

DISCURSOS VISUALES EN LAS HISTORIETAS LATINOAMERICANAS

Román Harosteguy - Martina Iaconis – Micaela Lucas – Jessica Martín - Ma.
Victoria Nievas - Andrea Carri Saravi
Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Bellas Artes

Resumen

América Latina es una región del continente americano con mucha diversidad en su composición cultural. La producción gráfica, tomando como objeto de estudio la historieta, es una forma de expresar y mostrar la diversa cultura de la región. Lo relevante de éstas es que los personajes de la historieta en Latinoamérica están afuera, en las calles. No llevan capa ni armadura. Los protagonistas son la vecina, la comadre, el señor de la tiendita de la esquina. No vuelan, ni poseen súper fuerza, súper velocidad ni cualquier otro súper poder. Ellos observan, critican, denuncian, se mofan de sus desgracias y de las ajenas, odian. Hablar de historieta latinoamericana es hablar de injusticias, vaivenes políticos, inconformidad, esperanza. Se nos muestra una América Latina conflictiva, herida y pícaro. En este trabajo se analizan tres historietas características de tres países latinoamericanos: Argentina, Chile y Colombia. Con la mirada puesta en la identidad cultural y los estereotipos y, el objetivo principal de determinar cuáles son los elementos visuales identitarios utilizados en las historietas seleccionadas, se realizó una exhaustiva investigación que incluyó desde el contexto en el que estaban inmersas hasta los rasgos concretos que se podían identificar en los personajes de cada una. Y, para arribar a una conclusión final, se realizó una investigación sobre la audiencia lectora para, mediante una encuesta, poder determinar si esos rasgos característicos podían ser identificados fácilmente por un público ajeno a la investigación.

Palabras clave

Identidad – Cultura – Gráfica - Estereotipos

Hipótesis

En la historieta se utilizan estereotipos para la construcción de identidad y para esto se emplean elementos visuales específicos que son los responsables de dicha construcción.

Los casos a analizar son las historietas de los años dorados:

- Copetín – Estereotipo del “gamín” - Colombia - 1962
- Condorito - Estereotipo machista - Chile - 1961
- Mafalda - Estereotipo de familia de clase media - Argentina - 1964

Objetivos generales

- Determinar cuáles son los elementos visuales identitarios utilizados en las historietas seleccionadas.

Objetivos específicos

- Identificar qué son rasgos de identidad cultural.
- Identificar el ambiente en que se encuentran inmersos los personajes.
- Establecer el contexto histórico en el que están situadas.

- Identificar la relación entre el contexto histórico y los elementos identitarios visuales que se utilizaron.
- Establecer si el público lector argentino es capaz de identificar los rasgos de identidad cultural presentes en cada historieta.

La Identidad Cultural

Haciendo una síntesis de diferentes fuentes consultadas en la web, definimos que la Identidad cultural está dada por un conjunto de características que permiten distinguir a un grupo humano del resto de la sociedad, o sociedades, y por la identificación de un conjunto de elementos que permiten a este grupo autodefinirse como tal. Los individuos se definen a sí mismos en términos de ciertas categorías compartidas, cuyo significado está culturalmente definido (religión, género, clase, profesión, etnia, sexualidad, nacionalidad) y que contribuyen a especificar al sujeto y su sentido de pertenencia. La identidad de un grupo se manifiesta cuando una persona se reconoce o reconoce a otra persona como miembro de ese grupo.

Diseño, visualidad e identidades locales

Según escribe Andrea Melenje Argote (Magíster en Estudios y Proyectos sobre Cultura Visual), hoy las identidades de los grupos sociales se construyen cada vez menos sobre su repertorio de símbolos locales. La puesta en escena de unos y otros se hace a través de mensajes y objetos visuales que deambulan en lo global, lo cual permite la adaptación e hibridación de las culturas

Además, expresa que los diseñadores juegan un papel decisivo al poner en escena discursos y elementos visuales que en muchos casos se transforman en potentes íconos globales, que adquieren su carácter local a través de los medios de comunicación, los procesos de hibridación y los imaginarios e identidades locales. Estas relaciones producen imágenes que se alimentan tanto de lo local como de lo global. Es a partir de estos dos aspectos que podemos entender cómo se construyen y adquieren su significado las imágenes y objetos que usamos en nuestro día a día.

