

Cuatro ideas para pensar la relación entre plataformas digitales y territorio



Natalia Lerena-Rongvaux

Universidad de Buenos Aires y CONICET, Argentina.

Recibido: 22 de marzo de 2022. Aceptado: 3 de abril de 2023.

Detengámonos en un día cualquiera en una metrópoli cualquiera del globo: una persona aterriza en un aeropuerto. Se saca una foto y la publica en Instagram, y así avisa que llegó. Chequea a través de Google cómo estará el tiempo afuera. Luego pide un Uber, no sin antes revisar la dirección del departamento que contrató para alojarse, a través de Airbnb. Una vez en el piso, pide comida a través de Rappi y continúa la serie que comenzó a ver en Netflix. Luego de una breve siesta, consulta en Tripadvisor recomendaciones para recorrer la ciudad. Google Maps lo ayudará a ubicar algún sitio para tomar una buena cerveza.

Otra persona, en la misma ciudad, completa, a través de la plataforma virtual del supermercado, el pedido que le encargó su madre. Se pone la mochila, sube a su bicicleta y habilita la aplicación de Pedidos Ya: una nueva jornada como *delivery* comienza. Mientras pedalea hacia el sitio de *pickup*, revisa la ubicación de su hija, activada en el WhatsApp, para asegurarse de que llegó bien a destino. Aprovecha un tiempo libre, mientras le preparan el pedido, para comprar a través de Mercado Libre unos útiles escolares que necesitaba su hijo. También, renueva sus esperanzas en Tinder, a ver si consigue un plan para esa noche libre.

Parece evidente que las plataformas digitales representan una transformación profunda en las formas de creación de valor y de reproducción de la vida urbana; el uso del tiempo y del espacio han cambiado sustancialmente. Las plataformas digitales agilizan las gestiones y reducen la necesidad del intercambio cara a cara. Eso significa que las personas consumidoras se mueven menos, pero también que emergen trabajos en donde muchas otras trabajan-de-moverse, *absorbiendo* la movilidad de otros y concentrando los flujos de movimientos.

Las plataformas también producen espacios, simbólica y materialmente. La oferta de servicios se organiza en cartografías colaborativas que la mayoría de las veces refuerzan los patrones de valorización territorial tradicionales (lo más probable es que la mayor cantidad, calidad y variedad de servicios se localice en las áreas de centralidad, y en los barrios donde ya había oferta previa). Algunas plataformas son capaces de colocar servicios, personas y hechos literal y metafóricamente en el mapa: las calificaciones

Cuatro ideas para pensar la relación entre...
NATALIA LERENA-RONGVAUX

que hacen les usuaries acerca de las personas y los servicios que se ofrecen a través de plataformas son el principal criterio de elección. También, nunca tanto como ahora, les usuaries producen valor enajenado ya no solamente mientras trabajan, sino –sobre todo– durante su tiempo *libre*.

A pesar de estas evidentes transformaciones en el uso y apropiación del espacio (tanto material como digital), y considerando sociedades y territorios cada vez más fragmentados y desiguales, los estudios urbanos o territoriales que reflexionan sobre los desafíos a los que las plataformas digitales nos enfrentan permanecen poco explorados. Por ejemplo, a comienzos del año 2023, la palabra “Plataformas” no arrojó ningún artículo publicado al realizar una búsqueda en revistas latinoamericanas tan prestigiosas como *Economía, Sociedad y Territorio*, *Investigaciones Geográficas*, o *EURE*. Tomando el caso específico de la plataforma de alquileres temporarios Airbnb, para 2020 solo el 13 % del total de los artículos publicados sobre el tema en más de treinta países occidentales eran latinoamericanos, y de ellos, solo un 12 % se enfocaron en los estudios urbanos o territoriales (Lerena y Rodríguez, 2023).

