

Desposesión, gentrificación y capitalismo de plataforma: el caso de Divino Pastor nº9

Dispossession, gentrification and platform capitalism: the case of Divino Pastor nº9

ÁLVARO ARDURA URQUIAGA

Universidad Politécnica de Madrid
alvaro.ardura@upm.es (ESPAÑA)

EVA GARCÍA PÉREZ

Universidad Politécnica de Madrid

ANDRÉS RODRÍGUEZ MUÑOZ

Universidad Politécnica de Madrid

Recibido: 01.05.2022

Aceptado: 11.07.2023

RESUMEN

Los procesos de gentrificación en el centro de Madrid y distritos de su entorno atraviesan nuevos estadios vinculados a la intensificación de fenómenos como el turismo y las economías digitales que suponen nuevos frentes de batalla. Este artículo explora el caso del edificio situado en la calle Divino Pastor número 9, en el madrileño barrio de Malasaña. En él se produce la venta y reforma de una antigua sede pública, antes okupada y reivindicada como centro social, y que termina finalmente convertida en pisos de alquiler turístico y una hamburguesería de marca que sólo sirve comida a domicilio. En Divino Pastor confluyen y se juegan buena parte de las dinámicas que están marcando los procesos de transformación urbana en economías avanzadas. A partir de un mismo punto, este caso nos concede la oportunidad de enlazar (1) las disputas por el espacio urbano en el corazón de las ciudades con la desposesión en el marco de políticas neoliberales urbanas, y (2) procesos avanzados de gentrificación, que tensan el problema de acceso a la vivienda, con fenómenos de turistificación y la gourmetización más características de la quinta ola, y que a su vez (3) están

siendo fuertemente transformados por la presión de ciertas modalidades de lo que se conoce como capitalismo de plataforma, nuevas formas de economía y trabajo urbano precario cuyos efectos espaciales topan con la falta de herramientas urbanísticas de regulación. Metodológicamente consideramos esta situación como un universal concreto a la manera hegeliana, permitiéndonos comprender lo general o abstracto de la realidad a partir de lo particular o específico de un contexto. Se trata de un estudio de caso único o singular, que resulta particularmente significativo para contrastar teoría y realidad de un mismo fenómeno. El trabajo se desarrolla a modo biográfico y se apoya en documentos oficiales de acceso público del Ayuntamiento de Madrid, y en el análisis de datos del censo de locales, del catastro, y del mercado inmobiliario. Finalmente, componer la radiografía exhaustiva del edificio nos permite comprender los mecanismos de articulación de las nuevas economías urbanas y anticipar el funcionamiento de tendencias que han aterrizado en las ciudades con visos a consolidarse.

PALABRAS CLAVE

Financiarización, economía digital, quinta ola, vivienda turística, cocina fantasma.

ABSTRACT

The gentrification processes in the center of Madrid and surrounding districts are going through new stages, linked to the intensification of phenomena such as tourism and digital economies, that represent new battle fronts. This article explores the case of the building located on Calle Divino Pastor nr 9, in the Madrid neighborhood of Malasaña. In it, the sale and reform of an old public headquarters takes place, previously squatted and claimed as a social center, and which finally ends up converted into flats for tourist rental and a branded hamburger restaurant that only serves delivery food. In Divino Pastor, a good part of the dynamics that are marking the processes of urban transformation in advanced economies come together and play out. Starting from the same point, this case gives us the opportunity to link (1) disputes over urban space in the heart of cities with dispossession, in the framework of urban neoliberal policies, and (2) advanced processes of gentrification that worsen the problem of access to housing, with phenomena of touristification and gourmetization, more characteristic of the fifth wave, and which in turn (3) are being strongly transformed by the pressure of certain forms of what is known as platform capitalism; new forms of economy and precarious urban work, whose spatial effects collide with the lack of urban regulation tools. Methodologically, we consider this situation as a concrete universal in the Hegelian way, allowing us to understand the general from the particular, and relying on the analysis of data from official sources to contrast what we intuit are trends that came to stay.

KEY WORDS

Financialisation, digital economy, tourist housing, dark kitchen, fifth wave.

1. INTRODUCCIÓN

Los **procesos de gentrificación** en el caso de Madrid Centro y distritos de su entorno pueden ser el resultado del asentamiento de nuevos residentes llegados de países en el lado positivo de la brecha de renta con España (Slater, 2018), en combinación con una intensificación del turismo que ha convertido el sector del alquiler vacacional en ‘el nuevo frente de batalla’ (Cocola-Gant, 2016), especialmente en el sur de Europa. Esta nueva ola de gentrificación transnacional muestra una fuerte presencia de actores inmobiliarios internacionales que utilizan los alquileres de viviendas a corto plazo mediados por plataformas y los convierten en una de sus principales inversiones. Esto convertiría a Madrid en un caso prototípico del marco teórico de Hackworth y Smith (2001), actualizado por Aalbers (2019). La flexibilización del mercado inmobiliario posibilitada por las plataformas de alquiler a corto plazo ha intensificado la mercantilización de la vivienda dentro y fuera del centro de la ciudad, en lugar de mejorar su valor de uso a través del uso compartido. Además, estas nuevas formas empresariales guardan un estrecho vínculo/forman parte de lo que se ha acuñado como *capitalismo de plataforma*, el desplazamiento de la rentabilidad económica al manejo de la inmensa información digital que producen las nuevas formas de habitar, consumir y desplazarse. *Homesharing, coliving, food-delivery, dark-kitchen, dark-stores ...* son algunos de los anglicismos con lo que empezamos a vislumbrar los efectos socioespaciales que pueden tener estos nuevos negocios emergentes vinculados a empresas tecnológicas y start-ups.

En el marco de este monográfico este artículo quiere detenerse en un caso que, según nuestro punto de vista, resulta paradigmático para entender el progreso de los fenómenos de gentrificación, en relación a la conquista del espacio urbano por parte de las economías de lo digital tanto del uso residencial como comercial. En el edificio de la calle Divino Pastor número 9, en el madrileño barrio de Malasaña, se produce la venta de una antigua sede pública, antes okupada y reivindicada como centro social, que termina convertida en pisos de alquiler turístico y una hamburguesería de marca que sólo sirve comida a domicilio. A partir de un mismo punto, este caso nos concede la oportunidad de enlazar la gentrificación tradicional de las zonas centrales de las ciudades, centrada en el problema de acceso a la vivienda, y de la representación de espacios de lucha, con el de turistificación y la gourmetización más características de la quinta ola de gentrificación. A su vez, se liga la quinta ola con la emergencia de nuevas formas de economía y trabajo urbano precario con la falta de herramientas urbanísticas para hacer frente a los procesos de gentrificación. Metodológicamente lo consideramos un universal concreto a la manera hegeliana, permitiéndonos comprender lo general a partir de lo particular, y apoyándonos en el análisis de

datos de fuentes oficiales para contrastar lo que intuimos que son tendencias que han venido para consolidarse.

Este artículo está organizado en cinco secciones a partir de esta introducción. La primera contextualiza los procesos de gentrificación y de extensión de plataformas digitales en España y en Madrid con la revisión de la literatura académica reciente sobre la interrelación entre ambos procesos. Los dos apartados siguientes detallan la metodología y el caso de estudio, contado en cuatro estadios: desposesión, turistificación, nuevas formas de consumo y economías digitales. Finalmente se trazan las conclusiones y la bibliografía.

2. MARCO TEÓRICO

La evolución temporal de las características de la gentrificación, que motivaron su descripción por parte de Rose (1984) como un “concepto caótico”, fueron conceptualizadas por Hackworth y Smith (2001) en uno de los artículos seminales sobre el tema, mediante un modelo de tres olas, en las que las características del proceso permanecen relativamente estables en las fases alcistas de la economía y se reconfiguran tras las crisis económicas. De esta manera, la primera ola se asoció principalmente con el periodo posterior a la Segunda Guerra Mundial, y consistió en casos aislados de «gentrificación esporádica» que afectaron a pequeños vecindarios en algunas de las principales ciudades europeas y estadounidenses y no estuvieron impulsados por el gobierno. En la segunda ola, de “anclaje de la gentrificación», tras la crisis del petróleo de 1973, el proceso se extendió a áreas más grandes de los barrios céntricos que hasta entonces no habían recibido inversiones públicas. También se extendió a ciudades medianas en países occidentales, con una mayor participación del sector privado. Además, se dio mayor importancia a los aspectos culturales, con la aparición de comunidades asociadas a estilos de vida alternativos relacionados con el arte, la orientación sexual o política. A partir de mediados de la década de 1980, se produjeron luchas políticas intensas para evitar la expulsión de los residentes de bajos recursos. Después de la recesión causada por el colapso del mercado de valores en 1989, que redujo los flujos de capital hacia los barrios en proceso de gentrificación, incluso se teorizó una posible «degentrificación», pero esta no se materializó. Luego surgió una tercera ola, que se reconfiguró una vez más con un mayor aumento de escala de las intervenciones, mayor apoyo público y la entrada de grandes capitales, expandiéndose hacia las primeras áreas periféricas.