Los sujetos buscamos hacer parte de algo, una o varias formas de identificarnos. Las formas de identificación, hoy en día, están mucho más vinculadas a prácticas visuales. Esta condición supone numerosas transformaciones en las formas como se construyen las identidades en las sociedades contemporáneas.

Definición de estereotipo

Según Lipmann (1922. Periodista estadounidense) los estereotipos son “imágenes que están en nuestras cabezas”, el autor destaca tres aspectos claves en ellos: Tienen un contenido informativo; representan la realidad de forma sintética; nos sirven para conducirnos, para actuar dentro de ella.

La estereotipia es pues un recurso cognitivo necesario e inevitable sin el cual nos encontraríamos confusos en una realidad demasiado inestable y contradictoria. Bringham (Brigham, 1971, Psychol Bull 76:15-38), refiriéndose a los grupos étnicos, considera que los estereotipos son “generalizaciones hechas sobre un grupo étnico, concernientes a la atribución de rasgos, que es considerada como injustificada por un observador”. Esta definición, nos lleva a analizar el hecho de que en infinidad de casos los estereotipos nos generan un prejuicio. Esto se debe a que, al reconocer a distintos grupos de personas por ciertas características generalizadas y sintetizadas, tienden a transformar

datos imprecisos en descripciones rígidas y se puede caer en el error de encasillar a diferentes individuos que presenten alguna de esas características, aunque este no forme parte del grupo asociado a las mismas. Los estereotipos tienden a identificarse con los prejuicios sociales que nacen de una falsa generalización de algún hecho en particular.

La comunicación y los estereotipos

Gracias a la recopilación de diferentes datos de páginas web podemos establecer que los estereotipos se transmiten y promueven por diversas vías, tales como la educación formal y la educación informal, principalmente en el núcleo familiar y a través de los medios masivos de comunicación.

A partir de esta información también concluimos de que todas las personas, casi por instinto, trataremos en algún momento de nuestras vidas de encajar en alguna clase social o grupo y para ello se hace necesario cumplir con los requisitos necesarios para llegar a establecerse en uno. La comunicación es el medio que se preocupa de establecer dichos grupos.

En el fondo la comunicación es el medio por el cual nos llega la información y que nosotros, sin realizar un análisis lógico, interiorizamos el estereotipo.

Estereotipos en el cómic

Al igual que los restantes medios y géneros de la cultura de masas, los cómics han generado unas densas familias de estereotipos, de personajes arquetípicos sometidos a representaciones icónicas características y muy estables, a partir de rasgos peculiares que se convierten en sus señas permanentes de identidad. Desde el borracho al héroe, pasando por el vagabundo, el sabio, el rico y el arruinado, la galería de estereotipos humanos codificada por los cómics forma una legión transnacional, sólidamente implantada en la industria editorial de los más variados países. Pero junto a esta colección de estereotipos humanos severamente codificados, y que resultan inequívocos para el lector, se catalogan también formas muy estereotipadas para representar vivencias y estados de ánimo (el asombro, el dolor, el terror) u objetos tan comunes como la tarta, el rodillo de amasar o las volutas del fumador. La tenaz estabilidad de estas representaciones icónicas inequívocas a través del tiempo y más allá de las mutaciones sociales y de las peculiaridades nacionales, constituye toda una lección de antropología cultural en la era massmediática.

Imaginario colectivo

El imaginario colectivo es un conjunto de símbolos y conceptos en la memoria y la imaginación en una variedad de individuos pertenecientes a una determinada comunidad. La toma de conciencia de todas esas personas, al compartir estos símbolos, refuerza el sentido de comunidad. A menudo, estas representaciones fantásticas de la realidad llegan a trascender las mismas circunstancias que se han producido en el mundo real y adquirir la fuerza y la belleza del mito, convirtiéndose en los iconos de toda una etapa en la historia de un pueblo. Al analizar el tema de los cómics vemos la incidencia que estos han tenido en la sociedad, ya que crean un determinado imaginario que se traduce en una serie de efectos socio- culturales por el tipo de personajes, narrativa y elementos usados para tal cuestión. El cómic posee un rol social, cultural y estético que se ubica más allá del consumo de revistas, debido a que crea un mundo sutil y de valor al ser percibido a través de la crisis de

la condición humana y de sus cuestionamientos a partir de los personajes que representan tal cuestión.

