

LA IDENTIDAD Y EL LUGAR EN TIEMPOS DE PANDEMIA: REFLEXIONES DESDE LA PSICOLOGÍA POLÍTICA

CRISTIAN ACUÑA-WILLIAMS
Universidad de Concepción, Chile
cristianacunawilliams@gmail.com

Resumen

Este trabajo busca dar cuenta de la importancia de la comprensión del espacio como articulador de identidades y su relevancia para la psicología política en el contexto de la pandemia del SARS-COVID-19 que se desarrolla actualmente. En primer lugar, se define el espacio como producto y productor de relaciones sociales, pasando en una segunda instancia a dar cuenta de la relación entre identidades y lugares. Posterior a esto, se refiere a la imposición de la virtualidad durante la actual coyuntura del Covid-19 y sus consecuencias. Finalmente, se concluye que la construcción social del espacio bajo pandemia, es una línea de investigación posible en el campo de la psicología política, dado el carácter político e ideológico de la construcción del espacio.

Palabras clave: Psicología Política, Pandemia, Identidad de Lugar, Espacio virtual

Recibido: 12 de noviembre de 2020
Aceptado: 30 de noviembre de 2020
Publicado: 4 de diciembre de 2020



IDENTITY AND PLACE IN PANDEMIC TIMES: REFLECTIONS FROM POLITICAL PSYCHOLOGY

CRISTIAN ACUÑA-WILLIAMS

Universidad de Concepción, Chile

cristianacunawilliams@gmail.com

Abstract

This paper seeks to provide information on the importance of the understanding of space as an articulator of identities, as well as its relevance for political psychology in the context of the SARS-COVID-19 pandemic that is currently unfolding. At first, space is defined as a product and as a producer of social relations, followed by a dissertation on the relationship between identities and places. In third place, it is analyzed the imposition of virtuality during the current situation of Covid-19, as well as its consequences. Finally, it is concluded that the social construction of space under the pandemic constitutes a potential line of research in the field of political psychology, given the political and ideological nature of the construction of space.

Keywords: Political Psychology, Pandemic, Place Identity, Virtual Space.

Received: Nov. 12, 2020

Accepted: Nov. 30, 2020

Published: Dec. 4, 2020

EL ESPACIO COMO PRODUCTO(R) SOCIAL

Este trabajo busca dar cuenta de la importancia de la comprensión del espacio como articulador de identidades y su relevancia para la psicología política en el contexto de la pandemia del SARS-COVID-19 que se desarrolla actualmente.

En primer lugar, es necesario definir la importancia del territorio en términos de cómo comprendemos el espacio. En este sentido, Milton Santos (2000) propone que el espacio geográfico se constituye en función de la interacción de las tecnologías con el territorio. En esta línea, el desarrollo de diversos avances técnicos deja huella en el espacio y supone además una correlación respecto a la forma en que se produce en aquel momento histórico específico. Dicho modo de producción se ve condicionado sin duda por los avances técnicos que modifican los territorios, es decir, la presencia de tecnologías como los tendidos eléctricos o el alcantarillado, modifican el territorio y la percepción que se tiene del mismo. En la actualidad la técnica ha tendido mayormente a la especialización de los objetos, siendo estos cada vez más sofisticados conforme avanza el tiempo (Santos, 2000).

Hoffman y Salmerón (1997) plantean que tanto la infraestructura física de los territorios como el sistema de dominación política poseen un soporte espacial y se caracterizan en función del territorio en el que se emplazan. Para Hoffman (2020), el espacio construye categorías de carácter étnico que muchas veces se relaciona de una forma natural con el espacio. De esta forma el espacio o territorio condiciona la pertenencia a colectivos sociales y culturales. El espacio en consecuencia sirve como un ente justificador de las desigualdades, dotando a las personas características o identidades en función del espacio de pertenencia y volviéndolos casi una categoría natural.

