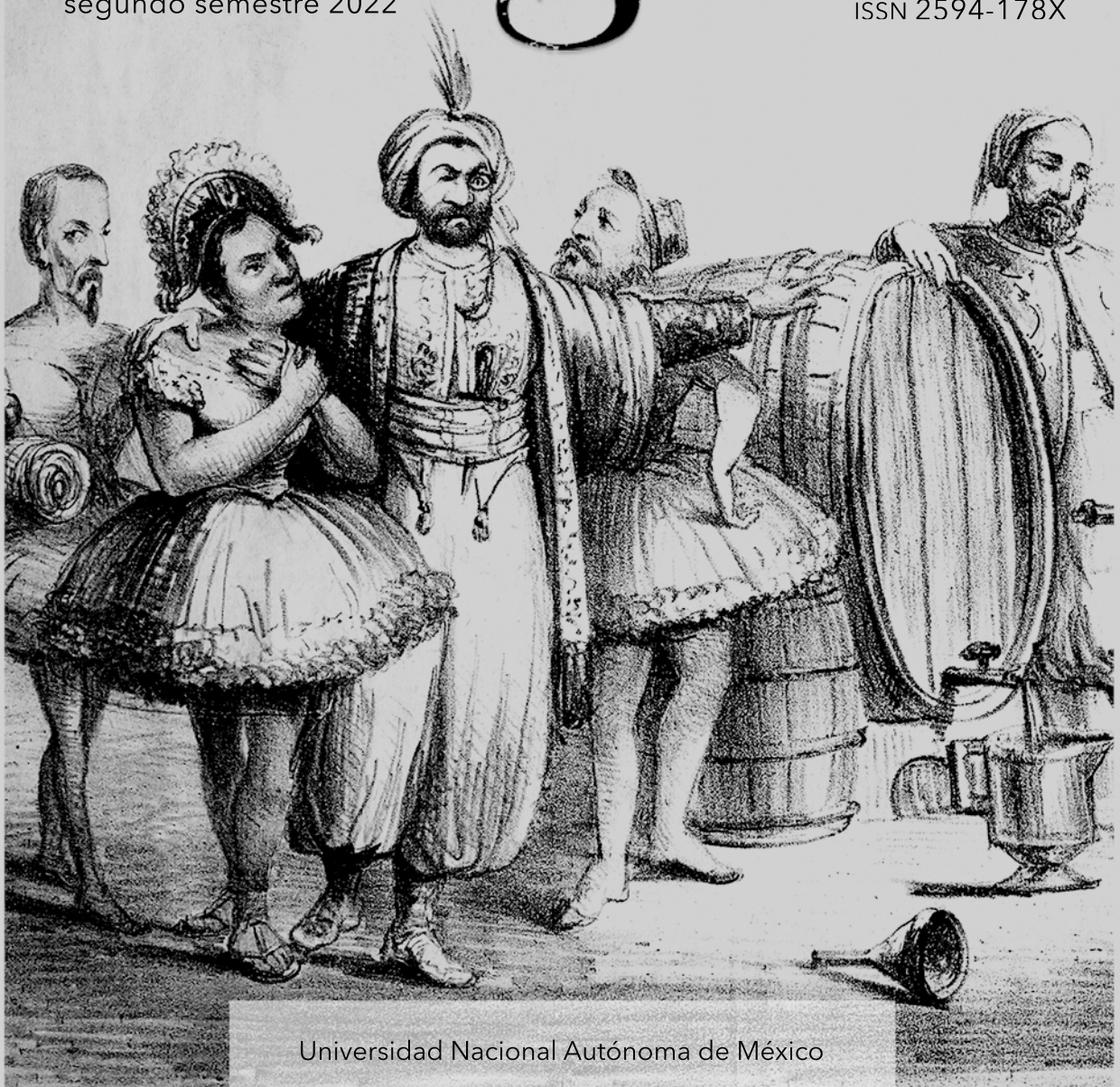


Bibliographica

vol. 5, núm. 2
segundo semestre 2022

ISSN 2594-178X



Universidad Nacional Autónoma de México

La consolidación de los audiolibros en el mercado editorial

The Consolidation of Audiobooks in the Publishing Market

(pp. 163-190)

Fernando Cruz Quintana

Universidad Nacional Autónoma de México,
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales,
Ciudad de México. México

fernandocruz@politicas.unam.mx

<https://orcid.org/0000-0002-5861-0958>

Recepción: 08.10.2021 / Aceptación: 31.05.2022

<https://doi.org/10.22201/iib.2594178xe.2022.2.291>

Resumen

Este artículo tiene como objetivo estudiar el estado actual del mercado de los audiolibros en el mundo, con algunas miradas a contextos nacionales. Para cumplir con este propósito se hace un seguimiento de las cifras de producción y consumo de audiolibros, y se realiza una comparativa de precios entre diferentes formatos impresos y digitales. De manera adicional, el artículo rastrea cuál es la historia de los formatos sonoros de libro y de algunas de las tecnologías empleadas en diferentes periodos. Partiendo de estas dos vertientes, el trabajo concluye en el reconocimiento de nuevos modelos de negocio para explotar las producciones sonoras, considerando la relevancia de las variables tecnológicas para el buen destino de los audiolibros.

Palabras clave

Audiolibros; mercado editorial; salidas editoriales; libros digitales; consumidores.

Abstract

This article aims to study the current state of the global audiobook market, with some insights into national contexts. In order to fulfill this purpose, it was necessary to monitor audiobooks' production and consumption figures, and to compare prices between different book formats, both printed and digital. Additionally, the article traces the history of audible book formats and some of the technologies used throughout different periods. By regarding these two facets, the work concludes with the recognition of new business models to exploit audio productions, considering the importance that technological variables have for the good outcome of audiobooks.

Keywords

Audiobooks; publishing market; editorial outputs; digital books; consumers.

Introducción

Durante los últimos 25 años, la disyuntiva entre libros impresos y electrónicos tuvo un protagonismo marcado en muchas discusiones de los entornos editoriales, bibliotecarios y de lectores: se dice que un formato es mejor que otro, que la lectura es la misma, independientemente del caso en cuestión; que si el primero es mejor debido a sus cientos de años de tradición, o que si el segundo llegó para concluir con su antecesor... Por fortuna, cada vez son menos las disputas cuando tratamos de elegir a un vencedor; como sociedad, hemos aceptado que ambas posibilidades del libro, más que ser excluyentes, pueden coexistir sin problema. Aún sin superar del todo estas cuestiones, otro debate ha cobrado fuerza en los últimos años: el caso de los audiolibros y su lugar en los entornos del libro. ¿Acaso ha habido otro momento en la historia de la lectoescritura en el que el papel ha perdido su lugar central como receptáculo de los libros?

El objetivo central de este trabajo es analizar cuál es el estado actual de la producción y el consumo de audiolibros dentro de la industria editorial. Si bien se muestran algunos datos cuantitativos de edición y otros sobre las ventas de este tipo de producciones, mi pretensión es sobre todo realizar una reflexión cualitativa de cuáles son las características contextuales que han consolidado al mercado de los audiolibros en los últimos años. Antes de realizar esa lectura, presento una observación sobre el papel que la audición ha tenido en la historia de los libros y la lectura, así como también algunos momentos destacados de la larga historia en la cual la oralidad, la audición y la escritura tuvieron puntos de encuentro durante el siglo XX. Aunque puedan parecer tan o más novedosos que los libros electrónicos, los audiolibros son anteriores y son también resultado de desarrollos tecnológicos del siglo XX, provenientes de ámbitos que originalmente no estaban relacionados con el mundo editorial.

Para cumplir con los objetivos mencionados, se sigue una metodología mixta: por una parte, la revisión de fuentes especializadas que detallan la historia en la que los audiolibros surgieron como una opción cultural de consumo, y después algunas más que muestran el modo en que la industria editorial los acogió, además de consultar información sobre ventas y producción de audiolibros en dos instancias internacionales (The Publishers Association y The Audio Publishers Association) y elaborar una tabla propia con información del costo de este tipo de publicaciones en línea. Finalmente, se describen algunos nuevos modelos de negocio digital que permiten la aparición de los audiolibros de un modo distinto al del consumo unitario de una obra.

De manera paralela a los objetivos centrales de mi trabajo, quisiera abonar con estas páginas en la discusión de si –pese al primer término que conforma su nombre– los audiolibros pueden ser considerados libros. Estoy convencido de que es así, y dejo aquí los argumentos que sustentan esta postura. No pretendo olvidar la enorme tradición de estudio en torno a la cultura escrita con una concepción simplista de aquello que constituye un libro, pero tampoco quisiera cerrarme e ignorar un fenómeno editorial de nuestro tiempo. Precisamente el estado embrionario en el que los audiolibros parecen haberse afianzado en los entornos editoriales y en la preferencia de consumidores en línea, como se muestra con cifras hacia el final del artículo, brinda la oportunidad ideal para realizar una documentación que podría dar mucha luz para el entendimiento futuro que los libros y la lectura (y la escucha) habrán de tener.

