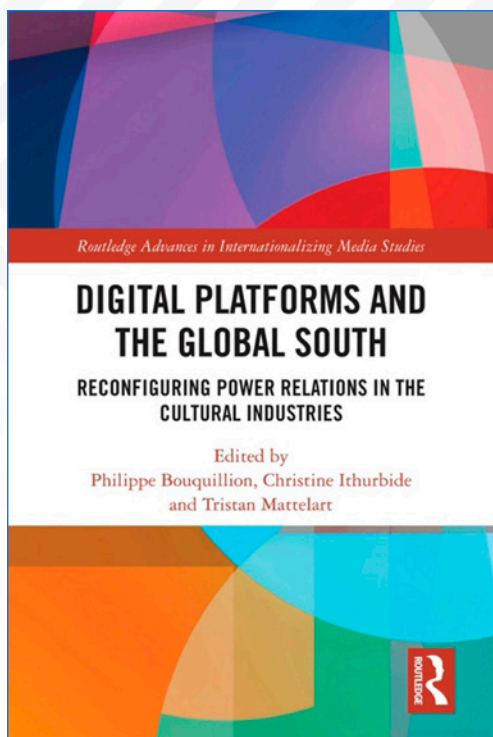




Digital Platforms and The Global South. Reconfiguring power relations in the cultural industries

Bouquillion, P., Ithurbide, C., & Mattelart, T. (Editors).

Routledge. Londres, New York, 2024, 239 pp.

ISBN: 9781032489919

Por: Marylin Luis Grillo¹

Recibido: 30-09-2024 – Aceptado: 05-02-2025
<https://doi.org/10.26441/RC24.1-2025-R2-3799>

Para mitigar la brecha existente entre los numerosos usuarios de plataformas en el Sur Global y los pocos estudios que se centran en ellos, *Digital Platforms and The Global South. Reconfiguring Power Relations in the Cultural Industries* amplía el lente geográfico en el análisis de la reorganización de la producción y la circulación cultural en las plataformas digitales.

El libro, estructurado en 13 capítulos, ha sido editado por Philippe Bouquillion, Christine Ithurbide y Tristan Mattelart, tres autores referentes en el estudio de la transnacionalización de la cultura, la globalización y las plataformas e industrias culturales. Con esta publicación, sistematizan debates recurrentes de sus trabajos previos sobre la importancia de la diversidad cultural, el papel de las nuevas tecnologías y los cambios y continuidades en la internacionalización de servicios hacia territorios de África, Asia y América Latina.

Bouquillion ha centrado sus recientes investigaciones en el caso de la India, tema que también es central en el trabajo de Ithurbide. De ahí que ambos cuenten con publicaciones conjuntas como *Audiovisual Industry and Digital Platforms in India: a Contribution from Political Economy of Communication* (2022) o *Internationalisation des plateformes et enjeux pour les industries de la culture: réflexions à partir du cas indien* (2021). Mattelart, por su parte, ha abordado previamente campos emergentes, como en *Media, Communication Technologies and Forced Migration: Promises and Pitfalls of an Emerging Research Field* (2019). Por lo tanto, este libro representa una aportación más a una ya extensa trayectoria en las temáticas que aborda.

En *Digital Platforms and The Global South. Reconfiguring Power Relations in the Cultural Industries*, desde la introducción se enfatiza la importancia de cuestionar el universalismo digital (Chan, 2013), que lleva a pensar que las estrategias empleadas en otras regiones del mundo por las plataformas son una simple réplica de las aplicadas en los centros tecnológicos. Se resalta así la necesidad de considerar las especificidades históricas y los contextos sociopolíticos, culturales y económicos de países con realidades muy diferentes entre sí y respecto al llamado Norte Global

¹ Marylin Luis Grillo. Master en Investigación Aplicada a Medios de Comunicación, docente e investigadora predoctoral en el Departamento de Comunicación de la Universidad Carlos III de Madrid. <https://orcid.org/0000-0002-4654-2994>, mluis@hum.uc3m.es

(fundamentalmente Estados Unidos y Europa Occidental). De ahí que los editores retomen la noción de Sur Global como una categoría útil para el análisis de las desigualdades y asimetrías de poder de larga data a escala global, sin ignorar –o al menos intentando no hacerlo– las realidades contrastantes de estos países.