El espacio es un producto social que procede de lo político y precede a lo político. Es decir, no existe espacio sin política ni política sin espacio (Santos, 1975). Esto supone que el espacio y el territorio pueden ser categorías de control por parte del poder, como al mismo tiempo pueden transformarse por parte de los movimientos sociales en función de la relación particular de estos con sus espacios o contextos de desarrollo. La misma autora plantea en que en este sentido no habría contradicción entre el desarrollo de las particularidades de un territorio con una propuesta política de carácter universal, proponiendo así una geografía situada, es decir construida desde un contexto específico y con fines políticos explícitos (Hoffmann, 2020).

Utilizaremos la conceptualización de Tomadoni (2007), para evitar ambigüedades de los términos espacio y territorio, y comprenderemos al espacio como un proceso social que se define mayormente en términos abstractos. El territorio, por otra parte, es comprendido bajo la misma definición como la concreción de la relación de construcción del espacio y que posee unas coordenadas y límites definidos.

En este sentido, el territorio permite generar aprendizajes en quienes habitan el mismo, y en consecuencia pueden ser serviles a los procesos de dominación o de liberación de quienes los habitan. En este sentido, transformar a los espacios es transformar a los sujetos y viceversa. La territorialidad supone que ni el espacio físico ni quienes lo habitan preexisten al otro, sino que se determinan mutuamente (Hoffmann, 2020). Otro elemento perenne de considerar es la relación cuerpo-territorio, no bajo la lógica de la propiedad privada sino que más bien desde la óptica del feminismo comunitario en la que el cuerpo y el territorio son indisociables entre sí (Dutra & Bandeira, 2015); de esta forma el territorio articula también la relación de los cuerpos y sus exclusiones.

En síntesis, el espacio es capaz de generar relaciones sociales conforme este se encuentre delimitado. La concepción de frontera no se limita bajo mi perspectiva a las ideas de un Estado-Nación y sus categorías étnicas correspondientes. Por el contrario, las fronteras pueden ser observables en espacios más pequeños como por ejemplo barrios. En este sentido, el espacio es capaz de construir significados y los significados pueden construir el espacio, generando así fronteras delimitadas por la espacialidad y muchas veces reificadas, estableciendo así diversas formas o códigos para manejarse al interior de un territorio o entre territorios.

IDENTIDAD Y LUGAR

La identidad es en parte una manifestación subjetiva de la cultura, dado que esta se interioriza de forma específica en cada actor social. La cultura no debe ser entendida como un elemento homogéneo, sino como un campo en constante cambio y transformación, la cual se compone de repertorios de significados, los cuales deben ser duraderos en el tiempo y compartidos. La cultura por lo tanto es la organización social del sentido, que se encuentra interiorizado de manera estable por los sujetos en contextos históricos y socialmente específicos. (Giménez, 2005)

La identidad supone atributos de pertenencia social que presumen que el sujeto se identifica con alguna colectividad o categoría y atributos particularizantes, que suponen la unicidad del sujeto. A nivel colectivo, las identidades carecen de una psicología propia, tampoco se encuentran tan delimitadas como a nivel individual y no constituyen un dato. (Giménez, 2005)

Los lugares se conforman mediante la superposición de diversas temporalidades que conviven paralelamente. Es decir, existen diversos tiempos, entre ellos, el tiempo global, definido por la forma en que a nivel global se organiza la producción. Sin embargo, dicha temporalidad coexiste con un tiempo determinado de un Estado-nación, que además se subdivide dependiendo del territorio específico que estemos estudiando y su propia temporalidad. Dicha coexistencia de esas temporalidades determina lo socio espacial y en consecuencia establece lo que es propiamente el lugar (Santos, 2000).

En un nivel más subjetivo, podemos afirmar que identidad y lugar mantienen una relación intrínseca, tanto la identidad define al lugar como el lugar la identidad de quienes participan de la construcción social del mismo. En torno a esta relación, existen conceptualizaciones que sirven a la base de una teoría de identidad del lugar. Si nos apegamos a lo expuesto por Tomadoni (2007), la concreción de la construcción social del espacio se concretiza en un territorio y específicamente a lugares socialmente construidos.