Análisis de caso: Las historietas latinoamericanas

Mafalda

Creador: Quino

Lugar: Argentina

Fecha de publicación: 1964-1973



Mafalda es una niña de clase media argentina. Vive en Buenos Aires junto a sus papás y su hermano, que nació durante la publicación de la historieta. Tiene varios amigos que viven en su mismo barrio y con los que juega en la plaza o en la escuela. La historieta gira alrededor de sus cuestionamientos a la política y al mundo que la rodea.

Estereotipo a analizar: La familia de clase media argentina

Temas: rutina familiar - economía - vida moderna

Es frecuente la presencia de la mamá de Mafalda en la historieta. Es ama de casa y siempre se la representa realizando alguna tarea del hogar de forma sacrificada, como planchar, lavar la ropa, coser o limpiar los pisos. En los últimos tres ejemplos los diálogos y las actitudes de Mafalda demuestra piensa distinto que su mamá y no considera que la mujer deba dedicarse solo a trabajar en la casa, lo que se relaciona con los cambios de pensamiento de la década del '60 y con que ambas pertenecen a dos generaciones distintas que fueron atravesadas por la liberación femenina.

Al papá de Mafalda se lo representa como un hombre que es empleado de una oficina. En algunas tiras se lo ve como una persona agotada por su trabajo, pero es quién mantiene económicamente a la familia. En el primer ejemplo también se observa como la clase media se siente inferior frente a las personas que trabajan en puestos que requieren título universitario, como los médicos.

En la historieta también puede observarse el tipo de vivienda de la clase media moderna de la década del '60. Los pequeños departamentos en las grandes ciudades eran una novedad en ese momento y un objeto analizado en el cómic realizado por Quino. También es un

tema frecuente los problemas que a veces tiene la clase media para llegar económicamente a fin de mes. Resalta en el último ejemplo el día 29 del mes en el calendario, y la carpeta con las cuotas del auto que deben pagar, quedando delegada la compra de unos zapatos nuevos para Mafalda.

Copetín

Autor: Ernesto Franco

Lugar: Colombia

Fecha de publicación: 1962



Originario de Colombia, Copetín es un niño que vive en las calles, refugiándose de la noche donde lo alcance. Nunca está solo y es testigo del paso a la modernidad en los años sesenta en su país. Copetín desarrolla un humor negro que le permite abordar la desigualdad, la dureza y la inseguridad de Bogotá.

Estereotipo a analizar: Gamín, niño en situación de calle.

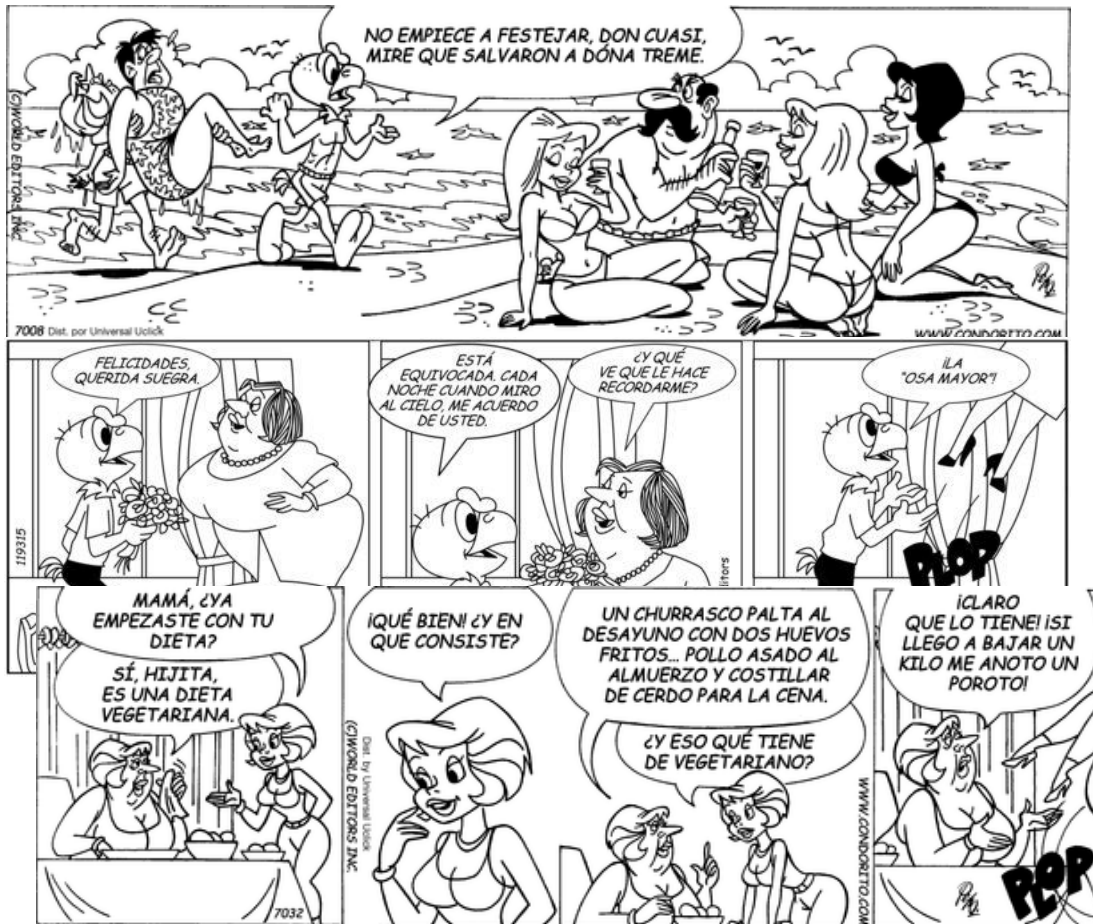
Puede observarse la vestimenta de los personajes como un recurso visual muy importante y principal. Copetín, que es un niño pobre utiliza ropa sucia, remera con rota y abierta, pantalón roto y atado, no tiene zapatos, la ropa es oscura. Lo mismo sucede con sus amigos. El resto de personajes, secundarios pero no menos importantes, son de una clase más alta y se visten muy distinto. En el caso de las mujeres, se las observa arregladas y maquilladas, usando zapatos altos, ropa de color, colgantes y aros. Los hombres visten traje, corbatas de colores, son más elegantes.

