



ESPECTROS DE ESPECTROS: CARTOGRAFÍA DE ESTABLECIMIENTOS “FANTASMALES” NO-OFICIALES A TRAVÉS DE LA PLATAFORMA DIGITAL PEDIDOSYA EN MONTEVIDEO

SPECTERS OF SPECTERS: A MAPPING OF 'GHOSTLY' UNOFFICIAL ESTABLISHMENTS THROUGH THE DIGITAL PLATFORM PEDIDOSYA IN MONTEVIDEO

RESUMEN Tras la aparición —en Montevideo, Uruguay— de dos conjuntos de “cocinas fantasmas” construidos por la plataforma digital PedidosYa, una de las compañías líderes del mercado del *delivery* en América Latina, este artículo presta atención a los rastros de otros establecimientos con características fantasmales que también operan con la aplicación, pero que son desarrollados por terceros. Para hacerlo, trabaja en la elaboración de una cartografía y un catálogo visual de su presencia en la ciudad, con lo que hace visible de qué formas se despliegan territorialmente, permitiendo entrever sus características espaciales “espectrales” y así aportar al debate sobre nuevas dinámicas de consumo asociadas a lo digital desde una perspectiva urbano-espacial crítica.

ABSTRACT After the arrival—in Montevideo, Uruguay— of two 'ghost kitchen' clusters built by the digital platform PedidosYa, one of the leading companies in the delivery market in Latin America, this article pays attention to the traces of other establishments with ghostly characteristics that also operate with the application, but are developed by third parties. To do so, it works on the elaboration of a mapping and a visual catalog of their presence in the city, thus making visible in what ways they are deployed territorially, allowing us to glimpse their 'spectral' spatial characteristics and thus contribute to the debate on new consumption dynamics associated with the digital from a critical urban-spatial perspective.

DIEGO MORERA SÁNCHEZ

Universidad Politécnica de Madrid
Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Madrid
Madrid, España

Universidad de la República
Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo
Montevideo, Uruguay

d.morera@alumnos.upm.es

<https://orcid.org/0009-0002-4471-0808>

PALABRAS CLAVE

espectros
infraestructuras
cartografía
urbanismo
plataformas digitales

KEYWORDS

specters
infrastructures
mapping
urbanism
digital platforms

PRESTAR ATENCIÓN A LOS RASTROS DE LOS ESPECTROS

En 2019, en un barrio de alta renta de Montevideo, hizo su aparición el primer *cluster* "oficial" de "cocinas fantasmas" de PedidosYa. La compañía, de origen uruguayo, pero adquirida por el gigante alemán Delivery Hero, es hoy una de las líderes del mercado del *delivery* y del *Q-commerce* en América Latina.¹ Creada para satisfacer la demanda online de comidas para reparto, la tipología no aceptaba el ingreso de público, ya que fue construida para capitalizar economías de escala y asegurar la velocidad en la entrega (Shapiro, 2023).

El conjunto de instalaciones gastronómicas fue anunciado con orgullo a la prensa, pero su funcionamiento no duraría mucho tiempo. A pesar de la publicidad inicial, el cierre del *cluster*, ocurrido unos meses después de su inauguración, fue poco escandaloso, reflejando las dinámicas de prueba y error con las que estas arquitecturas son diseñadas.

Más tarde, en 2020, la empresa puso en funcionamiento un segundo *cluster*, esta vez ubicado en un barrio del anillo medio de la ciudad. A diferencia del primero, este proyecto no contó con difusión pública y se desarrolló en conjunto con un "supermercado fantasma" de PedidosYa Market, que tuvo mayor éxito y funcionó hasta el 2024.²

Este trabajo, sin embargo, no se centra en el nacimiento y declive de esos casos, sino que presta atención a los rastros de algunos de sus parientes aún más escurridizos, que también habitan la ciudad y operan con la plataforma de PedidosYa, pero que son desarrollados por terceros: nos referiremos a ellos como "espectros de espectros". Así, se empleará dos veces el término "espectros" en cuanto registros de una gama o dispersión de diversas entidades entendibles como *fantasmagóricas*, extendiendo el uso de la expresión "cocinas o supermercados fantasmas" a otros tipos de establecimientos gastronómicos.

Reconociendo la dificultad de nombrar aquello que no vemos, este trabajo se propone aportar al debate sobre nuevas dinámicas de consumo asociadas a lo digital desde una perspectiva urbana y espacial. En línea con varios

PAYING ATTENTION TO THE TRACES OF SPECTERS

In 2019, in a high-income neighborhood of Montevideo, the first 'official' PedidosYa 'ghost kitchen' cluster made its appearance. The company, Uruguayan in origin but acquired by the German giant Delivery Hero, is currently one of the leaders in the delivery and Q-commerce market in Latin America.¹ Created to meet the online demand for food delivery, the typology did not allow access to the public, as it was built to capitalize on economies of scale and ensure speed of delivery (Shapiro, 2023).

The cluster of gastronomic facilities was proudly announced to the press, but its operation would not last long. Despite the initial publicity, the closure of the facility a few months after its inauguration was hardly scandalous, reflecting the trial-and-error dynamics with which these architectures are designed.

Later, in 2020, the firm began to operate a second cluster, this time located in a neighborhood in the city's middle ring. Unlike the first one, this project did not have public outreach and was developed in conjunction with a PedidosYa Market, a 'ghost supermarket' that was more successful and operated until 2024.²

This paper, however, does not focus on the birth and decline of those cases, but pays attention to the traces of some of their even more elusive relatives, which also inhabit the city and operate with the PedidosYa platform, but are developed by third parties: we will refer to them as 'specters of specters'. So, the term 'specters' will be used twice as records of a range or dispersion of diverse entities understandable as *ghostly*, extending the use of the expression 'ghost kitchens or supermarkets' to other types of gastronomic establishments.

While acknowledging the difficulty of naming what we do not see, this paper aims to contribute to the debate on new consumption dynamics associated with the realm of the digital from an urban and spatial perspective. In line with several authors investigating

¹ Fundada en Montevideo en 2009, se define como una "plataforma digital simple y práctica (...) [que opera] bajo las premisas de la rapidez y la sencillez" (PedidosYa, 2024) y está presente en más de 500

ciudades de quince países latinoamericanos.

² Para un análisis espacio-temporal de este caso y su rol activo en la expansión urbana de la empresa, ver Morera, 2023.