La identidad de lugar presenta múltiples definiciones, las cuales dan cuenta de diversos elementos que la componen, es decir, el concepto en sí de identidad de lugar surge de la síntesis de diversas teorías del lugar que se agrupan en torno a este concepto y que se expondrán a continuación. En primer lugar, es posible hablar del *place attachment* o apego de lugar como un componente de la identidad de lugar, el cual describe la transacción emocional entre el sujeto y el lugar (Knez, 2005). Especificando en torno al apego de lugar, es posible señalar que supone los afectos desarrollados en torno a un espacio en concreto y que se encuentra mediado por el desarrollo de actitudes, creencias y conocimientos que suponen una tendencia hacia mantenerse en el mismo lugar. (Giuliani, 2003; Altman y Low, 1992; Hidalgo y Hernández, 2001).

Un segundo elemento que supone un componente relevante al momento de definir a la identidad de lugar, es el sentido de lugar, concepto que guarda relación con una actitud que comprende la dimensión del apego, además de la “teoría del lugar” guarda relación con los mecanismos que operan para una psicología del lugar (Knez, 2005).

Para Proshansky, Fabian y Kaminoff (1983) la identidad de lugar además supone una socialización física del sujeto en sí mismo. Es decir, el desarrollo de la identidad no se encuentra restringida en la distinción entre el self y los otros significativos, sino que más bien tiene igual de importancia la relación con los objetos y las cosas, además de los espacios y lugares. Esto último, se encuentra según los autores mencionados, influido por los significados generados por parte de los demás respecto al espacio, siendo estos significados una construcción colectiva.

Junto con lo anterior, dentro de la síntesis conceptual que supone la identidad de lugar, es relevante dar cuenta de que esta se encuentra mediada al menos por cuatro procesos; en primer lugar con la distinción asociada al lugar y su proceso de distinción respecto a otros (por ejemplo: yo soy de Arauco, no de Bogotá); el segundo se encuentra dividido en dos subprocesos, el primer subproceso se relaciona con el lugar como referente de continuidad, es decir, que se encuentra como referente en coherencia con el pasado del sujeto y el lugar como congruente de continuidad, es decir, que se encuentra en congruencia con las creencias del sujeto. En tercer lugar, supone la relación entre lugar y autoestima (por ejemplo: vivir en tal barrio, me genera bienestar u orgullo) y por último el proceso de autoeficacia asociada con el lugar, principalmente asociado a la satisfacción de las necesidades en el lugar de referencia. (Breakwell, 1993; Twigger-Ross y Uzzel, 1996). El rol del lenguaje es determinante respecto a la identidad de lugar, siendo útil para reconocer mediante el mismo la identidad de lugar para la preservación de la misma (Aceros, Cavalcante y Domènech, 2013). Dixon y Durrheim (2000) proponen que la identidad de lugar se construye colectivamente a través del habla, dando así la conexión con el lugar, siendo esta la que contribuye dar coherencia entre los proyectos y acciones, en este sentido, analistas del discurso proponen centrarse en los recursos que utilizan los emisores en función de la de la producción de vínculos discursivos entre las personas y el espacio dado a que conforme señalan Aceros, Cavalcante y Domènech (2003) quienes consideran que dicha identidad no es solo un producto del *self*.

La identidad es un proceso que al mismo tiempo supone las relaciones con el lugar, tanto a nivel individual como colectivo. Cuando nos referimos a un territorio estamos necesariamente definiendo una cultura propia del mismo, dadas las definiciones previamente expuestas. Dicha cultura es heterogénea y mutable, y en consecuencia se encuentra en proceso de disputa. En este sentido, si en el apartado anterior concluíamos que las fronteras superan a

la idea de un Estado-Nación, en este particularmente podemos señalar que la pertenencia a un territorio en concreto supone una identidad en disputa, la cual puede estar atravesada por sentidos de pertenencia y apegos al lugar, además de los elementos de autoestima asociados al lugar. Cabe señalar que las relaciones sociales conforman un elemento central al momento de hablar de identidades y lugar, pues traen consigo las categorías que los otros imponen sobre los lugares y quienes los habitan, y en consecuencia influyen en la identidad de lugar de quienes habitan un territorio dado.

