

Los factores sociales de la identidad territorial que inciden en la apropiación de un territorio

Escrito por: Viviana Andrea Rodríguez Gómez
Grupo de investigación "Saberes Implícitos"
Universidad Nacional de Colombia
vivianaandrearg@gmail.com
Colombia



Este artículo tiene como objetivo examinar los factores sociales de mayor incidencia en la identidad territorial para la apropiación de un territorio; aquel dotado de recursos materiales e inmateriales que incluyen el alimento. Se han utilizado criterios de búsqueda, selección y síntesis para los veintidós artículos de carácter teórico, académico, estudio de caso, tesis, documento institucional y libro que son parte de las referencias de revisión. Se tienen en cuenta publicaciones desde el año 1992 hasta la actualidad, obteniendo el más reciente de 2017. Se incluyen textos nacionales pero en su mayoría internacionales de lengua española y francesa. Se realiza una selección desde una búsqueda por medio de palabras clave en base de datos bibliográficas, motores de búsqueda como Google académico y principalmente en fuentes bibliográficas de artículos. La información encontrada de los artículos seleccionados ha puesto de manifiesto que para una apropiación del territorio existen variables, tanto materiales como inmateriales, especialmente en esta última donde debe estar presente una identidad formada por un colectivo. La cual previamente existe una identidad individual que se rectifica cuando hay una relación con el otro, un sentimiento de identidad hacia un grupo con el cual comparte pensamientos e ideas; en el que establece una afiliación y sentido de pertenencia. Desde esta identidad tanto individual como colectiva existe una relación con el entorno, identificando cuatro factores que inciden en su apropiación a decir, la cultura, la identidad social, el sentimiento de comunidad y el espacio simbólico; importante para la significación de la cultura alimentaria.

Palabras Clave

Identidad territorial, apropiación territorial, cultura, espacio simbólico, sentimiento de comunidad.

Introducción

El presente artículo tiene el fin de conocer qué se ha investigado sobre los factores sociales de la identidad territorial que inciden sobre la apropiación de un territorio; donde inicialmente se categorizan los factores de la identidad, luego se examinan aquellos relativos a la apropiación del territorio y finalmente se relacionan.

Pretende dar a conocer, los factores que influyen en las personas para reconocer, valorar y apropiarse su territorio, el lugar donde se desarrollan de manera personal y colectiva, con el fin de fomentar el desarrollo local desde el reconocimiento de los recursos propios, materiales e inmateriales, que incluyen la cultura alimentaria; fundamental para el ejercicio de la producción y significación del alimento y sus prácticas. Busca ser una herramienta facilitadora para entender la relación entre identidad, sociedad, naturaleza y territorio. Un contenido que puede ser de interés para académicos de la comunidad del diseño y de alimentos, gestores, estudiantes e investigadores.

Se toman los conceptos de espacio, lugar y territorio como uno solo, del cual se derivan variables desde diferentes perspectivas en relación a la noción de entorno, sea pensado como espacio físico o simbólico. Su desarrollo considera los conceptos de identidad y apropiación territorial como medios de articulación entre las personas y los lugares, como considera Sansot (1976) “solo nos apropiamos de aquello con que nos identificamos” (citado en Pol, 2002). Para esto se toma como premisa básica la importancia de la consciencia

sobre el lugar, la identidad construida en torno a este y el sentido de pertenencia. Se busca por tanto, aquellos factores que influyen en la apropiación o no apropiación del territorio por parte de sus habitantes, donde se encuentran principalmente variables de carácter intangible que se articulan y categorizan en cuatro factores generales los cuales presentan relación entre sí. Así que, primero se abordan los factores de cultura e identidad social, para luego entrar en el espacio simbólico y el sentimiento de comunidad. Por último, la exploración de estas categorías y relaciones, darán paso a la presentación de las conclusiones con base a su búsqueda.

Metodología

Se utilizan las bases de datos de la universidad Nacional (catálogo y bdigital), academic search complete y google academic. Se catalogan los artículos según su nivel de importancia, en el que el nivel alto: contiene mayor información relevante, aborda los dos conceptos principales: identidad y apropiación territorial, el medio: aborda solo un concepto principal y subcategorías de los conceptos, y el bajo: contiene solo subcategorías de los conceptos, maneja poca información relevante. Se obtiene un resultado de veintidós artículos, ocho con alta importancia, ocho con media importancia y seis con baja importancia. Publicaciones que están entre los años 1992 y 2017, cinco de carácter teórico, ocho académicos, uno de revisión, dos estudios de casos, una tesis, dos documentos institucionales y tres libros, de habla española y francesa.