En la primera década del siglo XXI, en línea con la creciente inversión en los sectores financieros, de seguros y bienes raíces (FIRE), Lees, Slater y Wyly (2008) caracterizarían, sin desarrollarla extensamente, una cuarta ola tras la crisis de las empresas tecnológicas, basada en la financiarización del mercado de la vivienda como en el caso de las hipotecas *subprime* que causaron inmediatamente después la crisis financiera de 2008. Tras esta, Aalbers (2019) teorizó sobre una quinta ola (que sería “la expresión urbana del capitalismo financiero”), en la que la financiarización no se limitaría solo a facilitar el acceso a la propiedad

a través de créditos, sino que la posición de los sectores FIRE que asumirían el papel de liderazgo en la gentrificación que antes desempeñaban las autoridades gubernamentales, sin reemplazarlas totalmente, se fortalecería con el aumento de la inversión de élites transnacionales que se extendería a las clases medias. También se observaría la aparición de grandes propietarios corporativos (“*corporate landlords*”) y, en general, la utilización de diversos segmentos del mercado inmobiliario (espacios de coworking, cohousing e incluso alquiler de trasteros) a través del capitalismo de plataformas. Hyra et al. (2020) desarrollaron la idea de Aalbers y le otorgaron un papel fundamental a la financiarización del alquiler de viviendas, como resultado del cierre del acceso al crédito para la vivienda en compra. La emergencia de los distintos modos de actuación por los diversos actores en las nuevas olas no evita que se superpongan con prácticas propias de las olas anteriores, como se ha estudiado en el caso de Madrid (Ardura, 2021).

El papel de las plataformas digitales es así clave. En el nivel más general, estas son infraestructuras digitales que permiten interaccionar a dos o más grupos (consumidores, productores, anunciantes, etc), posicionándose como intermediarias, según la definición de Srnicek (2017). En la formulación más explícita de Esposito (2020), todas tienen en común “la extracción de valor vinculada a la gestión y propiedad de los datos”. Frente a la idea naif de la “democratización” del consumo del discurso de la “*sharing economy*” que envuelve a AirBnB, Uber, etc, las plataformas actúan como un canal privilegiado para la conversión de capital en renta, dentro de la vocación del capital cuando se sobreacumula (Picketty 2014) en contexto de bajo nivel impositivo, especialmente el financiero por parte de actores transnacionales de gran tamaño, como puedan ser los fondos de inversión.

Srnicek (op.cit, pg 36) también distingue cinco categorías de plataformas, donde el criterio de clasificación principal es el *core business* del cual extraen valor, de las que las que tienen un mayor impacto urbano, como las citadas Uber o AirBnB, pero también el *delivery* Glovo, se encuadran dentro de las *lean platforms*, o plataformas de apoyo. Otras, como Amazon, presentan rasgos de varias, o todas, las clasificaciones. Las *lean platforms* son el paradigma de la hiper-externalización: es común la afirmación de que Uber es la mayor compañía de movilidad sin poseer ni un solo vehículo, como AirBnB es el mayor agente hotelero sin poseer ni una sola plaza alojativa. En ambos casos, ambas compañías únicamente poseen un activo, no obstante, el más importante: el mecanismo digital, la plataforma en sí misma, que hace posible la actividad. Es por ello que este tipo de plataforma tiene una tendencia a la expansión antes que a obtener beneficios (*growth over profit*) impulsada la primera por la expectativa de futuros beneficios antes que rentabilidad actual, que permanece en gran medida sin probar (Srnicek, op.cit, pp 52) aprovechando el efecto red para convertirse el apoyo de la red en su conjunto, es decir, con una vocación de monopolio (Celata, 2018), que en definitiva puede derivar hacia una burbuja. En 2015 Uber, AirBnB y la competencia china de Uber, Didi Chuxing, acapararon el 59% de la financiación anual de las *start-up* de servicios bajo demanda, 59.000 millones de dólares (Srnicek, op.cit, pp.53). El ejemplo más claro de esta situación es WeWork, que

aspiraba a ser la plataforma hegemónica en el segmento inmobiliario del *coworking* bajo el reclamo de la construcción de una “red social física”. La necesidad de ocupar el nicho de agente principal en el segmento antes de la verificación de la viabilidad del modelo de negocio derivó en una desvalorización de la compañía desde los 100.000 millones de dólares que anticipó Morgan Stanley que podría llegar a valer, a los 8.000 millones por los que se ha valorado al tomar el control su principal acreedor, Softbank, cuando se invirtió la compañía 13.000 millones (Zeitlin, 2019). Puede parecer un caso aislado, pero tanto Uber, también con financiación saudí como WeWork, como AirBnB han pasado situaciones complicadas, sobre todo la segunda, que tuvo que retrasar su salida prevista a bolsa con la pandemia. La debilidad del monocultivo turístico se ha manifestado en la pandemia del COVID, en la cual el posible colapso se ha resuelto con el cambio temporal de la oferta a plataformas inmobiliarias, dando lugar a lo que se ha acuñado como “digital polyplatform rentierism” (Gil, Martínez y Sequera, 2023). Así se constata que el sector inmobiliario se rige cada vez más por plataformas digitales, infraestructuras y dispositivos, que se ejemplifican en el concepto de “arrendador automatizado” (Fields, 2022) que reafirman la vivienda como un bien líquido (Sadowski, 2020).

En el contexto del mercado inmobiliario de plataformas (Shaw, 2018), Fields y Rogers (2021) han sugerido una tipología inicial de plataformas, más allá de la denominación genérica *prop-tech*, con tres categorías: de intercambio (facilitan la conexión entre compradores y vendedores), operacionales (externalizan y automatizan las tareas del propietario o arrendador) y de datos. En este sentido, algunos fondos de inversión y agentes inmobiliarios también actúan como *lean platforms* y *trading platforms* con una función preponderantemente de mediación entre el capital y su conversión a renta, y con la necesidad de convertirse en actores principales del mercado (*major players*) situándose en una posición al menos oligopólica e incluso con capacidad de condicionar las políticas públicas. Blackstone es un ejemplo de ello. Nominalmente un fondo, en realidad actúa como un agregador de fondos de menor tamaño y fortunas individuales, que también busca esas posiciones monopolistas.

El papel que desempeñan las administraciones públicas en estas dinámicas no es menor: no solo por la modificación ad hoc de la normativa vigente, sino también porque en el contexto del urbanismo de la austeridad, se produjo la enajenación de paquetes de bienes públicos que, por su tamaño, al ser comprados por esas plataformas, o actores que funcionan de forma similar, les permiten alcanzar esa posición hegemónica dentro del mercado. No es casual que Blackstone se convirtiese en el principal tenedor de vivienda en alquiler de España (a través de sus diversas filiales) a partir de la compra de paquetes de vivienda pública. Interpretando esto en términos de David Harvey (2006), la desposesión de bienes públicos es un mecanismo privilegiado para la acumulación que genera esa posición dominante. En este caso, fue la administración la que generó un *rent gap* adicional, vendiendo por debajo de mercado, a un diferencial de renta planetario ya existente, por el mayor impacto que tuvo la crisis en un país

sobreexposición al impacto de la crisis por su dependencia del sector inmobiliario como es España.

No obstante, para esa materialización del capital en renta, es necesario el concurso de lo que también Harvey llama su capítulo *The art of rent* del libro *Spaces of Capital* (2001, pp 405 y sig.) “el capital simbólico colectivo”, y que de alguna manera viene a resumir la antigua polémica entre las visiones estructuralistas de la gentrificación, capitaneadas por Smith (1979) y las culturalistas, lideradas por Ley (1996). Harvey amplía el concepto de capital social de Bourdieu (1979, 2012), (no traducido al inglés en el momento que Smith enuncia su teoría del *rent gap*) de los individuos, o los grupos sociales, a los espacios físicos o, mejor dicho, a los lugares, en tanto que espacios colectivamente connotados. Ese capital simbólico permite construir discursos de identidad y autenticidad (Harvey, 2009; Zukin, 2010), y en definitiva, de singularidad, que producen la exacerbación de condiciones monopolísticas del mercado inmobiliario. Cada edificio, cada lugar, son únicos, y por tanto no enteramente comparables. Cada propietario tiene su pequeño monopolio. Esa singularidad se produce, en parte, por ventajas espaciales concretas (accesibilidad, servicios, etc), pero también porque “*there is always a strong social and discursive element at work*” que permite las condiciones ideales para la extracción de renta. El caso más extremo de esta relación capital simbólico colectivo y renta se produce, como el propio Harvey explica, en el ámbito del turismo y el *city branding*. En el nuevo turismo urbano se comercializa la supuesta “autenticidad” de vivir como el residente (“*live like a local*”, Maitland, 2010) y especialmente, como analiza Cocola Gant (2018), en el contexto de países menos desarrollados, “*the consumption power of the middle-classes is smaller than in advanced economies, [and] tourism comes to supplant the lack of local demand that real estate capital needs for the realisation of surplus value*”