LA CIUDAD: CONFLICTOS Y TENSIONES

En relación a lo anterior, las identidades y el espacio no nacen desde un abstracto ajeno a la sociedad en su conjunto. Si hablamos del espacio urbano, por ejemplo, nos encontraremos con posturas como la de David Harvey (2013), quien plantea que el desarrollo de la ciudad obedece al modo de producción imperante, y en consecuencia a las relaciones entre clases sociales.

El concepto de clases sociales es comprendido como intrínseco a la lucha de clases, en este sentido la clase se constituye en base al modo de producción existente y por consiguiente en las relaciones sociales de producción del mismo. Esto a nivel de estructura social, que se encuentra espacial y temporalmente situada. Es decir, si bien la clase social proviene del modo de producción y sus respectivas relaciones de producción, la bajada concreta de dichas relaciones se materializa conforme al lugar y momento en que estas se desarrollan (Dos Santos, 2020).

Lefebvre (1976) ya suponía la relación entre política y espacio. Desde esto comienza a elevar una crítica hacia las cuestiones y reflexiones urbanas basándose en la experiencia de la ciudad de París y su proceso de urbanización que generaba ciudades “inconexas y aisladas en las que las relaciones sociales quedaban brutalmente abandonadas” (Costes, 2011, p.3). En tal proceso, Lefebvre (1976) logró captar una diada entre industrialización y urbanización (Paquot, 2011). Una diada mantenida hasta el día de hoy, pero que ha sufrido cambios atinentes al contexto global en el que se desenvuelve, ya que la industria en su proceso de desarrollo también produce y atrae diversos elementos propios de la ciudad, urbanizando a sus alrededores en torno a las necesidades de los habitantes. Este proceso según Lefebvre (1976) puede definirse como destructor de la urbanidad y el sentido de ciudadanía que condujo al colapso de la ciudad “tradicional”, convirtiéndola en un producto que prioriza el beneficio y la productividad, transformando el proceso

urbanístico en un reparto de distintos estratos o segregación que encuentra como fin el fracaso de la vida urbana (Costes, 2011).

El mercado no es solo un espacio en el cual se intercambian mercancías, sino que también define una cultura cuyo centro es el consumo, el que pasa a convertirse en un constructor de estilos de vida y pensamiento. De la mano de esto el consumo trajo la idea de cambio personal y del ensueño, también la innovación constante y el hedonismo, todo esto a través de la estimulación de la costumbre de consumir, al desarrollarse esto el consumo pasa a convertirse en un disciplinador social a través de la seducción y el deseo. La cultura del mismo se desarrolló en gran medida gracias a la moda, que permitía ir cambiando constantemente las mercancías, sin importar su valor de uso generando un nuevo modelo cultural. La nueva cultura burguesa, fue capaz de hacer que lo valioso sea lo que escapa de lo normal y cotidiano, dando un valor a la diferenciación a través de componentes estéticos. A través de esa cultura, se puede apreciar que a través del marketing, se ha ido expandiendo el consumo a todas las esferas de la vida (Carosio, 2010). Esto se ve manifestado en el espacio, puesto que se desarrollan manifestaciones del entorno que apuntan hacia la mejora estética del mismo con fines comerciales. Un elemento importante a considerar es la inversión en el sector terciario, principalmente convirtiendo a la ciudad en centros de ocio, el cual está (casi) siempre asociado al consumo (Fraga, Khafash & Ordoñez, 2015).

En América Latina, se han ido generando paradigmas de seguridad, que guardan relación con el desarrollo de una cultura de consumo, la cual puede terminar catastróficamente, es por esto que es necesario dotar de un escenario de seguridad, que permita mantener cierta tranquilidad al modelo de consumo (Pegoraro, 1997).

