

Susana Finquelievich¹,
P. Sebastián Cortez
Oviedo²

Ciudad
Mediatización urbana
Economía de plataformas

Ciudad y mediatización urbana

Transformaciones y desafíos en la Córdoba de postpandemia

RESUMEN

La cuarta revolución industrial se hace presente en las ciudades y en la vida cotidiana. La Economía de Plataformas (EP) como una de sus expresiones concretas incide en la manera de comerciar, trabajar y habitar la ciudad actual, cuyas transformaciones en la vida urbana son visibles. Las aplicaciones de reparto, entretenimiento y movilidad articulan maneras emergentes de vincularnos entre personas y con el medio, en una dinámica que da forma al proceso de mediatización urbana; la pandemia ha evidenciado una digitalización acelerada. Este trabajo acerca del contexto de la ciudad de Córdoba expone discusiones acerca de las transformaciones y cambios de la EP a partir de un análisis descriptivo-interpretativo, focalizado en indagar las formas emergentes de la apropiación social del espacio de lo público.

Referencias

¹ Arquitecta, Master en Urbanismo por la Université Paris VIII, Doctora en Sociología Urbana por la École des Hautes Études en Sciences Sociales, París. Investigadora Principal del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Tecnológicas (CONICET). Co-Directora del Programa de Investigaciones sobre la Sociedad de la Información, y directora del Equipo I-Polis, Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires. Autora y coautora de 20 libros sobre Sociedades del Conocimiento, innovación socio-tecnológica, políticas públicas sobre Sociedades del Conocimiento, e Industria 4.0. sfinquel@gmail.com

² Arquitecto, Doctor en Arquitectura con formación en antropología social, especialista en mediatización urbana y espacios públicos. Becario posdoctoral del CONICET. Miembro investigador del INVHAB-IDH CONICET, Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Diseño, Universidad Nacional de Córdoba. Investigador Asociado permanente del Núcleo Inteligencia artificial, Sociedad y Comunicación, FCEI, Universidad de Chile. Investigador Equipo I-Polis, Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires. pcortezoviedo@unc.edu.ar

1. INTRODUCCIÓN

El trabajo expone la discusión de las transformaciones y cambios de la Economía de Plataformas (EP) con relación a la ciudad de Córdoba, a partir del análisis de la mediatización de su experiencia urbana en los espacios públicos. Se presentan avances preliminares del proyecto en curso PIP CONICET "Transformaciones socio-urbanas generadas por la Economía de Plataformas en Argentina: Los casos de Buenos Aires y Córdoba", cuyo objetivo principal es analizar las transformaciones y relaciones socio-urbanas generadas por el avance de la EP en las ciudades de Buenos Aires y Córdoba, en el periodo 2016-2022.

Con el fin de aportar al debate actual de los estudios urbanos con relación a la cuarta revolución industrial, se inquiriere: ¿qué nuevas formas emergentes de la apropiación social del espacio público surgen en este periodo, asociadas con la economía de plataformas y la vida urbana de Córdoba? ¿Cuáles son las características de los procesos de platformización vinculados al entretenimiento, el trabajo de reparto y la recreación urbana? Se parte del presupuesto de que la pandemia de la Covid-19 acelerará preexistencias relacionadas con lo digital, donde la mediatización urbana emerge como dinámica relevante de una incipiente digitalización urbana.

Entendemos por mediatización a la categoría emergente del debate entre lo urbano y el orden digital. Remite al proceso tecno-cultural

de asociación entre personas y dispositivos tecnológicos; refiere a la construcción de narrativas en el espacio público y en las redes; compone un reensamble del habitar urbano devenido de la convergencia digital; y representa la experiencia intermediada entre personas, ciudad, espacios y las experiencias posibilitantes de las prótesis digitales: plataformas, redes sociales, gadgets digitales, algoritmos, y productos y tecnologías asociadas con la IoT y la IA.

La metodología utilizada es cuali-cuantitativa y multimodal, con enfoque descriptivo e interpretativo, en un marco metodológico de triangulación múltiple de autores y de unidades empíricas. La construcción del dato recupera aportes cuantitativos (análisis de fuentes documentales y secundarias, encuestas y estadísticas) como cualitativos (entrevistas abiertas y semiestructuradas, análisis fotográfico, mapeos urbanos y dinámicas de flujo); ambos se complementan con técnicas del método etnográfico.

La estructura del trabajo se divide en dos secciones: primera, una aproximación a las definiciones y fenómenos de la economía de plataformas que como marco teórico del documento desarrolla la caracterización de sus principales aspectos. Segunda, una sección descriptiva acerca de determinadas plataformas en la ciudad de Córdoba que durante la pandemia y la postpandemia ponen en sentido el enfoque del trabajo en torno a la mediatización urbana como problema.

2. PLATAFORMIZACIÓN: ¿COLABORACIÓN O EXPLOTACIÓN?

Un nuevo protagonista de la reciente oleada de digitalización recorre el mundo: la llamada economía colaborativa, economía de plataformas o gig economy. El desarrollo del capitalismo informacional es un fenómeno que afecta a todos los países desde la década de 1970. Su característica principal refiere a que la fuente principal de productividad está dada por la calidad del conocimiento y la información, que se transforman simultáneamente en materia prima y producto (Girolimo y Feldman, 2020). Estos autores señalan que las ciudades detentan un rol preponderante en el desarrollo del informacionalismo (Castells y Hall, 1994; Finkelievich, 2016). Es en ellas donde se producen los nuevos medios de producción e innovación que requiere el modelo de desarrollo vigente.