Se hace uso principalmente de la estrategia de búsqueda de segunda información, fuentes bibliográficas de artículos, a las cuales se remiten a aquellas calificadas con una alta importancia; de allí se logra complementar, profundizar o fortalecer la información desde varios autores. No se encuentran puntos contrarios que disocien unos de otros sino artículos que fortalecen conceptos aportando desde diferentes puntos de vista, como Valera (1997) y Allegini (2012) que abordan el concepto de cultura, como las representaciones plasmadas en un lapso y contexto determinado; asimismo, Tuan (2007) y Yory (s.f.) desarrollan el concepto de topofilia, en el que para el primero, este es una relación afectiva que establece el ser humano con el territorio y para el segundo es una herramienta para establecer en las comunidades, con el fin de generar una capacidad de respuesta para promover el desarrollo local; También Augé (citado en Brea, 2014) y Pol (2002), que se refieren al concepto de identidad social, identidad formada cuando hay una relación con el otro, un sentido de pertenencia desde la identidad individual hacia una colectividad, del cual se establece la construcción social del significado del espacio; Sumando, Rebollo (2008), Hiernaux (2007), Stokols y Shumaker (1981, citados en Reyes, s.f), los cuales se refieren al espacio simbólico desde la imagen mental que construye el individuo hacia el territorio, donde el primero lo aborda como la “imagen territorial”, el segundo como “imaginarios urbanos” y el tercero como “imaginario colectivo” e “inalienabilidad social”. Pero estas, son apenas algunas relaciones entre autores

que enriquecen los conceptos, pues para cada categoría que se aborda en este artículo hay diferentes autores que la fortalecen. Para esto en las primeras búsquedas de referencias se hace uso de palabras claves principales: identidad y apropiación territorial, en las que se utiliza una operación booleana “AND” (Apropiación AND territorio). De estas categorías se derivan subcategorías de conceptos que dan paso a otra búsqueda: topofilia, sentido de pertenencia, identidad social, espacio simbólico; donde también se apoya de una búsqueda por autor, como por ejemplo Yi Fu Tuan.

Finalmente, se clasifican los factores sociales encontrados en relación a la identidad en cuatro categorías generales: factor cultural, sentimiento de comunidad, identidad social y espacio simbólico, dentro de los cuales se ponen en relación conceptos de diferentes autores que los sustentan, siendo así 11 autores que hablan sobre cultura, 12 sobre identidad social, 11 sobre sentimiento de comunidad y 11 sobre espacio simbólico. Cabe aclarar que la mayoría de autores no solo se refieren a un factor sino a varios, y para esto se tuvo en cuenta la importancia que daba el autor de un factor más que en otro o de la información que suministraba en relación con las palabras claves principales, para abordarlo en aquel con mayor dominio.

Desarrollo y discusión

En primer lugar, es importante decir que se tomarán los conceptos de espacio, lugar y territorio como un total desde el cual se puede entender otros conceptos asociados a la identidad y

apropiación; Según Vela (2013), por un lado el término “espacio” se refiere a una connotación física, por otro, “lugar” a determinados atributos físicos como la definición sociocultural del espacio, y finalmente “territorio” a aquellos atributos de gobernabilidad del espacio.

El territorio, como término que encierra las 3 variables, no sólo se define como un espacio geográfico delimitado, sino que comprende otras variables que lo establecen, como dice Allegrini (2012) no designa solamente el paisaje, sino que implica cultura, relaciones sociales, identidades, patrimonio, representación e imagen simbólica. Esto es, un recurso para el proceso de desarrollo del individuo; un desarrollo que surge gracias a la apropiación que se hace de él. Esta apropiación del espacio, como expresa Pol (2002), es una forma de entender el vínculo generado con los lugares, lo que facilita comportamientos y participación del individuo en su propio entorno, al dar continuidad y estabilidad de la identidad de sí mismo (citado en Vidal y Pol Moranta, 2005). De esta forma el entorno apropiado como se refieren Pol y Vidal (2005), desarrolla un papel fundamental en procesos cognitivos como el conocimiento y la orientación, afectivos como el autoestima y la atracción al lugar, de identidad y relacionales como la corresponsabilidad. Así el apego involucrado en la apropiación territorial debe entenderse desde diferentes puntos, esto es de “afectos (emociones, sentimientos, pensamientos, conductas, acciones, etc.), de lugar (escala, tangibilidad), de los actores (individual, colectivo, cultural), de relaciones sociales (interpersonales, culturales) y de tiempo (pasado, presente y futuro)”

(Vidal y Pol Moranta, 2005). Algunos de estos puntos relacionados con la identidad, se abordarán en los siguientes factores considerados esenciales a esa apropiación.