COVID-19 Y SUS CONSECUENCIAS

Durante el año 2020 se ha desarrollado una coyuntura inédita al interior del mundo, y que ha puesto en cuestionamiento el modelo de funcionamiento de nuestra sociedad, esta descripción es un atributo casi inevitable al momento de hablar del COVID-19 y su impacto en la cotidianeidad. En este sentido, Zizek (2020) plantea que durante este periodo se han desarrollado distintas expresiones que exponen elementos del sentido común que atentan contra los derechos de las personas, tales como noticias falsas, conspiraciones paranoicas o explosiones de racismo.

Sin embargo, es posible reconocer una posibilidad de cambio paradigmático en el conjunto de la sociedad, lo cual se ha visto respaldado por diversas acciones y discursos de movilización social durante este periodo, el curso de acciones llevados a cabo por los Estado-nación ha supuesto por una parte la aplicación de nuevas formas de comprender el trabajo y las interacciones sociales que ya se estaban poniendo a prueba previo a la pandemia (2020).

Este debate queda abierto para algunos autores como Agamben (2020) quien manifiesta su preocupación por el tipo de relaciones sociales que se estarían estabilizando en base a los procesos de aislamiento social llevados a cabo por la mayoría de los países frente a la pandemia, aludiendo a que se desarrolla como una forma de control social y de legitimación de una forma de relacionarse no-presencial entre las personas. Paralelamente Harvey (2020) propone que es un momento en el cual el ciclo expansivo del capital se encuentra en cuestionamiento, y supone una reestructuración económica relevante, con carácter de crisis, sosteniéndose el abastecimiento sobre una clase trabajadora cuyas condiciones de precarización se han agudizado desde la crisis económica del 2008.

Bajo este escenario, el pensador coreano Han (2020) propone que la salida de esta crisis no sería bajo un acercamiento a proyectos políticos colectivistas como plantea Zizek (2020), sino que más bien se traduce en un proceso de digitalización de las actividades laborales y económicas, generando así un mayor grado de distanciamiento social. De esta forma, bajo la dinámica de una nueva normalidad, se generaría un proceso de mayor individualización y pérdida de los elementos cotidianos (Han, 2020).

En este sentido, es posible que la pérdida del espacio físico y su uso, en pos de la digitalización, pueda significar una pérdida en la relación de las personas con su cotidianeidad. Se podría estar produciendo así una desarticulación del espacio como campo de disputa política y de construcción de identidades subalternas.

EL NUEVO ESPACIO VIRTUAL

El desarrollo tecnológico de las últimas décadas ha producido una serie de avances que han planteado nuevas formas de relacionarse, en este sentido, se han sumado elementos asociados al teletrabajo, los cuales han sido aplaudidos por su reducción de costes de producción o la reducción de procesos de movilización del trabajador hasta su lugar de empleo, y al mismo tiempo han sido duramente criticados por el proceso de destrucción del *locus laborandi*,

entendiendo que el lugar de trabajo es relevante en cuanto al desarrollo de relaciones interpersonales y los procesos de organización sindical (Gubern, 2000). El espacio virtual de Internet, es considerado por parte de Gubern (2000) como un espacio de características rizomáticas, sin la estructura de centro-ramificación, sino más bien opera bajo una estructura descentralizada, definida además por su ubicuidad, instantaneidad e inmediatez, otorgándole así también un carácter divinizado de la misma. Junto con lo anterior, Montaner (1997) plantea que la comprensión de los lugares como espacios de permanencia y construcción de vínculos se ha ido modificando como única visión posible, desde la introducción de los no-lugares propuestos por Marc Augé (2020), hasta el desarrollo de un ciberespacio, el cual no se encuentra necesariamente mediado por condiciones físicas que supongan el desarrollo de vínculos cognitivos y emocionales con el mismo, y que se caracterizan por su acceso supuestamente democrático y centrado en un presente continuo, de tránsito.