Paradójicamente este monocultivo del turismo (Conti y Perelli, 2007) anula en el medio plazo esa “autenticidad”. La práctica capitalista de estandarizar y normalizar los “productos” acaba generando una homogeneización global que “disneyfica” (Harvey, 2001, pp. 396) o convierte en parques temáticos (Sorkin, 2004; Hernández Cordero, 2014) las zonas turísticas. Esta anulación de la identidad se extiende al ámbito privado en el caso de los alojamientos turísticos, con la difusión de un “estilo AirBnB” o “Airspace” (Chayka, 2016) que también evoca el concepto de “Ikeanización” (Hartman, 2007), de forma más que en la residencia permanente, o a la estética “*industrial chic*” de los lofts de la que hablaba Zukin. En paralelo se traslada al ámbito comercial, con una sustitución por un lado del tipo de actividades, desde la provisión de productos de primera necesidad a bienes de elección y restauración; y por otro del perfil de esas actividades, con énfasis en la distinción (Bourdieu, 2012), que en el segmento de restauración se ha venido denominando gourmetización (González, 2018)

En definitiva, el capital simbólico colectivo es lo que permite conciliar la oferta con la demanda y materializar efectivamente el *rent gap*. Por ello, no es casual que en el ámbito de nuestro caso de estudio, los barrios que primero se gentrificasen tuviesen un carácter único, un capital simbólico colectivo diferen-

ciador : Chueca como punto de acogida de la crecientemente visible comunidad gay constituyendo el primer relato de éxito de “regeneración urbana”; Malasaña como sido epicentro “la Movida” madrileña, y Lavapiés como el “*melting pot*” intercultural y políticamente contestatario, que se ha convertido en áreas ‘hipster’ (entendiendo como tal un consumidor cultural) después de operaciones públicas de rehabilitación urbana (García Pérez, 2014)

3. METODOLOGÍA

El empleo de estudios de caso como estrategia de investigación es una práctica habitual en las ciencias sociales, y sobre ello se ha desarrollado abundante material teórico-metodológico. Permite la comprensión de las dinámicas que se presentan en escenarios particulares y contextos escogidos que abarcan la diversidad de un fenómeno. Su propósito puede atender a brindar una descripción, verificar una teoría existente o bien generar teoría (Eisenhardt, 1989) y su finalidad puede ser de tipo exploratorio, descriptivo o explicativo (Yin, 1984). El estudio de caso puede ser uno o múltiple, distinguir varias unidades de análisis, o diferenciarse por sus motivos o criterios de selección. En resumen, un estudio de caso es una investigación de tipo empírico sobre un fenómeno contemporáneo, tomado de la vida real a partir de múltiples fuentes de evidencia (Yin, 1984 en Forni, 2010).

Desde el punto de vista metodológico se puede considerar el caso que aquí se presenta como un caso extremo, que si bien fuera del promedio habitual, nos revela más información por cuanto se acerca al modelo perfecto de representación de lo que las teorías de gentrificación y financiarización de la economía urbana han conceptualizado hasta ahora.

Se trata de un único caso, particularizado, que desde una mirada hegeliana de la realidad funciona como un universal concreto. Según el filósofo alemán la comprensión de la realidad como idea totalizante sólo el posible al considerar sus manifestaciones concretas, pues las categorías abstractas o universales son insuficientes para capturar el presente en toda su complejidad. Desde la sociología y la antropología autores como Pierre Bourdieu o Clifford Geertz se han apropiado también de este abordaje para hacer avanzar sus estudios.

A riesgo de tomar la parte por el todo, se toma aquí una situación específica con la asomarse a una realidad compleja de cambios urbanos a partir de un fragmento dado y tratando de enlazar lo particular concreto y lo universal genérico. En ocasiones tomar un caso poco frecuente, pero paradigmático, como la de este edificio, permite elaborar interpretaciones sobre qué innovaciones se están produciendo en las transformaciones urbanas que se encuentran diluidas en otros espacios de la ciudad. Es al mismo tiempo “universal” (ya que refleja un proceso que se manifiesta en muchas otras situaciones) y “caso concreto” (sucede como episodio fechado contextualizado y documentado).

El trabajo recompone la “historia de vida” sobre un inmueble en particular, el número 9 de Divino Pastor. Una estrategia que ha sido empleada en otras oca-

siones desde una perspectiva antropológica para desvelar, en el caso de Lepoutre (2010), el laberinto de relaciones sociales residenciales que acontecen en un edificio del París haussmaniano.

Desde nuestro punto de vista en Divino Pastor confluyen y se juegan buena parte de las dinámicas que están marcando los procesos de transformación urbana en economías avanzadas. Conocerlo en cada una de sus vertientes y ser capaces de establecer los nexos de conexión con otros procesos paralelos y emergentes que conviven en un mismo entorno urbano, nos permite extraer y abstraer lo general a partir de una situación concreta.

Esta mirada traza un recorrido que enlaza, a partir de un mismo punto: (1) las disputas por el espacio urbano en el corazón de las ciudades con la desposesión en el marco de políticas neoliberales urbanas, y (2) procesos avanzados de gentrificación, que tensan el problema de acceso a la vivienda, con fenómenos de turistificación y la gourmetización más características de la quinta ola, que a su vez (3) están siendo fuertemente transformados por la presión de ciertas modalidades de lo que se conoce como capitalismo de plataforma. Nos proponemos pues interrogar este caso en profundidad, destejando un pedazo de realidad que nos asoma al futuro por llegar, para acabar dibujando de manera representativa los posibles impactos socioespaciales del capitalismo de plataforma en la transformación urbana de las formas de habitar y consumir el espacio.

La elección de este caso se justifica entonces por tratarse de un objeto de investigación significativo, donde lo particular y el contexto específico cobran relevancia, que posibilita un nivel de profundidad y detalle por fuera de las generalizaciones, y cuyos matices permiten contrastar teoría y realidad de un mismo fenómeno.

La multiplicidad de registros de esta investigación incluye la revisión de literatura académica, noticias de prensa, documentos oficiales y trabajo de campo. Realizado mediante una observación participante moderada, en los periodos en los que el edificio ha tenido actividad hasta cierto punto pública: como Centro Social Okupado, y como hotel (incluye su utilización como huéspedes en dos periodos). La revisión documental incluye expedientes oficiales de acceso público del Ayuntamiento de Madrid, el análisis de datos del censo de locales, del catastro, y del mercado inmobiliario. Del estudio del censo de locales se pretende extraer una caracterización de los cambios implantados en el comercio a pie de calle en el periodo 2014-2022, para observar qué tendencias reafirman los procesos de gentrificación y turistificación del barrio de Universidad. Del estudio del catastro y la evolución del mercado de alquiler temporal se trata de colegir cómo los cambios en la estructura de propiedad pueden ser un elemento clave en el avance de estas mismas dinámicas. Por último, se intenta dar una breve visión sobre la falta de herramientas útiles en el marco de las políticas públicas municipales para intervenir en la aceleración de estos procesos de cambio urbano.

4. CASO DE ESTUDIO EN CUATRO ACTOS.

4.1. Primer acto: Divino Pastor, disputa y desposesión

Divino Pastor nº9 es hoy uno de esos edificios de viviendas turísticas en pleno corazón del centro de Madrid. Este mismo edificio fue la tercera y última sede del Patio Maravillas, un Centro Social Okupado Autónomo (CSOA) en el barrio de Universidad (Malasaña). Un proyecto que estuvo activo durante 8 años, con tres sedes distintas. Cada una de ellas (calle Acuerdo nº8, calle Pez nº21 y calle Divino Pastor nº9), así como de las otras dos okupaciones que no se lograron consolidar en este mismo intervalo de tiempo (Corredera Baja de San Pablo nº20, y Hermanos Álvarez Quintero nº3), fueron señaladas por el colectivo del Patio Maravillas como edificios vacíos objeto de la especulación inmobiliaria y reclamados como equipamientos sociales de diversa índole para revitalización de los lazos sociales de un barrio que se resentía de su ausencia. En el conjunto de ellas, la connivencia entre actores públicos y privados nos habla de los procesos de desposesión urbana aplicados al espacio urbano.