¹ Founded in Montevideo in 2009, it defines itself as a "simple and practical digital platform (...) [that operates] under the premises of speed and simplicity" (PedidosYa, 2024) and is present in more

than 500 cities in fifteen Latin American countries.

² For a spatial-temporal analysis of this case and its active role in the company's urban expansion, see Morera, 2023.

autores que investigan plataformas digitales similares a PedidosYa como nuevas y complejas infraestructuras urbanas (Casilli, 2017; Easterling, 2016; Edwards et al., 2009; Kitchin & Lauriault, 2014; Plantin & Punathambekar, 2019), se elaboró una cartografía del despliegue territorial de la aplicación en Montevideo y un catálogo visual conformado por imágenes subidas por usuarios a reseñas de los establecimientos que operan con la plataforma. El objetivo es hacer visible de qué formas se distribuye su presencia en la ciudad y entrever sus características espaciales “espectrales”.

Si bien en el campo arquitectónico contemporáneo son varios los proyectos e investigaciones que problematizan la idea de lo fantasmal³ para dialogar con los “espectros de espectros” montevideanos, nos apoyaremos primero en la noción de “hauntología”, acuñada por Jacques Derrida en *Espectros de Marx* (1998) y expandida en la crítica cultural de Mark Fisher (2018). Según este último, este concepto parte de un “juego de palabras sobre la noción de ‘ontología’, el estudio filosófico de lo que se puede decir que existe” y refiere al “hecho de que nada goza de una existencia puramente positiva”, sino que “todo lo que existe es posible únicamente sobre la base de una serie de ausencias, que lo preceden, lo rodean y le permiten poseer consistencia e inteligibilidad” (Fisher, 2018, p. 43-44). Así, lo espectral “es algo que, justamente, no se sabe, y no se sabe si precisamente es, si existe, si responde a algún nombre” (Derrida, 1998, p. 20), ya que “no puede estar completamente presente: no es un ser en sí mismo, pero señala una relación con *lo que ya no es más* o *con lo que todavía no es*” (Hägglund, 2008, p. 44)

¿Qué son o qué quieren ser las arquitecturas de compleja identificación en las que se encarnan los “espectros de espectros”? ¿Son un vestigio de viejos restaurantes que se rehúsan a morir, o de rituales colectivos en torno a la

digital platforms similar to PedidosYa as new and complex urban infrastructures (Casilli, 2017; Easterling, 2016; Edwards et al., 2009; Kitchin & Lauriault, 2014; Plantin & Punathambekar, 2019), a mapping of the territorial deployment of the application in Montevideo was elaborated together with a visual catalog composed of images uploaded by users posting reviews of the establishments that operate with the platform. The objective is to make visible in what ways their presence is distributed in the city and to get a glimpse of their 'spectral' spatial characteristics.

Although in the contemporary architectural field there are several projects and investigations that problematize the idea of the ghostly,³ to establish a dialogue with Montevideo's 'specters of specters', we will first draw on the notion of 'hauntology' coined by Jacques Derrida in *Specters of Marx* (1998), and expanded in the cultural criticism of Mark Fisher (2018). According to the latter, this concept starts from a “play of words on the notion of 'ontology', the philosophical study of what can be said to exist” and refers to “the fact that nothing enjoys a purely positive existence,” but that “everything that exists is possible only on the basis of a series of absences, which precede and surround it, allowing it to possess such consistency and intelligibility” (Fisher, 2018, p. 43-44). Thus, the spectral “is something that one does not know, precisely, and one does not know if precisely it is, if it exists, if it responds to a name” (Derrida, 1998, p. 20), since “it cannot be completely present: it is not a being in itself, but points to a relation with what is no longer or with what it is not yet” (Hägglund, 2008, p. 44).

What are those hard-to-identify architectures in which the 'specters of specters' are incarnated? Or what do they want to be? Are they vestiges of the old

³ Entre ellos, la investigación e intervención “Phantom: Mies as Rendered Society” (2013) de Andrés Jaque sobre el subsuelo oculto del Pabellón de Barcelona; “Phantom Urbanism” de OMA y Reinier de Graaf, en colaboración con Harvard GSD (2018) sobre dinámicas de libre empresa en la planificación urbana; el análisis de la estrategia de intervenciones efímeras en el espacio público englobadas bajo el título

de “Urbanismo Fantasma. Estrategia urbana para el Festival Veranos de la Villa”, de elii [oficina de arquitectura] (2016-2019); la publicación *Arquitectura fantasma* del arquitecto Juan Elvira (2021); o los dos recientes números de *Lo Squaderno. Explorations in Space and Society* dedicados a las temáticas: “Ghosts [Crowds]” (nº 62) y “Ghosts [Phantasmagorias]” (nº 64).

³ Among them, the research and intervention 'Phantom: Mies as Rendered Society' (2013) by Andrés Jaque about the hidden underground of the Barcelona Pavilion; 'Phantom Urbanism' by OMA and Reinier de Graaf, in collaboration with Harvard GSD (2018) on free enterprise dynamics in urban planning; the analysis of the strategy of ephemeral interventions in public space collected under

the title 'Phantom Urbanism. Urban Strategy for the Veranos de la Villa Festival', by elii [architecture office] (2016-2019); the publication *Arquitectura fantasma* by architect Juan Elvira (2021); or the two recent issues of *Lo Squaderno. Explorations in Space and Society* dedicated to these themes: 'Ghosts [Crowds]' (Issue 62) and 'Ghosts [Phantasmagorias]' (Issue 64).

alimentación a los que debemos rendir duelo? ¿Son, acaso, una nueva generación de infraestructuras gastronómicas mediadas digitalmente que celebran una expansión de lo doméstico? ¿Necesitan normativas específicas más atentas a su condición fantasmal? ¿Se trata de ensamblajes transicionales, o su dimensión liminal se acerca a un estado definitivo?

Cualesquiera que sean las respuestas, lo que resulta incontestable es la potencia transformadora de la "cosa fantasmal" (Derrida, 1998), más aún en el marco de una hauntología pensada como la agencia de lo virtual en un "mundo gobernado por las abstracciones financieras en el que claramente las virtualidades son efectivas" (Fisher, 2018, p. 45). Como señala Éric Sadin, "estaremos cada vez más rodeados de espectros encargados de diseñar nuestras vidas", sumidos en una "competencia por la presencia" en la que "cada actor se esforzará en imponer indefinidamente su imperio espectral en desmedro de los demás" (2018, p. 40). Por ello, es urgente hacer visibles a estos fantasmas para, en la medida de lo posible, habilitar debates públicos en torno a ellos.