En cuanto al contexto en el que se ubica a Copetín y sus amigos se puede decir que siempre es la calle, ellos duermen en la calle, que es su "hogar", se protegen del frío con diarios.

En cambio el resto de personajes, se trasladan en taxi o se hablan desde sus departamentos, preocupados por temas frívolos.

Condorito
Fecha: 6 de agosto de 1949

Creador: René Ríos Boettiger "Pepo"
Lugar: Chile



Contexto: La historia se sitúa en Pelotillehue, una ciudad de fanáticos del fútbol y rival número uno de Buenas Peras y Cumpeo. Entre los seguidores de Condorito se comenta que estos lugares corresponden en realidad a Linares y Yervas Buenas respectivamente, y que inspiraron al autor creando, sin quererlo, a uno de los máximos símbolos nacionales logrando tener su propia revista.

Estereotipo a analizar: Machismo. Condorito en una historieta con una gran carga de estereotipos, no solo en el lenguaje verbal sino también en el visual. Contando con un humor un tanto agresivo o despectivo para nuestra actualidad, un ejemplo claro que decidimos analizar fue el del machismo, ya que que es notorio a lo largo de la lectura. La figura de la mujer es delgada con curvas marcadas, pequeña cintura, poca vestimenta, pelo largo y arreglado, maquilladas, jóvenes. Se las muestra como acompañamiento del Tío de condorito, un personaje de edad mayor, con tres mujeres de edad menor a él, vistas como un recurso a "levantarle el ánimo".

El diálogo entre las mujeres sobre un objeto material y haciendo observaciones sobre su apariencia. En lo visual, se las ve a las tres de características elegantes, llevando vestido y el peinado sumamente arreglado, también se observa el uso de curvas prominentes, para mostrarlas de una edad unos 30/40 años utiliza el recurso de cabello corto y el largo de la ropa. Todas hacen uso de tacos, y carteras, están maquilladas. Esto refuerza el estereotipo, que la mujer consumista y "chusma", dando a entender que la mujer solo sirve para comprar ropa y joyas, y hablar con sus amigas sobre otras mujeres.

Los dos personajes de sexo masculino hablando sobre el personaje femenino que pasa caminando por delante de ellos. Los rasgos de la mujer con curvas marcadas, maquillada y peinada, con un escote pronunciado. Dentro del diálogo los personajes no solo involucran a la mujer que pasa por delante de ellos sino a la “esposa”, en torno a la cual gira el remate del chiste, donde la primera impresiona por su aspecto físico de “buena manera” y la otra no.