Podríamos volver a los relatos del principio y preguntarnos qué efectos tienen Airbnb y Booking en la oferta de alquileres de largo plazo, en el acceso a la vivienda por alquiler y en el turismo urbano. ¿Qué ventajas y desventajas tiene Uber frente a todas las demás formas de moverse en las ciudades? ¿Cómo se organiza el espacio público en convivencia entre las personas que transitan y quienes trabajan en plataformas de *delivery*, como Rappi o Pedidos Ya? ¿Qué incidencia tiene el género en el uso de las plataformas, y cómo estas refuerzan o transforman estereotipos? (¿Son varones, mujeres o disidencias las personas de los relatos que abrieron este texto?). Y, en términos más estructurales, ¿qué efectos tienen las plataformas en la acumulación capitalista, considerando la aceleración de la rotación de capital y la nueva ola de precarización del mercado laboral que permiten? En definitiva, interesa examinar en qué medida estas tecnologías acompañan o desafían las desigualdades territoriales generadas por el capitalismo, y delimitar estos debates en el contexto latinoamericano y periférico capitalista.

En esta breve nota, se presentan cuatro ideas sobre la relación entre plataformas digitales y territorio, para abordar algunos de estos interrogantes. Sin pretensión de exhaustividad, la propuesta es entenderlas como puertas de entrada, entre muchas otras posibles (y necesarias).

Idea 1: las plataformas están reconfigurando los espacios de acumulación capitalista

Las plataformas digitales forman parte de nuevos regímenes de acumulación desplegados globalmente, producto de los cambios tecnológicos originados en la etapa reciente del capitalismo, o “cuarta revolución industrial” (Schwab, 2016). Más allá de los debates acerca del rol de las tecnologías digitales en las transformaciones territoriales entrado el siglo XXI, sobre si se trata de un cambio cualitativo en la organización del capitalismo (Moriset y Malecki, 2009), o más bien una reconfiguración o intensificación de las estructuras y procesos existentes (Zook y Shelton, 2016), es posible afirmar que las tecnologías digitales permitieron una mayor dispersión de la actividad económica y aumentaron la capacidad de los productores para llegar a consumidores cada vez más

Cuatro ideas para pensar la relación entre...
NATALIA LERENA-RONGVAUX

distantes, lo que aceleró la rotación y acumulación del capital y, con esto, las contradicciones sociales. Efectivamente, ha implicado para el capital una liberación de ataduras de algunas fricciones territoriales y sociales.

Kenney y Zysman (2020) argumentan que la economía de plataformas está redefiniendo la organización espacial capitalista y generando un nuevo arreglo espacial (Harvey, 1990), basado en una extremada concentración sectorial (en la rama de la industria) y territorial del poder, y una gran dispersión de sus impactos. En efecto, las sedes de estas empresas se ubican casi en su totalidad en la costa oeste de Estados Unidos, con la excepción de China. Paradójicamente, “aunque los creadores pueden estar radicados en cualquier lugar, sigue existiendo una atracción centrípeta de la geografía en esta actividad, aparentemente neutral desde el punto de vista espacial” (Kenney y Zysman, 2019:16, traducción propia).

A su vez, las plataformas digitales pueden pensarse como *tecnologías de intermediación*, que conectan personas u organizaciones con objetos o con otras personas. Así, se trata una nueva *forma organizacional* (Kenney y Zysman, 2020) o medio que proporciona una *infraestructura* (Srnicek, 2018), basada en una relación entre la plataforma, su ecosistema de firmas dependientes y usuaries, quienes interactúan y realizan transacciones a través de ellas.

Por su parte, Richardson (2020) propone pensar las plataformas como *arreglos espaciales flexibles*, que no tienen una fijación territorial específica, pero hacen uso de redes territorializadas. En efecto, la capacidad de las plataformas radica justamente en su habilidad para articular elementos urbanos. Los bienes y servicios que se movilizan a través de las mismas –comida, transporte, personas, alojamiento, etc.– son, de esta manera, materializaciones de ese arreglo espacio-temporal. Así, podemos pensar a las plataformas digitales como *tecnologías de coordinación*.