CARTOGRAFIAR ESPECTROS...

La cartografía aquí presentada fue desarrollada como un ejercicio de *hackeo* al secretismo propio de este tipo de plataformas y sus algoritmos privados. Su construcción se asienta en una extensa base de datos tomados uno a uno de la aplicación de PedidosYa. Así, a través de un trabajo cuasi-artesanal, mediante el posicionamiento de usuarios ficticios distribuidos en una malla homogénea sobre la ciudad, se logró vincular las marcas de todos los restaurantes ofrecidos en ella con las direcciones geolocalizadas desde donde se "emiten" los pedidos. De este modo, por ejemplo, el *cluster* de "cocinas fantasmas" mencionado en la introducción resulta fácilmente evidenciable al concentrar la oferta de una veintena de marcas en una misma ubicación.

Los puntos en la cartografía [FIGURAS 1–3] indican la ubicación de los 1.150 emisores de productos gastronómicos repartidos por PedidosYa en la ciudad al momento de la medición, y registran casi 6.400 posibles conexiones simultáneas entre estos y los usuarios ficticios. Si estos datos fueran extrapolados a una población de 1.000 usuarios equitativamente distribuidos en la ciudad y que estuviesen realizando pedidos al mismo tiempo, se alcanzarían más de 189.000 conexiones simultáneas, lo que da cuenta de la escala de la red que conecta en tiempo real a restaurantes, trabajadores, consumidores y alimentos.

Al denominar los tipos de establecimientos cartografiados como "espectros de espectros" se pretende trabajar con lo

restaurants that refuse to die, or of collective rituals around food that we must mourn? Are they, perhaps, a new generation of digitally mediated gastronomic infrastructures that celebrate an expansion of the domestic? Do they require specific regulations that are more attentive to their ghostly condition? Are they transitional assemblages, or is their liminal dimension approaching a definitive state?

Whatever the answers may be, what is unquestionable is the transformative might of the 'ghostly thing' (Derrida, 1998), even more so in the framework of a hauntology thought of as the agency of the virtual in a world that, "governed by the abstractions of finance, is very clearly a world in which virtualities are effective" (Fisher, 2018, p. 45). As Éric Sadin points out, "we will be increasingly surrounded by specters in charge of designing our lives," plunged into a "competition for presence" in which "each actor will strive to indefinitely impose its spectral empire to the detriment of others" (2018, p. 40). It is therefore urgent to make these ghosts visible in order to, as far as possible, enable public debates around them.

MAPPING SPECTERS...

The mappings presented here were developed as an exercise in hacking the secrecy of this type of platforms and their private algorithms. Their construction is based on an extensive database collected one by one from the PedidosYa application. Thus, through a quasi-artisanal work, by positioning fictional users distributed in a homogeneous mesh over the city, it was possible to link the brands of all the restaurants offered in it with the geolocated addresses from where the orders are 'issued'. In this way, for example, the cluster of 'ghost kitchens' mentioned in the introduction becomes easily visible by concentrating the offer of about twenty brands in the same location.

The points on the maps [FIGURES 1–3] indicate the location of the 1,150 issuers of gastronomic products distributed by PedidosYa in the city at the time of the measurement, and record almost 6,400 possible simultaneous connections between them and the fictitious users. If this data were extrapolated to a population of 1,000 users equally distributed in the city and who were placing orders at the same time, it would reach more than 189,000 simultaneous connections, which shows the scale of the network that connects restaurants, workers, consumers, and food in real-time.