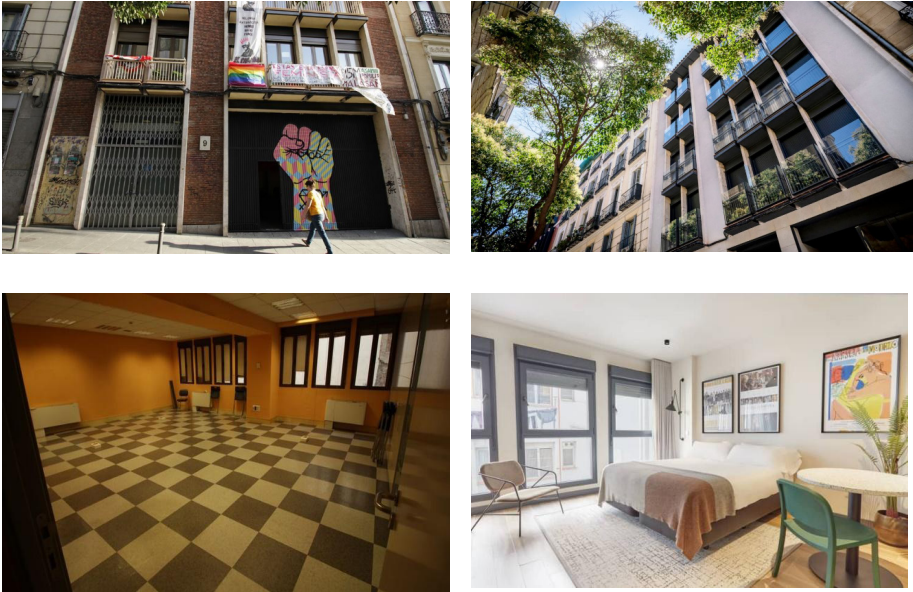
El 11 de junio de 2015, tras el desalojo de la sede anterior, se ocupa el edificio de Divino Pastor, 9. Se trata de un inmueble construido en 1968 que había sido de titularidad municipal, reformado y vendido en 2014 sin concurso público por parte de la corporación municipal presidida por Ana Botella (2013-2015) como argumento para la reducción de deuda pública. El nuevo propietario fue la sociedad Fernando VI 10 S.L., parte del grupo Invecap Inversiones S.L., holding de la familia del opositor venezolano Henrique Capriles. Ésta compró el edificio por 1,7 millones de euros, a un precio muy por debajo de mercado (853 euros/m²) (Casado, 2015). A diferencia de los anteriores emplazamientos del Patio Maravillas esta ubicación fue desalojada con inusitada rapidez, apenas dos meses después, en un intrincado contexto político que alumbraba una nueva corporación de izquierdas surgida tras el 15M madrileño; “para algunos activistas, el Patio fue mucho más que un espacio ocupado, fue el germen del 15M y de las redes de apoyo al municipalismo en Madrid”. (Walliser y de la Fuente, 2017).

Después de la enajenación del edificio, se tramitó por parte de otra empresa del mismo holding un Plan Especial de Control Urbanístico Ambiental de Usos (PECUAU) del edificio, cuya aprobación fue motivo de crisis en el equipo de gobierno progresista de Ahora Madrid de la corporación Carmena (2015-2019). Este PECUAU ¹ permitió la tramitación de la licencia de obras de reforma integral del edificio, realizada por ARGIS S.L. un fondo inmobiliario de fundadores argentinos con capital israelí fundado en 2015, que ha actuado en cierto modo como “plataforma operacional” (Fields y Rogers, 2022) conectando propietarios con comercializadores. A continuación, cinco edificios más del barrio seguirían el mismo rumbo, trasladando edificios residenciales completos al mercado del alquiler turístico (Pérez, 2017)

¹ Expediente 711/2015/22894. Visor de licencias del Ayuntamiento de Madrid.

Las obras acabarían con la implantación de veintidós apartamentos turísticos, abiertos en enero de 2021 bajo la gestión de la empresa multinacional norteamericana Sonder, que los comercializa a través de plataformas como AirBnB o Booking. Sonder, con sede en la ciudad de San Francisco, está valorada en 1.300 millones de euros, según el diario de información inmobiliaria EjePrime, que afirma también que sus inversiones están respaldadas por fondos internacionales como Blackstone (Pérez, 2021). El edificio funciona mediante acceso con código, sin prácticamente personal (únicamente una persona de guardia que no atiende de forma inmediata, en una versión hotelera del “automated landlord” definido por Fields (2021). La decoración de las habitaciones se realiza con carteles de cine español, muchos de ellos que aluden a “La Movida” que caracterizó al barrio.

Fig. 1. Exteriores e interiores del edificio de Divino Pastor antes (2015) y después de la reforma (2021). Fuente: Casado (2015) y Sonder (www.sonder.com). Consultado julio 2023



Aparte de los apartamentos, el bajo comercial se comercializó a través de la inmobiliaria Engels and Volkers, especializada en el sector de lujo, para finalmente ser alquilada a Vicio, firma de restauración especializada en hamburguesas, fundada en Barcelona por Alex Puig, ganador del concurso televisivo Master Chef en su edición de 2017. A diferencia del local matriz de Barcelona, un restaurante en la Vía Augusta, la sucursal de Divino Pastor funciona como

una *dark kitchen* de *delivery* a domicilio (como el resto de locales de la marca abiertos a fecha julio de 2023, 5 más en Madrid, 4 en Barcelona y otros 7 en otras ciudades). La peculiaridad de este local es que además el reparto de los paquetes a los *riders* (de diversas empresas, pero especialmente Glovo) se hace en la propia calle, con una pantalla electrónica que informa de los pedidos a través de la fachada acristalada. Esto produce aglomeraciones de *riders* en el espacio público (Figura 2), lo que ha obligado a la empresa a anunciar que contratará un *street manager*, con los consiguientes problemas de ruido en una calle que hasta el momento de la implantación del local era de las más tranquilas de Malasaña por la excepcional ausencia de bares y la presencia de un convento que ocupa buena parte de la manzana opuesta (Casado, 2022)

A día de hoy el edificio ya no es propiedad del holding de los Capriles. El edificio se ha utilizado como un activo financiarizado entre las distintas empresas del grupo. Según las cuentas depositadas en el registro mercantil en 2018 la sociedad arrojó un importe neto de la cifra de negocio de 32 millones², fecha en la que hubo una primera transacción. Desde julio de 2021 es propiedad de una nueva forma jurídica, Fida SL³. Se estima que, sobre el actual precio medio de venta en la zona, la revalorización global del inmueble alcanza cerca de siete veces su valor de venta de 2014⁴. Esta diferencia supone la captura de una brecha de renta (*rent gap*, Smith 1979) impensable en un espacio como Malasaña, ya altamente saturado de precios antes de 2014 (Roch y Fernández, 2012) que se hace posible y se lleva a cabo en el marco de políticas neoliberales de ajuste de deuda pública mediante la desamortización de patrimonio público. Mientras tanto, los Capriles siguen invirtiendo en Madrid, al última de sus adquisiciones publicitada ha sido la compra de un nuevo edificio, este de uso industrial, para su conversión de nuevo en apartamentos turísticos, en Tetuán, el "barrio de moda" y "el distrito más barato dentro de la M-30" (Sanz, 2022)

² Cuentas de la Empresa Fernando VI S.L. en el Registro Mercantil entre 2015 y 2020

³ Nota simple obtenida del Registro de la Propiedad.

⁴ 5.730 eur/m² según Idealista

Fig.2: *Riders a la espera en la entrada del edificio de Divino Pastor 9. Fotografía de los autores.*



4.2. Segundo acto: El oro de los turistas

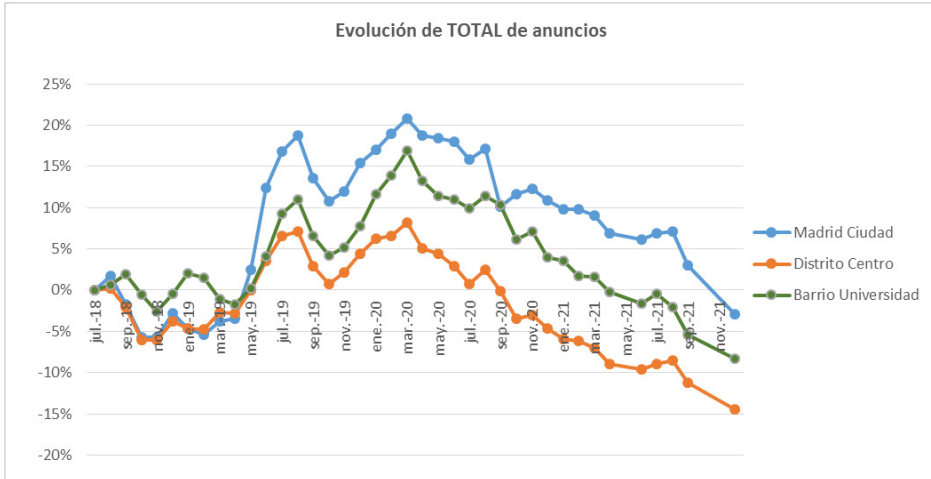
Como mencionábamos previamente, Malasaña fue uno de los primeros barrios en gentrificarse de Madrid, desde principios de la década de 1990. Este proceso había afectado esencialmente al mercado residencial. Con un rol principal de la administración pública que subvencionó la rehabilitación edificatoria, y reurbanizó el barrio sin el establecimiento de ningún tipo de cautela sobre el impacto que estas actuaciones pudieran tener en el precio de las viviendas. Este papel de la administración hace que podamos encuadrarlo en una tercera ola de gentrificación según la clasificación de Hackworth y Smith (2001)

A pesar de esa gentrificación previa, Malasaña ha sufrido nuevas rondas de gentrificación en este caso con fenómenos de turistificación y la gourmetización más características de la quinta ola, con un protagonismo de plataformas como Airbnb.