Cultura

El territorio, en su dimensión cultural, “responde a procesos de apropiación e identificación de las personas por el espacio que habitan y hacen suyo” (Muñoz, 2014). Pues según Henao y Sánchez (2010) el individuo establece un vínculo con el territorio desde una perspectiva psicológica pero también cultural con la interacción que recibe por medio de los sentidos (olfato, tacto, oído, visual), cultural porque, como definición de seres históricos-sociales los lugares condicionan la forma como el individuo representa al mundo. Como afirma Yory (s.f.), no se puede entender el acto de apropiación territorial sino desde la comprensión del acto comunicativo y relacional desde el cual devenimos como seres culturales, es así como a través del lugar se expresa el ser relacional, al dar cuenta de la forma de ser como individuo y como colectividad. Dichas relaciones se despliegan en un espacio concreto y en un tiempo, “los resultados mantenidos por la comunidad en ese lapso y lugar determinado es lo que se denomina cultura” (Allegrini, 2012); es así como Valera (1997), lo expresa al decir que hay formas espaciales consideradas representaciones culturales puesto que son la expresión de ideologías sociales en un contexto específico.

Así pues, para Muñoz (2014), las personas manifiestan la apropiación e identificación hacia un territorio de

forma individual, pero también colectiva en la medida en que la comunidad comparte, llegando a construir espacios simbólicos que se establecen a partir de las características físicas del espacio, de las interacciones que ocurren en él y los usos que le destinan; es decir, contiene elementos que se expresan de forma material e inmaterial. De ahí que Molano (s.f) se refiere, a la sociedad que juega como agente activo que configura su patrimonio cultural al identificar y establecer aquellos elementos que desea valorar y asumir como propios; los cuales, de manera natural va convirtiéndose como su referente de identidad.

Identidad social

Se debe comprender las relaciones que el individuo o grupos forman con su entorno para entender el proceso de configuración de sentidos de lugar. Así es como Relph (1976, citado en Blanco, Wulff, y Basualdo, 2014), establece una interioridad existencial al sentido del lugar que se configura a partir de una inmersión profunda y casi inconsciente que las personas experimentan cuando están en su hogar, en su comunidad o región. El dispositivo espacial, como indica Augé (1992), es lo que expresa la identidad de grupo, pues aunque los individuos tengan diferentes orígenes la identidad de lugar es lo que los reúne, nacer en un lugar constituye una identidad individual que puede convertirse en una identidad que apropian varias personas, una identidad social. Este mismo autor citado en Brea (2014) "establece que no hay identidad sin presencia de los otros; la identidad individual se construye de la relación que se hace con el otro, de compartir significados y experiencias.

Por ende la identidad social se establece del conocimiento de pertenencia que se tiene sobre un grupo, este sentido de pertenencia deriva de esta identificación de la persona con la colectividad y el lugar, cuyos valores y objetivos son compartidos; desde allí se puede verificar la identidad de lugar que establece la identidad de la persona en relación con el espacio físico. Es así como Pol (2002), se refiere a que la apropiación es parte de la construcción social del significado del espacio, a nivel personal y colectivo, que establece la identidad colectiva o lo que se denomina identidad social urbana" (Rodríguez Gómez & Cortés Rodríguez, 2019) Para el mantenimiento de esta identidad social, Schmitz y Espinosa (2014) establecen que hay un conjunto de motivos identitarios que hacen que las personas la apropien o la repelen, como es la autoestima, continuidad, pertenencia, autoeficacia, comprensión y significado.

El lugar se constituye entonces, como “un espacio de reconocimiento colectivo en donde convergen referencias espaciales, sociales e históricas” (Brea, 2014). Del mismo modo que es para Boyer (s.f.), cuando expresa que para que un lugar sea apropiado, falta que sea apropiable y para que esto ocurra debe tener al menos una de las 3 dimensiones que caracterizan un lugar: dimensión identitaria, relacional e histórica. En la que de forma similar para Carmo (citado en Blanco et al., 2014), se encuentran las relaciones entre el espacio vivido (establecido en lo cotidiano) y el espacio concebido (construido por los sectores hegemónicos) que conforma la consciencia espacial de pertenencias y las identidades territoriales.