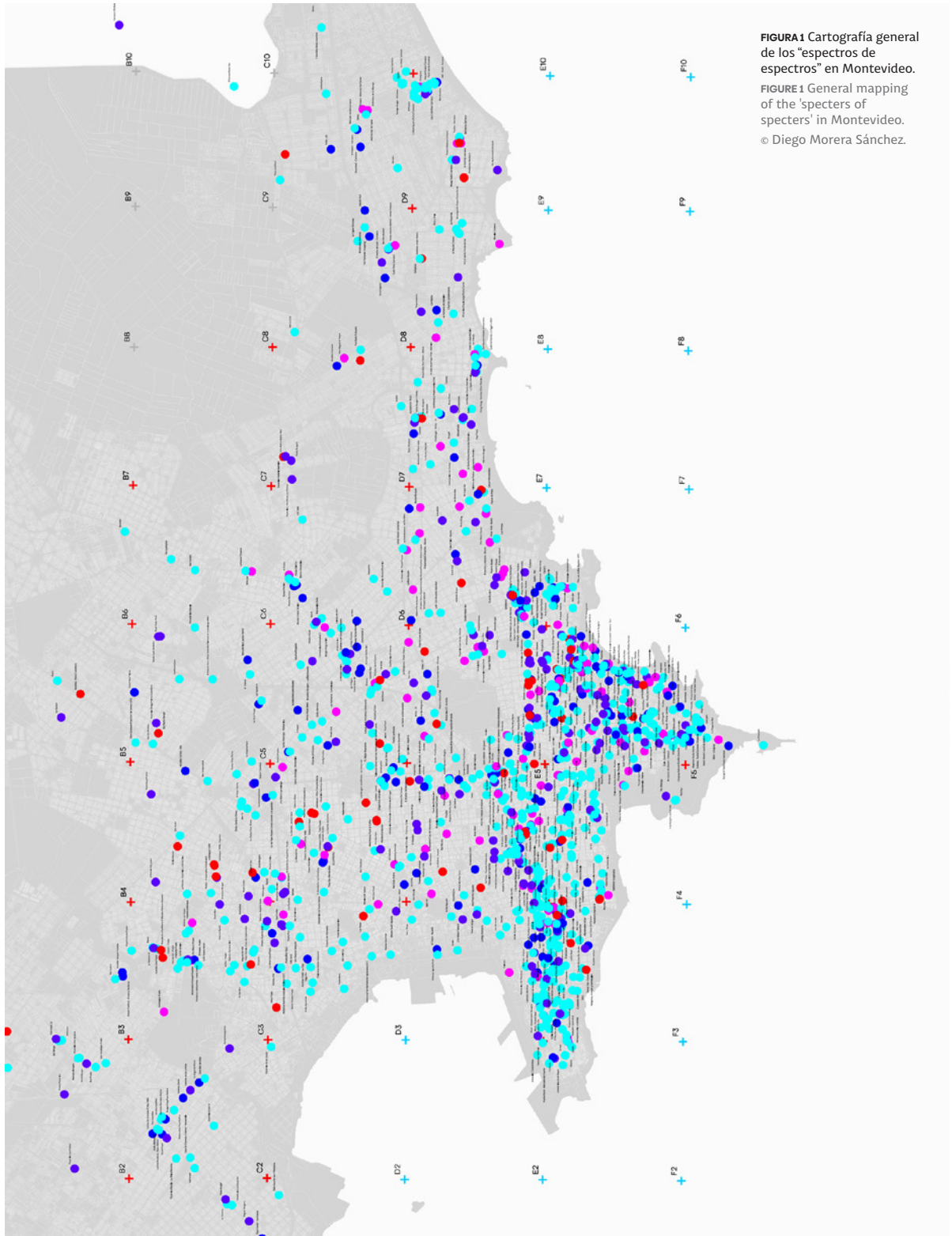
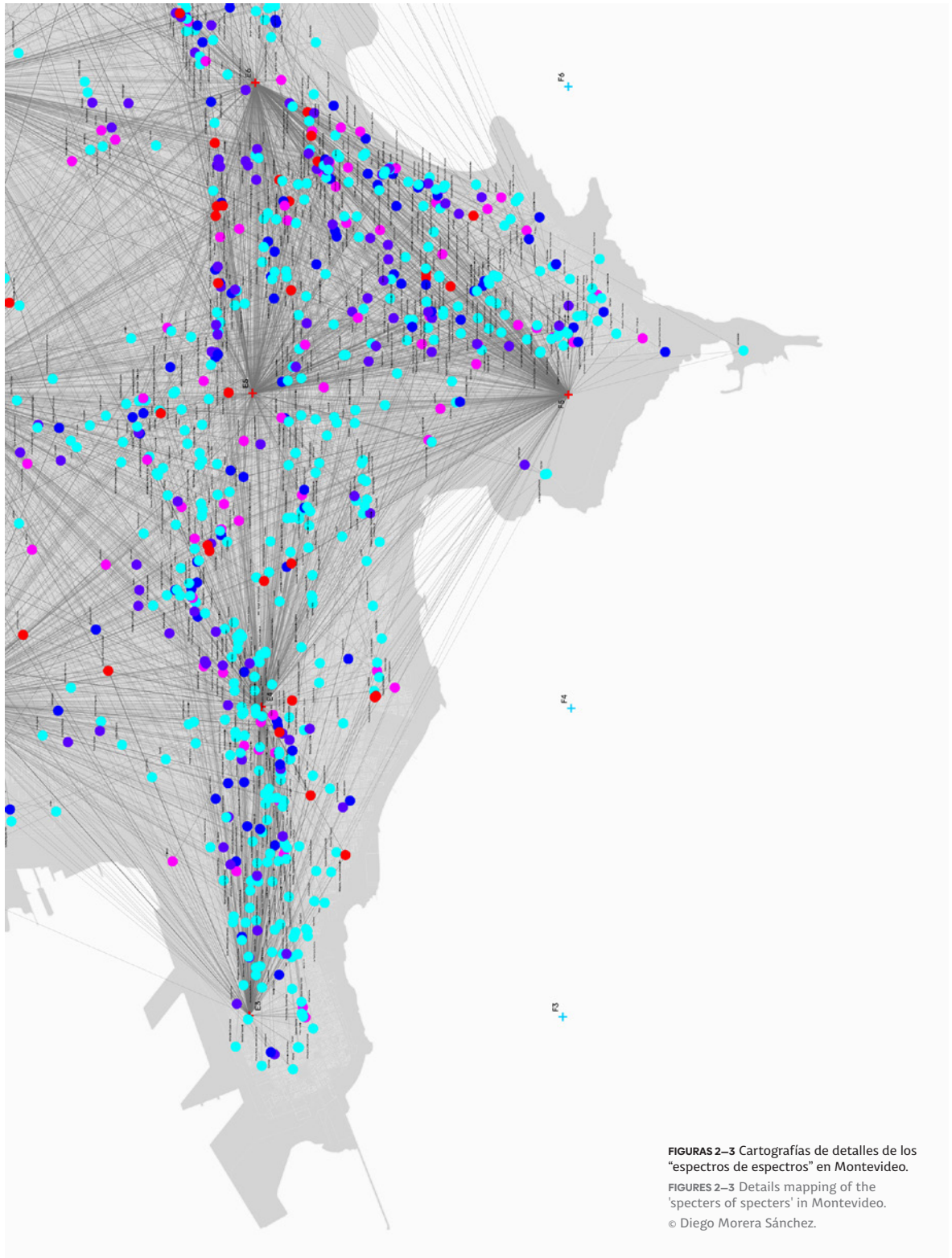