En las últimas décadas las ciudades se han transformado en los espacios en los que se desata la competencia por una inserción favorable en la economía mundial y por el despliegue de procesos de innovación tendientes a estimular procesos de desarrollo, más allá de que la esfera nacional continúe siendo relevante para dotarlas de competitividad (Girolimo y Feldman, 2020). El informacionalismo tiene una clara dimensión urbana: "[...] las ciudades y regiones desempeñan un papel relevante en la medida en que puedan (o no) constituirse en medios innovadores que propicien el desarrollo de las actividades estratégicas" (Girolimo,

2019, p. 137).

En el sistema de la economía de plataformas, que tiene lugar preponderantemente en las áreas urbanas, la actividad laboral se organiza a partir de trabajos relativamente ocasionales, "changan" o gigs, mediados por una plataforma digital. Esto supone mucho más que el imaginario del trabajo poco cualificado de los Airbnb, Uber, Glovo, etc. (Álvarez Hernández y Zapata, 2021). Puede considerarse el penúltimo eslabón en la evolución de la empresa red, del trabajo flexible, o la externalización de servicios, definida como una forma de desligarse de responsabilidades innecesarias y de reducir costes a largo plazo en la empresa (Sennett, 2018), o aun de la llamada fisuración del trabajo (Weil, 2019).

En el mundo laboral, la plataforma (del término anglosajón platformization) ha surgido no sólo por la emergencia de nuevas empresas de plataformas sino por la expansión de la misma lógica de plataforma, en la organización del tejido empresarial en su conjunto. La plataforma, además de la ya conocida creación de nuevas empresas/plataformas digitales puras, supone también la extensión de la utilización del modelo de plataformas en la organización del trabajo de distintos eslabones de la cadena de valor (Álvarez Hernández y Zapata, 2021).

La economía de plataformas se ha dado en llamar, sobre todo en sus inicios, economía colaborativa. Según Madariaga et. al. está integrada por aquellos modelos de pro-

ducción, consumo o financiación que se basan en la intermediación entre la oferta y la demanda generada en relaciones entre iguales, o bien de particular a profesional, a través de plataformas digitales que no prestan el servicio subyacente, generando un mayor aprovechamiento de los bienes y recursos existentes pero infrautilizados. Así, la economía colaborativa permite utilizar, compartir, intercambiar o invertir recursos o bienes, pudiendo existir o no una contraprestación monetaria entre los usuarios. Pero, ¿es realmente colaborativa?

Lo es en casos como el uso de plataformas para compartir conocimiento abierto, proyectos de ciencia ciudadana, publicaciones, trueques, software open source, etc. Debido al uso del término "colaborativo" podría suponerse que estas plataformas tengan objetivos ajenos al lucro. Pero en la mayoría de casos, las plataformas de la economía "colaborativa" no cumplen esas expectativas (Madariaga et. al).

La Organización Internacional del Trabajo (OIT) no cree que la plataforma del trabajo sea un nuevo fenómeno: estas formas de empleo, a las que designa como "atípicas", están vinculadas al empleo temporal, a tiempo parcial, a través de agencias y a las relaciones de trabajo encubiertas y el empleo por cuenta propia económicamente dependiente, ya existentes en el mercado de trabajo mundial. La OIT sostiene que la novedad es el aumento sostenido de estas formas de empleo en países desarrollados y emergentes, lo

que repercute negativamente en el acceso de los trabajadores a la seguridad social y a derechos básicos asociados al trabajo (Bernis y Guinsburg, 2019). La OIT considera los trabajos de la gig economy como parte de la economía informal y expresa que aún quedan muchos cabos sueltos dentro de sus regulaciones, que se prestan a prácticas abusivas por parte de las plataformas hacia los trabajadores autónomos y consumidores. Álvarez Hernández y Zapata (2021) también señalan que, a pesar de que este modelo de negocios ofrece muchas ventajas, presenta asimismo muchos defectos y áreas de oportunidad que aún no han sido completamente estudiadas ni resueltas.

Según Bustos (2022) algunas de las desventajas que muestra la gig economy con respecto a los trabajadores, sobre todo los menos calificados, son: a) No ofrece seguridad social a la fuerza de trabajo; carece de regulación; b) Con frecuencia este modelo es utilizado por las empresas para evadir los derechos y beneficios que por ley deben dar a sus empleados; c) El impacto fiscal aún no está plenamente regulado, por lo que en algunos casos afecta a la Economía como trabajo informal; d) Se obtiene una recompensa monetaria por servicio o por proyecto, pero se carece de una entrada de dinero constante o estable³; e) Los traba-

Referencias

³ Si bien puede argumentarse que esta situación se registra en el ejercicio de la mayoría de las profesiones liberales, y que el trabajo en negro o trabajo informal existe desde mucho antes que la gig economy, ésta lo normalizó, lo hizo habitual y admisible, además de gestionarlo por medio de plataformas.

adores deben tener un alto nivel de organización, autodisciplina y responsabilidad para cumplir con el trabajo con sus propios tiempos y recursos (por ejemplo, sus propios vehículos, equipos informáticos, etc.); f) El hecho de que cualquiera pueda unirse a este modelo, aunque posea su aspecto positivo, también aumenta significativamente la competitividad.