Respecto a esto último, es posible señalar que el desarrollo de las tecnologías y procesos de automatización ha supuesto una preocupación relevante tanto para la OCDE (2018) como la OIT (2019), esto ha llevado a hablar sobre el trabajo como un espacio mediado por las tecnologías, siendo visualizado a futuro como un espacio de desarrollo virtual, ya sea por los procesos de automatización (Frey y Osborne, 2017) o los procesos de globalización y deslocalización (Blinder y Krueger, 2013). Respecto a esto último, es posible señalar que España presenta un alto riesgo de automatización laboral conforme a lo esgrimido por parte de Malo y Cueto (2019).

CONCLUSIONES

En síntesis, podemos enumerar la siguiente secuencia lógica de la propuesta teórica previamente expuesta. En primer lugar, considerar que la psicología política puede ser conceptualizada como la rama de la psicología que estudia las creencias, representaciones o sentido común de las personas que por acción u omisión incidan en la perpetuación o cambio del sistema político (Alvarado, Ospina-Alvarado & García, 2012).

El espacio es un producto social que se constituye en base al desarrollo de las tecnologías en un determinado territorio. Dicho desarrollo tecnológico viene de la mano de una comprensión ideológica del mundo (Santos, 2000). Los lugares se constituyen en la medida en que estos son la unión de múltiples

temporalidades que interactúan entre sí e involucran la infraestructura que sostiene las relaciones sociales que en ella se producen.

Para autores como Lefebvre (1976) o Harvey (2013), el desarrollo del espacio y particularmente del urbanismo guarda relación con el modo de producción existente. En este sentido, en consonancia con lo previamente señalado, la construcción del espacio responde a una conducción ideológica determinada.

La identidad es un producto cultural y que puede ser definida a partir del lugar, las categorías que componen la teoría del lugar en la psicología suponen la relación de los sujetos con los espacios que estos recorren y/o habitan. En este sentido, es posible señalar que la modificación de dichas relaciones supone también un cambio en las identidades de las personas. En este sentido, es posible señalar que la modificación del uso del espacio desde momentos previos a la coyuntura del COVID-19 obedece a términos ideológicos en función del mercado. Es decir, el uso del trabajo remoto o teletrabajo ha venido de la mano de modificaciones que el capitalismo ha ido desarrollando durante el último tiempo y que a la vez inciden en el desarrollo de las identidades.

A partir de esto, surgen algunas interrogantes respecto a cómo la modificación actual del uso de los espacios y las temporalidades impuestas por el uso del mismo inciden en el desarrollo de identidades y en el sostenimiento del status quo. Dichas reflexiones nos permiten adentrarnos en las implicancias políticas que estas pueden tener al momento de constituir subjetividades mediadas por la virtualidad como espacio sucedáneo de la relación con el espacio físico.

En este sentido, la psicología política como campo transdisciplinar (Dorna, 2006) es capaz de articular los elementos previamente señalados, dando cuenta no sólo de una teoría de la construcción social del espacio, sino más bien del surgimiento de nuevas identidades surgidas de nuevas formas de entender el espacio. Cabe pensar en este sentido, ¿qué ocurre con las comunidades y colectividades cuyo uso del espacio constituye parte de sus rituales y metodologías de movilización?, ¿cómo se elaborarán elementos como la memoria histórica de este periodo, aludiendo a la ausencia de un lugar físico como articulador de la misma?, si la construcción del espacio obedece a una construcción ideológica ¿es la pérdida del uso del mismo funcional al modo de producción imperante?

Amplios son los desafíos para la disciplina al momento de pensar el impacto sobre las acciones colectivas y la construcción de la identidad de múltiples colectividades. De esta forma, la relación entre espacio e identidades abre una línea de investigación poco explorada al interior de la psicología política y que supone repensar bajo esta crisis sanitaria las relaciones del sujeto y el espacio.