Kenney y Zysman (2019) proponen observar el rol de las plataformas en las geografías de la creación y captura de valor: para ser descubiertas, cada vez más empresas del ámbito local dependen de Google Search y Google Maps, Instagram, Facebook, entre otras, para atraer clientes. Para ello, deben comprar anuncios y transferir valor de la economía local a la plataforma. La escala, la omnipresencia y el alcance de las plataformas van acompañados de un carácter local extraordinariamente granular. Para algunos autores, estas transferencias impulsan y refuerzan una desigualdad espacial cada vez mayor (Kenney y Zysman, 2019; Bauriedl y Strüver, 2020).

Las plataformas han revolucionado el rol de la cartografía, y revitalizan los debates de las geografías críticas sobre el mapa como herramienta de poder. Como señala Denis Wood, si bien no es obligatorio mostrar tu ubicación, hay sitios web que no tienen ningún sentido a menos que lo permitamos. Esto marca un giro especialmente interesante, porque las plataformas explotan la ubicación de los usuaries para ganar dinero:

El paisaje es una máquina: *esta* es la industrialización del locativo. Con el pretexto de “diversión” y “conveniencia”, cada usuario está trabajando para las Plataformas cada vez que se registra, dando lugar a la fuente más nueva de producción de valor bajo el capitalismo actual: la ubicación humana (Wood, 2012: s/p, traducción propia).

Cuatro ideas para pensar la relación entre...
NATALIA LERENA-RONGVAUX

De la misma manera que lo “más visto” es más valioso, también lo es el evento más concurrido, el centro comercial más bullicioso, la calle más visitada, el destino más popular, etc. (Wood, 2012). Esto genera una paradoja: mientras las plataformas dan visibilidad (incluso *existencia*) a pequeños emprendimientos o comercios, también les genera una alta dependencia. Mientras más emprendimientos locales se *suben* a las plataformas, más poder adquieren.

Desde otro punto de vista, Richardson (2020) prefiere pensar que las plataformas, en cuanto arreglos espaciales flexibles, pueden ser muy prometedoras para la organización de las ciudades, pero esto requiere una redistribución equitativa del valor generado entre todos los grupos sociales.

En suma, proponemos entender los efectos de las plataformas digitales en su dimensión espacial, en al menos tres sentidos: como vehículos de producción y valorización del espacio; como tecnologías que aceleran la rotación del capital y como infraestructuras que refuerzan los patrones territoriales de valorización.

Idea 2: el “urbanismo de plataformas” impulsa nuevas formas de uso, apropiación y mercantilización del espacio público, doméstico y de la vida cotidiana

Las plataformas digitales, impulsadas por la lógica de la ganancia, median las actividades centrales de la vida diaria, el desarrollo urbano y la gobernanza de cada vez más ciudades (van Dijck, Poell y de Waal, 2018). Varios autores hablan de *urbanismo de plataformas* para referirse a un entorno centrado en la creciente presencia y poder de las plataformas digitales en las ciudades (Sadovsky, 2020) y a la manifestación material del impacto de las plataformas en la vida cotidiana (Söderström y Mermert, 2020).

Como señala Sadovsky (2020), plataformas como Airbnb, Rappi o Uber presentan sus servicios como una forma de convertir los recursos inactivos (una habitación vacía en la casa, unas horas libres en el auto o en la moto) en activos de máxima productividad. Siguiendo esta lógica, la propia ciudad (y el espacio doméstico) se conciben como un sistema ineficiente y no optimizado; como una red de recursos que no han sido suficientemente valorizados (Sadovsky, 2020). Así, el capitalismo avanza sobre nuevas fronteras de mercantilización del espacio (público y doméstico) y el tiempo libre en las ciudades, empujadas por crecientes niveles de subempleo y precarización que ven en esa mercantilización una oportunidad para hacerles frente.