La economía de plataformas presenta ciertas ventajas para la fuerza de trabajo. Una de las condiciones laborales mencionadas como más positivas por los trabajadores calificados, como los docentes, es la flexibilidad. Se refieren tanto a su versión de flexibilidad temporal que permite elegir cuándo se trabaja (horas, cuáles y cuántas) como a la flexibilidad espacial: dónde se trabaja (en casa, en un coworking, remotamente...). Estas flexibilidades se valoran como muy positivas por sus posibilidades para armonizar la vida laboral y personal (familiar, hobbies, viajes, estudios, etc.) (Álvarez Hernández y Pérez Zapata, 2021).

Sin embargo, según Woodcock (2019) esta misma flexibilidad también implica el potencial de crear graves problemas sociales en el mediano plazo. En numerosos países, la seguridad social —que suele cubrir la enfermedad, la jubilación, las vacaciones pagas, la maternidad/paternidad y otros servicios sociales— está ligada al contrato de empleo formal. Pero en la gig economy son los mismos individuos, los trabajadores, los que cargan mayoritariamente con los costes sociales. Las platafor-

mas o empresas quedan desligadas de pagar prestaciones y cubrir los riesgos relativos al trabajo.

El trabajo de plataformas con personal más cualificado se incrementa a gran velocidad; merece ser analizado, no sólo por sus potenciales consecuencias cuantitativas, sino también por sus potenciales implicaciones cualitativas para cambiar la dirección presente y futura de la economía informacional. Álvarez Hernández y Pérez Zapata (2021) advierten que las tareas de baja cualificación y bajos salarios sólo representarían alrededor de la mitad del trabajo obtenido a través de plataformas. Según la OIT⁴, la cantidad de plataformas activas de trabajo virtual y físico, (tomando solamente servicios de transporte y de reparto) en 2010 era de 142; se incrementó a más de 777 para enero de 2021. El aumento fue mucho más importante entre las de trabajo localizado, que se multiplicaron casi por diez⁵.

Por lo demás, las plataformas tienen un impacto notable en el medio ambiente. La infraestructura de internet y las inmensas granjas de servidores con las que funcionan las plataformas cada vez tienen mayor impacto ambiental. Por ejemplo, se calcula que las operaciones de plataforma consumen actualmente el 3% del suministro global de electricidad, a la vez que son responsables del 2% de las emisiones globales de gases de efecto invernadero, una huella de carbono equivalente a la industria de las líneas aéreas (Woodcock, 2019). Sería necesario investigar si esto se compensa, al menos

en parte, con un menor uso de los automóviles privados o camiones de reparto debido a servicios de plataformas de transporte como Uber, Cabify, Beat o tantos otros, y con la distribución de productos en bicicleta, como los servicios de reparto (Pedidos Ya, Rappi o Glovo), o si estos servicios resultan en un incremento del tráfico urbano.

En los últimos años, debido al uso generalizado del comercio electrónico, que se intensificó con el aislamiento debido a la pandemia, muchas personas, nuevas empresas y emprendedores han comenzado a vender en línea o a intensificar esta actividad para llegar al mayor número posible de consumidores. Las plataformas de comercio electrónico actuales tienen en cuenta estos factores y crean nuevos productos. (Cortez Oviedo y Finquelievich, 2021). En 2021, en Argentina se vio un incremento de 68% respecto del 2020, en comercio electrónico, posicionando al país en el top-5 global con mayor crecimiento en el e-commerce retail (se encuentra en el cuarto lugar)⁶. Los

Referencias

⁴ Organización Internacional del Trabajo (2021): Perspectivas Sociales y del Empleo en el Mundo El papel de las plataformas digitales en la transformación del mundo del trabajo, accesible en https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_823119.pdf

⁵ Dada la carencia de datos disponibles, el volumen de trabajadores ocupados en plataformas a nivel global y en los territorios nacionales es difícil de precisar. Entre 2015 y 2019 en Europa y América del Norte la población ocupada en este tipo de empleos se situó entre el 0,3% y el 22% de la fuerza de trabajo.

⁶ Datos de la Cámara Argentina de Comercio Electrónico (CACE) (2021) Estudio Anual de Comercio Electrónico 2021, accesible en <https://cace.org.ar/estadisticas/>

aspectos más valorados y motivantes para que los argentinos realicen una compra vía e-commerce es la simplicidad del proceso, la posibilidad de ahorrar tiempo y de comprar en cualquier momento (El Economista, 2022)⁷.

Tanto la pandemia como el incremento del comercio electrónico favorecieron el surgimiento y el aumento de la micromovilidad⁸. El temor al contagio, así como los requerimientos para los trabajadores de las plataformas de transporte de micro mercaderías, originó un crecimiento en el uso de transportes individuales. Uno de los vehículos individuales preferidos para circular es la moto. Según la División Motovehículos de la Asociación de Concesionarios de Automotores de la República Argentina (ACARA), el número de unidades patentadas durante agosto de 2020 fue de 26.457, un 13% más que en julio. Si bien la moto siempre se consideró un vehículo por excelencia en las localidades del interior, hoy es un gran aliado incluso en las grandes ciudades⁹.

La economía de plataformas, así como la inteligencia artificial, contribuye a la conformación de la teleciudad. Carrión y Cepeda (2020) sostienen que las infraestructuras urbanas, que son la base material de la ciudad, se trasladan al mundo remoto de las plataformas, configurando un nuevo paradigma urbano sustentado en el tránsito del espacio de los lugares al de los flujos. Así, los autores explican que en el "momento actual de la superabundancia tecnológica, con la teleciudad, se expresa una nueva

articulación del ciberespacio (software) con su contraparte material (hardware) en el domicilio y en las centralidades convertidas en los nodos de articulación global, evidenciando una nueva articulación del espacio virtual, interfaz neuronal, con el material, la bóveda (metáfora del robo del siglo: antes se debía entrar a la bóveda del banco para hurtar, mientras ahora es al cerebro de la computadora)".