REFERENCIAS

- Aceros, J. C., Cavalcante, M. T. L., & Dómenech, M. (2013). Identidad de lugar en usuarios de teleasistencia: un análisis conversacional. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 45(1), 80-84. Recuperado de: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-05342013000100006&lng=en&tlng=es.
- Agamben, G. (2020). Contagio. *Quodlibet*, 11 (ebook) Recuperado de: <https://www.quodlibet.it/giorgio-agamben-contagio>
- Altman, I., & Low, S. M. (1992). *Place attachment*. Boston, MA: Springer.
- Augé, M. (2020). *Los no lugares*. Barcelona: Gedisa.
- Blinder, A. S., & Krueger, A. B. (2013). Alternative measures of offshorability: a survey approach. *Journal of Labor Economics*, 31(S1), S97-S128.
- Breakwell, G. M. (1993). Integrating paradigms, methodological implications. G. M. Breakwell & D. V. Canter (Eds.), *Empirical approaches to social representations* (pp. 180–201). Clarendon Press/Oxford University Press.
- Carosio, A. (2010). La cultura del consumo contra la sostenibilidad de la vida. *Revista Sustentabilidad (es)*, 2(1), 1-12. Recuperado de <http://www.sustentabilidades.usach.cl/sites/sustentable/files/paginas/02-03.pdf>
- Costes, L. (2011). Del “derecho a la ciudad” de Henri Lefebvre a la universalidad de la urbanización moderna. *Urban*, 1(2), 1-12. Recuperado de <http://polired.upm.es/index.php/urban/article/view/1495/1990>
- Dutra, D. & Bandeira, L. M. (2015). Estudos de Gênero na America Latina. *Revista de Estudos e Pesquisas Sobre as Américas*, 10–11.
- Dixon, J., & Durrheim, K. (2000). Displacing place-identity: a discursive approach to locating self and other. *British journal of social psychology*, 39(1), 27-44.
- Di Masso, A., Williams, D. R., Raymond, C. M., Buchecker, M., Degenhardt, B., Devine-Wright, P., ... & Stedman, R. (2019). Between fixities and flows: Navigating place attachments in an increasingly mobile world. *Journal of environmental psychology*, 61, 125-133.

- Dorna, A. (2006). *Psicología política*. Bogotá: PSICOM Editores.
- Dos Santos, T. (2020). Concepto de clases sociales. *Construir Soberanía*, 111-142. <https://doi.org/10.2307/j.ctv1gm024c.5>
- Fraga, J., Khafash, L., & Ordoñez, J. C. (2015). Turismo y ocio: mercantilización y consumo de espacios, lugares, objetos y emociones. En: Julia Fraga, Leila Khafash, Juan Antonio Córdoba y Ordoñez (coords.) *Turismo y ocio: Reflexiones sobre el Caribe Mexicano*, El Sauzal (Tenerife. España): Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. Colección PASOS, 25-44
- Frey, C. B., & Osborne, M. A. (2017). The future of employment: How susceptible are jobs to computerisation? *Technological forecasting and social change*, 114, 254-280.
- Foucault, M. (1983). *Vigilar y castigar: nacimiento de la prisión*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Giménez, G. (2005). La cultura como identidad y la identidad como cultura. III Encuentro Internacional de Promotores y Gestores Culturales. *RedSIC*, 17:14, 1-27. Recuperado de: http://sic.gob.mx/ficha.php?table=centrodoc&table_id=70
- Giuliani, M. V. (2003). *Theory of attachment and place attachment*. En En M. Bonnes, T. Lee, & M. Bonaiuto (Eds.), *Psychological theories for environmental issues* (pp. 137-170). Aldershot: Ashgate.
- Gubern, R. (2000). *El eros electrónico*. Madrid: Taurus
- Han, B. C. (2020). La emergencia viral y el mundo de mañana. *El País*, 21 de Marzo 2020. Recuperado de: <https://elpais.com/ideas/2020-03-21/la-emergencia-viral-y-el-mundo-de-manana-byung-chul-han-el-filosofosurcoreano-que-piensa-desde-berlin.html>
- Harvey, D. (2013). *Ciudades rebeldes: Del derecho de la ciudad a la revolución urbana*. Madrid: AKAL.
- Harvey, D. (2020). Anti-capitalist politics in the time of COVID-19. *Jacobin*, 20 March 2020. Recuperado de: <https://jacobinmag.com/2020/03/david-harvey-coronavirus-political-economy-disruptions>
- Hidalgo, M. C., & Hernandez, B. (2001). Place attachment: Conceptual and empirical questions. *Journal of environmental psychology*, 21(3), 273-281.
- Hoffman, O., & Salmerón, F. (1997). Nueve estudios sobre el espacio. *Representación y formas de apropiación*. México: Centro de Estudios Superiores en Antropología Social/ORSTOM. ebook. Recuperado de: <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00463316>