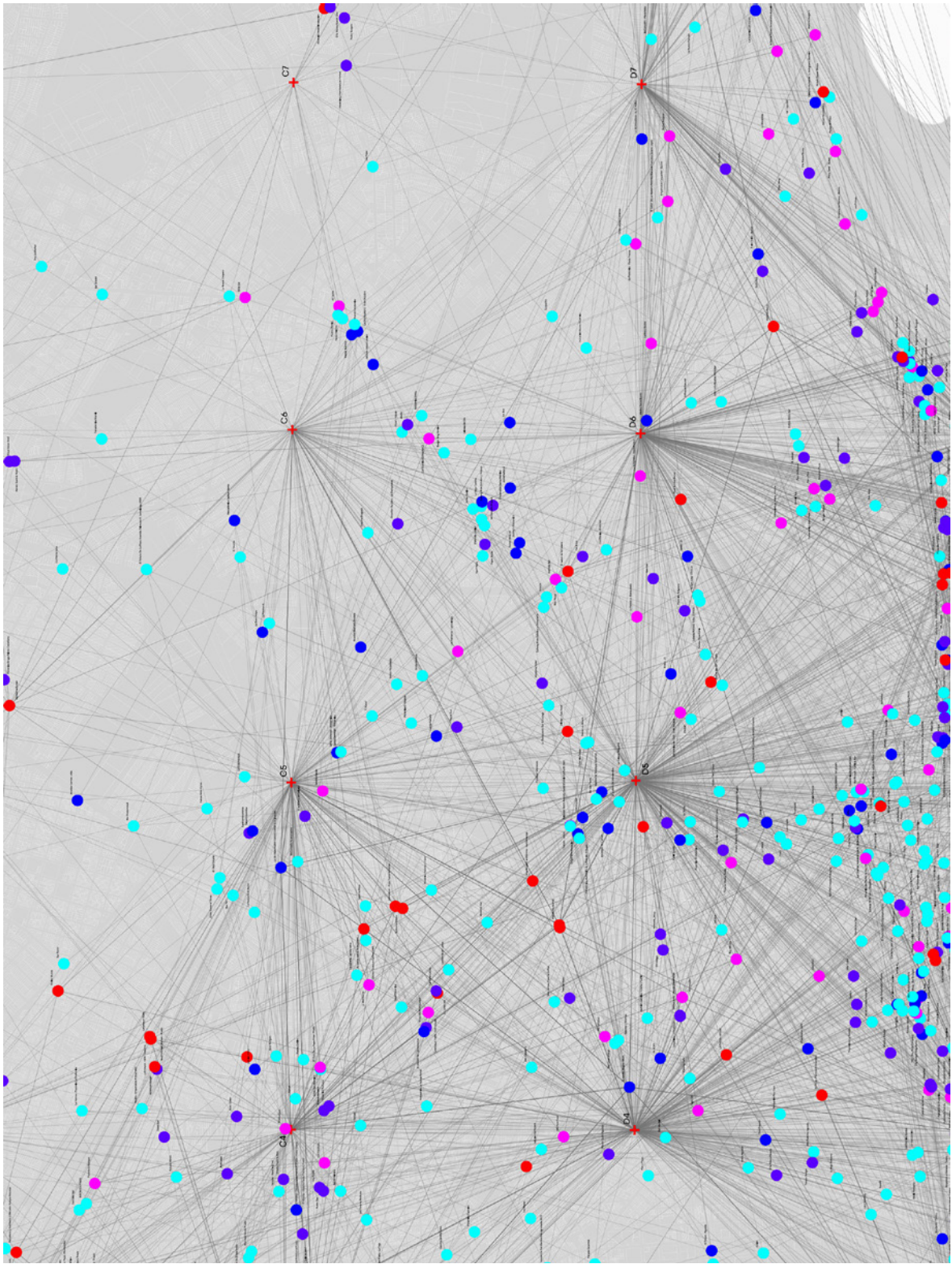
FIGURA 1 Cartografía general de los "espectros de espectros" en Montevideo.
FIGURE 1 General mapping of the 'specters of specters' in Montevideo.
© Diego Morera Sánchez.



FIGURAS 2–3 Cartografías de detalles de los "espectros de espectros" en Montevideo.

FIGURES 2–3 Details mapping of the 'specters of specters' in Montevideo.

© Diego Morera Sánchez.



que queda al margen de lo que entendemos por restaurantes tradicionales. Estos últimos son emisores de alimentos que desde una única dirección distribuyen productos de una sola marca, pero también incluyen los locales que ofrecen varias marcas desde un mismo sitio y que son reconocibles como *shopping malls* o mercados gastronómicos.

Así, la cartografía explora una serie de espacios heterogéneos desarrollados por terceros que incorporan inteligencias espectrales mediadas digitalmente: restaurantes existentes que suman a su oferta una(s) nueva(s) marca(s) que se comercializa(n) solo de forma digital, nuevos restaurantes creados para emitir alimentos para más de una marca o locales solo dedicados al *delivery* que distribuyen una o varias propuestas gastronómicas. Pese a la diversidad de ejemplos, el conjunto se caracteriza por la falta de claridad para comunicar a los consumidores físicos (en la calle) y digitales (en la plataforma) en qué espacio concreto son producidos qué alimentos.

Por un lado, con el color cian la cartografía señala los restaurantes tradicionales y con el azul los *malls* y mercados gastronómicos. Por otro, aparecen diferenciados con color rojo los "espectros de espectros" que indican emprendimientos que trabajan exclusivamente con *delivery* y que emiten más de una marca; con color violeta los sitios que trabajan exclusivamente con *delivery*, pero que trabajan solo con una marca; y con magenta los restaurantes que emiten más de una marca desde una misma dirección.

Así, observamos cómo, a diferencia de las 1.150 direcciones de emisores de pedidos registradas en la aplicación, se contabilizan 1.583 marcas de restaurantes digitales, lo que supone 1,38 veces más; o cómo, si sumamos al dato anterior los emprendimientos dedicados exclusivamente al *delivery*, el porcentaje de establecimientos con algún tipo de *spectralidad* asciende al 31,8 por ciento del total.

En cuanto a su distribución, podemos observar cómo "los espectros de espectros" se encuentran presentes en toda la ciudad, al tiempo que su densidad acompaña el reparto desigual de los establecimientos gastronómicos en el territorio. Por ejemplo, un usuario situado en un barrio de renta media-alta [FIGURA 1 - PUNTO E5] podrá acceder a una oferta de 619 emisores, de los cuales el 45 por ciento presenta características espectrales (solo *delivery*, varias marcas: 8,4%; solo *delivery*, una marca: 11,6%; restaurante, varias marcas: 25%); otro, localizado en un área media [FIGURA 1 - PUNTO C4] podrá acceder a 256, de los cuales 49,9 por ciento es espectral (solo *delivery*, varias marcas: 15,6%; solo *delivery*, una marca: 10,1%; restaurante, varias marcas: 24,2%); y uno en un sector de renta media-baja [FIGURA 1 - PUNTO B3] a 130

By naming the types of establishments mapped as 'specters of specters', the idea is to work with what is on the fringes of what we understand as traditional restaurants. The latter are food outlets that distribute products of a single brand from a single address, but also include premises that offer several brands from a single location and are identifiable as shopping malls or food markets.

Hence, the mapping explores a series of heterogeneous spaces developed by third parties that incorporate digitally mediated spectral intelligences: existing restaurants that add new brand(s) to their offer which are marketed only digitally, new restaurants created to issue food for more than one brand, or delivery-only venues that distribute one or more gastronomic proposals. Despite the diversity of examples, the whole is characterized by a lack of clarity in communicating to physical (on-street) and digital (on-platform) consumers what food is produced in which specific space.

