “imposição do efeito”. O primeiro manifestar-se-ia como resultado da utilização de um padrão preestabelecido, quase sempre buscado, originalmente, em uma fonte ligada ao que o grande público reconhece como “alta cultura” ou em uma mídia anteriormente já consagrada. O segundo, por sua vez, diz respeito ao fato de tais produtos apresentarem, de modo muito explícito, os efeitos estéticos a serem consumidos, como espanto, surpresa, deleite, alegria, beleza. Ao leitor/receptor, deveria ser concedido pouco espaço para interpretações que fugissem do mundo idealizado e mediano geralmente apresentado.

Em *Apocalípticos e integrados*, Umberto Eco procurou demonstrar como funciona a lógica dos artefatos destinados ao grande público, a partir, entre outros, de uma análise da linguagem dos quadrinhos (ECO, op. cit). Visto tratar-se de um produto construído intencionalmente, com o fim de venda e lucro, toda a estratégia de sua configuração baseia-se na construção daquilo que o autor italiano nomeia como “uma *tipologia caracterológica* bem definida e fundada em esteótipos precisos”.(Ibidem, p. 148, grifos do autor). Em outras palavras, como o seu fim é o entretenimento rápido e descompromissado, HQs devem apresentar seu conteúdo com uma certa rapidez, sem demandar do leitor esforço interpretativo apurado. Assim sendo, apresentam dois principais recursos estruturais: um, mais ligado ao

modo como são apresentadas as imagens; e outro, mais ligado à estrutura narrativa.

Assim, já que o leitor deve *decifrar* sem muito esforço os desdobramentos da história, desfrutando rápida e prazerosamente tanto da sequência das ações quanto das imagens que as veiculam, os quadrinhos lançam mão de imagens típicas, geralmente já desgastadas por outros meios de comunicação, como a televisão e o cinema. Em síntese, o grande segredo é apresentar imagens velhas e repetidas sob a aparência da novidade, reavivando, no receptor, sensações já experimentadas e temporariamente esquecidas. Dessa forma, surgem os clichês, imagens icônicas ou mesmo verbais repetidas exaustivamente, que, embora já previamente consumidas, apresentam-se sob o rótulo da novidade.

Quanto aos elementos estruturais da narrativa, principalmente seu conteúdo representacional, os quadrinhos, assim como a maioria dos produtos culturais destinados ao grande público, precisam veicular mensagens ligadas àquilo que Eco (Ibidem, p. 159) denomina de “ética da felicidade e do consumo”. Ou seja: a indústria cultural aposta em conteúdos que deleitem e gerem uma sensação de eterna felicidade, provocada pelo consumo do próprio produto. Para tanto, assim como os demais artefatos produzidos em grande escala, também os quadrinhos apostam num modelo baseado na ideia de um *homem-médio*, uma espécie de *receptor idealizado* da sociedade de consumo, a quem se endereçam os seus produtos. Como afirma Eco, “é mais lucrativo, e cômodo, operar em referência a uma *koiné*<sup>4</sup> indifferenciada, na esperança de que essa insistência na oferta possa criar justamente uma real procura – o que simplificaria profunda e definitivamente o funcionamento do mercado” (Ibidem).

### Desfrutando as diferenças

Assim como os quadrinhos, vários livros contemporâneos de histórias infantis – e aqui o interesse volta-se para os que abordam as dife-

4 O termo *koiné*, do grego, refere-se ao *popular* ou àquilo que é relativo às massas. Os gregos denominavam *grego koiné* o idioma na forma como era utilizado pelas massas, sem o cuidado com regras gramaticais e fonéticas.

renças – apostam na *ideologia da felicidade*, conquistada a partir de uma fruição baseada em imagens pré-construídas e em efeitos impostos. É o caso dos livros produzidos dentro do projeto Ciranda das diferenças, coordenado por Clécia A. Buchweitz e editado pela Ciranda Cultural. A autoria das narrativas verbais é de Márcia Honora, ao passo que as ilustrações e a diagramação são produzidas pela Index Art & Studio.