Es interesante recordar que autoridades de Seúl anunciaron a fines del año 2021 que se convertirá en la primera ciudad en crear una plataforma para el metaverso que permitirá ofrecer distintos servicios públicos a través de la realidad virtual y aumentada. La plataforma usada para el metaverso será desarrollada por el Gobierno a finales de 2022 y albergará funciones públicas como una alcaldía virtual y espacios comerciales, como una incubadora de FinTech y una organización de inversión pública¹⁰.

3. LA MEDIATIZACIÓN, ¿FORMA URBANA DE LA PLATAFORMIZACIÓN?

Podemos consensuar que la plataforma configuración configura los modos de vida de la ciudad actual en un proceso acelerado y legitimado durante los años de la pandemia covid-19. A comienzos de 2022 la contingencia sanitaria decae en su emergencia, pero las personas incorporan varias de las conductas adquiridas asociadas con las TIC durante los confinamientos, lo que refuerza una mayor experiencia plataforma de la ciudad. En este período, que denominamos post-

pandemia, se naturalizan "nuevas maneras" de vinculación social, espacial, productiva y laboral que nos invitan a reflexionar sobre las nuevas vivencias y formas urbanas emergentes.

Este punto revisa las dinámicas en la ciudad de Córdoba asociadas a los procesos de la cuarta revolución industrial y la economía de plataformas con relación a lo urbano. En particular, interesa indagar de qué maneras estas "nuevas vivencias" se expresaron en los espacios públicos ciberfísicos instituyendo apropiaciones y relaciones sociales emergentes y otras arquitecturas socioproductivas.

La forma urbana es la interpretación a largo plazo sobre la ciudad, la mirada que evidencia los cambios profundos asociados con las revoluciones tecnológicas de la humanidad (Ascher, 2012). González

Referencias

⁷ El Economista (2022): E-commerce: 6 tendencias para aumentar las ventas, Buenos Aires, agosto 2022, accesible en <https://eleconomista.com.ar/actualidad/e-commerce-6-tendencias-aumentar-ventas-n54083>

⁸ En América Latina, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) está trabajando en fomentar este tipo de movilidad. En colaboración con técnica con el Instituto de Políticas para el Transporte y el Desarrollo (ITDP) publicó la "Guía para la regulación de sistemas de monopatines y bicicletas sin anclaje compartidos para ciudades de América Latina". Así, procura alentar una micromovilidad segura, sostenible y equitativa en las ciudades de la región.

⁹ Mena, A. (2020): "Micromovilidad: las tendencias del futuro frente a la reapertura de la actividad", Todo Riesgo, octubre 14, 2020, <https://www.todoriesgo.com.ar/micromovilidad-columna-alejandra-mena-caja-seguros/>

¹⁰ Sasso, P. (2021): Seúl será la primera ciudad en crear un metaverso, en Digital Trends, accesible en <https://es.digitaltrends.com/tendencias/seul-primera-ciudad-metaverso/>

y Larralde en su lectura de Morris (2018) definen la forma urbana como el patrón espacial de las actividades humanas y su manifestación concreta en el medio construido de las ciudades. Muchas de las prácticas, proyectos y aspiraciones de sus habitantes se evidencian en el paisaje urbano, en las numerosas edificaciones y espacios públicos o privados que están a la vista." (2019, p. 13). Desde esta perspectiva, ¿Cuáles son las implicancias de la economía de plataformas en la forma urbana y su expresión visible? ¿De qué manera lo no-visible (datos, conexiones, redes, espacios de flujo, discursos culturales, algoritmos) se manifiestan en lo visible, en los espacios públicos ciberfísicos?

La mirada sobre Córdoba nos permite caracterizar un proceso incipiente en las ciudades argentinas de escala mediana. Las particularidades de la ciudad, en tanto centro industrial y universitario de relevancia regional, constituyen redes de intercambios sociales que potencian la plataformización urbana, particularmente en su área central y pericentral: alta densidad poblacional (15.536 Hab/km²)¹¹, segmentación etaria (en el 47% del área central, la residencia se compone por un 50% y 70% de jóvenes de 18 a 29 años)¹², junto a una mayor intensidad de usos, recreaciones e intercambios económicos y apropiaciones sociales de los espacios públicos.

La pandemia de la covid-19 así lo ha develado. Durante los sucesivos confinamientos de 2020 y 2021, la economía de plataforma tuvo un

auge sustancial en la ciudad¹³, y lo que es más importante, se legitimó desde el uso y la apropiación social¹⁴. La pandemia permitió demostrar que varios procesos sociales, educativos, recreativos y productivos eran posibles a través de las pantallas y las conexiones de datos. Desde pequeños locales comerciales que mudaron su tienda a la plataforma WhatsApp Business hasta la transformación coyuntural de la enseñanza media y universitaria, cambiaron transitoriamente la forma y el paisaje urbano de Córdoba y la apropiación social de sus calles. La masificación del uso y consumo de plataformas de reparto (Pedidos Ya, Rappi, Glovo), por ejemplo, expresaron los actores centrales de la urbanidad en pandemia. Los denominados "trabajadores esenciales" lo eran, en tanto, trabajadores plataformizados a partir de un smartphone, siendo la parte visible y urbana de un entramado productivo de conexiones, servidores y algoritmos.