Aunque Airbnb nació como una plataforma de hospedaje en el marco de una economía colaborativa, dando originalmente la posibilidad a los viajeros de alojarse en el sofá de un anfitrión desconocido, rápidamente se convirtió en un nuevo actor de peso en el mercado inmobiliario, profesionalizando de manera encubierta la gestión de una nueva manera de extraer plusvalías inmobiliarias de manera descentralizada. En el caso de Madrid, esto se materializa claramente en el distrito Centro, donde existe una mayor saturación de oferta con un perfil claramente comercial: mayoritariamente compuesta por apartamentos completos, para su explotación comercial (80%) y de multipropietarios (68,85%) en que grupo muy reducido de anfitriones (5%), altamente profesionalizados en la comercialización de los alquileres a corto plazo, controlan una cuota considerable (30%) del mercado de Airbnb (Gil y Sequera, 2020).

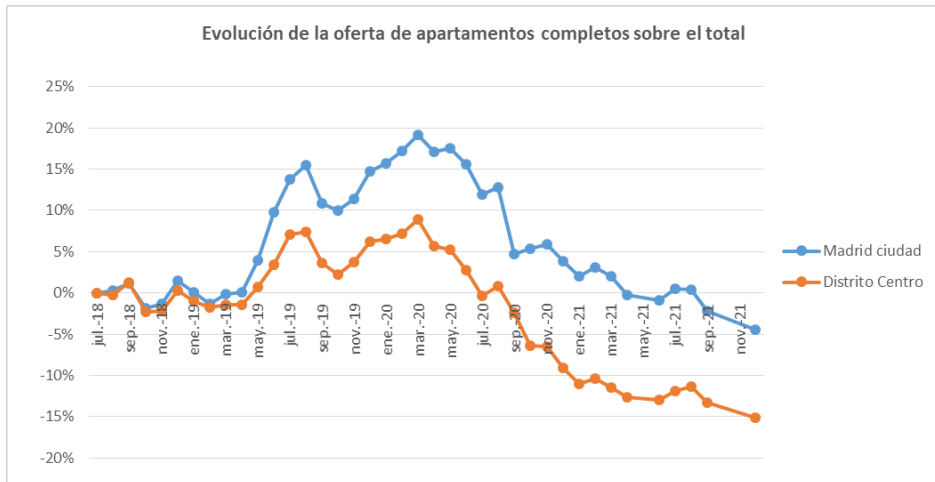
El año 2014, de la venta de Divino Pastor, coincide aproximadamente con el momento en que comienza a hacerse realmente patente el desembarco del fenómeno Airbnb en Madrid. Si se observa la evolución de la oferta de esta plataforma en los datos ofrecidos por Inside Airbnb, se aprecia cómo, a partir de entonces, aumenta de manera imparable, sin haber alcanzado un techo en el momento en que las restricciones a la movilidad derivadas de la gestión de la pandemia mundial producen un quiebro fatal en la tendencia. Un verdadero revés para un mercado cuyo valor se basa en el continuo crecimiento y donde aún no se ha recuperado la oferta de marzo 2020. En datos de abril de 2022, la oferta de apartamentos completos -según Inside Airbnb- respondía a un 61,1% para el conjunto de la ciudad, un 72,4% para el Distrito Centro y un 72,1% para el Barrio Universidad.

Fig.3: Variaciones en la evolución del total de la oferta de Airbnb desde julio de 2018. Elaboración propia a partir de datos de la web Inside Airbnb



Desde el inicio se produce un incremento continuo del peso de la oferta de los apartamentos completos en alquiler sobre el total (Figura 3), y de aquí probablemente estemos asistiendo a un siguiente salto con el avance hacia fórmulas de concentración de la oferta en edificios completos y gestión profesionalizada, de la mano de los cambios producidos con el desembarco de fondos y socimis en el mercado inmobiliario (Aranda,2019) Tras marzo de 2020 la oferta de apartamentos completos cae más pronunciadamente, desplazándose previsiblemente de manera momentánea al mercado de alquiler de larga duración. Sin embargo la oferta global en el barrio de Universidad resiste por encima del distrito Centro (Figura 4) lo que permite hipotetizar que se trata de productos muy especializados para el turista que les resta flexibilidad de adaptación-

Fig.4: Variaciones en la evolución del total de la oferta de apartamentos completos sobre el total de la oferta de alojamiento de Airbnb desde julio de 2018. Elaboración propia a partir de datos de la web Inside Airbnb



Del análisis del conjunto de la oferta se desprende además que el barrio de Universidad es exponente consolidado de las tendencias del centro urbano. Casi un 60% de los propietarios registrados en la plataforma son previos a 2016, por encima de la media de Centro y de la ciudad en conjunto. También para el caso de viviendas con algún tipo de registro de licencia (VT/VUT), con cerca del 20%.

Ante el caso de Divino Pastor nos preguntamos cómo puede afectar la estructura de propiedad en el traspaso de edificios completos al mercado de alquiler turístico, puesto que en tan sólo dos años cinco edificios completos de Malasaña permutaron su uso residencial por el de hotelero (Corredera de San Pablo 33, Minas 5, Apodaca 5, Palafox 7 y Pozas 16) (Pérez, 2017). Se produce en este caso un aumento de plazas turísticas sumadas a la oferta regulada y no regulada, en paralelo a un incremento de precios del alquiler tradicional que rozaba el 15%. La respuesta institucional, con la tramitación de un Plan Especial de Hospedaje (PEH), fue bastante tardía, en 2019 (Ardura et al, 2019)

La Figura 5 muestra la concentración de la propiedad sobre el parcelario del barrio de Universidad. De 1.520 parcelas, 274 lo son sin división horizontal, lo que representa un 18% del total. Aunque se advierte una concentración en el límite sur del barrio, La Gran Vía, esta imagen es representativa tanto de la zona como del centro urbano, donde el porcentaje de edificios de propietario único, tanto públicos como privados, tienen un peso importante. Esta característica puede convertirse en un arma de doble filo en un contexto reciente donde nuevos actores inmobiliarios están ejerciendo mucha presión sobre el mercado (fondos,

socimis, etc) haciendo más permeable su entrada a posibles inversiones en activos completos.

Fig.5: Análisis de la estructura de propiedad del barrio de Universidad. Edificios sin división horizontal Elaboración propia a partir de datos del Catastro y QGIS



De hecho, ya han surgido nuevas plataformas que analizan el mapa de la rentabilidad para que los propietarios puedan colocar adecuadamente su patrimonio en el negocio de alquiler temporal. La página web AIRDNA⁵ ofrece una nueva intermediación como *marketminder*, cuyo *slogan* reza “*Vacation Rental Data to Set You Apart. Insights to Keep You Ahead*”. A partir de datos estadísticos sobre Airbnb y Vrbo la gestión de la información en tiempo real se convierte en un nuevo valor de diferencia. La web, que opera como una *data platform* en los términos de Fields y Rogers (2022) ofrece cifras por barrios de las grandes ciudades de todo el mundo sobre la demanda del producto, precios de alquiler por

⁵ <https://www.airdna.co/>

tamaño, grado de ocupación y actividad, mejores administradores de propiedad y conjunto de servicios ofrecidos. Ejemplo:

Fig. 6. AIRDNA, servicios bajo suscripción. Fuente: www.airdna.com. Consulta julio 2023



El mercado inmobiliario ha respondido también a los cambios introducidos por las operadoras y se ha segmentado en una mayor variedad de productos, actores y fórmulas. Según el último informe de la consultora CBRE (2022), tras la crisis COVID es el mercado residencial de alquiler es el que más ha crecido en los últimos años. El desplazamiento de la rentabilidad hacia los mercados del alquiler ha empujado las fórmulas de *build-to-rent* (construir nuevas promociones con destino exclusivo el alquiler de larga duración, como se tenía en práctica en otros países de Europa). Otra fórmula en la que los inversores, mayoritariamente los fondos de inversión, buscan extraer una mayor rentabilidad es en la renovación de edificios completos o *multifamily*, de alquiler y propietario único, normalmente una sociedad de capital riesgo.