Nessa série composta por dez volumes, são abordados temas exclusivamente ligados às *diferenças*: *Dognaldo e sua nova situação* trata da questão da paraplegia; *O canto de Bento* e *A família sol, lá, si* tratam da surdez; *Uma tartaruga a mil por hora* e *A escola da tia Maristela* abordam a hiperatividade; em *O charme de Tuca* e *Uma formiga especial*, a questão central é a dificuldade de visão; *Uma amiga diferente* trata da síndrome de Down; em *Nem todas as girafas são iguais*, aborda-se o nanismo e, finalmente, *O problema da centopeia Zilá* retoma a questão da deficiência física. A coleção deixa muito clara a sua intenção pedagógica, evidenciada, por exemplo, em alguns de seus paratextos. Assim, na última página de cada obra, insere-se um texto de caráter informativo sobre a *deficiência* ou *diferença* que constituiu o nó do enredo, com um tom didático reforçado por dados de divulgação científica.

Embora a análise aqui proposta não esteja focada na narrativa verbal, antes de abordar as ilustrações, é necessário apresentar brevemente a estrutura narrativa que fornece o fundamento de tais histórias. De modo geral, trata-se de narrativas lineares que seguem, à risca, o esquema quinário simples no qual enunciação (discurso) e enunciado (história) – para utilizar os conceitos de Benveniste (1974) – estão em plena coincidência. A situação inicial é sempre harmônica, geralmente situando o protagonista (figurado como um animalzinho doméstico ou um filhotinho) no ambiente da escola ou da família. O conflito narrativo manifesta-se como a própria diferença: a surdez, a dificuldade cognitiva, a hiperatividade, a paraplegia, o nanismo etc., a partir da qual o enredo se desenrola em pouquíssimas sequências narrativas destinadas à solução positiva do conflito.

O desfecho, por sua vez, também é harmônico e contém uma solução para a própria diferença: o cãozinho paraplégico resolve seus problemas com a cadeira de rodas; o elefantinho surdo melhora sua audição com um aparelhinho para surdez e aprende muitas coisas com uma fonoaudióloga; o coelhinho com dificuldades de visão vai ao

oculista e passa a usar óculos; o bem-te-vi surdo aprende a língua dos sinais; a tartaruguinha hiperativa transforma-se em uma grande atleta; o golfinho com dificuldades cognitivas reprova, mas acaba recebendo um tratamento pedagógico diferenciado; a abelhinha com síndrome de Down torna-se amiga de todos, e assim por diante. As histórias geralmente terminam com uma situação final em que se restabelece a harmonia a partir da superação da diferença, ora em termos de adaptação ao ambiente, ora em termos de minimização efetiva da deficiência, ora em termos de aceitação pessoal e/ou social da diferença, enfatizando que todos se encontram, agora, felizes, orgulhosos e devidamente (re)integrados ao ambiente escolar e familiar.

Assim, a proposta narrativa dessas histórias está marcada por uma perspectiva claramente alinhada com a criação de um universo *feliz e prazeroso*, no qual os problemas mais graves e, talvez, com efeitos pessoais e sociais importantes, são tratados como se não passassem de pequenos percalços facilmente corrigíveis, consistindo tal correção na condição para a reintegração do personagem no universo da família e da escola.

Como não poderia deixar de ser, também as ilustrações servem ao propósito de reforçar essa *representação da felicidade*, na qual, mesmo os problemas gerados por diferenças como *hiperatividade*, *surdez*, *cegueira*, *síndrome de Down*, *nanismo*, *paraplegia* acabam sendo paradoxalmente transformados em uma representação para ser desfrutada prazerosamente. Entre as principais estratégias de composição adotadas para alcançar êxito nesse propósito, chamam atenção, no caso das ilustrações, os mesmos recursos que Umberto Eco reconhece nos quadrinhos voltados para grandes públicos: “pré-fabricação” e “imposição do efeito”.