Las expresiones de la plataformización urbana durante la contingencia sanitaria: ciudades y calles silenciadas pero interconectadas, trabajadores "independientes" y puntos de logueo, espacios públicos reconfigurados y domesticidades expandidas, configuran la ciudad del aire como forma urbana emergente de componentes no solo materiales, lo son ya, etéreos (Cortez Oviedo y Finquelievich, 2021). El entrelazado cambio de la materia en átomos hacia la materia digital (como argamasa de nuevos procesos urbanos) componen el fenómeno urbano de la plataformización en la postpandemia. En este

fenómeno, bien pueden las plataformas ser leídas como nuevas capas urbanas insertas no solo en la estructura urbana de una ciudad, sino como conectores de estructuras globalizadas. En Córdoba, estas capas tuvieron desarrollos y experiencias diferenciadas, antes, durante y después de la covid-19, que matizan la vivencia actual del espacio de lo público en la ciudad.

Uber

La plataforma Uber puede ser considerada mascarón de proa de lo que denominamos plataformización, tal es así que su nombre da sentido al término uberización, utilizado como sinónimo. La aparición de esta App en Córdoba (2018) estuvo marcada por conflictos sin-

Referencias

¹¹ Cálculo de proyección poblacional: $P_t+n = P_t (1 + tcca)^n$, donde $Tcca = (P1-PO/PO) 100 : (n-a-n)$ según datos Censo 2010 e IPlaM (2013).

¹² Ver mapa Poblaciones.org. <https://mapa.poblaciones.org/map/#/@-31.41608,-64.197119,14z,rn/l=123011-v2la2li1lw0,0,0,0,0;8501v2la2lw0,0,0,0>

¹³ Así lo expresa el informe "Consumos y participación cultural de la ciudadanía de Córdoba" (2022) de la Municipalidad de Córdoba. Por ejemplo, en cuanto al entretenimiento por plataformas streaming "la práctica de mirar series y películas en casa está muy extendida en la población de la ciudad de Córdoba, abarcando a 8 de cada 10 personas de ellas, el 87% lo hace con una frecuencia de, al menos, una vez a la semana (p. 56). Asimismo, el informe indica que hubo un aumento del 60% de las horas de conexión a internet respecto a 2019, lo que se traduce en un mayor consumo de bienes y servicios de la EP (e-commerce, juegos en línea y geolocalizados, intercambio en redes sociales y un mayor uso de aplicaciones de reparto.

¹⁴ Esta percepción se basa en la observación directa y en la extrapolación de los estudios a nivel nacional. No hallamos datos cuantitativos específicos a Córdoba en los estudios sobre economías de plataformas en Argentina.

dicales y judiciales. Tal es así, que la aplicación no cuenta a mediados de 2022 con la autorización municipal. No obstante, a principios del mismo año, tras un fallo judicial, Uber se encuentra disponible para su descarga y está siendo usada con uso intensivo —en una zona jurídica indefinida— en el ámbito de la ciudad de Córdoba.

Esto expone las contrariedades entre los sistemas jurídicos y estatales con la dinámica de la economía de plataformas. La falta de marcos jurídicos-administrativos acordes genera zonas grises en las que las Apps —el caso de Uber en Córdoba— funcionan sin contar con los permisos y avales pertinentes, sobrevolando normativas del municipio de Córdoba, por ejemplo, los seguros correspondientes para pasajeros.

En el primer semestre de 2022, las calles de la ciudad de Córdoba cuentan con este servicio y crean nuevas comunidades: "los Uber". Esta comunidad laboral se encuentra agenciada (hoy) por el temor al control estatal, y no por su pertenencia como trabajador plataformizado. En esta dinámica el sentido colectivo laboral se construye a partir de la necesidad de sobrevivir en este vacío (i)legal, dando lugar a diversas formas de solidaridad y cuidado colectivo. Ejemplo de ello son los grupos de WhatsApp que nuclean a dueños de vehículos preocupados por no ser víctima de una multa o de la incautación municipal de sus automóviles, lo que genera una estructura de códigos —que caracterizan esta comunidad— para identificar posibles

controles y confiscaciones. "Nos pusimos las pilas en identificar a los inspectores, porque nos piden el servicio y a veces son ellos, y ahí te hacen la multa y te quitan el auto", comenta Juan (23)¹⁵. Estas identificaciones consisten en puntuar a los pasajeros según la sospecha de los choferes: con 5 puntos los que, según su criterio, den con el perfil de inspector municipal; "entonces, vos te fijás que, si tienen puntuación 5, no aceptas el viaje", agrega Esteban (26). Estas redes de códigos son efectivas, lo son aún más en la construcción de un nuevo sujeto urbano de sentido colectivo: "el Uber".

A este proceso se le suman las discusiones acerca de la distribución del ingreso por viaje, ya que la aplicación ejecuta un algoritmo de tarifa dinámica y desbalanceada de 5 niveles (1, 1.1, 1.2, 1.3, 1.4, y 1.5 —no deben confundirse con múltiplos—), cuyas variables son: cercanía a vías rápidas, estado del tráfico, temporalidad (horas pico y valle), oferta (autos Uber cercanos) y demanda según destino. Es un algoritmo que siempre beneficia a la aplicación, ya que en la tarifa 1.5 su proporción de ganancia es mayor, aumenta del 20% (1) al 50% sobre el precio del viaje.