En paralelo, debido a los cambios demográficos y de formas de vida, se habla también de la *hotelización* del sector residencial, con fórmulas de *Coliving*, *Senior Living* y Residencias de estudiantes en auge. Aquí las viviendas se piensan como servicios, más allá del sentido de uso patrimonial. El *coliving* está enfocado a lo que en la jerga se denomina “nómadas digitales”, que sería un nuevo sujeto alejado de la familia tradicional, y con una mayor movilidad vital. Se estima que este segmento, que puede ser de contratación o de gestión, puede multiplicar en los dos próximos años por cuatro su oferta actual, dado que ésta es parca aún. En el ámbito de los hoteles se espera que en España abran 130 nuevos hoteles hasta 2024.

4.3. TERCER ACTO: PASEO A POR MUFFINS O COMIDA A DOMICILIO EN UN SOLO CLICK

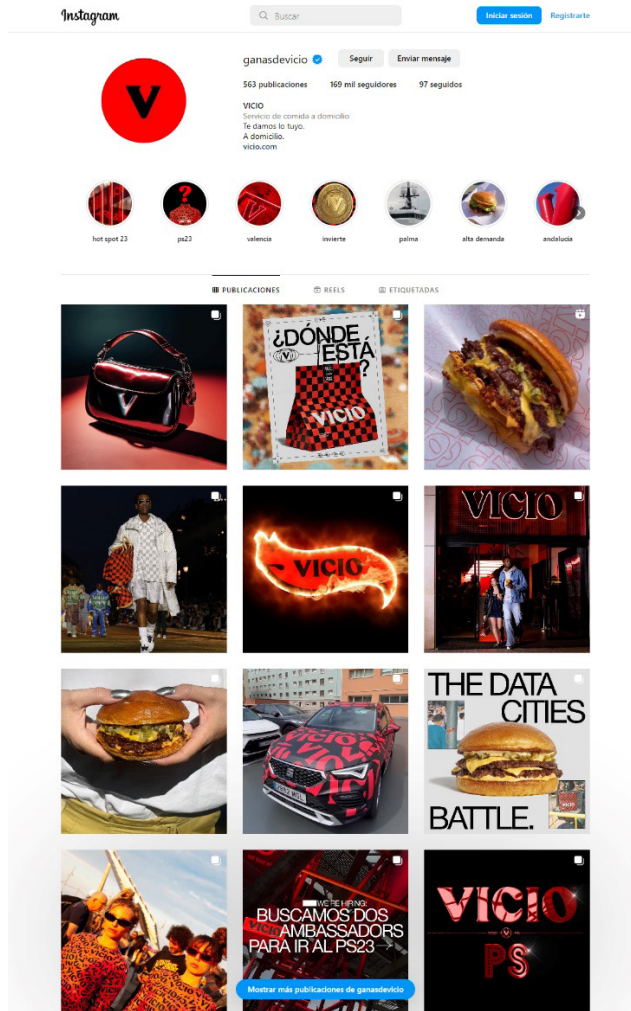
Otra de las vertientes más visibles a nivel de paisaje urbano de los procesos de gentrificación son los efectos producidos sobre el comercio de proximidad a medida que los hábitos y gustos de la población residente cambian radicalmente. Mercaderías, ferreterías, pollerías y otros comercios tradicionales, acaban por agotar su ciclo de utilidad para ser remplazadas por peluquerías para mascotas, pastelerías americanas y muy a menudo por bares, restaurantes y cafeterías con un toque de distinción. Un fenómeno al que según sus matices se le ha apodado *hipsterización*, *gourmetización*, o “domesticación por el capuccino” (Atkinson 2003, Zukin, 2011) pero que pueden englobarse en la *retail gentrification* (Hubbard, 2018).

A esta secuencia de cambios de patrones de consumo más visible en los barrios gentrificados se suma ahora los efectos globales del auge del *e-commerce* y de los *servicios a domicilio*, en los que la crisis del coronavirus, con los encierros domiciliarios, sólo vino a echar gasolina a un fenómeno ya en expansión. Se estima que el aumento de sectores de negocio. A pesar de la supuesta invisibilidad de estas actividades, sus efectos urbanos empiezan a salir a la luz con las conocidas como cocinas fantasma y sus asociados supermercados fantasma (*dark kitchen* y ...)⁶. Nuevas actividades opacas al exterior, que de naturaleza casi industrial o logística están empezando a localizarse en los barrios vecinos a la almendra central sin que una normativa específica las regule. Aprovechando esta circunstancia ya han desembarcado en España plataformas operacionales de intermediación como Cooklane, una subsidiaria propiedad del fundador de Uber que según su web ofrece espacios de cocina muy asequibles diseñados específicamente para operadores que desean ser exitosos en el competitivo mercado del reparto a domicilio.

Esto es así también para la exitosa hamburguesería instalada en el bajo comercial de Divino Pastor. Como explicábamos anteriormente, las nuevas modalidades de hostelería hacen suyas algunas estrategias de marca que eran propias de otros negocios: personalismo, fetichismo por el producto y un fuerte vínculo con las nuevas tecnologías mediante aplicaciones móviles y redes sociales. Consumir se convierte así en un acto de devoción, que sólo se disfruta si se relata posteriormente en las comunidades digitales. Este caso aún además la necesidad de centralidad urbana como reputación para un negocio de marca, con la necesidad de dispositivos de reparto a domicilio, con lo que, al problema del espacio público de las áreas centrales, tensionado hasta hora sobre todo por las terrazas de bares, se suma ahora el de los olores y la aglomeración de repartidores que aguardan a la puerta del *food-delivery*.

⁶ https://www.elconfidencial.com/tecnologia/2021-06-10/cocinas-fantasma-madrid-cuyna_3122687/

Fig. 7. Imagen del Instagram de Vicio, la hamburguesería de food-delivery instalada en bajo comercial. Una de las entradas lleva por título “The Data cities battle”. Fuente. <https://www.instagram.com/ganasdevicio/?hl=es>. Consulta julio 2023



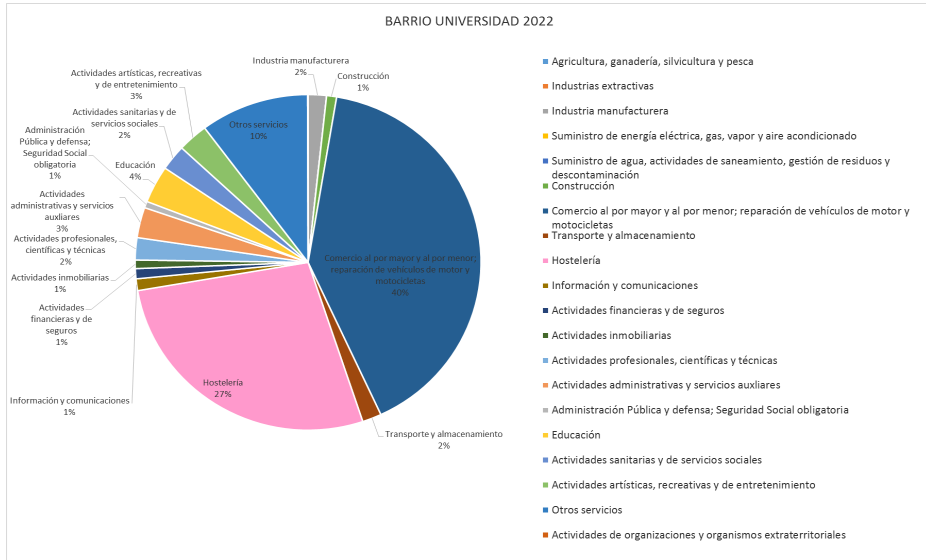
A pesar de la dificultad para representar estos cambios urbanos en cifras⁷, el análisis del Censo de Locales y Actividades del Ayuntamiento de Madrid

⁷ Los cambios no siempre registran un cambio de licencia o código de actividad CNAE.

arroja algunas perspectivas (Figura 8). Para el conjunto de la ciudad de Madrid, la actividad comercial, la mayoritaria, retrocede 4 puntos en el periodo 2015-2022, hasta situarse en el 40%; junto a ella la construcción y las actividades financieras. Suben sin embargo la hostelería, con dos puntos y hasta el 18%, un aumento que posiblemente se haya estancado a raíz de las dificultades de la pandemia. Y suben un punto respectivamente las actividades de otros servicios (11%), artísticas y de recreación, de transporte y almacenamiento y administrativas y de servicios auxiliares. Las particularidades del distrito Centro respecto de las actividades económicas se hacen sentir en el mayor protagonismo de la hostelería, con un 28%, y del comercio, que retrocede sólo dos puntos hasta el 45%. El barrio de Universidad responde tan sólo parcialmente a esta imagen, ya que actividades vinculadas a la educación, a servicios auxiliares y otros servicios tienen un mayor peso específico.