- Hoffmann, O. (2020). Espacios e Identidades En Tiempos de Internacionalización. En: Rebecca Lemos Igreja; Odile Hoffmann; Simone Rodrigues Pinto (coord.) *Hacer Ciencias Sociales desde América Latina: desafío y experiencias de investigación*. FLACSO, 59-69. Recuperado de: <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-02932856/document>
- Jodelet, D. (1986). La representación social: fenómenos, concepto y teoría. En: Serge Moscovici (comp.), *Psicología Social II*, Barcelona: Paidós, 469-494.
- Knez, I. (2005). Attachment and identity as related to a place and its perceived climate. *Journal of Environmental Psychology*, 25(2), 207-218. doi: 10.1016/j.jenvp.2005.03.003
- Lefebvre, H. (1976). *El derecho a la ciudad* (J. Gonzales-Pueyo, trad). Madrid: Península.
- Malo, M. Á., & Cueto, B. (2019). Los riesgos de automatización y deslocalización de los trabajadores autónomos. *Revista de Economía Laboral.*, 16(2), 10-37.
- Manzo, L. C. (2005). For better or worse: Exploring multiple dimensions of place meaning. *Journal of environmental psychology*, 25(1), 67-86.
- Montaner, J. M. (1997). *La modernidad superada: arquitectura, arte y pensamiento del siglo XX*. Gustavo Gili.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) (2019) *Employment outlook 2019. The future of work*, París. Recuperado de: https://www.oecd-ilibrary.org/employment/oecd-employment-outlook-2019_9ee00155-en
- Organización Internacional del Trabajo (OIT) (2018) *Digital labour platforms and the future of work: Towards decent work in the online world*. International Labour Organization, Geneva (Switzerland). Recuperado de: https://www.ilo.org/global/publications/books/WCMS_645337/lang-en/index.htm
- Paquot, T. (2011). Releer El derecho a la ciudad de Henri Lefebvre. *Urban*, 1(2), 81-87. Recuperado de <http://polired.upm.es/index.php/urban/article/view/1494>
- Pegoraro, J. (1997). Las relaciones sociedad-estado y el paradigma de la inseguridad. *Delito y Sociedad. Revista de Ciencias Sociales*, 9(10), 51-63. Recuperado de <http://narrativas.com.ar/Apuntes/Paradigma%20Inseguridad.pdf>

- Proshansky, H. M., Fabian, A. K., & Kaminoff, R. (1983). Place-identity: Physical world socialization of the self. *Journal of environmental psychology*, 3(1), 57-83. [https://doi.org/10.1016/S0272-4944\(83\)80021-8](https://doi.org/10.1016/S0272-4944(83)80021-8)
- Santos, M. (1975). Space and Domination--A Marxist Approach. *International Social Science Journal*, 27(2), 346-63.
- Santos, M. (2000). *La naturaleza del espacio*. Madrid: Ariel.
- Tomadoni, C. (2007). A propósito de las nociones de espacio y territorio. *Gestión y ambiente*, 10(1), 53-65.
- Twigger-Ross, C. L., & Uzzell, D. L. (1996). Place and identity processes. *Journal of environmental psychology*, 16(3), 205-220.
- Zizek, S. (2020). *PANDEMIC!: Covid-19 Shakes the World*. John Wiley & Sons.