On the one hand, in color cyan, the mapping indicates traditional restaurants, and in blue the malls and food markets. On the other, the 'specters of specters' are differentiated with red, indicating businesses that work exclusively with delivery and issue more than one brand; in violet, sites that work exclusively with delivery, but only with one brand; and in magenta, restaurants that issue more than one brand from the same address.

This way, we observe how, in contrast to the 1,150 addresses of order issuers registered in the application, there are 1,583 digital restaurant brands, which is 1,38 times more; or how, if we add to the previous data the businesses exclusively dedicated to delivery, the percentage of establishments with some type of *spectrality* rises to 31.8 percent of the total.

In terms of distribution, we can see how 'specters of specters' are present throughout the city, while their density accompanies the unequal distribution of gastronomic establishments in the territory. For example, a user located in an upper-middle income neighborhood [FIGURE 1 - POINT E5] will be able to access an offer of 619 outlets, 45 percent of which have spectral characteristics (delivery only, several brands: 8.4%; delivery only, one brand: 11.6%; restaurant, several brands: 25%); another, located in a medium area [FIGURE 1 - POINT C4] will be able to access 256, of which 49.9 percent are spectral (delivery only, several brands: 15.6%; delivery only, one brand: 10.1%; restaurant,

opciones, de los cuales 41,6 por ciento es espectral (solo *delivery*, varias marcas: 14,6%; solo *delivery*, una marca: 17%; restaurante, varias marcas: 10%). Estos datos nos permiten concluir preliminarmente que los espacios dedicados exclusivamente al *delivery* tienen mayor presencia relativa en las zonas no centrales, donde se registra menor presencia de “restaurantes tradicionales”.

Durante el proceso de investigación, acompañando esta cartografía, se llevó a cabo una compilación de fotografías para el análisis y catalogación de los establecimientos gastronómicos [FIGURAS 4–7]. En ellas encontramos rastros para entrever cómo se materializan los “espectros de espectros”. Estos locales se desprenden, aunque sea parcialmente, de la necesidad de vincularse con los visitantes, al adaptar sus instalaciones a los pedidos de venta online y a la consecuente llegada de repartidores que utilizan las aplicaciones de *delivery*.

Si bien nos enfrentamos a un grupo heterogéneo de locales comerciales, destacan ciertas características que podemos leer como denominadores comunes. Al preferir, o hacer convivir, la definición digital a la física en la ciudad, su identidad se torna borrosa y parece situarse cómodamente entre lo *que ya no es más* y lo *que todavía no es* hauntológico. Exteriormente, mantienen algunas características propias de los comercios gastronómicos tradicionales, como carteleras llamativas o pequeños espacios de espera o consumo, al tiempo que se cierran tras fachadas que no invitan al ingreso, con puertas pequeñas, vidrieras enrejadas o dispositivos diseñados para la entrega de paquetes a través de pequeñas ventanas. Su signo distintivo, sin duda, es el aparcamiento cercano y la constante presencia de motos y bicicletas.

Interiormente, sus áreas son pequeñas, ya que aprovechan locales o terrenos que no servirían para acoger restaurantes tradicionales. Sus metros cuadrados se destinan en su mayoría a la producción de alimentos, a la entrega a través de un mostrador y a la espera de los repartidores. Materialmente, parecen replicar características propias de las cocinas fantasmas adaptadas a cada situación: espacios genéricos que son fácilmente construibles, mantenibles e higienizables.

...PARA PODER DIALOGAR CON ELLOS

Muchas veces, al ordenar comida por *delivery* sentimos frustraciones por la diferencia entre lo deseado, lo prometido y lo finalmente obtenido [FIGURAS 8–11]. Una frustración similar pueden sentir los arquitectos que intentan entender los fenómenos espaciales espectrales en un momento desafiado por la omnipresencia de las

several brands: 24.2%); and one in a medium–low income sector [FIGURE 1 – POINT B5] to 130 options, of which 41.6 percent are spectral (delivery only, several brands: 14.6%; delivery only, one brand: 17%; restaurant, several brands: 10%). These data allow us to preliminarily conclude that spaces dedicated exclusively to delivery have a greater relative presence in non–core areas, where there is less presence of 'traditional restaurants'.

During the research process, accompanying this mapping, a compilation of photographs was done for the analysis and cataloging of the gastronomic establishments [FIGURES 4–7]. In them, we found traces that allowed us to glimpse how the 'specters of specters' materialize. These premises arise, even if only partially, from the need to link with visitors, by adapting their facilities to online sales orders and the consequent arrival of delivery drivers using delivery applications.

Although we are faced with a heterogeneous group of commercial spaces, certain characteristics stand out which we can read as common denominators. By preferring, or making coexist, the digital definition to the physical one in the city, their identity becomes blurred and appears to sit comfortably between what *is no longer* and what *is not yet* hauntological. Externally, they preserve some traditional characteristics of food stores, such as conspicuous signage, or small waiting or consumption spaces, while at the same time, they are closed behind facades that do not invite entry, with small doors, barred window displays, or devices designed for the delivery of packages through small windows. Their distinctive sign, without a doubt, is the nearby parking and constant presence of motorcycles and bicycles.

Inside, their areas are small, since they take advantage of premises or land that would not be suitable for traditional restaurants. Their square meterage is mostly used for food production, delivery through a counter, and waiting areas for delivery persons. Materially, they seem to replicate characteristics of ghost kitchens adapted to each situation: generic spaces that are easily constructed, maintained, and sanitized.