Las plataformas plantean desafíos socioterritoriales concretos en nuestras urbes. En primer lugar, han generado nuevas formas de circulación de bienes, servicios y personas. Kenney y Zysman (2019) señalan, por ejemplo, para Estados Unidos que Uber y Lyft se han convertido en componentes significativos de los sistemas de movilidad urbana y han cambiado la forma en que se piensa el transporte; lo mismo acontece con el servicio de *delivery*. Algunos trabajos indican, entre los impactos territoriales inmediatos, que estos servicios están contribuyendo a una congestión del tráfico aún mayor y redirigiendo a algunos usuarios del transporte público (Erhardt *et al.*, 2018; Rayle *et al.*, 2016, citados en Kenney y Zysman, 2019). Desde otra óptica, y para el caso

Cuatro ideas para pensar la relación entre...
NATALIA LERENA-RONGVAUX

de las ciudades latinoamericanas, cabe preguntarse si estos modos de transporte no están cubriendo parte de una demanda en áreas con sistemas de transporte público deficientes.

Kenney y Zysman (2020) se preguntan hasta qué punto el avance de Amazon podría modificar los centros de compras (*shoppings*) en Estados Unidos. Las personas consumidoras se mueven menos, a la vez que emergen empleos en donde muchas otras personas trabajan-de-moverse, *absorbiendo* la movilidad de otros y concentran los flujos. El teletrabajo, que se consolidó en muchos centros urbanos a partir del aislamiento por el COVID -19, ha implicado la vacancia de oficinas y locales comerciales, lo que abrió interrogantes (y en algunos casos, propuestas) acerca de cómo recuperar esas rentas potenciales/espacios vaciados.

En segundo lugar, en cuanto vehículos de producción y valorización del espacio, las plataformas digitales son capaces de reforzar, pero también desafiar, patrones de localización de bienes y servicios. A pesar de que, siguiendo a Richardson (2020), las plataformas no tienen una fijación territorial específica, es decir que *potencialmente* podrían desplegarse en cualquier lado, la oferta de bienes y servicios, así como la demanda por ellos, suele estar bastante concentrada territorialmente en aquellas áreas más valorizadas de la ciudad, en donde viven y circulan los grupos sociales más solventes (Lerena, 2022). Al *ponerlos en el mapa*, Google Maps, Booking o Trip Advisor incluso son capaces de *hacer existir o aparecer* ciertos lugares y productos. Las calificaciones de usuarios en las plataformas de servicios y mapas *prenden o apagan* lugares y servicios, o como señalaron algunos autores, definen “zonas luminosas” y “zonas opacas” (Santos, 1993; Caravaca Barroso, 1998).

En tercer lugar, el problema que más desarrollo analítico ha tenido el pensar la relación entre plataformas digitales y estudios urbanos son los efectos de las plataformas de alquileres temporarios en las rentas urbanas y la consecuente restricción de la oferta de viviendas de largo plazo, debido a su mayor rentabilidad. Dado que en un principio los alquileres temporarios están estrechamente vinculados a la demanda turística, el fenómeno se ha estudiado principalmente desde los conceptos de *turistificación* (Jover y Díaz-Parra, 2020; Díaz-Parra y Sequera, 2021) o *gentrificación turística* (Gotham, 2005; Cocola-Gant, 2018; Yrigoy, 2017). Otros trabajos ponen el foco específicamente en los impactos en el mercado inmobiliario y las restricciones para el acceso a la vivienda por parte de los habitantes locales (Lerena, 2022; Wachsmuth y Weisler, 2018; Zou, 2019), en los efectos de desplazamiento de sectores de bajos ingresos (Pinkster y Boterman, 2017) y en las resistencias a estos procesos (Gil-García y Sequera, 2018). Cada vez más investigaciones apuntan a relevar y proponer formas de regulación de estos mercados emergentes (Colomb y Moreira de Souza, 2021; von Briel y Dolnicar, 2020). Finalmente, otro grupo de trabajos se focaliza en los distintos perfiles de los oferentes de viviendas a través de Airbnb, para analizar la concentración de inmuebles completos orientados al alquiler temporario, identificando así el surgimiento de nuevos actores y de formas de inversión del excedente y acumulación de capital (Gil García, 2021; Cocola-Gant *et al.*, 2021; Gil y Sequera, 2018).