Es importante aclarar desde ahora (y lo volveré a hacer más adelante) que los datos mostrados sobre producción y consumo de audiolibros tienen que leerse con algunas salvedades geográficas y de infraestructura tecnológica. Tal y como siempre ha avanzado la tecnología, y como lo hicieron también los impresos en su momento, podemos encontrar contextos nacionales en donde parece haberse consolidado la práctica de consumo de audiolibros, sin que esto signifique que todo el mundo se comporte del mismo modo. En este tema mucho tiene que ver el acceso, uso y apropiación de Internet con el que cuentan las sociedades; de aquí se desprende un nuevo tipo de alfabetismo, ahora tecnológico, que incide en el consumo de audiolibros.

Si bien en los análisis de fenómenos novedosos tendemos a apostar a ciegas por los escenarios futuros que se habrán de presentar, en el caso de los audiolibros existen bastantes argumentos para augurarles un porvenir próspero. Este pronóstico no lo elaboro basado en mis preferencias lectoras (entre las que puedo sumar la experiencia de escuchar audiolibros), sino en el estado real de desarrollo que han tenido las ediciones sonoras y el consumo de bienes digitales. Es probable que, tras una revisión de los primeros datos de consumo en tiempo de la pandemia por covid-19, esto se haya incrementado exponencialmente.¹ Habrá que estar atentos para dilucidar si este crecimiento responde sólo a circunstancias pasajeras, o nos muestra una consolidación que llegó para quedarse.

¹ Fernando Cruz Quintana, "La edición digital en América Latina en el contexto de la coyuntura por la Covid-19", *Contraportada*, núm. 7 (enero de 2022): 8-19.

Una larga historia de encuentros entre la audición y los libros

Aunque en apariencia es distante, la relación que tienen los libros y la audición es muy grande. No me refiero exclusivamente a esa voz mental, imagen acústica, con la que leemos en silencio y que reverbera en los espacios insospechados de nuestra mente,² sino también a la enorme cultura oral asociada con la literatura y los libros desde la antigüedad más remota y hasta nuestros días. Antes y ahora, la oralidad y la audición han conformado actos muy significativos para la conformación de las sociedades: lo fueron en el legado de relatos ancestrales entre generaciones, lo son en la sabiduría oculta en refranes y juegos de palabras que repetimos ciegamente, lo fueron también en las lecturas infantiles que escuchamos con emoción antes de dormir, y lo son en las voces surgidas de audiolibros que nos acompañan en los trayectos a casa o al realizar otras tareas cotidianas.

Puede parecer tramposa la comparación anterior, porque una cosa es la oralidad (acto de comunicación cotidiano y que, por supuesto, no se excluye con la escritura) y otra muy distinta la lectura de literatura en voz alta. Precisamente ésta era mi intención: poner en el foco de atención el sonido, pero para separar distintos tipos de expresiones humanas sonoras. Entre las muchas posibilidades de expresiones orales hay algunas que guardan más relación con la escritura o, mejor dicho, con aquellas funciones de la literatura que cumplen con el cometido de contar historias. Pienso en la enorme importancia para la conformación de comunidades con identidad que tenían los relatos orales como la *Ilíada* y la *Odisea*, atribuidos a Homero pero hechos en realidad en la práctica constante de cada narrador que, con un sello particular, los contaba.³ Tan influyentes fueron estos casos que no sólo perduraron en su forma de palabra sonora evanescente, sino que alcanzaron también a preservarse en papel, llegado el tiempo de la escritura.

El ejemplo de Homero no es el único en donde puede conjeturarse una relación entre la oralidad y la literatura (o, mejor dicho, la narrativa). También son famosos los juglares, quienes se encargaban de contar las hazañas de los héroes mediante los cantares de gesta en los siglos XI y XII. Pero los ejemplos no sólo son de los grandes relatos heroicos; en realidad, y coincidiendo con Roland

² Como explicaba Ferdinand de Saussure al inaugurar los estudios semiológicos con su *Curso de lingüística general*, en nuestra psique hay una huella acústica de las palabras, que resuena cuando escuchamos o leemos algo.

³ Irene Vallejo, *El infinito en un junco. La invención de los libros en el mundo antiguo*, DeBolsillo (México: Penguin Random House, 2021), 89-96.

Barthes: “el relato está presente en todos los tiempos, en todos los lugares, en todas las sociedades; el relato comienza con la historia misma de la humanidad; no hay ni ha habido jamás en parte alguna un pueblo sin relatos; todas las clases, todos los grupos humanos, tienen sus relatos”.⁴ Los antropólogos y los lingüistas saben muy bien que no existe ningún grupo social, con lengua propia, que no haya desarrollado algún recurso oral como relatos, poemas o canciones; estas expresiones los dotan de identidad y generan con ello cohesión y sentido de pertenencia. Pero, volviendo al tema de la oralidad y la literatura, es importante no perder de vista lo siguiente:

Empero, el dominio inexorable de los textos en la mente de los eruditos se hace evidente en el hecho de que hasta hoy día aún no se formulan conceptos que ayuden a comprender eficazmente, y menos aún con elegancia, el arte oral como tal, sin la referencia (consciente o inconsciente) a la escritura. Ello es cierto a pesar de que las formas artísticas orales que se produjeron durante las decenas de miles de años anteriores a la escritura obviamente no tenían ninguna conexión en absoluto con esta última. Tenemos el término “literatura”, que básicamente significa “escritos” (en latín *literatura* de *litera* letra del alfabeto), para cubrir un cuerpo dado de material escrito –literatura inglesa, literatura infantil–, pero no contamos con ninguna palabra o concepto similarmente satisfactorio para referirnos a una herencia meramente oral, como las historias, proverbios, plegarias y expresiones de fórmula orales tradicionales.⁵

Como señala Walter Ong, aunque las formas artísticas y de relatos orales puedan guardar semejanza con la escritura, son situaciones distantes. A riesgo de decir algunas obviedades, quiero reflexionar aquí sobre esas distinciones que apartan a la oralidad de la escritura. La primera está compuesta de lenguaje evanescente, que se diluye en el tiempo y requiere del encuentro presencial de quien enuncia y de quien escucha; además de lo anterior, el receptor no tiene el control sobre lo que se está expresando, ya que la expresión avanza a voluntad y ritmo del enunciador, lo cual le resta oportunidad para la reflexión. Con el segundo caso, el de la escritura, puede trascenderse en el tiempo, también se rompe la necesidad de presencialidad entre emisor y receptor, y este último obtiene la ventaja de ser el “modulador” de un contenido expresado por escrito.

⁴ Roland Barthes, “Introducción al análisis estructural de los relatos”, en *Análisis estructural del relato* (Argentina: Editorial Tiempo Contemporáneo, 1970), 9.

⁵ Walter Ong, *Oralidad y escritura. Tecnologías de la palabra* (México: FCE, 1987), 20.

En una parte de su hermoso ensayo *El infinito en un junco*, Irene Vallejo relata el momento histórico cuando empezaron a surgir escrituras en la humanidad, lo cual le permite reflexionar que:

Frente a la comunicación oral –basada en relatos tradicionales, conocidos y fáciles de recordar–, la escritura permitió crear un lenguaje complejo que los lectores podían asimilar y meditar con tranquilidad. Además, desarrollar un espíritu crítico es más sencillo para quien tiene un libro entre las manos –y puede interrumpir la lectura, releer y pararse a pensar– que para el oyente cautivado por el rapsoda.⁶

Dejando de lado las diferencias entre la oralidad y la escritura, quiero dar un salto temporal hasta el siglo XIX, cuando se comenzaron a desarrollar tecnologías que permitían la grabación y reproducción de audio independientes del cuerpo humano, y que posibilitaron que la oralidad perdurara en el tiempo. En 1870, Thomas Alva Edison patentó el fonógrafo, que al poco tiempo se convertiría en el primer dispositivo de uso común para grabar y reproducir sonidos. Alva Edison concibió este dispositivo como un aparato de lectura oral de libros;⁷ aunque cuesta imaginar esto, piénsese que la industria musical y el consumo de canciones, tal y como los conocemos hoy en día, no existían a finales del siglo XIX. Probablemente las primeras grabaciones de audio que se hicieron con este aparato mostraban sus enormes potencialidades para la narrativa oral y de libros, antes que el destino musical que tuvieron.

Si bien la primera grabación de Edison fue una canción infantil, los primeros intentos de producción de libros en audio involucraron solo literatura para adultos de gran prestigio. Incluso Mark Twain simpatizó con la idea del audio y comenzó a grabar su novela *American Claimant*. Sin embargo, después de unas tres horas de grabación, que llenaron cuatro docenas de cilindros, abandonó el proyecto. De hecho, debido a estas limitaciones tecnológicas a principios del siglo XX, los libros a menudo se leían en voz alta en la radio, en lugar de grabarse.⁸

⁶ Vallejo, *El infinito en un junco*, 137.

⁷ Maria Cahill y Jennifer Moore, "A Sound History. Audiobooks are Music to Children's Ears", *Children and Libraries* 15, núm. 1 (verano de 2017): 22.