La relación que se establece entre la identidad social y el espacio simbólico es un proceso importante para la apropiación de un territorio, pues a través de los espacios simbólicos como Valera (1997) expresa, se genera una interacción dinámica entre el individuo-colectivo y el entorno, dando paso a una apropiación y un sentimiento de pertenencia, donde a su vez se interiorizan aquellas características simbólicas del espacio que refuerza la identidad con él y por ende la identidad social del grupo, es decir el grupo connota de significado un espacio y lo integra a la vez a su representación identitaria. Rodríguez Gómez & Cortés Rodríguez, 2019:

Según Naciones Unidas (2007), la sociedad como sentido de pertenencia se traduce en el reconocimiento y respeto que tiene por la pluralidad de identidades sociales que existe dentro de ella, de manera que permite la comunicación y convivencia entre actores que tienen diferencias, una construcción con la aceptación de la diversidad; no puede haber un “nosotros” internalizado por la sociedad si esa misma sociedad oculta identidades colectivas, mantiene prácticas de discriminación de grupos por diferencias sociales, geográficas, de género, edad y etnia. Pag, 94.

Respecto a esto Montañez y Delgado (1998, citados en Velazques, 2012), afirman que la actividad espacial de los individuos es diferencial y por lo tanto su capacidad real de crear, recrear y apropiarse del territorio es desigual; estas diferenciaciones que se expresan hacen de la dimensión social del territorio una conformación compleja en donde habrá

tejido de cohesiones y disociaciones que influirán en la organización y apropiación territorial. Finalmente es evidente que hay una relevancia de los procesos de apropiación espacial que operan para definir la relación espacio-identidad, así pues en el espacio simbólico, como una categoría social y representativa de la identidad social, se tienen que “considerar tanto sus características físico-estructurales (imaginabilidad ambiental) como las características de los significados asociados (imaginabilidad social)” (Schmitz y Espinosa, 2014).

Espacio simbólico

Para Rebollo (2008) el territorio también construye imaginarios sociales, que son constructos mentales de quienes se vinculan con él; estas imágenes son el resultado de las influencias entre el medio ambiente, que proporciona distinciones. Por tanto el observador examina, clasifica y jerarquiza desde un punto de vista según sus conocimientos e intereses de los cuales se forma la imagen de su realidad territorial. Esta imagen surge a partir de experiencias propias y de atributos físicos, como los geográficos, de formas de relación, de la percepción entre habitantes, la manifestación en su cultura, formas de pensamientos, sentimientos y comportamientos; es decir, mensajes del territorio que no solo se ven sino que se sienten. Esa imagen según Rebollo, se genera a partir de lo que comunica el lugar pero pertenece a quien la construye en su mente. Estos imaginarios urbanos construidos son para Hiernaux (2007) una dimensión nueva de formas particulares de apropiarse del espacio y de organizarlo, para garantizar no solo la supervivencia sino

la vida urbana. Por otra parte para Reyes (s.f.), desde la identificación simbólica se involucran los procesos de apropiación del espacio que se pueden entender en las relaciones que las personas establecen con el territorio desde tres vínculos a mencionar, consigo mismo, con los otros y con el entorno. La identidad y el espacio simbólico son importantes en la apropiación territorial puesto que son procesos dinámicos de interacción conductual simbólica de las personas con su medio físico, lo que denominaron inalienabilidad social Stokols y Shumaker en 1981 (citados en Reyes, s.f.), en donde el significado del espacio deriva de las experiencias que se llevan en este. Este imaginario colectivo de las representaciones que se crean de un lugar, influyen en el comportamiento y la relación que tienen los individuos sobre él.