Quanto ao primeiro traço, pode-se observar que praticamente todas as imagens das histórias da série Ciranda das diferenças podem ser consideradas pré-fabricadas, pois se valem de esquemas imagéticos já amplamente utilizados e consagrados em outros meios de comunicação voltados para o grande público. Ou seja: as imagens icônicas *criadas* para essas histórias não passam de reproduções ligeiramente adaptadas de outras imagens que circulam largamente em meios de comunicação voltados para o grande público infantil, principalmente os DAs televisivos ou cinematográficos e as HQs, sendo que, no caso das ilustrações da série Ciranda das diferenças, predomina uma relação forte com DAs.



Figura 1 – Ilustrações de alguns livros da *Ciranda das diferenças* comparadas a imagens de DAs.

Nas imagens acima, fica evidente que os principais traços utilizados para representar o elefantinho surdo são muito parecidos com os que são empregados em outros elefantinhos célebres dos DAs, podendo-se destacar, como emblemática, a figura de Dumbo, produzida por Walt Disney. A zebrinha nessa história também reproduz traços semelhantes a zebras de outras histórias televisivas, como a zebra do filme de animação *Madagascar*. Da mesma forma, o urubu utilizado como figurante na história do bem-te-vi mudo é quase idêntico ao urubu no também recente filme de animação *O galinho Chicken little*, assim como o cãozinho da história de *Dognaldo* é muito semelhante ao Scooby-Doo ou, para os que conhecem produções mais recuadas no tempo, aos cachorros que aparecem em *A dama e o vagabundo*, desenho de 1955 dos estúdios Disney.

Ainda que não se trate de cópias exatas, a quase identidade das imagens desses livrinhos com imagens já consagradas no repertório

midiático produz um efeito de *relembração* no leitor, evocando, assim, uma *memória tácita* em torno das *novas personagens*, que funciona tanto no nível verbal quanto no nível imagético. Dessa forma, os enredos singelos harmonizadores de conflitos são reforçados por imagens que lembram personagens divertidas com as quais as crianças já estão familiarizadas. Em síntese, a principal vantagem do recurso da pré-fabricação é a sua capacidade de fazer que a *nova* ilustração mobilize os efeitos estéticos já vivenciados exitosamente pelos leitores, através das personagens utilizadas como padrão prototípico.

Tais efeitos são impostos pela repetição dos mesmos traços estilísticos escolhidos para a representação das imagens prototípicas da mídia televisiva, quando se trata de crianças ou animais infantilizados. Nesse sentido, importa dizer que – a despeito de variações estilísticas, por vezes, significativas – grande parte das personagens infantis dos DAs é construída nos moldes do *esquema infantil* de Konrad Lorenz (1984).

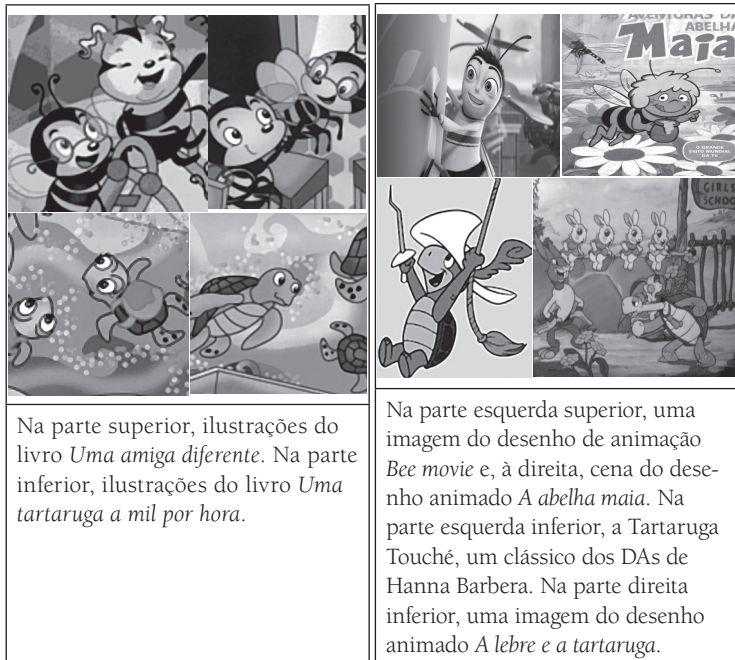


Figura 2 – O esquema infantil (*Kindschema*) de Konrad Lorenz.