Ficha de análisis del caso

Análisis comparativo	Condorito	Copetín	Mafalda		
Todos suceden en ambientes urbanos, lugares familiares al ciudadano común.	Pelotillehue una ciudad imaginaria de Chile.	Calles Bogotanas, Colombia. Años 60.	Barrio de Buenos Aires. Departamento de la familia de Mafalda.	Escenografía	Contenido de la imagen
Son elementos de la vida cotidiana, nada lujoso, todo muy simple.	En las tiras analizadas los objetos son variados dependiendo el contexto, desde escritorios, bancos de plazas, luminaria, hasta un auto y arena en la playa.	No se presencian objetos destacados, como las escenas son principalmente en las calles, los objetos que se podrían nombrar son objetos propios de una ciudad.	Sillones, televisor, mesa y sillas de comedor, plumero, trapo, lavarropas.	Objetos	
Los rasgos nombrados son elementales en la construcción de la personalidad de los protagonistas	Clase baja y clase alta. Condorito con distintos personajes femeninos, con ropa sugestiva y rasgos que acompañan la intención de que el objeto del chiste sea la mujer.	Niño de unos 5 a 7 años. Humilde (pobre). De temperamento amable, pero sin educación formal. Vestido con harapos, ropa rota y sucia. Aparecen también sus amigos, con las mismas características estéticas de chicos que viven en la calle.	Clase Media. Niños y adultos. El papá a veces usa traje. La mamá siempre usa pulóver y pollera. Las nenas siempre usan vestido.	Gente	
Se observan en las tres historietas ambientes urbanos y espacios abiertos. Cada ambiente tiene relevancia y es pertinente a la acción en proceso.	Generalmente las acciones se desarrollan en espacios abiertos. El contexto es siempre el personaje principal y un acercamiento a algún personaje femenino.	La acción se desarrolla en ambientes de calle (callejones, calles y avenidas, veredas); en el entorno de las escenas principales se ve el avance de los edificios en la ciudad de Bogotá.	Mamá ama de casa y papá empleado en una oficina. El contexto es en una ciudad y en la playa en el verano.	Ambiente y contexto	
Los protagonistas principales son	La tira gira en torno a un cóndor de clase humilde,	Las tiras cuentan las vivencias de un gamín (niño que vive	Las tiras se desarrollan alrededor de las reflexiones y aventuras de una niña	Narrativa	

<p>siempre humildes y bien intencionados. En el caso de Mafalda y Copetín encontramos reflexiones sobre la realidad.</p>	<p>alegre, siempre dispuesto celebrar con sus amigos y sacar partido trabajando lo menos posible, pero a su vez honesto y de buenas intenciones. Con cierta tendencia a la persecución de mujeres a las que se las caracteriza con inocencia.</p>	<p>en la calle) bogotano. Vive en las calles, refugiándose de la noche donde lo alcanza. Nunca está solo y es testigo del paso a la modernidad en los años sesenta en su país. Los acontecimientos se suceden en el mismo ambiente en cada tira, son situaciones cotidianas que pueden suceder en el día a día en los ambientes habituales en una ciudad.</p>	<p>llamada Mafalda, que vive en Buenos Aires junto a su familia. Es también importante la presencia de sus amigos, todos tienen una personalidad muy particular y pertenecen a la llamada clase media argentina. Se tocan temas relacionados a la política del mundo y la vida cotidiana.</p>		
<p>En las tres tiras la escenografía juega un papel muy importante, sobre todo en Copetín donde el contexto es el pie para la muchas de las historias.</p>	<p>Se pueden observar una gran variedad de planos, desde plano entero, plano $\frac{3}{4}$, hasta plano cintura y plano pecho. La importancia de la escenografía muchas veces compite con la de los personajes.</p>	<p>Generalmente se ve en los cuadros uno o dos personajes, a veces hasta tres. En muchas escenas, pueden aparecer en primer plano, acciones de personajes secundarios sobre los cuales los personajes principales opinan o plantean humoradas.</p>	<p>Planos enteros o medio cuerpo. La escenografía es escasa pero muy importante.</p>	<p>Composición</p>	
<p>Los dibujos en las historietas están hechos con recursos simples, líneas y plenos. En los casos que aparece color, la paleta es muy acotada. Esta simplicidad evita que el foco de atención se aleje de lo que lo importante.</p>	<p>A pesar de tener una paleta de colores definida y acotada la luz tiene una clara importancia en la tira.</p>	<p>Las historietas originales se realizaban en Blanco y Negro. Años después se comenzaron a editar en color, utilizando colores fuertes y luminosos. En estas últimas, el espectro cromático es muy limitado, se utilizan colores primarios y mayormente saturados.</p>	<p>Sólo se observa los colores blanco y negro.</p>	<p>Luz</p>	<p>Presentación visual</p>
	<p>Se utilizan líneas moduladas y plenos de color.</p>	<p>El dibujo, hecho mayormente en líneas (con presencia de algunos plenos y tramas), es simple. Sin mucho detalle ni complejidad. Un estilo volcado a la caricatura (lejos del</p>	<p>Se observa la moda y el mobiliario de la época en que se publicó la historieta (década del 60)</p>	<p>Estilo</p>	