Algunas de estas tendencias se hacen todavía más palpables si nos fijamos específicamente en algunas de las actividades fetiches de la gentrificación. La explosión de muffins y pan de masa madre es más que patente: panaderías, pastelerías con y sin obrador crecen un 60% en la ciudad, pero del orden del doble en Centro y Universidad. Los servicios personales o de cuidados, como pueden ser centros de estética, peluquerías, tintorerías y tiendas para mascotas, se hacen seña de identidad para el barrio de Universidad. También el aumento de librerías y cafés librerías, que mientras que se pierden en el conjunto de la ciudad, abren en un 10% más en barrios cuya densidad cultural aumenta. Así mismo, el alojamiento temporal -en sus diversas fórmulas-, también incrementa: un 65% en la ciudad, y un 92% en el barrio de Universidad, sobre todo a partir de hostales y apartahoteles. Por último, las actividades registradas como procesado y conservación de platos preparados y su comercio al por mayor, son casi cuatro veces más numerosas hoy que en 2015 para el conjunto de la ciudad, desembarcando en Centro y Universidad.

Fig. 8. Proporción de actividades económicas para el barrio de Universidad en 2022. Elaboración propia a partir del Censo de Locales y Actividades del Ayuntamiento de Madrid



4.4. CUARTO ACTO: EL NEGOCIO DE LA INTERMEDIACIÓN, DATOS Y CAPITALISMO DE PLATAFORMA

A simple vista puede que un viandante no repare especialmente en el edificio de Divino Pastor, pero a diferencia de su vecino contiguo, las personas que allí se alojen lo harán sólo y temporalmente, mediante una reserva previa de Booking, un código y una llave magnética. Y quien quiera probar una hamburguesa no podrá acercarse a ningún mostrador, habrá de hacer un pedido mediante una aplicación de servicio a domicilio, aunque se encuentre tan sólo en la planta de arriba. Cada una de estas operaciones engrosa una larga lista de información sobre el perfil del cliente y sus necesidades, así como miles de datos asociados para encontrar la mejor rentabilidad en cada momento. De esta forma el espacio urbano continúa siendo soporte de las actividades, pero sobre él flotan ahora los algoritmos y la oportunidad de gestionar la información que se deriva de la reproducción social.

Según Srnicek (2018) sería esto último lo que estaría generando la verdadera plusvalía en una nueva fase del capitalismo donde el crecimiento económico no responde más a la rentabilidad de actividades manufactureras y donde el mundo virtual o digital es ya un espejo que acompaña las actividades cotidianas. Más allá del terrible impacto que sobre las relaciones laborales está teniendo la *gig-economy* nos interesa en este caso reflexionar sobre las transformaciones

urbanas que pueden acarrear estos nuevos modelos. La ciudad para este tipo de plataformas es un entorno desregulado en el que pueden externalizar los efectos negativos de su actividad, como en el caso de la utilización de la calle de la *dark kitchen* de Divino Pastor, pero como también ocurre con las aplicaciones de movilidad compartida de *e-bikes* y patinetes eléctricos que pueblan las aceras de las calles de Madrid y otras ciudades

5. CONCLUSIONES

Como hemos visto, el edificio de Divino Pastor 9 funciona como un universal concreto, un caso paradigmático del funcionamiento de los procesos de gentrificación de quinta ola. En este caso, se da la transformación de un edificio institucional, incluso utilizado durante un breve plazo como un común urbano, en un complejo artefacto privado de extracción de rentas. Situado en un ámbito ya gentrificado por su fuerte carga de capital simbólico colectivo, la enajenación de patrimonio público en el contexto de la "austeridad" y de las políticas públicas de reducción de deuda llevadas a cabo por el gobierno conservador genera un *rent gap* adicional al diferencial planetario del contexto español posterior a la crisis financiera de 2008, que permite la entrada de inversión transnacional. La condición de edificio completo, no dividido registralmente, es un incentivo para esta inversión, si no un pre-requisito, ya que maximiza las posibilidades de transformación. En Divino Pastor 9, la actuación sobre el edificio consiste en posibilitar su explotación por actividades ligadas al capitalismo de plataformas, en concreto, a plataformas de apoyo (*lean platforms*) que tienden a tratar de ocupar una posición monopólica. En este caso se trata de actividades como alojamiento turístico de corta estancia, explotada por una multinacional norteamericana a través de AirBnB, y de una *dark kitchen* de *delivery* a través de aplicaciones como Glovo. La implantación de estos usos, dirigidos a un consumidor ajeno al territorio y en el caso del establecimiento *delivery*, desvinculado de su uso, ha generado un fuerte impacto en el entorno urbano inmediato, desde la ocupación del espacio público al desplazamiento de usos ligados a la reproducción social (dotacionales, comercio de proximidad o incluso la residencia habitual). En ambos casos se tratan de productos prototipados, también sin vinculación con el entorno, que podrían estar en cualquier otro lugar, y no permiten otra interacción con el barrio (en ninguno de los locales se puede entrar) y que en el caso de Sonder, utiliza recursos simbólicos decorativos para recordar el carácter "alternativo" y "auténtico" de Malasaña que contribuye no obstante a borrar. El edificio ha cambiado de manos desde 2014 al menos dos veces, con importantes incrementos en su precio, actuando como un activo financiero más. Dentro de un marco crecientemente desregulado característico del neoliberalismo global, la reacción institucional tardía, incluso con un nuevo gobierno progresista, en la regulación de nuevas actividades como las viviendas turísticas o las *dark kitchen* ha posibilitado la transformación del edificio y su contribución a procesos como la turistificación y la gourmetización de Malasaña-

La complejidad del proceso, por la multitud de actores que intervienen tanto como por la arquitectura financiera y legal que lo sostiene, hace que con los datos disponibles el estudio sea extensible a una escala amplia. No existen en España datos de inversiones extranjeras lo suficientemente desagregadas ni territorializadas, y sobre las actividades características de ese capitalismo de plataformas hay una gran opacidad en su aterrizaje en el contexto urbano. La información canónica sobre Airbnb, de la web Inside Airbnb⁸, procede de la investigación activista mediante el “escrapeo” o extracción masiva y automatizada de datos mediante consultas iterativas a la propia plataforma, no de registros oficiales; de otras actividades como las *dark kitchen* aún no existe algo similar.

Esta ausencia de datos no permite calibrar la extensión y profundidad en tiempo real, y por tanto tampoco articular medidas públicas para mitigar sus efectos negativos. La utilización de estudios de caso en profundidad como el de Divino Pastor 9 permite exponer la complejidad del proceso y, como universal concreto, verificar la caracterización teórica de la gentrificación de quinta ola. Pero no obstante, si queremos decidir democráticamente el futuro de nuestras ciudades es necesario arrojar luz sobre estas dinámicas.

6. BIBLIOGRAFÍA

- Aalbers, M. B. (2019).” Introduction to the Forum: From third to fifth-wave gentrification”. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 110 (1), 1-11. doi: 10.1111/tesg.12332
- Aranda, J.L. (2019). “España es el segundo país con más SOCIMIS” en *El País*, 30 de marzo https://elpais.com/economia/2019/03/25/actualidad/1553537169_582242.html. Consulta: 30-04-2021
- Ardura Urquiaga, A., Lorente-Riverola, I., Mohino, I., y Ruiz Sanchez, J. (2019). “No estamos tan mal como Barcelona”: análisis de la proliferación y regulación de las viviendas de uso turístico en Madrid y Barcelona. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 83, 2828, 1–47. <http://dx.doi.org/10.21138/bage.2828>
- Atkinson, R. (2003). Domestication by Cappuccino or a revenge on urban space? Control and empowerment in the management of public spaces. *Urban Studies*, 40 (9), 1829–1843. doi: 10.1080/0042098032000106627.
- Bourdieu, P. (2012). *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*, Barcelona, Taurus (Edición original 1979)
- Casado, D. (2015) “Divino Pastor 9, un “pelotazo” inmobiliario de libro a costa de los madrileños” en *El Diario.es*, 4 de agosto. https://www.eldiario.es/madrid/somos/malasangana/divino-pastor-9-un-pelotazo-inmobiliario-de-libro-a-costa-de-los-madrilenos_1_6434435.html. Consulta: 30-04-2021
- (2022) “La hamburguesería de moda para llevar que amarga la vida a sus vecinos de Malasaña”, en *El Diario.es*, 8 de marzo. https://www.eldiario.es/madrid/somos/malasangana/hamburguesas-llevar-madrid-amargan-vida-vecinos_1_8755176.html Consulta: 30-04-2021