⁸ *Ibid.*, 22-23. ["While Edison's first recording was a nursery rhyme, the earliest attempts at audio production of books involved only highly regarded adult literature. Even Mark

A causa de las limitaciones en las tecnologías de almacenamiento de audio, al poco tiempo se abandonó la idea de los audiolibros; no era posible grabar muchos minutos de narración, como sí lo fue hacerlo con fragmentos musicales que eran más breves. Sin embargo, el germen iniciado aquellos años resurgiría con fuerza cuando el desarrollo tecnológico brindó opciones más viables para capturar sonidos, resguardarlos en dispositivos externos y reproducirlos en equipos de uso común. De 1917 a 1930, la compañía de discos Little Wonder Records se asoció con la editorial Harper Columbia y lanzaron una colección para niños llamada Bubble Books, que consistía en publicaciones impresas junto con discos de la época para ser reproducidos en gramófonos.⁹

En las mismas fechas, pero en otras partes del mundo, como en Suecia, se produjeron también audiolibros,¹⁰ lo cual no significó la consolidación de un verdadero modelo de negocio. A los audiolibros se les concebía más como una opción para públicos minoritarios, por ejemplo, personas que tenían algún tipo de discapacidad visual. Representativo de esto fue el “Talking Books Program”, promovido en 1931 por la American Foundation for the Blind (AFB). Este programa buscaba producir audiolibros para veteranos de la guerra mundial y personas con problemas de visión.

Pese a que las posibilidades tecnológicas de la primera mitad del siglo XX permitían la creación de audiolibros, en realidad nunca prosperaron para inaugurar un amplio mercado. Es entendible que en los contextos libresco tradicionales se haya marcado una distancia entre los impresos y los audiolibros. Además del escaso público interesado realmente en escuchar libros, el consumo mediante la escucha –y no la lectura– demanda no sólo competencias distintas, sino resultados también diferentes. Una página impresa (o digital), por ejemplo, es una tecnología que resguarda grafías para que sean leídas a voluntad por un lector; en contraste, aunque un audio puede contener la versión hablada de una obra que primero fue redactada, la evanescencia de sus ondas sonoras lo trans-

Twain embraced the idea of audio, and he began recording his novel *American Claimant*. However, after about three hours of recording, which filled four dozen cylinders, he abandoned the project. Indeed, it was because of these technological limitations in the early twentieth century that books were often read aloud on the radio rather than recorded”]. Traducción del autor.

⁹ Merle Sprinzen, “The History of Bubble Books”, acceso el 5 de julio de 2021, <http://www.littlewonderrecords.com/bubble-book-history.html>.

¹⁰ Jesper Olson, “The Audiographic Impulse: Doing Literature with the Tape Recorder”, en *Audiobooks, Literature and Sound Studies*, ed. de Matthew Rubery (Estados Unidos: Routledge, 2011), 61-75.

forman en una producción elusiva. Las competencias y capacidades mentales que necesitamos para consumir un texto escrito y uno sonoro son, evidentemente, diferentes.¹¹ Pese a todo, el contenido a nivel de ideas o de significado puede ser exactamente el mismo, y esto abre la posibilidad de que pensemos en los audiolibros como uno más de los formatos de libro que conocemos. Asimismo, respecto a este tipo de producciones sonoras, como con las que contamos en el siglo XXI, sí podemos ver que aparecen posterior o simultáneamente a la publicación de su versión impresa. Aquí hay un argumento que valida analizarlas desde el ámbito bibliográfico o el de los estudios de la edición.

El primer *boom* de los audiolibros

Más de cinco siglos de aceptación avalan a los impresos como la mejor forma del libro que hemos conocido, y en gran medida se debe a que en la sencillez de su propuesta radica su mayor virtud: ninguna de las tecnologías humanas, ni siquiera las más recientes, como las electrónicas, han demostrado ser más eficaces para resguardar en el tiempo el pensamiento humano.¹² Durante el siglo XX, con el desarrollo de la tecnología y la informática, surgieron nuevos espacios de publicación distintos a la tradición milenaria del uso del papel. Antes de que los audiolibros tuvieran su primer *boom* comercial, las tecnologías digitales ofrecieron nuevos medios y espacios para la publicación de libros.

Desde la invención de la máquina de escribir, pasando por sus versiones electrónicas y llegando a la época de los ordenadores de uso personal y los procesadores de texto, hay una riquísima historia de cómo nos fuimos desligando de la escritura a mano, al tiempo que los procesos editoriales también se hicieron

¹¹ Véase Maryanne Wolf, *Proust and the Squid: The Story and Science of the Reading Brain* (Estados Unidos: Harper Collins Publishers, 2008).

¹² Véase Alberto Manguel, *The Library at Night* (Estados Unidos: Yale University Press, 2009), 75-78. En estas páginas se relata el caso de la versión electrónica del *Domesday Book* que hizo la British Broadcasting Corporation (BBC) en 1986. Tras una millonaria inversión, se realizó una adaptación electrónica de este famoso censo del siglo XI, la cual contenía alrededor de 250 mil nombres de lugares, 50 mil imágenes, 25 mil mapas, 3 mil conjuntos de datos y 60 minutos de imágenes animadas. Todo el trabajo se alojó en discos láser de 12 pulgadas, que sólo podían ser reproducidos por un conjunto de microcomputadoras de la BBC. Tan solo 16 años después de su creación, en marzo de 2002, al intentar reproducir los discos en una de las pocas computadoras capacitadas para hacerlo, los creadores se dieron cuenta de que ese material, en el cual tantos individuos habían trabajado, era ya irreproducible.

muy dependientes de las tecnologías con las que se procesaba y recuperaba la información. Pero si la escritura y los procesos de edición se vincularon de manera irreversible con la tecnología, no ocurrió así con las opciones de lectura basadas en desarrollos electrónicos o digitales. No pretendo hablar en este artículo sobre la historia de la edición digital, pero considero que el caso de los audiolibros debe enmarcarse en un contexto en el cual las tecnologías electrónicas y de Internet brindaron nuevas oportunidades de trabajo a las labores editoriales.

En el siglo xx las tecnologías de grabación y reproducción de audio crearon una verdadera industria musical. Después del fonógrafo y los discos en acetato, los casetes en 1964¹³ y los discos compactos, a partir de 1984, se convirtieron en la tecnología predilecta para el consumo musical. Este tipo de dispositivos externos se empleaban con reproductores musicales, tecnologías que estuvieron presentes en los hogares de todo el mundo desde la década de 1970 hasta la fecha.¹⁴ Los reproductores musicales, junto con los casetes y los discos compactos, no fueron tecnologías que pasaran desapercibidas desde el ámbito de la bibliotecología y los estudios de la información: pusieron en crisis las prácticas de trabajo encargadas de la preservación documental.

En su artículo publicado en el portal *The New York Review of Books*,¹⁵ Robert Darnton insiste, entre otras cosas, en reflexionar sobre la manera en que cada época cuenta con modalidades distintas de acceso a la información. La aparición de formatos como los casetes y los discos compactos representó una nueva etapa en la larga historia del patrimonio documental. En México, por ejemplo, el decreto de Depósito Legal tuvo una actualización en 1991 (que, por cierto, es la que nos rige actualmente), con la que se amplió el reconocimiento de nuevos materiales documentales propios de aquella época, de manera tal que el decreto de salvaguarda considera dos incisos:

A) Dos ejemplares de libros, folletos, revistas, periódicos, mapas, partituras musicales, carteles y de otros materiales impresos de contenido cultural, científico y técnico.

¹³ Marvin Camras, *Magnetic Recording Handbook* (Estados Unidos: Van Nostrand Reinhold Company, 1998), 410. Véase esta obra para tener un relato extenso y pormenorizado sobre la historia del uso de la cinta magnética como tecnología.

¹⁴ El empleo de estos aparatos es cada vez menos frecuente en los hogares, al menos en sus versiones que incluyen puertos para casetes o discos compactos.

¹⁵ Robert Darnton, "The Library in the New Age", *The New York Review of Books*, 12 de junio de 2008, acceso 12 de septiembre de 2021, <https://www.nybooks.com/articles/2008/06/12/the-library-in-the-new-age/>.

B) Un ejemplar de micropelículas, diapositivas, *discos, diskets, audio y video casetes y, de otros materiales audiovisuales y electrónicos* que contengan información de las características señaladas en el inciso anterior.¹⁶

Los cambios en las legislaciones se relacionan con la transformación misma que nuestros documentos, los medios y las formas de comunicación han experimentado en el curso de la historia. Qué complejo ha sido empatar los tiempos en los que la realidad social, el desarrollo tecnológico y las legislaciones avanzan; este desfase es, no tengo ninguna duda, uno de los mayores retos que las instituciones responsables de salvaguardar el patrimonio documental tienen que enfrentar.

Si bien estas disposiciones permitieron reconocer nuevos tipos de documentos como parte del patrimonio documental, carecieron de claridad desde entonces, ya sea por no especificar puntual y exhaustivamente todos los materiales del momento, o por no mencionar la manera en que debían ser entregados a las instituciones depositarias. Imaginemos el menoscabo en nuestro patrimonio, pues esta directriz es la que actualmente nos rige y deja fuera, por imprecisa, elementos valiosísimos de nuestra identidad, como pueden ser los libros electrónicos, las publicaciones digitales o las páginas web, por sólo citar tres casos. Reconozco la urgencia de atender con precisión esta situación, pero no es el tema de este artículo. Mi intención ha sido solamente la de introducir una reflexión sobre la importancia que tienen este tipo de artefactos dentro de la historia de una nación.