Pedidos Ya

Es otra de las aplicaciones estrella que tuvieron gran desarrollo durante la pandemia y la postpandemia en Córdoba, junto a Rappi. Desde su llegada a la ciudad en 2018 se pueden caracterizar tres periodos en las aplicaciones de reparto: a) Introducción, entre mediados de

2018 y finales de 2019; b) Legitimación, signado por la coyuntura Covid en el primer semestre de 2020; c) Consolidación, entre el segundo semestre de 2020 y la postpandemia de 2022.

Durante el periodo de Introducción, la ciudad incorporó "pibes con campera roja y cascos blancos" que le dieron otra estética política a sus calles y espacios públicos. Provenientes del mundo gamer en particular de la comunidad Pokémon Go, fueron los primeros "peyas" que corporizaron en el espacio de lo público el fenómeno de la plataformización de reparto en Córdoba. El periodo estuvo marcado por la adscripción simbólica del sujeto "peya", tanto en la calle como en los grupos de WhatsApp que generaron, y que constituían junto a los de la comunidad Pokémon Go, la red de intercambio social, simbólico y laboral entre jóvenes plataformizados.

En el segundo periodo, el de Legitimación, se signa por la coyuntura covid-19 y el confinamiento estricto. En paralelo, estas aplicaciones fueron declaradas servicio esencial por lo que sus "empleados" contaban con un pase sanitario de circulación que habilitaba recorridos en bicicleta o motocicleta en un radio de 5 km. Así, las y los repartidores se transformaron en los pocos habitantes del silencio y el vacío de las calles. En muchos casos, fueron los encargados de mantener el abastecimiento de hogares,

Referencias

¹⁵ Extracto de las entrevistas abiertas durante el trabajo de campo, primer semestre de 2022.

de proveer alimentos y consumos esenciales, lo que les permitió, por un lado, masificar y diversificar su servicio, por el otro, legitimar socialmente su trabajo ante una sociedad que hasta ese momento los miró como un fenómeno ajeno y distante. En este período surge también un proceso interesante de resaltar: la transformación del núcleo constitutivo de los "Peyas". Es decir, hasta entonces el núcleo laboral estuvo en su mayoría vinculado a las diversas comunidades gamers de Córdoba, pero llegada la implosión de la economía de servicio en átomos durante los confinamientos, las aplicaciones de reparto se transformaron en la salida laboral más eficiente, incorporando desempleados del rubro de servicios y comercial, los que fueron denominados como "pandémicos". Desde entonces, "peyas" y "pandémicos" marcarían dos maneras de ejercer este trabajo.

El período de Consolidación se encuentra agenciado por las disputas políticas y simbólicas devenidas de la interacción entre "peyas" y "pandémicos", pero también por el fin del "sueño americano" de las plataformas. Los bajos pagos por pedidos, la segmentación territorial de los aranceles, la presión de los rankings y los procesos de (des) sindicalización, precipitan la problematización del servicio. Es durante este momento en el que se expresan emergentes políticos asociados a la Apps de reparto (Pedidos Ya y Rappi), los que se conducen por dos caminos diferenciados: el primero, en la búsqueda de las transformaciones laborales dentro de las Apps; el segundo, en nue-

vas arquitecturas socioproductivas por fuera de ellas, construyendo relaciones sociopolíticas articuladas por redes sociales, proceso que denominamos plataformización emergente: pequeñas cooperativas que buscan la asociación colectiva como preferencia al lucro económico; ejemplo son las iniciativas de Cofique, Motores en los pies, Feministas trabajando, Metros por segundo, y grupos de mujeres y diversidades sexogenéricas¹⁶.

Pokémon Go y Ualabee

Son dos de las aplicaciones que más se asocian con la vivencia del espacio de lo público en Córdoba, y sus calles en particular. Pokémon Go puede ser considerada pionera en este sentido, ya que nos remite al fenómeno de gamificación de áreas urbanas a partir de su aparición en 2016, sobre esto existen estudios locales e internacionales que dan cuenta¹⁷. Podemos coincidir en que Pokémon Go a partir de sus algoritmos y sus geolocalizaciones incidieron en la manera de vivenciar, experimentar y apropiarse del espacio de lo público. A tal punto que generaron nuevas redes de apropiación social que resignifican espacios públicos pre-existentes, y crean otros nuevos. Nuevos lugares y otras significaciones que incorporan al área central y pericentral un sistema de recorridos y apropiaciones emergentes que no sólo inciden en las temporalidades de estos espacios, también construyen una identidad territorial, las que se manifiestan en la forma de comunidades y estéticas de jóvenes.

Pokémon Go representa la forma más reconocible de la plataformización del espacio de lo público en la ciudad actual. Capaz de influir en la manera en que experimentamos nuestras calles, plazas y parques, espacios privados y públicos, representa el inicio de un nuevo paradigma en la intermediación entre las personas y la forma urbana, dinámica que merece revisarse en la medida que se suceden las transformaciones y avances en las tecnologías inmersivas.

Por otro lado, Ualabee es una aplicación doblemente interesante de estudiar. En principio se trata de una App de movilidad colaborativa en tiempo real que genera diversas capas de información sobre la base de la geolocalización. Es un desarrollo local de una startup cordobesa sobre la base del modelo MaaS (Mobility as a Service – Movilidad como servicio). "Específicamente se trata de un sistema de gestión y distribución centrado en el usuario, en el que un integrador reúne múltiples ofertas y proveedores de servicios de movilidad, que proporciona a los usuarios acceso a ellos a través de una única interfaz digital", cita su sitio web.