Lorenz definiu como principais características do esquema infantil a representação de uma cabeça relativamente grande, com olhos também grandes e localizados na parte inferior da cabeça (se comparados com uma figura adulta), bochechas arredondadas, extremi-



dades curtas e bem-nutridas.<sup>5</sup> Em poucos termos, enquanto os traços utilizados para a construção de uma representação adulta são mais longos e retilíneos, os traços infantis são menores e mais arredondados. O próprio Lorenz acreditava que a utilização desse esquema de traços estilísticos tinha o poder de criar a categoria estética do *gracioso*, sendo capaz de evocar, no leitor/receptor, sensações de ternura, carinho e cuidado. A despeito de controvérsias sobre a tese lorenziana, parece bastante evidente que a indústria cinematográfica e televisiva vem investindo no esquema infantil para construir representações de crianças ternas, meigas, que podem inspirar a necessidade de cuidado e carinho ou simplesmente evocar sentimentos ternos e amorosos.



Na parte superior, ilustrações do livro *Uma amiga diferente*. Na parte inferior, ilustrações do livro *Uma tartaruga a mil por hora*.

Na parte esquerda superior, uma imagem do desenho de animação *Bee movie* e, à direita, cena do desenho animado *A abelha maia*. Na parte esquerda inferior, a *Tartaruga Touché*, um clássico dos DAs de Hanna Barbera. Na parte direita inferior, uma imagem do desenho animado *A lebre e a tartaruga*.

Figura 3 – Ilustrações de alguns livros da *Ciranda das diferenças* comparadas a imagens de DAs.

Nas imagens acima – tanto nas ilustrações quanto nas imagens de DAs – percebe-se que os efeitos estéticos almejados são bastante dirigidos e explícitos. Através dos traços estilísticos típicos do esquema infantil lorenziano, as abelhinhas e as tartaruguinhas dos livros da coleção analisada são construídas para inspirar, de modo inequívoco, ternura e empatia, ao mesmo tempo que o sorriso estampado em todas as suas ocorrências tem a função de mesclar esse mundo terno com alegria e felicidade sólidas.

Em síntese, através das estratégias de ilustração adotadas pelos livros da série *Ciranda das diferenças*, cria-se uma representação de *infância feliz*, que não é abalada nem mesmo pelas possíveis ameaças advindas de diferenças como deficiências físicas e cognitivas. Enquanto o enredo elimina o perigo de tais ameaças através de desfechos invariavelmente harmônicos, as ilustrações afastam qualquer ideia de tristeza, recorrendo à estereotipia dos efeitos estéticos evocados pelo esquema infantil lorenziano, pré-construída e cristalizada através de produtos da mídia endereçados a grandes públicos infantis.

Assim, do mesmo modo que os desenhos infantis são capazes de criar uma representação incontroversa de infância feliz, transformando-a em um produto altamente vendável para o consumo do grande público, os livrinhos de histórias infantis que se servem de estratégias estéticas e estilísticas semelhantes acabam, por mais paradoxal que pareça, transformando a própria diferença em um produto de entretenimento e consumo.

### Diferenças para consumo: uma pedagogia

No percurso feito por este estudo, utilizou-se de uma coleção específica para examinar o quanto uma parte dos livros contemporâneos para crianças – mesmo aqueles que vêm se dedicando a *temas polêmicos*, como a diferença – utiliza recursos de ilustração calcados nos traços icônicos recorrentes em outras mídias. Tal fato articula-se ao esboço de uma paisagem de alegria, prazer e felicidade, que ilustra

5 Sobre outras implicações estéticas do *esquema infantil*, verificar, entre outros, Kirchof (2008).

textos verbais em que enredos simples edulcoram as dificuldades, as dores e os percalços dos *diferentes* e da diferença em nossa sociedade.