...TO BE ABLE TO DIALOGUE WITH THEM

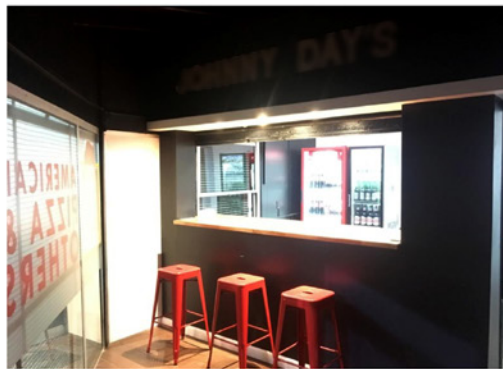
Oftentimes, when ordering food by delivery we feel frustrated by the difference between what is desired, what is promised, and what is finally obtained [FIGURES 8–11]. A similar frustration can be felt by architects trying to understand the spectral spatial phenomena, at

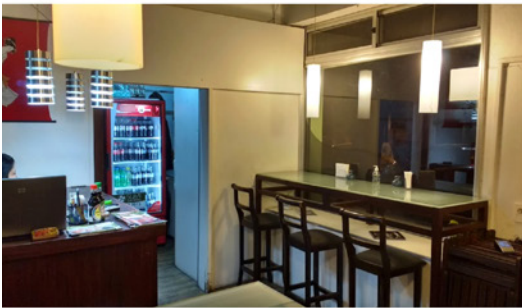
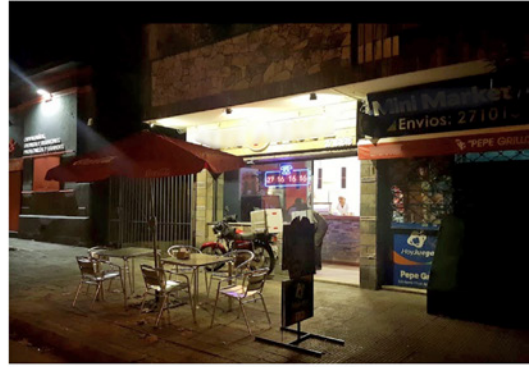
FIGURAS 4–7 Colección de escenas en diversos espacios del "espectro de espectros" en Montevideo. Imágenes tomadas de reseñas publicadas en Internet por usuarios anonimizados. Las marcas y rostros han sido borrados de las imágenes.

FIGURES 4–7 Collection of scenes in diverse spaces of the 'specter of specters' in Montevideo. Images taken from reviews published on the internet by anonymized users. The brands and faces have been erased from the images.

© Diego Morera Sánchez.





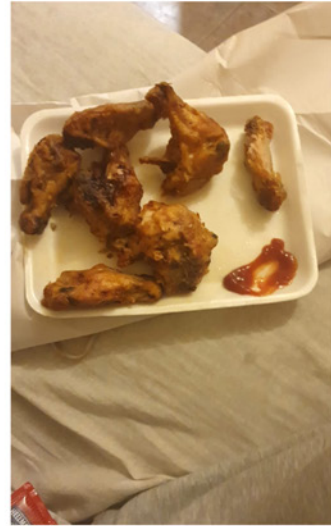




FIGURAS 8–11 Colección de registros de alimentos despachados por *delivery* desde espacios del "espectro de espectros" en Montevideo. Imágenes tomadas de reseñas publicadas en internet por usuarios anónimos. Las marcas y rostros han sido borrados de las imágenes.

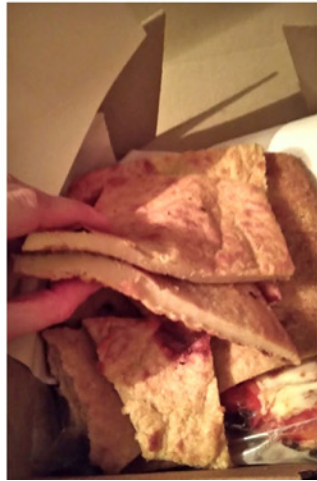
FIGURES 8–11 Collection of recordings of food dispatched via *delivery* from spaces in the 'specter of specters' in Montevideo. Images taken from reviews published on the internet by anonymous users. The brands have been erased from the images.

© Diego Morera Sánchez.









tecnologías digitales, sobre todo si es que trabajan con categorías disciplinares basadas en binomios obsoletos.

Como dice Paul B. Preciado al escribir sobre el deceso autofilmado por un *streamer* chino que murió al caer desde una torre que trepó para obtener *views*:

¿La actividad de rooftoper de Wu Yongning era un deporte, un pasatiempo, un espectáculo, una práctica artística, una patología psico-arquitectónica, un intento de suicidio, una forma de activismo? O quizás, las oposiciones binarias sobre las cuales descansan todas estas nociones (trabajo/ocio, normal/patológico, salud/enfermedad, invisibilidad/espectáculo, arte/política) están siendo desplazadas por las formas de producción de subjetividad y representación que acompañan al capitalismo financiero, la techno-urbanización del mundo, la alta conectividad y la creciente automatización de la vida (2018, p. 300).

Considerando la perspectiva de Preciado sobre las categorías binarias, nos aventuramos con algunas conclusiones preliminares: como siempre ha ocurrido, lo espectral está con nosotros. Tiene agencia, se moviliza rápidamente, ocupa distintas formas y temporalidades. Por ello, debemos prestarle atención a este fenómeno y no solo trabajar con las figuras reconocibles y los discursos oficiales.

Como parte de un modelo económico basado en las tecnologías digitales, lo fantasmal de los establecimientos comerciales mediados digitalmente es ahora una opción viable y ocupa un rol más en el consumo y la logística de la ciudad. Como alternativa de consumo, complementa estructuras mercantiles existentes y las potencia mediante esta nueva dimensión digital, al tiempo que aniquila otras y crea nuevas estructuras que deben aprender a convivir y competir entre sí.

A nivel urbano, los "espectros de espectros" parecen situarse cómodamente entre las controversias del "urbanismo de la última milla" global (Altenried, 2019) y la *espectralización* como estrategia espacial del "capitalismo *gore*", que oculta y exime de responsabilidad a gobiernos y empresas de sus acciones y que es analizado en el contexto de América del Sur por la autora mexicana Sayak Valencia (2010).

Si bien es cierto que el caso analizado está en Montevideo, sus dinámicas y repercusiones tienen lugar en una infinidad de ciudades y, dentro de ellas, en distintos niveles. Si el intercambio comercial ha definido históricamente la conformación de nuestros asentamientos urbanos, debemos dialogar con estos espectros para entender qué quieren ser, así como para definir, como sociedad, qué queremos hacer con ellos.

times when the omnipresence of digital technologies presents challenges, especially to those who work with disciplinary categories based on obsolete binomials.

As Paul B. Preciado points out when he writes about the self-filmed death of a Chinese streamer who died after falling from a tower he had climbed to get views:

Was Wu Yongning's roofing a sport, a hobby, a show, an artistic practice, a psycho-architectonic pathology, a suicidal attempt, a form of activism? Or perhaps the binary oppositions upon which all these notions rest (work/leisure, normal/pathological, health/disease, invisibility/spectacle, art/politics) are being displaced by the forms or production of subjectivity and representation that come along with financial capitalism, the techno-urbanization of the world, high connectivity, and the increasing automation of life. (2018, p. 300)


Considering Preciado's perspective about the binary categories, we venture some preliminary conclusions: as has always been the case, the spectral is with us. It has agency, it mobilizes quickly, it occupies different forms and temporalities. Therefore, we must pay attention to this phenomenon and not only work with recognizable figures and official discourses.