En cuarto lugar, el urbanismo de plataformas implica conocer las formas en que estas tecnologías impulsan transformaciones de las economías domésticas, las infraestructuras, la política y la vida diaria en las ciudades (Söderström y Mermet, 2020). Los

Cuatro ideas para pensar la relación entre...
NATALIA LERENA-RONGVAUX

cambios en la manera de conocerse y vincularse (a través de aplicaciones como Tinder), así como de organizarse políticamente (en redes sociales); las estrategias de *seguridad* en el uso del espacio público por parte de mujeres, disidencias y niños, por ejemplo a través de activar la *ubicación* en Google Maps; la planificación del tiempo y la hiperproductividad que habilitan las plataformas; la reorganización del uso y apropiación de ciertos espacios públicos, por ejemplo por parte de los repartidores a domicilio; la forma de pensar y usar el espacio doméstico, por ejemplo, a partir del subalquiler; y finalmente, la flexibilización y precarización del mercado de trabajo, fuente principal de extracción de valor de las empresas de plataformas; son algunas de las muchas líneas de estudio abiertas para repensar las Geografías de lo cotidiano (Santos, 1996; Lindón, 2006).

Idea 3: las plataformas se despliegan en territorios realmente existentes, en donde son reguladas, transformadas, contestadas y hackeadas

Graham (2020) sostiene que las plataformas controlan las interacciones urbanas sin rendir cuentas a nadie, a través de un despliegue estratégico de “geografías coyunturales”: una forma de estar simultáneamente integrado y desvinculado del espacio-tiempo inmediato. Para Graham, estas geografías coyunturales hacen vulnerables a las plataformas: su carácter efímero implica que podemos evitarlas y eludirlas. Y propone tres estrategias para construir plataformas alternativas: regularlas, replicarlas (y hacer que compitan) y resistirlas de forma creativa.

Está claro que uno de los desafíos urgentes de las plataformas es su regulación. Pero existe una paradoja: las plataformas basan su existencia en una mínima regulación local (que les permite, por ejemplo, la competencia desleal, la obtención de divisas de manera ilegal y la precarización laboral, entre otros problemas que es urgente resolver), pero la falta de regulación habilita todo tipo de *trampas* y porosidades contra ellas, y abre oportunidades de disputa y resistencia creativa.

En la Argentina, la manera en que usuarios logran evitar el pago de comisiones a las plataformas, por ejemplo, es quizás el uso alternativo más interesante por el momento; una contestación a su lógica extractivista. Lograr *escribir en clave* el teléfono de contacto en una publicación de Mercado Pago, para que clientes se contacten directamente; cancelar un viaje en Uber y realizarlo igual, manteniendo el precio, pero pagando en efectivo; anular una reserva de Booking o de Airbnb luego de acceder al contacto directo (es decir, usar la plataforma solo como publicidad), son diferentes formas en las que usuarios sortean lo que, paradójicamente, es una de las características intrínsecas de las plataformas: su intermediación. Actualmente, las usuarias comisiones que plataformas intermediarias como Uber, Booking o Airbnb cobran, tanto a consumidores como a oferentes, constituyen el principal móvil de este *hackeo*, aunque hay experiencias de organización colectiva que abren horizontes de contestación con capacidad de resignificar las lógicas capitalistas de las plataformas (por ejemplo, cooperativas, sindicatos y plataformas públicas).