⁸ www.insideairbnb.com

- Celata F. (2018) “Il capitalismo delle piattaforme e le nuove logiche di mercificazione dei luoghi”, *Territorio*, 86, ed. Franco Angeli, p. 48-56.
- Chayka, K. (2016, 6 de agosto) How Silicon Valley Helps Spread the Same Sterile Aesthetic across the World.” #e Verge, <https://www.theverge.com/2016/8/3/12325104/Airbnb-aesthetic-global-minimalism-startup-gentrification>. Consulta: 30-04-2021
- Cocola-Gant, A. (2016). “Holiday Rentals: The New Gentrification Battlefront”. *Sociological Research Online*, 21 (3), 10. doi: 10.5153/sro.407
- (2018). “Tourism gentrification”. En Lees, L. y Phillips, M. (eds.), *Handbook of gentrification studies*. (pp. 281–293) Cheltenham and Northampton, Edward Elgar.
- Conti, G. y Perelli, C. (2007) “Governing Tourism Monoculture: Mediterranean Mass Tourism Destinations and Governance Networks”, en Burns, P.M. y Novelli, N. (eds) *Advances in Tourism Research, Tourism and Politics*, Elsevier, pp- 235-261,
- Eisenhardt, K. (1989). *Building Theories from Case Study Research*. *Academy of Management Review*, 14(4), 532-550.
- Esposito, A (2020) *Le case degli altri-La turistificazione del ventre di Napoli e le politiche pubbliche al tempo di Airbnb*. Tesis doctoral. Università di Roma-Sapienza
- Fernández Ramírez, C., Roch Peña, F. (2012) “La quiebra de la ciudad global y sus efectos en la morfología urbana. Madrid, bajo la lógica inmobiliaria de la acumulación-desposesión”. *Urban*, nº 3. págs. 45-63
- Fields, D. (2022). Automated landlord: Digital technologies and post-crisis financial accumulation. *Environment and Planning A. Economy and Space*, 54(1), 160–181.
- Fields, D., & Rogers, D. (2021). Towards a critical housing studies research agenda on platform real estate. *Housing, Theory and Society*, 38(1), Art. 1.
- Forni, P. (2010) Los estudios de caso: Orígenes, cuestiones de diseño y sus aportes a la teoría social. *Revista MIRÍADA*. Año 3, No. 5 (2010). Universidad del Salvador. Facultad de Ciencias Sociales. Instituto de Investigaciones en Ciencias Sociales (IDICSO), ISSN: 1851-9431
- García Pérez, E. (2014) “Gentrificación en Madrid: de la burbuja a la crisis” *Revista de Geografía Norte Grande*, nº 58, Pontificia Universidad Católica de Chile, Santiago de Chile, pp 71-91.
- (2017) “Madrid pinterest: vers la conquête de nouvelles frontières de gentrification commerciale en centre-ville”, en *Colloque international Commerce et changement urbain: stratégies entrepreneuriales, pratiques citoyennes et régulations politiques. Regards croisés Paris – Europe – Paris*, 18-20 enero 2017.
- García Pérez, E., Mateos Carmona, E., Maiello, V. y Rodríguez Sebastián, A. (2018) “Neighbourhoods and markets in Madrid: An uneven process of selective transformation”. Wn González, S (Ed.): *Contested Markets Contested Cities. Gentrification and urban justice in retail spaces*. *Routledge Studies in Urbanism and the City*. London: Routledge, pp. 99–114.
- Gil, 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*, 15-32.
- (2020) “The professionalization of Airbnb in Madrid: Far from a collaborative economy”. *Current Issues in Tourism*, 1-20.
- Gil, J.; Martínez, P. y Sequera, J. (2023) The neoliberal tenant dystopia: Digital polyplatform rentierism, the hybridization of platform-based rental markets and financialization of housing. *Cities*, vol 137. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2023.104245>.
- González, S (ed) (2018). *Contested Markets Contested Cities. Gentrification and urban justice in retail spaces*. London, Routledge.

- Hackworth, J. y Smith, N. (2001). "The changing state of gentrification". *Tijdschrift voor economische en sociale geografie* 92(4), 464–77. doi: 10.1111/1467-9663.00172.
- Hartman, T. (2007). "On the Ikeaization of France". *Public Culture*, 19(3), 483–498. <https://doi.org/10.1215/08992363-2007-006>
- Harvey, D. (2001) *Spaces of capital. Towards a critical geography*. Routledge, New York.
- (2006) "Neo-liberalism as creative destruction". *Geografiska Annaler Series B: Human Geography* 88:145-158.
- (2009). "The art of rent: globalisation, monopoly and the commodification of culture". *Socialist register*, 38, 93-110.
- Hernández Cordero, A. (2014): De la botiga a la boutique. *Gentrificación comercial en el Casc Antic de Barcelona URBS: Revista de estudios urbanos y ciencias sociales*, 6-1, 79-99
- Hubbard, P. (2018). "Retail gentrification", en Lees, L. y Phillips, M, *Handbook of Gentrification Studies* pp. 294-309. London, Edgar Elgare.
- Hyra, D., Fullilove, M., Moulden, D., y Silva, K. (2020). *Contextualizing gentrification chaos: The rise of the fifth wave*. Metropolitan Policy Center American University. <https://www.american.edu/spa/metro-policy/upload/contextualizing-gentrification-chaos.pdf>. Consulta: 30-04-2021
- Jover, J. y Díaz-Parra, I. (2020) "Gentrification, transnational gentrification and touristification in Seville, Spain". *Urban Studies* 57 (15), 3044-3059
- Lees, L. Slater, T. y Wyly, E. (2008). *Gentrification*. London: Routledge.
- Lepoutre, D. (2010). *Histoire d'un immeuble haussmannien: Catégories d'habitants et rapports d'habitation en milieu bourgeois*. *Revue française de sociologie*, 51, 321-358. <https://doi.org/10.3917/rfs.512.0321>
- Ley, D. (1996) *The new middle class and the remaking of the central city*. Oxford: Oxford University Press.
- Maitland, R. (2010) "Everyday Life as a Creative Experience in Cities". *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research* 4 (3), 176–85.
- McLoughlin, M. (2021) "Estos españoles apadrinados por Juan Roig quieren el trono de las cocinas fantasma". En *El Confidencial*. https://www.elconfidencial.com/tecnologia/2021-06-10/cocinas-fantasma-madrid-cuyna_3122687/. Consulta: 30-04-2021
- Pérez, A. (2017) "La 'turistificación' avanza en Malasaña: cinco casos de edificios enteros que se convierten en apartamentos turísticos". En *El Diario.es* https://www.eldiario.es/madrid/somos/malasangana-la-turistificacion-avanza-en-malasangana-cinco-casos-de-edificios-enteros-que-se-convierten-en-apartamentos-turisticos_1_6425761.html. Consulta: 30-04-2021
- (2021) "Divino Pastor 9, el edificio municipal que malvendió Botella y que ahora se ofrece como alojamiento vacacional". En *El Diario.es*, 26 de enero. Consulta: 30-04-2021
- Picketty T. (2014) *El capital en el siglo XXI*, Fondo de Cultura Económica.
- Rose, D. (1984). "Rethinking gentrification-beyond the uneven development of Marxist urban theory". *Environment and Planning D: Society and Space*. 2, 47-74. doi: 10.1068/d020047
- Smith, N. (2002) "New globalism, new urbanism: Gentrification as global urban strategy". *Antipode*, 34(3): 427-450. doi: 10.1111/1467-8330.00249.
- Sadowski, J. (2020). *The internet of landlords: Digital platforms and new mechanisms of rentier capitalism*. *Antipode*, 52(2), 562–580. <https://doi.org/10.1111/anti.12595>

- Sanz, E (2022) “El Canal de Isabel II saca a subasta por 3,3M un edificio en Tetuán, el barrio de moda “ En El Confidencial, 13 de abril https://www.elconfidencial.com/vivienda/2022-04-13/canal-isabel-ii-tetuan-dazia-capital-orinoquia-capriles-coli-ving_3407392/ Consulta: 30-04-2021
- Slater, T. (2017) “Planetary Rent Gaps”. *Antipode*, 49, 114–37. doi: 10.1111/anti.12185.
- Smith, N. (1979) “Toward a theory of gentrification: a back to the city movement by capital, not people”, *Journal of the American Planning Association* 45, 538–548. doi: 10.1080/01944367908977002.
- Sorkin, M. (ed.) (2004). *Variaciones sobre un parque temático: la nueva ciudad americana y el In del espacio público*. Barcelona, Gustavo Gili
- Srnicek, N. (2018) *Capitalismo de Plataformas*. Caja Negra editorial. 128pp.
- Walliser, A. y de la Fuente, R (2017) “Los nuevos activismos urbanos y la institucionalidad del cambio en Madrid”. Baron-Yelles, N. y Romero, J (eds. lits.). *Cultura territorial e innovación social. ¿Hacia un nuevo modelo metropolitano en Europa del Sur?* Valencia, Universidad de Valencia.
- Yin, R. (1984). *Case Study Research. Design and Methods*. Thousand Oaks, Ca.: Sage Publications.
- Zeitlin, M. (2019) “Why WeWork went wrong”. *The Guardian*, 20 de diciembre <https://www.theguardian.com/business/2019/dec/20/why-wework-went-wrong>. Consulta: 30-04-2021
- Zukin, S. (2011) *Naked City: The Death and Life of Authentic Urban Places*. New York, Oxford University Press USA.