Después del éxito comercial que tuvieron las primeras computadoras personales, la tecnología de aquellos años comenzó a cambiar poco a poco la noción de lo público y lo privado, de un modo que ahora nos cuesta trabajo entender.¹⁷ Tras los ordenadores aparecieron los aparatos de reproducción musical para consumo individualizado, como fueron el *walkman* (1980)¹⁸ y el *discman* (1991).¹⁹ Lo que hicieron estos dispositivos más tarde lo reforzaron los teléfonos

¹⁶ Cámara de Diputados, *El Depósito Legal en México*, acceso el 17 de septiembre de 2001, <http://www.diputados.gob.mx/bibliot/apotec/decretos.htm>. Las cursivas son mías.

¹⁷ Ran Wei y Louis Leung, "Blurring Public and Private Behaviors in Public Space: Policy Challenges in the Use and Improper Use of the Cell Phone", *Telematics and Informatics* 16, núm. 1 (febrero-marzo de 1999): 11-26.

¹⁸ Shuhei Hosokawa, "The Walkman Effect", *Popular Music* 4 (enero de 1984): 165. <https://doi.org/10.1017/S0261143000006218>.

¹⁹ Simon Collinson, "Managing Product Innovation at Sony: The Development of the Data Discman", *Technology Analysis & Strategic Management* 5, núm. 3 (1993): 286. <https://doi.org/10.1080/09537329308524137>.

celulares: cada persona debía tener su propio aparato para su uso personal. Si la práctica de lectura había sido sobre todo de consumo individualizado y transcurría en silencio (aunque no siempre haya sido así),²⁰ con la llegada de los reproductores musicales de uso personal se tuvo un excelente pretexto para incursionar en la edición de audiolibros.

Sintomática de esta nueva oportunidad para la edición de libros en formatos sonoros fue la fundación, en 1986 y en Estados Unidos, de la Asociación de Editores de Audio,²¹ lo que constituye una muestra simbólica y sin ambages del interés en editar para estas tecnologías. Diez años más tarde, esta misma asociación instituyó la entrega de los Audie Awards, en los cuales se reconoce a los audiolibros más destacados del año en diferentes categorías.²² Esta celebración continúa hasta la fecha (2021) y ha incorporado nuevas categorías que inicialmente no consideraba. Si bien ha sido en el mundo anglosajón donde los audiolibros han tenido desde entonces mayor producción y consumo, en los países de habla hispana también se han editado obras sonoras.

En México, la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) fue pionera en la producción de ediciones sonoras: desde 1960, mediante su colección *Voz Viva*,²³ ha publicado materiales auditivos de contenido literario. La primera obra de esta colección lleva por título *Artemio del Valle Arizpe* y contiene 3 pistas, que son obra y voz del propio autor coahuilense: “La plaza mayor”, “En la calle de los Plateros” y “El alacrán de Fray Anselmo”. Desde entonces y hasta la fecha en esta colección han sido publicados, en vinilo, casetes y discos compactos, trabajos auditivos de múltiples autores nacionales y latinoamericanos.²⁴ Es cierto que

²⁰ Recuérdese el asombro con el que san Agustín relata en sus *Confesiones* la lectura silenciosa de Ambrosio, obispo de Milán: “Cuando leía sus ojos recorrían las páginas y su corazón entendía su mensaje, pero su voz y su lengua quedaban quietas”. Como es evidente, este acto era una novedad para él, y ello evidencia que las prácticas de lectura hacia finales del siglo IV consistían en la lectura en voz alta.

²¹ Audio Publishers Association es su nombre en inglés, acceso el 17 de septiembre de 2021, <https://www.audiopub.org/industry/about>.

²² Alexandra Alter, “The New Explosion in Audiobooks”, *The Wall Street Journal*, 1o. de agosto de 2013, acceso el 12 de septiembre de 2021, <https://www.wsj.com/articles/SB1001424127887323854904578637850049098298>.

²³ Esta colección originalmente se llamaba *Voz Viva* de México e incluía sólo trabajos de autores mexicanos, pero posteriormente la Unión de Universidades de América Latina pidió a la UNAM que incluyera escritores latinoamericanos, con lo cual el nombre de la colección cambió a *Voz Viva*.

²⁴ En el catálogo de Literatura UNAM en línea pueden consultarse los títulos de esta colección. Acceso el 23 de junio de 2022, <http://www.literatura.unam.mx/index.php/catalogo-historico/voz-viva>.

algunos trabajos de Voz Viva constituyen grabaciones independientes y originales que no tienen réplicas impresas; para ojos exquisitos y rigurosos, este tipo de obras no deberían considerarse audiolibros (al menos, no con la concepción que tenemos en el siglo XXI de ellos). Sin embargo, a partir de la implementación de los registros de ISBN en nuestro país, la asignación de uno de estos números estandarizados de libro está considerada para obras sonoras de contenido literario, o “libros hablados”.²⁵ En casos como éste es interesante preguntarse: ¿qué es lo que constituye a un audiolibro?, ¿basta el reconocimiento del ISBN para justificar la existencia de estos bienes culturales como ejemplo de libros?

Pensando en documentar para este artículo otras editoriales mexicanas o de América Latina que hubieran publicado audiolibros en casete o disco compacto, me enfrenté a la escasez de información en línea.²⁶ A través del catálogo *Nautilo* de la Biblioteca Nacional de México²⁷ es posible cerciorarse de la existencia de audiolibros en este recinto de la memoria; sin embargo, la información no puede filtrarse por formato, para identificar una selección exclusiva de este tipo de bienes culturales. Desde el punto de vista positivo, aquí existe una oportunidad no sólo para la investigación realizada al interior de la Biblioteca Nacional, sino también para la documentación de la historia editorial en México. Pero desde una postura negativa pude verse la urgencia de rescatar, al menos en un relato histórico, documentos que debido al avance de la tecnología corren el riesgo de volverse obsoletos, si no es que ya lo son...

Un segundo *boom* para los audiolibros

Desde su aparición en formatos de vinilo, y sobre todo en casetes y discos compactos, los audiolibros nunca han dejado de existir; sin embargo, estas ediciones eran realmente microscópicas en comparación con el número de tí-

²⁵ Fernando Cruz Quintana, “El ISBN y su utilidad para la investigación bibliográfica”, *Bibliographica* 2, núm. 2 (segundo semestre de 2019): 178.

²⁶ Es importante mencionar que este artículo fue escrito durante la pandemia ocasionada por covid-19, lo que limitó mi posibilidad de acceso a la información de manera presencial. No obstante, por medio de una investigación previa que realicé en 2018, pude conocer la Sala de Tifológico de la Biblioteca Nacional de México, lugar donde se resguardan audiolibros en formato de casete o disco compacto. La referencia de este trabajo es la siguiente: Fernando Cruz Quintana, “Las discapacidades visuales, la tifología y la Sala de Tifológico de la Biblioteca Nacional de México”, en *Proyectos digitales para el desarrollo y la inclusión*, coord. de Israel Tonatiuh Lay Arellano (México: UdeG, 2019), 113-144.

²⁷ *Nautilo. Catálogo de la Biblioteca y Hemeroteca Nacionales de México*, <https://catalogo.iib.unam.mx/>.

tulos publicados en impreso. Las razones que explican esto son diversas, algunas comentadas en la siguiente cita de John B. Thompson, quien reproduce la respuesta que un editor le dio ante el cuestionamiento de qué tipo de obras se deben publicar en formato de audiolibro:

[los editores] tienen que considerar si una publicación en formato de audio tendrá éxito en el mercado. –“Tú sabes, los libros de cocina no funcionan en audio salvo casos excepcionales; los libros de dietas no se venden en audio”–, me explicó el director de una división de audio. “Existen algunas categorías que pueden funcionar muy bien en versiones sonoras –las memorias, por ejemplo, libros en los que destaca la personalidad del narrador–. La ficción comercial, o la ficción donde la trama tiene mucho interés también se venden muy bien. La ficción más literaria, intrincada, o aquella donde los personajes tienen mucho peso en la trama no funcionan en estos formatos porque a la mente le cuesta mucho trabajo hilar y mantener las historias, la narrativa continua, y a veces apenas estás tratando de comprender qué quería decir la oración que acabas de escuchar”.²⁸

Argumentos como éstos evidencian que al hablar de audiolibros no se trata de un formato más de publicación; existen razones específicas para considerar si vale la pena o no elaborarlos, por lo que es lógico entender que no todos los títulos se editen para audio. Si pensamos en las características formales de una obra, o en el público al que está dirigida, podemos entrever que algunas publicaciones se adaptan mejor al consumo sonoro. Otro más de los aspectos que deben tenerse en cuenta a la hora de editar (¿o producir?) un audiolibro es el tema de los costos: en estos casos se tiene que pagar no sólo a los actores o locutores que prestarán su voz para ser grabada, sino también a un estudio que realice ediciones de audio, lo cual puede estar por encima de los estándares de precios por la impresión de ejemplares. Aunque un editor moderno tenga en mente que

²⁸ John B. Thompson, *Merchants of Culture. The Publishing Industry in the Twenty-First Century* (Estados Unidos: Plume, 2012), 358-359. [“And then they have to consider whether it’s going to work in audio – ‘You know, cookbooks don’t work in audio except in rare cases; diet books, don’t work in audio’, explained the manager of one audio division. ‘And there are particular categories that can work extremely well in audio – memoirs, for example, books that have a personality driven narrator. The commercial fiction, plot-driven fiction also works very well in audio. Literary fiction, intricate, more character-driven fiction, does not work as well in audio because your mind just can’t track, the narrative has sort of gone on and you’re about to try and figure out what that sentence meant’”]. Traducción del autor.

el trabajo que realiza puede derivar en múltiples salidas de publicación –como impresos, digitales o audiolibros–, necesita también de nuevas competencias que le permitan adaptarse a las complejidades de cada uno de estos formatos.