Cuatro ideas para pensar la relación entre...
NATALIA LERENA-RONGVAUX

Los ejemplos anteriores señalan que, si bien las plataformas están comandadas por compañías y territorios muy concentrados a escala global, *atterrizan* en los distintos contextos locales de maneras variadas. Es cierto que una de las principales fricciones territoriales son los marcos normativos, pero es más interesante –y está menos explorado– indagar de qué maneras se van creando nuevas y propias *versiones locales* de las plataformas. Así, algunas estrategias de *hackeo* están demostrando ser realmente flexibles y creativas.

Idea 4: las plataformas nos desafían a pensar en espacios sociales híbridos

¿Cómo pensar el espacio geográfico cuando lo virtual está *tan* presente en el cotidiano? Si las geografías críticas y posmodernas revelaron una mirada del espacio dialéctica –o trialéctica–, que permitió integrar la dimensión material, simbólica e imaginada del espacio (Lefebvre, 1974; Soja, 1996), ¿qué tipo de espacialidades se dan en tiempos en los que producimos también espacios virtuales? Aunque muchas veces Internet se ha concebido como algo *más allá* de la geografía, o como señala Graham (2020:1), “Internet estaba en alguna parte; allí afuera; pero no ciertamente *no aquí*”, algunas miradas han preferido describir a Internet como *espacios híbridos* que son co creados, traducidos y aumentados por lo digital (Dodge y Kitchin, 2005; Graham, De Sabbata, y Zook, 2015; Massey, 2005).

Así, más que incorporar la dimensión del espacio virtual como una (otra) existencia *paralela a la realidad* material, puede ser interesante explorar cómo el espacio material-simbólico-imaginado y el virtual verdaderamente se co construyen. Una cita entre dos personas en un café podría nunca haberse dado sin un encuentro previo a través de una plataforma, pongamos por caso Tinder. Los intercambios virtuales que ofrece la plataforma son *reales*, forman parte del vínculo, y la cita en el café será la *continuidad* de eso que inició en el espacio virtual. Desde otro punto de vista, aunque esa cita en el café nunca se concretara, ninguna plataforma o espacio virtual puede existir sin una infraestructura estrictamente física o entorno construido (cables, electricidad, dispositivos electrónicos, extracción de minerales y petróleo para producirlos). Entonces, sería interesante contar con líneas de trabajo que reflexionen sobre estas interacciones dialécticas y superen el binomio material-digital para pensar el espacio social.

Recapitulando: la disrupción tecnológica como invitación para repensar la agenda política, epistemológica y afectiva de las geografías contemporáneas

En definitiva, estas cuatro ideas podrían pensarse como un borrador abierto, que invita a desafiar nuestra imaginación geográfica para pensar la emergencia de las plataformas en la producción y el espacio de la vida cotidiana. Las plataformas están reconfigurando los espacios de acumulación capitalista, y los usuarios producimos valor con nuestra sola existencia y circulación, a través de cartografías vivas. El “urbanismo de plataformas” impulsa nuevas formas de uso, apropiación y mercantilización del espacio público, doméstico e invita a repensar las geografías de la vida cotidiana. Pero las

Cuatro ideas para pensar la relación entre...
NATALIA LERENA-RONGVAUX

transformaciones sociales y territoriales nunca van en un solo sentido: en la medida en que las plataformas se despliegan en *territorios realmente existentes*, son reguladas, transformadas, contestadas y *hackeadas*. En términos más abstractos, las plataformas nos desafían a sumar dimensiones para pensar la producción del espacio, por ejemplo, a través de *espacios sociales híbridos*.