Asimismo, se plantea la necesidad de comprender las plataformas en un sentido menos restrictivo y más acorde con el empleado comúnmente por los propios agentes y las autoridades políticas y regulatorias. Esto permite incluir el análisis de servicios digitales de no contribución, como los de video bajo demanda (VoD) o las plataformas de streaming de música, que, desde una perspectiva más cercana a los estudios de plataformas o al concepto de *plataformización* (*platformization*, Nieborg & Helmond, 2018), quedarían excluidos como tales.

El capítulo 1, escrito por Tristan Mattelart, sistematiza la evolución de la perspectiva de estudio de las plataformas estadounidenses en el Sur Global. El análisis avanza desde un primer momento de euforia optimista hacia las posibilidades tecnológicas hasta planteamientos más críticos que retoman conceptos como imperialismo cultural y colonización para cuestionar las estructuras de dominación en las que operan dichas plataformas. Igualmente, pondera el valor de los usuarios y de la producción local. Este primer texto es seguido por una serie de estudios de casos que, desde una mirada crítica, ofrecen una imagen plural sobre diversos servicios.

Al distinguir por países, India es el más estudiado, con tres capítulos. En el primero de ellos, Philippe Bouquillion aborda la presencia de las *Big Five* (Google, Microsoft, Apple, Facebook y Amazon) en el país asiático y las limitaciones que han enfrentado estos gigantes tecnológicos para establecerse, lo que los ha llevado a cooperar con grandes operadores locales y con pequeños actores que poseen recursos específicos necesarios para su inserción en el mercado.

Por su parte, el capítulo 3, de Vibodh Parthasarathi y Simran Agarwal, se enfoca en las estrategias de las plataformas de *matchmaking* en el ámbito de las relaciones interpersonales, evidenciando la institucionalización de nuevos sistemas de mercado y el desarrollo de dinámicas industriales como la expansión vertical y horizontal. Christine Ithurbide, en el capítulo 5, estudia las estrategias de localización en la industria artesanal y concluye que dichas plataformas participan en la reconfiguración del trabajo artístico y artesanal local, a la vez que devienen en nuevos intermediarios para los artistas.

América Latina es, a su vez, la región con más casos analizados en el libro, comenzando por el capítulo 4 de Alix Bénistant y Jeremy Vachet sobre las estrategias empresariales de *crowdfunding*, un estudio que contribuye a la discusión a nivel de políticas públicas y sociedad en relación a justicia social y el desarrollo de plataformas económicas.

El capítulo 7 presenta un análisis de Luis A. Albornoz y Fernando Krakowiak sobre la primera década de Netflix en América Latina, con especial atención a Brasil y México, desde su entrada en el mercado hasta la producción de los llamados *Originales*. De manera similar, Leonardo De Marchi y Ana Atem Diamante abordan en el capítulo 8 las políticas culturales de SVoD en Brasil, desde los primeros intentos de regulación hasta la desregulación completa del sector y sus consecuencias en las industrias culturales.

Como último caso de la región, el capítulo 12, de Arturo Arriagada, analiza a los *influencers* de moda en Chile desde una perspectiva de la labor. Arriagada destaca el *media kit* como un instrumento clave en las negociaciones de los *influencers* con las empresas que los contratan, al permitirles describir el perfil del consumidor ideal para las campañas. Además, lo valora en tanto evidencia de la continua reinención y adaptabilidad de estos trabajadores para generar valor en el ecosistema digital.

De Asia, se incluye igualmente el análisis de las estrategias de expansión de las plataformas de medios sociales chinos. El texto de Yuwen Zhang parte de la necesidad de comprender las características de China como mercado doméstico y su actual expansión fuera del territorio

nacional. Se centra en la plataforma WeChat como un ejemplo de éxito a lo interno pero las mismas características que la han hecho popular en su uso por la población china, dificultan su internacionalización.

Joe F. Khalil y Mohamed Zayani presentan en el capítulo 9 una panorámica del *streaming* en Medio Oriente, donde se observan tanto cambios como continuidades en el paisaje mediático. Mientras que, sobre África, el capítulo 10 de Alessandro Jedlowski analiza el papel de YouTube en la producción cinematográfica de Nigeria (*Nollywood*), y concluye que la plataforma ha sido una herramienta clave para enfrentar la marginación de los creadores tras la llegada de corporaciones internacionales como Netflix.