Salvando las complejidades propias de la edición/producción de audiolibros, hay un aspecto más que considero que impedía generar un verdadero negocio con estos formatos sonoros. Me refiero a que los primeros audiolibros necesitaban forzosamente recursos materiales externos, como los vinilos, cassetes y discos compactos, para existir. Un consumidor requiere adquirir estos elementos para después escucharlos en aparatos de reproducción musical, ya sea de consumo individualizado, como un *discman* o estéreos de casa. El problema en este modelo de negocio radica en el desarrollo de la tecnología de audio: no necesariamente el casete sustituyó a los vinilos o el disco compacto a ambos, pero sí hubo mejoras (en la calidad del sonido o en la practicidad) que hacían preferir unos formatos u otros, al grado de que con el paso del tiempo algunos se volvían obsoletos. Esta situación complicaba que cualquier negocio, no sólo el de los audiolibros sino también el musical, pudiera prosperar sin riesgos. Las adaptaciones en la manera en que se producía y consumía eran necesarias para generar un modelo comercial redituable. En contraste, la tecnología de la página impresa, al menos desde el punto de vista del consumo, cuenta hasta la fecha con una validación de cientos de años de garantía: un libro impreso es, en sí mismo, contenido y contenedor.

Aunque los discos compactos son ya tecnologías de audio digital, siguen requiriendo de objetos materiales externos para reproducirse: los discos. Sin embargo, también durante finales del siglo XX surgieron diferentes formatos de audio (Mp3, WAV, AIFF, entre otros) que no necesitaban de un receptáculo material para contenerse, salvo la computadora o el dispositivo electrónico en el cual se alojaban. Sumado a esto, el desarrollo de Internet y la compartición de archivos en línea generaron las condiciones para el surgimiento de modelos de negocios basados en descargas o reproducciones en *streaming*. Más adelante volveré sobre este punto, pero quiero mencionarlo ahora a propósito de estas nuevas dinámicas de comunicación en las que surgieron plataformas como Napster, en donde se compartían archivos de un punto a otro con extrema facilidad y que al poco tiempo cimbraron las bases del *copyright* y los derechos de autor.²⁹

²⁹ Véase Lee Marshall, “Metallica and Morality: The Rhetorical Battleground of the Napster Wars”, *Entertainment Law* 1, núm. 1 (2002): 1-19.

De todas las industrias culturales, la primera que resintió las transformaciones surgidas por la llegada de la era digital fue la musical. Antes que el cine, la televisión o los libros, la industria de la música vio afectados muchos de sus intereses debido a la reproducción ilegal de copias digitales de discos y canciones. Hasta hace no muchos años, a inicios del siglo XXI, aún era impensable un modelo de negocio como el de suscripción a plataformas de consumo musical a la manera de Spotify, Amazon Music o Apple Music. En todos estos casos, mediante una mensualidad aproximada de 5 dólares se accede a un catálogo inmensamente vasto en el que aparece música de artistas de todos los rincones del planeta y de diferentes épocas. Dependiendo de la especificación de cada plataforma, en ocasiones se puede descargar la música para alojarla en un dispositivo, aunque en la mayoría de los casos la reproducción se realiza por *streaming*. Las productoras se dieron cuenta, tal vez tardíamente, de que en el caso del consumo musical –a diferencia del apego que tenemos por los impresos– poco importaba no tener un objeto material externo para coleccionar.³⁰

Al igual que con la música, la inmaterialidad de los archivos digitales y la posibilidad de distribución vía Internet son las dos circunstancias que permitieron un nuevo *boom* para los audiolibros. Sin embargo, esto no ocurrió de inmediato: se necesitó del progreso de las tecnologías de conexión y hacer frente a las resistencias que presentaban (y aún presentan) las prácticas de lectura tradicional, que muchas veces eliminan el interés por el consumo de libros en audio. Poco antes de 1990 los usuarios de Internet eran ya unos 250 mil en todo el mundo, y esto se agilizaría a una enorme velocidad en esa década: a inicios del 2000 la cifra aumentó a 413 millones y en 2016 a 3 400 millones de personas conectadas.³¹ ¿Qué tecnologías en la historia pueden darse el lujo de haber tenido un incremento tan acelerado de usuarios? Con este escenario, más el del

³⁰ No digo que esto no exista y que no contemos con bibliotecas de discos compactos, pero esta práctica cultural está cada vez más en desuso. ¿Quién tiene, por ejemplo, su colección de casetes de audio? Y si alguien aún los tiene, ¿cuenta con el equipo para reproducirlos? Distinto caso son los vinilos que, si bien desaparecieron un tiempo del mercado musical, han vuelto y han encontrado un nicho en crecimiento. Entre los coleccionistas de estos discos es frecuente escuchar que la calidad en la reproducción sonora de un vinilo es siempre mejor que la de un archivo digital. Además, el empeño y fanatismo de coleccionistas puede leerse como un hermoso símbolo de resistencia al tsunami de conversión digital que hemos experimentado durante los últimos 30 años.

³¹ Max Roser, Hannah Ritchie y Esteban Ortiz-Ospina, "Internet", *Our World in Data*, acceso 21 de septiembre de 2021, <https://ourworldindata.org/internet>.

desarrollo de conexiones de banda ancha para la descarga veloz de datos, se contaba ya con el terreno idóneo para el desarrollo de negocios en línea.

La topología de redes crea una economía de la información, al reducir las coordenadas geográficas y alterar los patrones de productividad y trabajo, unos medios y una sociedad muy distintos de los del siglo XX. Las redes tienen que ver con conexiones, transferencia de datos, vínculos, rutas y redes de contacto [...]. Un libro electrónico sin una red, sin un canal de distribución, es apenas más radical que uno impreso. Un libro electrónico en la red abierta tiene una capacidad infinita de copiarse y compartirse, al instante, en todo el mundo.³²

Michael Bhaskar menciona el empleo de las redes para la distribución de los libros digitales; tiene en mente los publicados en formato ePub, que es el estándar adoptado por el medio. Sin embargo, la cita es útil también para entender el caso de los audiolibros que, en estricto sentido, son también libros digitales inmateriales, pero en formato de audio. Por esto hablo de un segundo *boom* de los audiolibros: no bastaba con que existieran grandes desarrollos de grabación y reproducción de audio, como ocurrió durante las últimas décadas del siglo XX, faltaba que apareciera y se desarrollara la comunicación en línea.

En ese punto de la historia el reto pasó a manos de los mismos editores, quienes tarde o temprano se dieron cuenta de que Internet y la comunicación en línea creaban nuevos espacios de publicación. Sin embargo, al considerar estos escenarios también notaron que sus competidores se multiplicaban fuera de su nicho: ahora no sólo se disputaban la atención entre editoriales, sino también con empresas de música o de audiovisuales, que también posicionan sus productos y servicios en línea. El editor Juan Triviño Giraldo comenta al respecto:

desde la aparición del *e-book* los editores nos hemos transformado en “gestores de contenidos”. Tenemos la oportunidad y la responsabilidad de hacer llegar nuestros textos al público, independientemente de la manera en que cualquier lector decida acercarse al contenido, y por un precio justo y razonable. Por lo tanto, tenemos que hacer todo lo que está en nuestra mano para que los contenidos estén en el número mayor de plataformas y puntos de venta, tanto físicos como digitales, de la manera más eficiente y eficaz posible.³³

³² Michael Bhaskar, *La máquina de contenido* (México: FCE, 2014), 41.

³³ Juan Triviño Giraldo, “La llegada del e-book: cambios en los procesos de producción editorial”, en *Informe Omniprom 2011 sobre el libro en México*, coord. de Marcelino Elo-sua (México: LID Editorial Mexicana, 2011), 28.

Éste es el escenario donde trabaja un editor moderno, y si ellos cambiaron, ¿por qué no pensar que los consumidores son también otros? Los de antaño tal vez necesiten una alfabetización digital que los haga competentes para acercarse a las nuevas formas del libro, pero los integrantes de las nuevas generaciones, nativos digitales,³⁴ ya están acostumbrados a esta lógica comunicacional. Nos encontramos, insisto, en una nueva etapa en la historia de la humanidad en la que nuestras prácticas para crear, resguardar y acceder a la información han cambiado.