Bibliografía

- » Bauriel, S. y Strüver, A. (2020). Platform Urbanism: Technocapitalist Production of Private and Public Spaces. *Urban planning*, 5(4), 267-276. <https://doi.org/10.17645/up.v5i4.3414>
- » Caravaca Barroso, I. (1998). Los nuevos espacios ganadores y emergentes, *EURE*, 24(73), 5-30. Disponible en: <http://www.scielo.cl>
- » Cocola Gant, A. (2018). Tourism Gentrification. En L. Lees y M. Phillips (eds.), *Handbook of Gentrification Studies*, 281-293. Cheltenham and Northampton: Edward Elgar Publishing.
- » Cocola-Gant, A.; Jover, J.; Carvalho, L. y Chamuca, P. (2021). Corporate hosts. The rise of professional management in the short-term rental industry. *Tourism Management Perspectives*, 40, 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100879>
- » Colomb, C. y Moreira de Souza, T. (2021). *Regulating short-term rentals. Platform-based property rentals in European cities: the policy debates*. London: Property Research Trust. DOI: <https://doi.org/10.52915/KKKD3578>
- » Díaz Parra, I. y Sequera, J. (2021). Turistificación y transformación urbana. Debates sobre la especialización turística y sus consecuencias socioespaciales. *Cuadernos Geográficos*, 60(1), 6-12. <https://doi.org/10.30827/cuadgeo.v60i1.14067>
- » Dodge, M. y Kitchin, R. (2005). Code and the transduction of space. *Annals of the Association of American Geographers*, 95(1), 162–180. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8306.2005.00454.x>
- » Gil García, J. y Sequera, J. (2018). Expansión de la ciudad turística y nuevas resistencias: el caso de Airbnb en Madrid. *Empiria, revista de metodología de ciencias sociales*, 41, 15-32. <https://doi.org/10.5944/empiria.41.2018.22602>
- » Gotham, K. F. (2005). Tourism Gentrification: The Case of New Orleans' Vieux Carre (French Quarter). *Urban Studies*, 42(7), 1099–1121. <https://doi.org/10.1080/00420980500120881>
- » Graham, M. (2020). Regulate, replicate, and resist – the conjunctural geographies of platform urbanism, *Urban Geography*, 41(6), 1-5. DOI: 10.1080/02723638.2020.1717028
- » Graham, M.; De Sabbata, S. y Zook, M. A. (2015). Towards a study of information geographies: (im)mutable augmentations and a mapping of the geographies of information. *Geo: Geography and Environment*, 2(1), 88–105. <https://doi.org/10.1002/geo2.8>
- » Harvey, D. (1990). *Los límites del capitalismo y la teoría marxista*. México: Fondo de Cultura Económica.
- » Jover, J. y Díaz Parra, I. (2020). Gentrification, Transnational Gentrification and Touristification in Seville, Spain. *Urban Studies*, 57(15), 3044-3059. <https://doi.org/10.1177/0042098019857585>