Sentimiento de comunidad

Para Muñoz (2014), la apropiación involucra sentimientos y emociones que el individuo forma en relación al territorio, es necesario por tanto hablar de los elementos que conforman el sentido de pertenencia que manifiestan las personas por el lugar en el que viven. Así de forma similar como una persona se identifica con un colectivo, también puede identificarse con un lugar y sentirse orgulloso de él; creando lo que se denomina para Plumed, Casaló y Elboj (2017) un apego al territorio que puede afectar sus comportamientos. Según Kyle (2003, citado en Plumed Lasarte et al., 2017), la literatura define este concepto como la representación de un lazo emocional y afectivo entre una persona y un lugar, aquel que tenga

un gran apego al territorio tiende a calificarlo de manera positiva. A este sentimiento de apego al territorio es lo que Yi Fu Tuan (2007) denomina “topofilia”; una relación emotivo-afectiva que liga a los seres humanos con los lugares a los cuales se sienten identificados, un sentimiento que exalta la dimensión simbólica de habitar un espacio, un instinto de pertenencia y de apropiación. Respecto a esto, Yory (s.f.) dice que la topofilia es un instrumento para establecer en las comunidades la capacidad de respuesta a las dificultades mediante sus características locales, culturales, económicas, psicosociales, entre otras. Si se aplica esto, las personas tendrían las condiciones para trabajar por su comunidad sin salir fuera de ella, se afianzarían los lazos de pertenencia y apropiación del territorio, promoviendo el acercamiento entre individuos y grupos comprometidos en la construcción de sí mismos; en donde se construye lo de todos a partir del reconocimiento de lo propio.

Conclusiones

De esta revisión, se puede evidenciar que entre más una persona tiene sentido de pertenencia por un grupo y territorio, más fortalece su identidad; por lo tanto, los dos conceptos de identidad territorial y apropiación se retroalimentan en un ciclo cerrado, es decir, mediante la apropiación de un territorio se puede establecer y aumentar la identidad individual y colectiva, al mismo tiempo que, a partir de la identidad se construye una apropiación de aquello con que se identifica. Es una evidencia de que los conceptos no tienen una jerarquía del cual deriva uno de otro, sino que muestran una dependencia.

Por otro lado, se pone de manifiesto la importancia de tener en cuenta la diversidad de identidades dentro de una misma comunidad, para que la misma obtenga una identidad colectiva que respeta la cultura, aquella que comprende la pluralidad; así pues, marcha en favor de la cohesión social que va a dar paso a la apropiación del espacio, primero de una manera simbólica y después evidenciada en la forma física del territorio.

Respecto al resultado, cada categoría, demuestra una relación con otras, incluso encontrando correspondencia entre las cuatro, pues todas derivan de la identidad y de lo que conlleva, como causa y como consecuencia; por ejemplo, es causante la identidad individual en la identidad social, en donde también está implícita la representación cultural que la estructura. De ahí que, se construye un sentimiento de comunidad, una afiliación afectiva que se establece con el colectivo y con el territorio, es decir, un sentido de pertenencia, una expresión de apropiación, que también deriva de los imaginarios o símbolos sociales que se establecen del espacio.

Así pues, la apropiación y el sentido de pertenencia que configura el individuo para distinguir y poner valor a los recursos presentes en el territorio, naturales, materiales e inmateriales, incluyen la cultura alimentaria. Estos factores mencionados influyen en la vida misma y por supuesto en como el individuo contempla, asigna significados y ejerce su alimentación. Reconocer y apropiar las potencialidades del territorio, es también darle un sentido y un valor a la cultura alimentaria propia, que como la cultura, son la expresión o

representación del imaginario simbólico de la identidad individual y colectiva, representando unas prácticas y formas de vivir el alimento.

Finalmente, se manifiesta que no hay una información concisa y sintetizada acerca de las variables de la identidad que influyen en la apropiación de un territorio, pues no se encontró ninguna referencia que tuviera un enfoque directo hacia el tema. Por esto, gracias a la articulación de las diferentes referencias se logra construir una visión general de los elementos e ideas que se tienen frente este. Se recomienda que para la investigación y búsqueda de nuevas referencias, siempre se tenga en cuenta la pregunta de, ¿Porque si o porque no se apropian las personas de su territorio?, con el fin de tener claro que información debe filtrarse. Asimismo, tener en cuenta desde que ámbito referirse, en la distinción de espacio, territorio y lugar, pues los autores le abordan desde diferentes nociones.

De igual manera, en la investigación de referentes que aporten a este tema, es conveniente hacer una búsqueda desde disciplinas como la sociología, la psicología o lo que dominan “psicología ambiental”, pues el resultado ha demostrado que la “apropiación territorial” se ha desarrollado desde variables inmateriales, particularmente, de las relaciones que establece el individuo, de las cuales la mente construye una afiliación simbólica.

Referencias

Allegrini, M. G. (2012). Identidad e identidades: Potencialidades para la cohesión social y territorial. Colección de

Estudios sobre políticas públicas locales y regionales de cohesión social. Augé, M. (1992). Los no lugares. Espacios del anonimato. Una antropología de la Sobremodernidad. Barcelona: Gedisa .