<p>Se utilizan todo tipo de planos, que sirvan para darle importancia a los personajes principales en la escena. Y en todas se observa un punto de vista a altura normal.</p>	<p>La altura está a un nivel normal en la mayoría de las tiras, pero en escasas ocasiones podemos notar una posición elevada y en picada.</p>	<p>realismo). Las escenas se expresan primariamente en planos enteros y planos medios cortos, en los que se muestra a los personajes de cuerpo entero y en algunas se muestra del pecho para arriba. A veces se muestran planos generales cortos y en algunas excepciones se muestran planos generales cortos. Generalmente el punto de vista es cercano, y raramente se hacen algunos planos muy amplios. Se utiliza un ángulo normal, medio, que se encuentra a la altura de la visión del supuesto espectador.</p>	<p>Altura normal. Se observan planos medios y completos. En casos muy particulares se utiliza una altura elevada y planos generales.</p>	<p>Punto de vista</p>	
---	---	---	--	-----------------------	--

Conclusiones de los resultados de encuestas realizadas

En su gran mayoría, la encuesta fue contestada por jóvenes de entre 20 y 35 años de edad, de género femenino, con mayor conocimiento de Mafalda.

Los elementos visuales utilizados en Copetín permiten que el 85,9% de los encuestados reconozcan al estereotipo de niño de la calle representado en la historieta (ropa, que duermen con diarios en la calle y el contexto).

Un 78,8% identificó que, en Mafalda, la familia pertenece a la clase media (vivienda, trabajo del padre de familia y la madre ama de casa).

El 91,7% identificó el estereotipo machista de mujer sexy en Condorito. Y el elemento más destacado entre los encuestados fue la vestimenta sugestiva.

De lo antedicho se desprende que en las tres historietas son reconocidos los estereotipos representados. Esto contribuye a generar una identidad fácil de reconocer por el común de la gente y coincide con los análisis realizados anteriormente sobre dichos estereotipos. Se refuerza este concepto en la ficha de análisis de caso y en la encuesta en la pregunta que determina los elementos que hacen al reconocimiento de estereotipos.

En el apartado de identidad cultural, en el marco teórico, queda resuelto el objetivo de identificar qué son rasgos de identidad cultural. A su vez el objetivo de identificar el ambiente en que se encuentran inmersos los personajes se encuentra desarrollado en la ficha de análisis de caso. El contexto histórico en el que están situadas las historietas está establecido dentro del marco teórico. La relación entre este contexto y los elementos identitarios visuales que se utilizaron en la historieta se encuentra desarrollado dentro del marco teórico y el análisis particular de cada caso. Las preguntas de investigación fueron respondidas a lo largo del desarrollo del marco teórico. Finalmente se utilizó la encuesta como herramienta de comprobación para establecer si el público lector argentino es capaz de identificar los rasgos de identidad cultural presentes en cada historieta. En función de lo visto en el marco teórico, el análisis formal de las historietas y los resultados de las

encuestas realizadas, podemos afirmar que los estereotipos forman parte inevitablemente de las construcciones en las historietas, mediante elementos visuales y textuales. Es decir, que en todas estas podemos encontrar o identificar un estereotipo. A su vez, el entrevistado confirma la necesidad de la utilización de los estereotipos para que el mensaje sea claro para la audiencia. En conclusión, verificamos que la hipótesis que expresa que en la historieta se utilizan estereotipos para la construcción de identidad y para esto se emplean elementos visuales específicos que son los responsables de dicha construcción, es verdadera.