Ualabee además de brindar información de movilidad en tiempo real, permite mapear experiencias y eventualidades relacionadas con el transporte de la ciudad, lo que

Referencias

¹⁶ Redes sociales: @somoscofique, @motores.enlos.pies, @feministastrabajandocba, @metrosxsegundo.

¹⁷ Cortez Oviedo, P.S. (2020). Espacios públicos en el orden digital. El rol de las TIC en sus usos y apropiaciones sociales. Editorial UNC.

posibilita la construcción de narrativas que signan el espacio de lo público. También, a partir de un chat entre usuarios, permite la interacción pública y el mapeo geolocalizado: sensaciones de inseguridad, comentarios y percepciones que construyen sentido entre "ualabis". Todas estas articulaciones posibilitadas por esta App la transforman en una singular plataforma social del transporte público en la ciudad de Córdoba.

Hasta aquí hemos realizado un breve recorrido acerca de las principales plataformas con injerencia en los espacios públicos ciberfísicos de Córdoba. Componen una parte del fenómeno de la plataforma urbana de la ciudad durante la pandemia y la postpandemia, agenciando la forma urbana del espacio de lo público y de la calle en particular. Enunciamos al comienzo que la forma urbana se vinculaba a lo-visible, hemos descrito algunas de sus expresiones en átomos que reconfiguran las relaciones sociales y productivas en la ciudad actual. Pero, ¿qué sucede con aquello que no vemos? Es decir, ¿qué está por detrás de estos nuevos ensambles en los usos y apropiaciones sociales del paisaje urbano?

Planteamos al comienzo de este documento que la mediatización representa la vivencia intermediada entre personas, ciudad, espacios y las experiencias posibilitantes de las prótesis digitales (las plataformas). Inferimos que esta categoría explica, en parte, estos nuevos intercambios urbanos. Tanto la mediatización como la mediación

de los dispositivos digitales (plataformas y tecnologías digitales) estarían incidiendo cada vez más en la manera de habitar y (con)vivir en la ciudad de Córdoba. Es un proceso cuya dinámica se vincula directamente con la economía de plataformas y que deviene de las transformaciones en los modos de apropiación y relación social entre las personas, y de ellas con su medio físico. Entendemos que la mediatización urbana es la forma urbana no-visible que agencia estas dinámicas. Se expresa a través de una mayor digitalización de la ciudad, no ya como infraestructura estratégica de una ciudad sino como proceso cultural articulador de los nuevos actores urbanos: las tecnologías digitales.

4. REFLEXIONES FINALES. TRANSFORMACIONES Y DESAFÍOS.

La economía de plataformas tiene implicancias en la ciudad actual. Incide sobre sus procesos productivos, sociales, culturales y espaciales, y genera dinámicas que alteran su concepción moderna. La ciudad en la economía de plataformas se aleja del concepto de la ciudad histórica, y se encamina hacia un nuevo paradigma urbano articulado por conjuntos de redes y flujos alocalizados y relocalizados en el ciberespacio.

En los años 1990s algunos autores (Finquelievich, Vidal y Karol, 1992) preveían que muchas actividades y acciones se desplazarían de los espacios construidos y las instituciones (bancos, instituciones

gubernamentales, comercios, cines, teatros) a las pantallas. En la década de los 2020 esta tendencia parece afianzarse a la par que ampliarse y diversificarse. Numerosos intercambios que eran propios de la calle, de los espacios públicos, se trasladan a las plataformas y las pantallas táctiles. Nuestros dispositivos tecnológicos (celulares y computadoras) se transforman en nuestros nuevos cuerpos que permiten habitar este soporte ciberfísico. En esta dinámica toma relevancia la discusión del acceso digital, no ya sólo a las plataformas, sino a un modo de vida urbano emergente, un nuevo derecho a la ciudad.

Las implicancias sobre la forma urbana son analizables, particularmente en sus aspectos no-visibles. En la ciudad de Córdoba existe un proceso emergente de plataforma urbana que no solo afecta los intercambios comerciales y la movilidad, sino también las relaciones sociales y simbólicas que definen modos de apropiación de la ciudad y sus espacios. Entendemos que estas innovaciones en la apropiación del espacio de lo público se vinculan con el proceso de mediatización urbana: fenómeno mediático producto de la capacidad de semiotizar experiencias comunicativas de la vida cotidiana a partir de las TIC.

Esta "nueva" manera de relacionarnos con la ciudad implica transformaciones. El espacio de lo público, devenido en espacio público según sus capacidades de transformación política, se ve afectado por estas nuevas lógicas. La calle,

caracterizada por la experiencia directa y corporal, por el bullicio y el ajetreo, recibe los impactos de la plataformización. Lo que antes implicaba la interacción social y la experiencia directa (solicitar información, salir a parar un taxi, ir a un comercio a realizar una compra o a la Municipalidad para un trámite) devino en la economía de plataformas (al menos durante la pandemia y la inmediata postpandemia) en un intercambio del silencio: la interacción escrita entre pantallas y sesgos algorítmicos. ¿Existe una disminución del intercambio humano en la ciudad, lo que Rem Koolhaas plantea como ciudades transhumanistas?

Los desafíos son variados, tanto como sus procesos y contextos. Si bien la economía de plataformas es un fenómeno global, debe ser analizada de manera contextual y singular según sus entornos urbanos y sociales. Para el caso de Córdoba los desafíos abarcan desde marcos jurídicos-administrativos hasta maneras de repensar el espacio urbano y público. ¿De qué manera logramos que las plataformas sean realmente entidades y espacios colaborativos, y no corporativos y monopólicos como lo son hoy en día?