Blanco, J., Wulff, A., & Basualdo, J. (2014). Estudio Identidad Territorial. Buenos Aires: Programa De Fortalecimiento Institucional De La Subsecretaría De Planificación Territorial De La Inversión Pública.

Boyer, J. (s.f.). Sur l'appropriation de l'espace. Etudes et réflexions spécifiques sur le quartier Sainte-Blandine / Confluence. Agence D'urbanisme Pour Le Developpement De L'agglomeration Lyonnaise.

Brea, L. M. (2014). Factores determinantes del sentido de pertenencia de lo estudiantes de arquitectura de la Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra, Campus Santo Tomás de Aquino. Universidad de Murcia. Departamento de didáctica y organización escolar.

Henaó, F. M., & Sánchez Pérez, E. Y. (2010). Escuela: topofilias y desarraigos. Vol.10 No.3 –Versión Digital. Facultad de Educación- Universidad de Antioquia. Medellín, Col.

Hiernaux, D. (2007). Los imaginarios urbanos: de la teoría y los aterrizajes en los estudios urbanos. Revista latinoamericana de estudios urbano regionales.

Molano, O. L. (s.f.). Identidad cultural un concepto que evoluciona. opera, nº7.

Moranta, T. V. (2005). La apropiación del espacio: una propuesta teórica para comprender la vinculación entre las personas y los lugares. Anuario de Psicología, vol. 36, nº 3, 281-297. Universitat de Barcelona.

Muñoz, V. R. (2014). Divergencias entre el arraigo territorial y la política habitacional, post terremoto 2010. Revista de Geografía Espacios Vol. 4, No7: 11-38.

Naciones Unidas. (2007). Cohesión social: inclusión y sentido de pertenencia en América Latina y el Caribe. Santiago de Chile.

Plumed Lasarte, M., Casaló Ariño, L. V., & Elboj Saso, C. (2017). Análisis de las variables influyentes en la aceptación de una estrategia de branding territorial por parte de la población local El caso de Zaragoza (España). Volumen Xxvi . Número 2 . Gestión Y Política Pública, Pp. 381-415.

Pol, E. (2002). El modelo dual de la apropiación del espacio. Psicología y medio ambiente. Aspectos psicosociales, educativos y metodológicos. A Coruña: Asociación Galega de Estudios e Investigación Psicosocial-Publiedisa, 123-132.

Rebollo, E. (2008). Comunicación y desarrollo local: el rol de los gobiernos y actores locales en la gestión de la imagen de un territorio. Prisma. Universidad Católica de Uruguay.

Reyes-Guarnizo, A. B. (s.f.). De los imaginarios colectivos a la apropiación del territorio: Un recorrido conceptual. Diseño y Gestión del Hábitat Territorial grupo de la Facultad de Arquitectura de

la Universidad La Gran Colombia.

Rodríguez Gómez, V. A., & Cortés Rodríguez, D. A. (2019). Pioneros 2800. Concientización y apropiación de la marca territorio - 2800 fruto de altura-. Bogotá, Colombia: Escuela de diseño industrial, Universidad Nacional de Colombia. Obtenido de <http://www.medialab.unal.edu.co/medialab/textos/Rodriguez-Cortes.pdf>.

Schmitz, M., & Espinosa, A. (2014). Impacto de la información disonante y consistente sobre la campaña Marca Perú en la identidad nacional y el bienestar social. Pontificia Universidad Católica del Perú.

Tuan, Y.-F. (2007). Topofilia. España: Melusina.

Valera, S. (1997). Estudio De La Relacion Entre El Espacio Simbolico Urbano Y Los Procesos De Identidad Social. Revista De Psicología Social. Universidad De Barcelona.

Vela, J. D. (2013). Fundamentos Conceptuales Y Teóricos. Boletín De La Asociación De Geógrafos Españoles N.º 62.

Velazques, M. S. (2012). Como entender el territorio. 1a edición, Editorial Cara Parens de la Universidad Rafael Landívar.

Yory, C. M. (s.f.). Del Espacio Ocupado Al Lugar Habitado: Una Aproximación Al Concepto De Topofilia. Serie Ciudad Y Hábitat No. 12.

Yory, C. M. (s.f.). La topofilia: una estrategia para hacer ciudad desde sus habitantes.