A presença de tal estética, evidentemente, não se reduz a DAs, filmes de animação ou ilustrações de livros de literatura, mas espalha-se por ambientes sociais variados. Vieira da Cunha (2009), em análise perspicaz das características dos ambientes de educação infantil, observa a notável similaridade entre as imagens que decoram as salas dessas escolas, independentemente de cidade, região, país; de tipos de redes de ensino; e mesmo de diferentes décadas. Observa a autora, ainda, que “os cenários dos escolares vão além de uma decoração neutra ou natural da infância onde se desenrolam as ações pedagógicas. Ao contrário, vejo as ambiências nas escolas infantis como uma das formas pedagógicas em curso” (Ibidem, p. 6). A pesquisadora prossegue em sua análise, observando que esses “cenários infantis” são “compostos em sua maioria por referentes midiáticos” e “suspendem temporariamente a vida lá fora, os conflitos, as diferenças”, através de seu “encantamento formal e sua presença constante” (Ibidem).

É evidente que as ilustrações de grande parte dos livros infantis, como os que foram analisados, da coleção Ciranda das diferenças, encaixam-se à perfeição em tal quadro, contribuindo para a construção dessa espécie de mundo visual compulsório para a infância. Baseando-se na repetição dos mesmos esquemas imagéticos que há décadas povoam vários artefatos culturais, como já exposto a partir de Eco, tais imagens são quase automaticamente aceitas e apreciadas pelas crianças, porque pertencem previamente a seu repertório imagético. E não são tomadas como adequadas e *bonitas* apenas em relação às crianças do século XXI, mas por todas as gerações cuja infância se passou em tais cenários e que, como pais, mães, professores, professoras, publicitários, psicólogos etc., levam pela vida afora o estereótipo duma infância imaginada; como afirma Vieira da Cunha (Ibidem, p. 8), “as práticas do olhar produzidas pelas produções visuais midiáticas são de dócil adesão e não de questionamento frente ao visto”.

E não cessa na “dócil adesão” a ação persuasória de tais imagens. Obedecendo aos esquemas facilmente reconhecíveis, elas servem de veículo para o *consumo* quase automático, desde tenra infância. Linn

(2006) observa o quanto atualmente os próprios bebês já vêm se tornando “bebês de marca”, sendo muito precocemente introduzidos no circuito do consumo através da utilização dessas imagens de trânsito generalizado, o que pode ser exemplificado pelo conhecido desenho animado *Teletubbies*, planejado para bebês. Por outro lado, a mesma autora observa que “a linha divisória entre publicar livros infantis e vender produtos para crianças é tão [muito] delicada” (Ibidem, p. 94). De certa forma, mesmo quando não incorporam explicitamente em suas páginas personagens como Barbies, Shreks e ursinhos Pooh, mas trazem o golfinho Sofia, a tartaruga Tobias, o elefantinho Tuca e a girafa Tina, reproduzidos a partir de esquemas imagéticos correntes, os livros infantis também se inserem no circuito pedagógico do consumo, que lança âncora num mundo de incessante alegria, harmonia e felicidade. E, em tal circuito, torna-se até plausível que a *diferença* – convenientemente edulcorada através das arredondadas personagens – se torne algo palatável e consumível.

### Referências bibliográficas

- BENVENISTE, Emile. *Problèmes de linguistique générale*. Paris: Gallimard, 1974. v. 2.
- ECO, Umberto. *Apocalípticos e integrados*. São Paulo: Perspectiva, 2000.
- KIRCHOF, Edgar Roberto. *Estética e biossemiótica*. Porto Alegre: IEL & Edipucrs, 2008.
- LINN, Susan. *Crianças do consumo: a infância roubada*. São Paulo: Instituto Alana, 2006.
- LORENZ, Konrad. *Vergleichende Verhaltensforschung: Grundlagen der Ethologie*. München: Taschenbuchverlag, 1984.
- VIEIRA DA CUNHA, Susana Rangel. *As imagens na Educação Infantil: uma abordagem a partir da cultura visual*. Disponível em: <<http://www.culturainfancia.com.br/portal/index.php?view=article&catid=52%3Aarte-e...>>. Acesso em: 25 maio 2009.
- Recebido em agosto de 2009 e aceito em abril de 2010.