Nuevos modelos de negocio digital para los audiolibros

Aunque los libros digitales hayan creado nuevos tipos de publicaciones que se asemejan a los impresos, la manera en que se comercializan no necesariamente es la de venta unitaria de ejemplares. Esto es a lo que estamos acostumbrados, y parece ser un esquema muy justo: paga sólo por lo que adquieres. En la cultura análoga ésta es la tradición que experimentábamos cuando adquiriríamos discos en vinilo, cintas de video, casetes y, por supuesto, libros. Incluso en los modelos de préstamos bibliotecarios, en donde podemos tener acceso a vastísimas colecciones, el préstamo de ejemplares impresos se hace de uno o muy pocos títulos a la vez. Esta situación representa uno de los cambios más drásticos que han ocurrido con el consumo de bienes inmateriales.³⁵

Como ocurre con los libros impresos, los libros digitales para lectura³⁶ también se comercializan mediante la venta unitaria de ejemplares, aunque en realidad el esquema comercial que más éxito tiene para estos bienes culturales

³⁴ Esta expresión fue propuesta en 2001 por el escritor Marc Prensky; habla de una persona nacida en la era digital y que se ha desarrollado en contextos de uso de tecnologías digitales, por lo cual le son familiares y cotidianas.

³⁵ Para tener una imagen detallada de cómo se ha reconfigurado la cadena de valor del libro al incluir las ediciones digitales y los audiolibros, véase Iben Have y Birgitte Stougaard Pedersen, "The Audiobook Circuit in Digital Publishing: Voicing the Silent Revolution", *New Media & Society* 22, núm. 3 (2 de agosto de 2019): 425, <https://doi.org/10.1177/1461444819863407>.

³⁶ Insisto en que no existe pleonasma en decir "libros digitales para lectura", mi intención al poner estas palabras es promover una ampliación del concepto de libro digital que pueda incluir también a los audiolibros. En el argot cotidiano y en el entorno editorial se emplea más el término "libros electrónicos", para hablar de los archivos digitales de lectura, pero en los ámbitos académicos y bibliotecarios, público principal de esta revista, se prefiere el término "libros digitales". Me parece más correcto este último, y me permite explicar los audiolibros como una de las diferentes categorías de libros digitales que existen.

es el de servicio de suscripción. Adquirir un solo título en formato audiolibro tiene un costo aproximado de 25 dólares.³⁷ El precio suele ser más caro que el de un libro digital para lectura o un impreso, como podemos ver en la comparativa de la Tabla 1.

<i>Canción de hielo y fuego</i> [Libro 1 de la saga de <i>Juego de Tronos</i>] Autor: George R. R. Martin			
Libros digitales		Libros impresos	
<i>Kindle (lectura)</i>	<i>Audiolibro</i>	<i>Pasta dura</i>	<i>Pasta blanda</i>
US \$12.99	US \$33.69	US \$42.12	US \$15.28
<i>El poder de los hábitos</i> Autor: Charles Duhigg			
Libros digitales		Libros impresos	
<i>Kindle (lectura)</i>	<i>Audiolibro</i>	<i>Pasta dura</i>	<i>Pasta blanda</i>
US \$5.99	US \$24.50	–	US \$12.55
<i>Desierto sonoro</i> Autora: Valeria Luiselli			
Libros digitales		Libros impresos	
<i>Kindle (lectura)</i>	<i>Audiolibro</i>	<i>Pasta dura</i>	<i>Pasta blanda</i>
US \$8.93	US \$27.56	–	US \$11.32

Tabla 1. Comparativa de precios en cuatro formatos diferentes para una misma obra.
 Fuente: Elaboración propia, tras consulta en el sitio web de Amazon.³⁸

Un nuevo modelo basado en las virtudes que brinda la distribución digital es el de suscripción a audiolibros. Este esquema opera de manera similar al servicio en *streaming* que ofrece Netflix: mediante una cuota periódica se tiene acceso a un catálogo amplio de títulos que pueden ser consumidos a voluntad por el suscriptor. Además del pago puntual, lo que se requiere para

³⁷ Hice este cálculo al comparar el precio de 10 audiolibros distintos, todos novedades del 3er. trimestre de 2001, en tres tiendas virtuales diferentes: Apple books, Google Play y Audible (Amazon).

³⁸ Datos recabados en septiembre de 2021, deben tomarse con la salvedad de que la oferta y demanda de un ejemplar puede suscitar variaciones en el costo ofrecido por Amazon. En ocasiones, adquirir un ejemplar impreso puede encarecerse debido al traslado físico del libro de un país a otro, como ocurre con el costo del ejemplar de pasta dura que aparece en el primer caso de la tabla.

contratar este servicio es contar con algún dispositivo electrónico que tenga conexión a Internet de banda ancha y pueda reproducir archivos de audio (teléfonos celulares, tabletas, computadoras o lectores electrónicos). A diferencia de las compras unitarias, donde se descarga un archivo directamente a un dispositivo o a una cuenta, aquí la reproducción es por *streaming*. Hay empresas tecnológicas que, además del servicio de suscripción, cuentan con dispositivos electrónicos propios, como es el caso del Kindle de Amazon. En Economía, a esto se le conoce como “integración vertical”: una estrategia corporativa en la que se participa de diferentes sectores comerciales —en este caso contenidos literarios digitales y dispositivos electrónicos—, para favorecer la competitividad de toda la empresa.

Una de las virtudes del modelo de suscripción³⁹ es que permite tener un número fijo de clientes que pagan por adelantado y, gracias a ello, se puede contar con un flujo de ingresos estable. Las principales empresas que a nivel mundial brindan este modelo de consumo son dos: la sueca Storytel, fundada en 2005; y Audible, que inició operaciones en el año 2000 y es una de las compañías de Amazon. Existen algunos otros ejemplos de empresas de menor tamaño, y sobre todo de carácter nacional, que no pretendo mostrar en este trabajo. Mi interés, más que hablar del nombre de compañías, es reflexionar sobre un nuevo momento en la historia de los libros, una etapa en la que empresas tecnológicas y no editoriales han reclamado un fuerte protagonismo. Aunque, en líneas generales, las firmas que brindan este tipo de servicios dan las mismas opciones de consumo, he encontrado variaciones, que tampoco pretendo mencionar aquí con lujo de detalle. Algunas de éstas son: diferentes catálogos de audiolibros, posibilidad de descargar contenidos para escucharlos en modo *offline*, y el poder adquirir audiolibros de manera perpetua en algún dispositivo, entre otras.

Desde el punto de vista del consumidor, pueden plantearse preguntas interesantes que seguramente se hacen los interesados en contratar estos servicios de suscripción. Aunque en este caso el balance entre el precio y la oferta sea muy razonable, ¿realmente tenemos el tiempo suficiente para consumir tres o más audiolibros durante un mes? Este cuestionamiento es válido

³⁹ Para una revisión de diferentes modelos de negocio digitales, recomiendo revisar el estudio titulado “Evolución de los nuevos modelos de negocio en la era digital”, que la empresa Dosdoce.com elaboró en 2015 para el Centro Español de Derechos Reprográficos (Cedro), acceso el 23 de junio de 2022, <https://www.dosdoce.com/2015/11/11/evolucion-de-los-nuevos-modelos-de-negocio-en-la-era-digital/>.

para cualquiera de los servicios de *streaming* que nos ofrecen en la actualidad. A diferencia de una película o un trabajo audiovisual, cuyo consumo nos lleva en promedio entre 1 y 2 horas, los libros (incluso los narrados oralmente) implican una mayor dedicación de tiempo. Sin embargo, como mencioné, considero que la escucha de algunos audiolibros (y lo digo desde la experiencia como consumidor) puede llevarse a cabo de manera paralela a la realización de otras actividades mecánicas que no demandan un ejercicio mental agotador, como puede ser la preparación de alimentos, la limpieza e incluso manejar un automóvil o viajar en algún transporte.

Si los libros digitales cimbraron los entornos editoriales en la segunda década del nuevo milenio, los audiolibros lo están haciendo, pues “representan un elemento sorpresivo que ha cambiado las reglas del juego en materia de publicaciones digitales. La utilización de audiolibros y sus ventas han crecido rápidamente durante la última década y la industria apenas está tomando conciencia del enorme potencial económico que tienen”.⁴⁰ Para evitar las consideraciones subjetivas sobre los audiolibros, dos indicadores determinantes muestran el auge que han tenido estos bienes digitales, al menos en los últimos cinco años. En primer lugar, el de la producción: de acuerdo con un análisis por lustros, la Audio Publishers Association de Estados Unidos de América determina que en aquel país el incremento en el número de audiolibros ha sido constante desde el 2005, como puede apreciarse en la Tabla 2. En segundo lugar, el consumo también evidencia el aumento mantenido en las ganancias por las descargas de audiolibros, de acuerdo con la Publishers Association del Reino Unido, como se expone en la Tabla 3.

Año	2005	2010	2015	2020
Número de títulos	2 677	6 200	35 944	71 502

Tabla 2. Número de audiolibros publicados en Estados Unidos cada cinco años.