Bibliografía

- Acaso, M. 2012. El lenguaje visual. Ediciones Paidós. España
- Fracara, Jorge. El poder de la imagen." Ed. Infinito. Buenos Aires, 1999.
- Fracara, J. 2000. Diseño gráfico para la gente. Buenos Aires. Ediciones Infinito
- Gasca, L y Gubern, R. El discurso del cómic. Edic. Cátedra, 1994. ISBN: 84-376-0758-2
- Gómez, Marcelo. Introducción a la metodología de investigación científica. Ed. Brujas. Córdoba, 2009
- Lippman, Walter. Public opinion. Cuadernos de Langre, S.L. Traductor: Guinea Zubimendi, Blanca. 2003. ISBN: 9788493238131
- Sautú, Ruth y otros. Manual de metodología. Construcción de marco teórico, formulación de objetivos y elección de la metodología. Ed. Prometeo Libros. Buenos Aires, 2010.
- Tapia, Alejandro El diseño gráfico en el espacio social." Colección Teoría y Práctica/Ed. Designio. México DF, 2004
- Artículos y documentos*
- María Eugenia Mansilla, Etapas del desarrollo humano, Revista de Investigación en Psicología, Vol.3 No.2, Diciembre 2000
- Consultas Webs*
- Guía Los lenguajes visuales. Consultada el 20 de octubre de 2016 de <http://assets.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448181883.pdf>
- Valeria Manzano, (2014) El Bicentenario Fasc. N° 08 período 1950-1969. Consultada el 20 de octubre de 2016 en <http://www.historiaybiografias.com/anos60/>
- Heiber Barreto Sánchez, (1997) Latinoamérica y el mundo en la década de los 60. Consultada el 20 de octubre de 2016 en <http://www.monografias.com/trabajos/latamm60/latamm60.shtm>
- Equipo de desarrollo Canal encuentro, (2007), Historia de un país - Sociedad y Cultura de los años 60. Consultada el 20 de octubre de 2016 en http://www.encuentro.gov.ar/sitios/encuentro/programas/ver?rec_id=50019
- Anónimo, (2011), Una breve mirada sobre Chile, su historia, las elecciones en la UdeC y la posible llegada del gremialismo a la FEC. Consultada el 20 de octubre de 2016 en <http://metiendoruido.com/2011/04/una-breve-mirada-sobre-chile-su-historia-las-elecciones-en-la-udec-y-la-posible-llegada-del-gremialismo-a-la-fec/>
- Anónimo, Década de 1960 a 1970. Consultada el 20 de octubre de 2016 en <http://kassandra.udea.edu.co/lms/moodle19/mod/resource/view.php?inpopup=true&id=60928>
- Melenje Argote, Andrea. Itinerario: Diseño Gráfico, Cultura Visual e identidades locales. Cuad. Cent. Estud. Diseñ. Comun., Ensayos [online]. 2014, n.47. Consultado el 27 de septiembre de 2016 en: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1853-35232014000100014&lng=es&nrm=iso. ISSN 1853-3523.
- Mercado Maldonado, Asael y Hernández Oliva, Alejandrina V. El proceso de construcción de la identidad colectiva. Convergencia [online]. 2010, vol.17, n.53. Consultado el 14 de octubre de 2016] en: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-14352010000200010&lng=es&nrm=iso. ISSN 1405-1435.

-Molina Luque, Fidel. Educación, Multiculturalismo e Identidad. Departamento de Sociología, Facultad de Ciencias de la Educación, Universidad de Lleida (España). Consultado el 14 de octubre de 2016] en: <http://www.oei.es/historico/valores2/molina.htm>

-Alsina, M. R., Morlá, C. G., y Guzmán, M. T. O. De la identidad cultural a las identidades culturales. Revista Reflexiones, 1997, vol.57, n.1. Consultado el 14 de octubre de 2016 en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4796208> . ISSN-e 1021-1209

-Psicoterapia Frankfurt: La Identidad Cultural. Consultado 27 de septiembre de 2016 en: <http://www.psicoterapia-frankfurt.de/choque-cultural-identidad-cultural.html>

-Cano Gestoso, José Ignacio. Tesis doctoral: Los estereotipos sociales: el proceso de perpetuación a través de la memoria selectiva. Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Ciencias Políticas y Sociología. Depto. De Psicología Social. Madrid, 2002. ISBN: 978-84-669-0170-3. Consultado el 17 de octubre de 2016. Disponible en <http://eprints.ucm.es/4040/1/S1001901.pdf>