Por su parte, Emmanuelle Olivier, en el capítulo 11, estudia los modelos de distribución de música en África Occidental, con énfasis en *ZikMali Project*, una plataforma de distribución musical disponible en aplicación móvil. Este capítulo contribuye a descentralizar el pensamiento en torno a las tecnologías digitales como artefactos culturales y tomar en cuenta las distintas prácticas y lógicas, pero también restricciones, además de la capacidad de acción de los países del Sur Global.

Un aspecto significativo de *Digital Platforms and The Global South. Reconfiguring Power Relations in the Cultural Industries* es la interconexión entre los diferentes casos de estudio que permiten establecer analogías entre estrategias, plataformas, industrias culturales y áreas geográficas. Con lo cual, no es solo un análisis aislado de las asimetrías de poder. Y si bien se hace evidente que al hablar de Sur Global se recurren nuevamente a casos de estudios de países influyentes dentro de esta categoría como India, China, Nigeria, Brasil o México, los propios editores comprenden la necesidad de tomar en consideración para futuras publicaciones a los países más pequeños, que suelen ser invisibilizados y/o marginados de los estudios, incluso de aquellos, como son los recogidos en este libro, que buscan establecer –y con ello en cierta medida, denunciar– las relaciones desiguales de poder.

Quizás de los grandes aciertos del libro es el de buscar, pese a la limitación de recurrir a países influyentes, perspectivas y conocimientos locales que enriquezcan el debate global sobre plataformas digitales y la industria cultural mediante la diversidad de enfoques y voces, para una comprensión más matizada de las dinámicas de poder y estrategias tecnológicas en el Sur Global. En el contexto actual de la investigación sobre plataformas digitales y cultura, problematizar la expansión de las plataformas en territorios históricamente marginados y aporta una visión descentralizada que permite comprender no solo la influencia de las grandes corporaciones tecnológicas, sino también las formas de resistencia, adaptación y apropiación por parte de los actores locales.

Por ello, es una lectura recomendada para académicos y estudiantes de diversas disciplinas que deseen comprender las relaciones entre plataformas, usuarios y agentes en el extenso Sur Global; la región con mayor número de usuarios digitales y, por ende, un territorio clave para los servicios e industrias de la era digital.

Bibliografía

Bouquillion P. & Ithurbide C. (2021). La globalisation culturelle et les nouveaux enjeux d'hégémonie à l'heure des plateformes: le cas indien. *Réseaux*, 226-227(2-3), 71-98.

Bouquillion P. & Ithurbide C. (2022). Audio-visual Industry and Digital Platforms in India: a Contribution from Political Economy of Communication. *Global Media and Communication*. 18(3), 345-364. <https://doi.org/10.1177/17427665221125548>

Chan, A.S. (2013). *Networking peripheries: Technological futures and the myth of digital universalism*. MIT Press.

Mattelart, T. (2019). Media, communication technologies and forced migration: Promises and pitfalls of an emerging research field. *European Journal of Communication*, 34(1). <https://doi.org/10.1177/0267323119886146>

Nieborg, D.B. & Helmond, A. (2018). The political economy of Facebook's platformization in the mobile ecosystem: Facebook messenger as a platform instance. *Media, Culture & Society*, 41(2), 196-218. <https://doi.org/10.1177/0163443718818384>



Disponible en:

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=589482288026>

Cómo citar el artículo

Número completo

Más información del artículo

Página de la revista en redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc
Red de revistas científicas de Acceso Abierto diamante
Infraestructura abierta no comercial propiedad de la
academia

Marylin Luis Grillo

Bouquillion, P., Ithurbide, C., & Mattelart, T. (Ed). (2024)
Digital Platforms and The Global South. Reconfiguring
power relations in the cultural industries

Revista de Comunicación

vol. 24, núm. 1, p. 563 - 566, 2025

Universidad de Piura. Facultad de Comunicación,

ISSN: 1684-0933

ISSN-E: 2227-1465

DOI: <https://doi.org/10.26441/RC24.1-2025-R2-3799>