As part of an economic model based on digital technologies, the phantom of digitally mediated commercial establishments is now a viable option and plays one role more in the city's consumption and logistics. As a consumption alternative, it complements existing mercantile structures and enhances them through this new digital dimension, while annihilating others and creating new structures that must learn to coexist and compete with each other.

At the urban level, the 'specters of specters' seem to sit comfortably between the controversies of global 'last mile urbanism' (Altenried, 2019) and spectralization as a spatial strategy of 'gore capitalism', which conceals and exempts governments and corporations from responsibility for their actions and which is analyzed in the South American context by Mexican author Sayak Valencia (2010).


While it is true that the case analyzed is in Montevideo, its dynamics and repercussions take place in an infinite number of cities and, within them, at different levels. If commercial exchange has historically defined the conformation of our urban settlements, we must dialogue with these specters to

Lo digital es también una cuestión espacial. Aun cuando los objetos arquitectónicos analizados en este trabajo pueden ser juzgados como antiestéticos o, incluso, poco relevantes para ciertas prácticas arquitectónicas, reivindicamos el hacerlos visibles y problematizarlos. En este caso, hemos utilizado herramientas como las cartografías o la investigación a través de imágenes para habilitar debates sobre un fenómeno actual que acaba definiendo la vida cotidiana de muchas personas en la ciudad.

Con urgencia, necesitamos desarrollar nuevas metodologías críticas para desplegar nuevos “imaginarios infraestructurales”, tal como indica Lisa Parks (2015) en su trabajo sobre los *media infrastructure studies*. Debemos ampliar nuestras cajas de herramientas para incluir “visitas a sitios e investigaciones físicas de objetos de infraestructura utilizando la observación personal, la fotografía, los mapas, el vídeo, el arte, los dibujos y otras visualizaciones” para “fomentar la inteligibilidad de las infraestructuras descomponiéndolas en partes discretas y enmarcándolas como objetos de curiosidad, investigación y/o preocupación” (Parks, 2015, pp. 355–356). 

understand what they want to be, as well as to define, as a society, what we want to do with them.

The digital issue is also a spatial issue. Even though the architectural objects analyzed in this work may be judged as unsightly or even irrelevant to certain architectural practices, we assert our claim to make them visible and problematize them. In this case, we have used tools such as mappings or research through images to enable debates on a current phenomenon that ends up defining the daily life of many people in the city.

We urgently need to develop new critical methodologies to deploy new 'infrastructural imaginaries', as Lisa Parks notes (2015) in her work on media infrastructures. We must expand our toolboxes to include “site visits and physical investigations of infrastructural objects using personal observation, photography, maps, video, art, drawings, and other visualizations” to “foster infrastructural intelligibility by breaking infrastructures down into discrete parts and framing them as objects of curiosity, investigation and/or concern” (Parks, 2015, pp. 355–356). 

REFERENCIAS REFERENCES

- ALTENRIED, M. (2019). On the Last Mile: Logistical Urbanism and the Transformation of Labour. *Work Organisation, Labour & Globalisation*, 13(1), 114–129. <https://doi.org/10.13169/workorglobaloglob.13.1.0114>
- CASILLI, A. A. (2017). Global Digital Culture. Digital Labor Studies Go Global: Toward a Digital Decolonial Turn. *International Journal of Communication*, 11, 3934–3954.
- DERRIDA, J. (1998). *Espectros de Marx: El estado de la deuda, el trabajo del duelo y la nueva internacional*. Trotta.
- EASTERLING, K. (2016). *Extrastatecraft: The Power of Infrastructure Space*. Verso Books.
- EDWARDS, P., BOWKER, G., JACKSON, S., & WILLIAMS, R. (2009). Introduction: An Agenda for Infrastructure Studies. *Journal of the Association for Information Systems*, 10(5). <https://doi.org/10.17705/1jais.00200>
- FISHER, M. (2018). *Los fantasmas de mi vida: Escritos sobre depresión, hauntología y futuros perdidos*. Caja Negra.
- HÄGGLUND, M. (2008). *Radical Atheism: Derrida and the Time of Life*. Stanford University Press.
- KITCHIN, R., & LAURIAULT, T. (2014). Small Data, Data Infrastructures and Big Data. *GeoJournal*, 80(4), 463–475 [The Programmable City Working Paper 1]. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2376148>
- MORERA, D. (2023). Estrategias activas de “fantasmización” en la expansión urbana de las nuevas plataformas digitales. Un análisis espaciotemporal de PedidosYa en Montevideo. *ARQ*, 114, 36–49. <https://doi.org/10.4067/S0717-69962023000200036>
- PARKS, L. (2015). Stuff You Can Kick: Toward a Theory of Media Infrastructures. In P. Svensson & D. T. Goldberg (Eds.), *Between Humanities and the Digital* (pp. 355–373). MIT Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/9465.003.0031>
- PEDIDOSYA. (2024). *Acerca de PedidosYa: Preguntas Frecuentes*. PedidosYa. <https://www.pedidosya.com.uy/about>
- PLANTIN, J.-C., & PUNATHAMBEKAR, A. (2019). Digital Media Infrastructures: Pipes, Platforms, and Politics. *Media, Culture & Society*, 41(2), 163–174. <https://doi.org/10.1177/0163443718818376>
- PRECIADO, P. B. (2018). Voguing on the Roof of Corporate Architecture: RIP Wu Yongning. In M. Otero Verzier & N. Axel (Eds.), *Work, Body, Leisure* (pp. 299–310). Hatje Cantz.
- SADIN, É. (2018). *Anatomía del espectro digital*. Saposcat.
- SHAPIRO, A. (2023). Platform Urbanism in a Pandemic: Dark Stores, Ghost Kitchens, and the Logistical–Urban Frontier. *Journal of Consumer Culture*, 23(1), 168–187. <https://doi.org/10.1177/14695405211069983>
- VALENCIA, S. (2010). *Capitalismo Gore. Control económico, violencia y narcopoder*. Melusina.