Fuente: Audio Publishers Association (2020).⁴¹

⁴⁰ Have y Stougaard Pedersen, “The Audiobook Circuit...”, 425. [“Audiobooks are a surprising game changer in digital publishing today. The use and sales of audiobooks have been rapidly growing during the last decade, and the industry has recently begun to realize the economic potential of this medium”]. Traducción del autor.

⁴¹ Los datos pueden consultarse en <https://www.audiopub.org/uploads/pdf/APA-Research-2016-2020.pdf>.

Año	Millones de libras
2015	30
2016	39
2017	48
2018	69
2019	97

Tabla 3. Ganancia por las descargas de audiolibros en Reino Unido.
Fuente: *The Publishers Association Yearbook 2019* (2020).⁴²

Con estas evidencias no queda duda de que, al menos en el mundo anglosajón, los audiolibros han tenido un aumento considerable. En menor proporción, la industria editorial en habla hispana también ha comportado un incremento en la producción de audiolibros, sobre todo en España, donde las principales editoriales han incursionado en este sector.⁴³ Podemos suponer, aunque lo afirmo sin evidencia empírica, que los audiolibros españoles no necesariamente podrían tener un buen recibimiento en América Latina (como sí ocurre con los libros), por las diferencias en los acentos de cada región.

Cuando se estudian las ganancias por las ventas de audiolibros es muy importante señalar que si bien una parte de ellas llega a las editoriales, otra más se destina a actores comerciales que anteriormente no formaban parte de la industria, me refiero a los distribuidores en línea donde se adquieren estas obras: Amazon, Google, Apple, etc. Este crecimiento de la empresa de los audiolibros es aún más notorio cuando se compara con el de la producción y consumo de ejemplares impresos que, al menos en el caso del Reino Unido, ha tenido años de retrocesos o de crecimiento, por debajo de los 2 puntos porcentuales durante el último lustro.⁴⁴ Esto no significa necesariamente que el mercado del audiolibro se esté llevando adeptos, de los lectores de libros en papel a la escucha de obras, simplemente responde al surgimiento de un nuevo nicho que ha encontrado utilidad y comodidad en la propuesta de los audiolibros. Igualmente, las tecnologías de conexión a bocinas de estéreo en casa y en automóviles, como

⁴² Consultar datos en <https://www.publishers.org.uk/publications/yearbook2019/>.

⁴³ Marta Magadán-Díaz y Jesús I. Rivas-García, "El audiolibro en España: ¿industria o modelo de negocio?", *Profesional de la Información* 29, núm. 6 (2020): 1335-1345, <https://doi.org/10.3145/epi.2020.nov.25>.

⁴⁴ *Ibid.*

bluetooth, han permitido que la práctica de consumo de estos bienes digitales pueda realizarse a la par de otras actividades.⁴⁵

Si los audiolibros han tenido un gran desempeño en países de habla inglesa como Estados Unidos o Reino Unido, se debe también a que ambas naciones han sido pioneras en la invención y acceso al tipo de tecnologías digitales empleadas para el consumo de libros digitales. Algo parecido ocurre con la calidad del papel empleado para las publicaciones en esas naciones y el resto del mundo, aunque en ese caso la diferencia no es tal que impida la actividad de lectura. Cuando se trata de tecnologías electrónicas y digitales, mucho importa el acceso a ellas con el que cuente una región y, lamentablemente, en el grueso de América Latina y el Caribe estamos unos pasos atrás de otras latitudes. Pese a esta situación de déficit, el mercado de la región para los libros digitales, en específico el de los audiolibros, no es inexistente. Por el contrario, en 2018 y 2019 se vivió un tiempo de bonanza propio de los arranques de un negocio: por ejemplo, de acuerdo con datos de la empresa Bookwire, si sumamos a España e incluimos a todos los países de habla hispana, entre estos dos años se tuvo un incremento de ¡318 por ciento!, en las ventas unitarias de audiolibros.⁴⁶ Tal crecimiento sólo puede explicarse porque es muy fácil aumentar cuando las ventas son nulas o casi nulas, y se pasa de cero, o de muy poco, a vender algo.

No tengo duda de que el negocio de los audiolibros en la región se incrementará en los siguientes años, haciendo un símil de lo ocurrido en otras partes del planeta. El mundo de habla hispana tiene, además, una ventaja que debería aprovechar y es la del potencialmente vasto mercado que existe gracias al número de hablantes de una misma lengua. El problema para que los audiolibros en español puedan prosperar será vencer las diferencias de acento que muchas veces hacen que, aunque hablemos un mismo idioma, nos distanciamos y prefiramos la comodidad de nuestra manera de hablar. Tal y como ha ocurrido con la industria del doblaje para las películas y audiovisuales de otros países, podría estarse gestando ahora mismo una industria del audiolibro en español que habrá de rendir frutos en los próximos años.

⁴⁵ Un dato interesante en una encuesta de la Audio Publishers Association revela cómo, tras el encierro mundial por el covid-19, una de las razones que contribuyeron a incrementar el consumo de audiolibros fue reducir el tiempo que se pasaba frente a una pantalla. Los resultados del estudio pueden consultarse en <https://www.audiopub.org/uploads/pdf/Consumer-and-Sales-Survey-Press-Release-2021-FINAL.pdf>.

⁴⁶ *Evolution of Digital Market (eBooks and Audiobooks) in Spain and Latin America*, Bookwire y Dosdoce.com, acceso el 26 de septiembre de 2021, https://www.bookwire.de/fileadmin/customer/documents/Whitepapers/Bookwire_Dosdoce_Spanish_Markets_Digital_Report_2021.pdf.

Conclusiones

Durante los últimos años de mi trayectoria académica, me he dedicado a investigar los libros digitales y desde hace ya tiempo pensaba en algo que quiero enfatizar aquí: los audiolibros son un ejemplo más de los libros digitales. ¿Por qué habremos de considerarlos como libros si su forma dista mucho de la palabra escrita y su consumo también es muy diferente al acto de lectura? En primer lugar, porque la inmensa mayoría de ellos son un producto secundario de algo que se concibió y surgió como una obra escrita. En segundo lugar, porque en tanto objetos que permiten alojar la expresión humana, constituyen importantes vehículos para la información y el conocimiento, y además son ejemplo de un tipo muy peculiar de documento que podemos contener en nuestras bibliotecas. Finalmente, pienso que los audiolibros deben ser considerados libros porque son creados en los contextos editoriales que se adaptan a las necesidades actuales en la manera en que se puede generar, preservar y recuperar la información.

En la sociedad de la información en la que vivimos, donde Internet tiene un papel protagónico, resultaría paradójico que no se hubiera buscado la manera de transfigurar al libro para que siguiera siendo una de las tecnologías más influyentes en el desarrollo y conformación de las sociedades. Impresos, digitales y audiolibros coexisten hoy en día como formatos no excluyentes y sí complementarios. Si antes la mejor manera de disfrutar una obra era en soledad y silencio absoluto, ahora también podemos hacerlo como acto colectivo o como un acompañamiento en paralelo, mientras realizamos tareas más cotidianas. Con la propuesta de los audiolibros, los lectores de antaño tienen una nueva opción literaria que, en no pocos casos, les demanda un proceso de aprendizaje tecnológico. Al mismo tiempo, los nuevos lectores y los lectores por venir, tienen ya el terreno puesto para generar nuevas competencias lectoras, o de escucha, insospechadas.

En una investigación previa me acerqué al tema de la tiflogía y la lectura para invidentes. Desde aquel entonces aprendí la enorme utilidad que los formatos sonoros tienen para las personas que sufren esta dificultad de lectura. A lo largo de este trabajo he defendido la idea de que los audiolibros pueden ser un negocio muy redituable, pero no ahondé en el provecho que puede obtenerse de ellos en materia tifológica. Aunque desde hace mucho tiempo algunos formatos digitales, como el PDF, ofrecen opciones de lectura en voz alta, en todos esos casos lo que se escucha es una voz robotizada que narra. Con los audiolibros, la experiencia de escucha se puede dignificar en demasía. No tengo

ninguna duda de que este tipo de formatos deben acompañar los procesos de aprendizaje de personas con capacidades especiales, y de que sobre todo las bibliotecas públicas e instituciones del Estado deberían apoyar proveyendo este tipo de materiales.

No sólo hacen falta estudios que relacionen los audiolibros con la tiflogía –una tarea pendiente que sólo señalo y que no puedo atender (debido a mi formación en Ciencias Sociales)–, también la información que las neurociencias pueden brindar respecto de la lectura y la escucha. Más allá de documentar prácticas sociales de consumo con las que pueden analizarse aspectos sociológicos y económicos, necesitamos además conocer qué ocurre a nivel cerebral y de aprendizaje cuando consumimos audiolibros. ¿Qué pasa cuando, sin abandonar la lectura de impresos, nos acostumbramos a la escucha de formatos sonoros? Creo que esto ya ocurre conmigo, me refiero a que –como consumidor de impresos, digitales y audiolibros que soy– sí tengo mis propios criterios para preferir uno u otro formato, dependiendo de determinadas variables: cuando se trata de urgencia e inmediatez, opto por comprar archivos digitales; si se trata de libros de colección o con un alto valor sentimental, lo prefiero en impreso. En el caso de los audiolibros, reconozco que me ha gustado escucharlos en los trayectos mientras me desplazo a casa: manejar y disfrutar de una narración oral es algo que puedo hacer sin mayores complicaciones.

