

# Revista de Ciencias Sociales

50 *Años*  
ANIVERSARIO

# Guide to Digital Innovation in the Cultural and Creative Industry



**Autores:** Sunghan Ryu, Yong Xiang y Weimin Zhang (Editores)

**Editorial:** SAGE Publicaciones, Inc. 2024. Pp. 232.

**ISBN:** 9781071909980

**DOI:** <https://doi.org/10.4135/9781071910023>

El libro “Guía de innovación digital en la industria cultural y creativa” o como su nombre original del inglés lo indica: “Guide to Digital Innovation in the Cultural and Creative Industry”, consiste en una descripción de cómo la digitalización ha transformado la creación, distribución y consumo de productos culturales y creativos. Principalmente, busca promover diálogos interdisciplinarios en torno a los desafíos y oportunidades de la innovación digital en las ICC, considerando factores culturales, sociales, económicos y de gestión, además de destacar las oportunidades que brinda la digitalización para

revolucionar las actividades y los negocios ejercidos por estas industrias.

La importancia de la información brindada por esta obra radica en que esta se centra en un sector empresarial que está tomando cada vez más fuerza a medida que los medios digitales permiten una mayor difusión de sus productos, sin embargo, esto parece ser un arma de doble filo, pues la misma digitalización ha empoderado a los consumidores a crear e intercambiar sus propios productos debido a la “facilidad” del alcance que puedan generar, poniendo de manifiesto que la disrupción digital ha obligado a las Industrias Culturales y Creativas a replantear todos los eslabones de su cadena de valor, desde la creación hasta la distribución, pasando por nuevos modelos de negocio y relaciones con las partes interesadas.

Por otra parte, el COVID-19 ha acelerado la transformación de los patrones de consumo cultural, consolidando el protagonismo de las redes sociales, los libros electrónicos, los podcasts y los videojuegos, de hecho, esta temporada aceleró considerablemente la creación y difusión de estos recursos debido a su alta demanda dado el confinamiento. Con plataformas como *YouTube* y *SoundCloud*, cualquier persona con una computadora y una conexión a *Internet* puede producir

contenido, es por esto que mientras la tecnología de las comunicaciones siga evolucionando, la innovación digital continuará redireccionando los modelos tradicionales de las Industrias Culturales y Creativas, transformando radicalmente los roles de creadores, consumidores y intermediarios. En este nuevo panorama, la capacidad de adaptarse al cambio y aprovechar las oportunidades que brinda la tecnología será fundamental para el éxito en el sector cultural y creativo.

En las diferentes secciones del texto referenciado se combinan análisis de casos prácticos recientes y aportes teóricos de especialistas en innovación digital, ofreciendo una visión multifacética de las tendencias y desafíos en diversos ámbitos de las ICC. De forma más específica, el libro se divide en 9 capítulos (después de la introducción) que exploran desde la adopción de formatos digitales en sectores tradicionales hasta el surgimiento de nuevas formas de consumo y creación de contenido, abordando temas como el impacto de las tecnologías emergentes, la importancia del emprendimiento digital, los desafíos en materia de propiedad intelectual y la globalización del sector. Además, al presentar casos prácticos, permite ofrecer recomendaciones para profesionales y emprendedores que buscan navegar con éxito en este entorno en constante evolución.

En resumen, la “Guía de innovación digital en la industria cultural y creativa” se presenta como una lectura imprescindible para cualquier profesional, estudiante o emprendedor interesado en comprender las transformaciones que está experimentando el sector cultural y creativo. Al ofrecer un panorama completo de los desafíos y oportunidades que plantea la digitalización, este libro se convierte en una guía práctica para quienes desean desarrollar proyectos innovadores y sostenibles en este ámbito. La obra no solo aporta conocimientos teóricos sólidos, sino que también inspira a la acción, al presentar casos de éxito y ofrecer recomendaciones concretas para adaptarse a un entorno en constante evolución. En un mundo cada vez más digitalizado, esta guía se posiciona como una herramienta fundamental para impulsar la creatividad y la innovación en las ICC, contribuyendo así al desarrollo de una economía cultural más dinámica y competitiva.

**Jenny Francisca Romero Borre**

Doctora en Ciencias Humanas. Magíster en Gerencia de Empresas. Economista. Docente - Investigadora de la Universidad de la Costa, Barranquilla y Universidad del Zulia, Maracaibo, Venezuela

**E-mail:** [jromero58@cuc.edu.co](mailto:jromero58@cuc.edu.co); [jennyfrb@yahoo.com](mailto:jennyfrb@yahoo.com)

**ORCID:** <https://orcid.org/0000-0002-0457-6467>