Pensar la mediatización urbana es redefinir la socialización intermediada en la ciudad. Las ciudades han sido y siguen siendo el núcleo de nuestras sociedades y sus procesos políticos. La plataformización no altera esta lógica, sólo modifica sus entornos y agentes. Los procesos políticos, estéticos y comerciales continúan ocurriendo

sobre la base de sus preexistencias, con otros soportes y nuevas lógicas que tienden a privatizar la experiencia urbana. Son dinámicas que inciden en la ciudad actual, transforman su forma urbana y nos obligan a repensar la manera en que caracterizamos la economía de plataformas como fenómeno transmediático en lo urbano.

BIBLIOGRAFÍA

- Ascher, F. (2012). Los nuevos principios del urbanismo: el fin de las ciudades no está a la orden del día. Madrid: Alianza.
- Álvarez-Hernández, G. y Pérez-Zapata, O. (2021). Plataformización y gestión "platafórmica": una discusión de las condiciones de trabajo en una plataforma cualificada. *Revista Española de Sociología*, DOI: 10.22325/fes/res.2021.67 <https://recyt.fecyt.es/index.php/res/article/view/86008/65946>
- Bernis, M. y Guinsburg, N. (2019). De la flexibilización a la plataformización: el desafío de repensar el trabajo en la economía GIG. XIII Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.
- Bustos, A. (2022). ¿Qué es la Gig Economy y cómo afecta profesionalmente?, Accesible en: <https://zety.es/blog/gig-economy>
- Cortez Oviedo, S. y Finquelievich, S. (2021). Ciudad aumentada y pandemia. El habitar en el Orden Digital. Cuaderno urbano 31 (1), 203-227. <http://dx.doi.org/10.30972/cm.31315784>
- Carrión, F. y Cepeda, P. (2020): "Ciudades de plataforma: ¿nuevo paradigma urbano? El viraje hacia la teleciudad", en *Café de las Ciudades N| 210*, Buenos Aires, accesible en: <https://cafedelasciudades.com.ar/sitio/contenidos/ver/375/ciudades-de-plataforma-nuevo-paradigma-urbano.html>
- Castells, M. y Hall, P. (1994). *Tecnópolis del mundo: la formación de los complejos industriales del siglo XXI*. Alianza. Madrid.
- Finquelievich, S. Vidal, A y Karol, J. (1992). Nuevas tecnologías en la ciudad. Información y comunicación en la cotidianeidad. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.
- Finquelievich, S. (2016). *I-Polis. Ciudades en la era de Internet*. Buenos Aires. Diseño Editorial.
- Girolimo, U., y Feldman, P. J. (2020). Incorporação e desenvolvimento de tecnologías de informação em cidades Argentinas: uma análise de caso. *DRd - Desenvolvimento Regional Em Debate*, 10 (ed.esp.), 141-170. <https://doi.org/10.24302/drd.v10ied.esp.3122>
- Girolimo, U. (2019). Iniciativas y desafíos de las ciudades argentinas en materia de innovación tecnológica en el contexto informacional. En Finquelievich, S. et. al. (Org). *El futuro ya no es lo que era*. Buenos Aires: Editorial Teseo, 2019. p. 129-162.
- González, S. y Larralde A. (2019). La forma urbana actual de las zonas metropolitanas en México: indicadores y dimensiones morfológicas. *Estudios Demográficos y Urbanos*, 34, (1), pp. 11-42.
doi: <http://dx.doi.org/10.24201/edu.v34i1.1799>
- Madariaga, J; Cañigüeral Bagó A, y Popeno C. (2018). Ciudad digital: Claves para entender la Economía Colaborativa y de plataformas en ciudades. Programa de Ciudades de CIPPEC. Buenos Aires: CIPPEC. <https://www.cippec.org/wp-content/uploads/2018/10/manual-ciudad-digital-ultimo-link-2.pdf>
- Madariaga, J, Buenadicha, C; Molina Christoph, E; Morris, E.A. E. (2019). Economía de plataformas y empleo: ¿Cómo es trabajar para una app en Argentina?, CIPPEC - Banco Interamericano de Desarrollo, BID, Buenos Aires, accesible en: <https://publications.iadb.org/es/economia-de-plataformas-y-empleo-como-es-trabajar-para-una-app-en-argentina#:~:text=La%20econom%C3%ADa%20de%20plataformas%20digitales,y%20menos%20acumulaci%C3%B3n%20de%20capacidades>.
- Sennett, R. (9 de julio de 2018). Los trabajos y los días. Entrevista a Richard Sennett, Página 12. <https://www.pagina12.com.ar/126897-los-trabajos-y-los-dias>
- Weil, D. (2019). Understanding the Present and Future of Work in the Fissured Workplace Context. *RSF: The Russell Sage Foundation Journal of the Social Sciences* 5(5): 147-65. DOI: 10.7758/RSF.2019.5.5.08. <https://www.rsjournal.org/content/rsfjss/5/5/147.full.pdf>
- Woodcock, J., (2019). Los efectos de la gig economy. En *El Trabajo en la Era de los Datos*, Madrid, BBVA. <https://www.bbvaopenmind.com/wp-content/uploads/2019/12/BBVA-OpenMind-Jamie-Woodcock-Efecto-de-gig-economy.pdf>