Cuatro ideas para pensar la relación entre...
NATALIA LERENA-RONGVAUX

- » Kenney, M. y Zysman, J. (2019). The Platform Economy and Geography: Restructuring the Space of Capitalist Accumulation. *BRIE Working Paper* 2019-11 10.2139/ssrn.3497978
- » Kenney, M. y Zysman, J. (2020). The platform economy: restructuring the space of capitalist accumulation. *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 13, 55-76. DOI:10.1093/cjres/rsaa001
- » Lefebvre, H. (1974). *La production de l'espace*, París: Éditions Anthropos.
- » Lerena Rongvaux, N. y Rodríguez, L. (2023). Airbnb in Latin America. A literature review from urban studies perspective. *Journal of Urban Affairs*, <https://doi.org/10.1080/07352166.2023.2168552>
- » Lerena Rongvaux, N. (2022). Tendencias de mercantilización de la vivienda en América Latina: el submercado de alquileres temporarios a través de plataformas digitales. Airbnb en Ciudad de Buenos Aires. *Geograficando*, 18(2), e115. <https://doi.org/10.24215/2346898Xe115>
- » Lindón, A. (2006). Geografía de la vida cotidiana. En Lindón, A. y Hiernaux, D.(Coords.), *Tratado de Geografía Humana* (pp. 356-400). Barcelona: Anthropos.
- » Massey, D. (2005). *For space*. London: Sage.
- » Moriset, B. y Malecki, E. (2009). Organization versus space: the paradoxical geographies of the digital economy, *Geography Compass*, 3, 256-274. <https://doi.org/10.1111/j.1749-8198.2008.00203.x>
- » Pinkster, F. M. y Boterman, W. R. (2017). When the Spell is Broken: Gentrification, Urban Tourism and Privilege Discontent in the Amsterdam Canal District. *Cultural Geographies*, 24(3), 457-472. DOI:10.1177/1474474017706176
- » Richardson, L. (2020). Coordinating the city: platforms as flexible spatial arrangements, *Urban Geography*, 41(3), 1-4. DOI: 10.1080/02723638.2020.1717027
- » Sadowski, J. (2020). Cyberspace and cityscapes: on the emergence of platform urbanism, *Urban Geography*, 41(9), 1-5. DOI: 10.1080/02723638.2020.1721055
- » Santos, M. (1993). Los espacios de la globalización. *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*, 13, 69-77. Disponible en: <http://www.ucm.es/BUCM/revistas>
- » Santos, M. (1996). *De la totalidad al lugar*. Barcelona: Oikos-Tau.
- » Söderström, O. y Mermet, A.-C. (2020). When Airbnb Sits in the Control Room: Platform Urbanism as Actually Existing Smart Urbanism in Reykjavík. *Frontiers in Sustainable Cities*, 2. doi:10.3389/frsc.2020.00015
- » Soja, E. (1996) *Thirdspace. Journeys to Los Angeles and other real-and-imagined places*. Oxford: Blackwell.
- » Srnicek, N. (2018). *Capitalismo de plataformas*. Buenos Aires: Caja Negra.
- » Schwab, K. (2016). *The Fourth Industrial Revolution*. Geneva: World Economic Forum.
- » Van Dijck, J.; Poell, T. y De Waal, M. (2018). *The Platform Society*. New York: Oxford University Press.
- » von Briel, D. y Dolnicar, S. (2020). The evolution of Airbnb regulation – An international longitudinal investigation 2008-2020. *Annals of Tourism Research*, 87(15), 102983. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102983>

Cuatro ideas para pensar la relación entre...

NATALIA LERENA-RONGVAUX

- » Wachsmuth, D. y Weisler, A. (2018). Airbnb and the Rent Gap: Gentrification through the Sharing Economy. *Environment and Planning A*, 50(6), 1147-1170. DOI:10.1177/0308518X18778038
- » Wood, D. (2012). "The Cartographic Mode of Production and the Map's New Mask", *Passages North*. Northern Michigan University. Available at: <https://www.passagesnorth.com/passagesnorthcom/2012/10/the-cartographic-mode-of-production-and-the-maps-new-mask-2>
- » Yrigoy, I. (2017). ¿Una nueva forma de gentrificación turística? Localización de la vivienda turística, agentes e impactos sobre el alquiler residencial. *Scripta Nova*, 21, 1-31. DOI: <https://doi.org/10.1344/sn2017.21.18573>
- » Zou, Z. (2019). Examining the Impact of Short-Term Rentals on Housing Prices in Washington, DC: Implications for Housing Policy and Equity. *Housing Policy Debate*, 30(2), 269-290. DOI:10.1080/10511482.2019.1681016
- » Zook, M. y Shelton, T. (2016). Internet and global capitalism. En D. Richardson (Ed.), *International Encyclopedia of Geography: People, the Earth, Environment and Technology* (pp. 1-11). Hoboken, NY: Wiley-Blackwell.

Natalia Lerena-Rongvaux / lerena.natalia@conicet.gov.ar

Doctora en Geografía por la Universidad de Buenos Aires, es Investigadora Asistente del CONICET en el Centro de Estudios Urbanos y Regionales, y parte del cuerpo docente de la Facultad de Filosofía y Letras (UBA).