Además de los audiolibros que surgen de las editoriales, la producción de contenidos digitales, como los *podcasts*, y el empleo de tecnologías de asistentes de voz parecen tener una época de oro.⁴⁷ Creo que hay elementos para pensar que apenas estamos conociendo los primeros ejemplos de una nueva cultura sonora ligada a la tecnología, la cual requerirá de trabajos descriptivos que puedan ser testimonios de una época de cambios. Estos trabajos también deberían hacernos reflexionar sobre la necesidad de adecuar el trabajo de documentación y el bibliográfico, para poder tratar con los nuevos formatos sonoros. Las bibliotecas tienen que lidiar con ello desde hace años y no está por demás recordar la necesidad de atender estas cuestiones no sólo a nivel de registro: por ejemplo, debe pensarse cómo podrían crearse espacios dentro de los recintos de la memoria para el préstamo de audiolibros. ¿Qué necesidades técnicas y de personal se desprenden de esto? ¿Cómo asegurar que la preservación de audiolibros de una u otra empresa tecnológica permita la consulta para los usuarios del futuro y que los equipos y archivos no se vuelvan obsoletos?

⁴⁷ Véase Mario Tascón, “Nuevos formatos de audio, viejos problemas”, *Documentación de Ciencias de la Información* 43 (2020): 3-8.

Tomando en consideración los datos existentes sobre el negocio de los audiolibros en el mundo, no se puede afirmar la existencia de una industria audio-editorial independiente de la industria del libro. Si bien la cadena de valor del libro ha incorporado actores que antes no participaban en ella, las editoriales siguen teniendo un papel central en la creación de contenidos y la contratación de derechos de obras para su explotación. Me parece muy importante insistir en esto, para rebatir la idea de que los editores han perdido presencia en el nuevo escenario de producción cultural. Por el contrario, han cobrado una relevancia inusitada, al tener más salidas para una publicación que sólo en formatos impresos.

Como reflexión final, apartando un poco el tema de los audiolibros, pero en relación con la comunicación en línea, no quiero dejar de mencionar que este trabajo se realizó durante el tiempo de pandemia, cuando el acceso físico a bibliotecas y lugares de investigación estuvo impedido. ¡Qué útiles han sido las herramientas tecnológicas para acercarme a textos, estudios y libros que pude conseguir desde la comodidad de mi conexión en línea! Espero que en algún momento esta investigación pueda regresar a alguien un poco de lo que aprendí al elaborarla. Para finalizar, quiero enfatizar la importancia que tiene la palabra escrita, y reconocer que no utilicé ningún audiolibro en la realización de esta investigación.

Referencias

- Alter, Alexandra. "The New Explosion in Audiobooks". *The Wall Street Journal*, 1o. de agosto de 2013. Acceso el 12 de septiembre de 2021. <https://www.wsj.com/articles/SB10001424127887323854904578637850049098298>.
- Audio Publishers Association. Acceso el 17 de septiembre de 2021. <https://www.audiopub.org>.
- Barthes, Roland. "Introducción al análisis estructural de los relatos". En *Análisis estructural del relato*, 9-43. Argentina: Editorial Tiempo Contemporáneo, 1970.
- Bhaskar, Michael. *La máquina de contenido*. México: Fondo de Cultura Económica, 2014.
- Cahill, Maria y Jennifer Moore. "A Sound History. Audiobooks are Music to Children's Ears". *Children and Libraries* 15, núm. 1 (verano de 2017): 21-29.
- Cámara de Diputados. *El Depósito Legal en México*. Acceso el 17 de septiembre de 2001. <http://www.diputados.gob.mx/bibliot/apotec/decretos.htm>.

- Camras, Marvin. *Magnetic Recording Handbook*. Estados Unidos: Van Nostrand Reinhold Company, 1998.
- Collinson, Simon. "Managing Product Innovation at Sony: The Development of the Data Discman". *Technology Analysis & Strategic Management* 5, núm. 3 (1993): 286. <https://doi.org/10.1080/09537329308524137>.
- Cruz Quintana, Fernando. "Las discapacidades visuales, la tiflología y la Sala de Tiflológico de la Biblioteca Nacional de México". En *Proyectos digitales para el desarrollo y la inclusión*. Coordinación de Israel Tonatiuh Lay Arellano, 113-144. México: Universidad de Guadalajara, 2019.
- Cruz Quintana, Fernando. "La edición digital en América Latina en el contexto de la coyuntura por la Covid-19". *Contraportada*, núm. 7 (enero de 2022): 8-19.
- Cruz Quintana, Fernando. "El ISBN y su utilidad para la investigación bibliográfica". *Bibliographica* 2, núm. 2 (segundo semestre de 2019): 171-188.
- Cultura UNAM. Literatura. Voz Viva. Acceso el 23 de junio de 2022. <http://www.literatura.unam.mx/index.php/catalogo-historico/voz-viva>.
- Darnton, Robert. "The Library in the New Age". *The New York Review of Books*, 12 de junio de 2008. Acceso el 12 de septiembre de 2021. <https://www.nybooks.com/articles/2008/06/12/the-library-in-the-new-age/>.
- "Evolución de los nuevos modelos de negocio en la era digital". Dosdoce.com. Acceso el 23 de junio de 2022. <https://www.dosdoce.com/2015/11/11/evolucion-de-los-nuevos-modelos-de-negocio-en-la-era-digital/>.
- Evolution of Digital Market (eBooks and Audiobooks) in Spain and Latin America*. Bookwire y Dosdoce.com. Acceso el 26 de septiembre de 2021. https://www.bookwire.de/fileadmin/customer/documents/Whitepapers/Bookwire_Dosdoce_Spanish_Markets_Digital_Report_2021.pdf.
- Have, Iben y Birgitte Stougaard Pedersen. "The Audiobook Circuit in Digital Publishing: Voicing the Silent Revolution". *New Media & Society* 22, núm. 3 (2 de agosto de 2019): 409-428. <https://doi.org/10.1177/1461444819863407>.
- Hosokawa, Shuhei. "The Walkman Effect". *Popular Music* 4 (enero de 1984): 165-180. <https://doi.org/10.1017/S0261143000006218>.
- Magadán-Díaz, Marta y Jesús I. Rivas-García. "El audiolibro en España: ¿industria o modelo de negocio?". *Profesional de la Información* 29, núm. 6 (2020): 1335-1345. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.nov.25>.
- Manguel, Alberto. *The Library at Night*. Estados Unidos: Yale University Press, 2009.
- Marshall, Lee. "Metallica and Morality: The Rhetorical Battleground of the Napster Wars". *Entertainment Law* 1, núm. 1 (2002): 1-19.

- Olson, Jesper. "The Audiographic Impulse: Doing Literature with the Tape Recorder". En *Audiobooks, Literature and Sound Studies*. Edición de Matthew Rubery, 61-75. Estados Unidos: Routledge, 2011.
- Ong, Walter. *Oralidad y escritura. Tecnologías de la palabra*. México: Fondo de Cultura Económica, 1987.
- The Publishers Association Yearbook 2019*. Publishers Association. 2020. <https://www.publishers.org.uk/publications/yearbook2019/>.
- Roser, Max, Hannah Ritchie y Esteban Ortiz-Ospina. "Internet". *Our World in Data*. Acceso el 21 de septiembre de 2021. <https://ourworldindata.org/internet>.
- Sprinzen, Merle. "The History of Bubble Books". Acceso el 5 de julio de 2021. <http://www.littlewonderrecords.com/bubble-book-history.html>.
- Tascón, Mario. "Nuevos formatos de audio, viejos problemas". *Documentación de Ciencias de la Información* 43 (2020): 3-8.
- Thompson, John B. *Merchants of Culture. The Publishing Industry in the Twenty-First Century*. Estados Unidos: Plume, 2012.
- Triviño Giraldo, Juan. "La llegada del e-book: cambios en los procesos de producción editorial". En *Informe Omniprom 2011 sobre el libro en México*. Coordinación de Marcelino Elosua, 25-39. México: LID Editorial Mexicana, 2011.
- Universidad Nacional Autónoma de México. *Nautilo. Catálogo de la Biblioteca y Hemeroteca Nacionales de México*. <https://catalogo.iib.unam.mx/>.
- Vallejo, Irene. *El infinito en un junco. La invención de los libros en el mundo antiguo*. Debolsillo. México: Penguin Random House, 2021.
- Wei, Ran y Louis Leung. "Blurring Public and Private Behaviors in Public Space: Policy Challenges in the Use and Improper Use of the Cell Phone". *Telematics and Informatics* 16, núm. 1 (febrero-marzo de 1999): 11-26.
- Wolf, Maryanne. *Proust and the Squid: The Story and Science of the Reading Brain*. Estados Unidos: Harper Collins Publishers, 2008. 