



«El libro impreso, esa gran invención del siglo XV, continúa dominando el mercado, pese a que otros géneros impresos tales como los diarios o las revistas llevan ya años en declive.»

El misterio de los libros digitales

La demanda de bienes y servicios digitales crece a ritmos acelerados en buena parte de la economía global. Así, las ventas de música y videos mediante *streaming* y de la gran mayoría de los bienes de consumo, las plataformas y mercados virtuales, los medios de comunicación y de noticias digitales, y los medios de pago digitales dominan ya o están a punto de dominar sus respectivas parcelas de mercado. La gran excepción a esta pauta generalizada es el caso de los libros digitales. El libro impreso, esa gran invención del siglo XV, continúa dominando el mercado, pese a que otros géneros impresos tales como los diarios o las revistas llevan ya años en declive. En Estados Unidos, por ejemplo, las ventas de libros digitales han caído de 485 millones de unidades en 2012 a 347 millones en 2016. Durante ese mismo período las ventas de libros impresos aumentaron de 1.841 a 1.897 millones. Se observa, por tanto, una caída de la tirada total, unida al mantenimiento de la hegemonía del formato impreso.

Una posible explicación es que el libro impreso es un formato con unas características muy atractivas. Es compacto, fácil de usar, y permite realizar anotaciones. Además, a mucha gente le gusta dar y recibir un libro como regalo. Muchas personas desarrollan una conexión emocional con algunos libros, que se concreta o materializa en el li-

bro físico más que en el digital. El libro impreso también puede ser un elemento decorativo en una estantería o encima de una mesa de salón, algo que no es posible con el formato digital. A la gente también le gusta ir a la librería a hojear libros antes de comprarlos.

Pero hay otro aspecto fundamental a tener en cuenta. La tecnología digital facilita el intercambio de canciones, videos, fotos y dinero. Por lo menos hasta la fecha, compartir libros digitales no resulta fácil. Para compartirlos hay que ser miembros de la misma plataforma, y no existe una claramente dominante en el mercado. Amazon, Barnes & Noble y Apple se reparten el mercado. Por el contrario, a la gente le gusta compartir libros.

Un factor decisivo en el desarrollo de la economía digital ha sido el entusiasmo de los jóvenes por las nuevas tecnologías. En el crecimiento de todos los bienes y servicios digitales ha jugado un papel esencial la demanda por parte de los consumidores con menos herencias del pasado y con una mayor facilidad a la hora de emplear las nuevas tecnologías. La llamada generación del milenio, definida como aquellas personas nacidas entre 1980 y 2000, consumen todo tipo de bienes y servicios digitales con mucha mayor asiduidad que cualquier otra generación. La única excepción son precisamente los libros. En EE.UU. la generación del milenio lee más libros en general que los

MAURO F. GUILLÉN es director del Lauder Institute y catedrático de Dirección Internacional de la Empresa en la Wharton School, así como miembro del Consejo Académico de Afi Escuela de Finanzas.
Twitter: @MauroFGuillen

demás grupos de edad, tanto libros digitales como libros impresos. Este es un factor fundamental detrás de la persistencia del libro impreso.

El género que más claramente ha aceptado el formato digital son las publicaciones científicas. Son ya muy pocas las revistas de esa índole que siguen imprimiéndose, salvo para enviar ejemplares a las bibliote-

cas. Los diarios y las revistas también se han mudado hacia lo digital, sobre todo a raíz de la popularización de las tabletas y de los teléfonos inteligentes. El libro impreso, sin embargo, por todas las razones que venimos examinando es muy posible que perdure como el último bastión del universo que se originó con la invención de Gutenberg ::