

C. PROMOCIÓN DE LA LECTURA, EDICIÓN DIGITAL E INDUSTRIAS CULTURALES

Leer escuchando: reflexiones en torno a los audiolibros como sector emergente

To read listening: Reflections on audiobooks as an emerging sector

José-Antonio Cerdón-García

Cerdón-García, José-Antonio (2018). "Leer escuchando: reflexiones en torno a los audiolibros como sector emergente". *Anuario ThinkEPI*, v. 12, pp. 170-182.

<https://doi.org/10.3145/thinkepi.2018.23>

Publicado en *IweTel* el 7 de diciembre de 2017



Resumen: El sector editorial de las publicaciones electrónicas ha experimentado una ralentización en su crecimiento en los dos últimos años, aunque uno de sus segmentos no ha seguido el ritmo del resto. Se trata del relativo a los audiolibros, que ha tenido un extraordinario desarrollo en todos los países. No se trata de un género nuevo, pues su antigüedad se remonta a los comienzos del siglo XX, pero en lo digital ha sido ahora cuando han explotado el máximo de sus posibilidades, optimizando sus prestaciones para contextos diversos, que tienen que ver con todo tipo de actividades del quehacer cotidiano. La investigación sobre los audiolibros plantea algunos puntos críticos que se analizan en la contribución, como la relación entre comprensión y audición, las diferencias entre los entornos auditivos e impresos, los sistemas de control de calidad en relación con su presentación, y los sistemas de difusión. El análisis de estas cuestiones entraña igualmente el de la disyuntiva leer-escuchar como parámetros de medición desde el punto de vista de la consideración de este nuevo género como integrante del concepto de lectura.

Palabras clave: Audiolibros; Comprensión lectora; Libros electrónicos; Lectura digital.

Abstract: The electronic publishing sector has experienced a slowdown over the past two years; however, one segment has grown. The audiobook has seen extraordinary growth in all advanced countries. It is not a new genre, since it dates back to the beginning of the 20th century, but audiobook producers have exploited the audiobook's maximum possibilities by optimizing the benefits for very diverse contexts, for all kinds of daily activities. Research into audiobooks raises some important points for discussion that are analyzed in this article, such as the relationship between comprehension and hearing, the differences between auditory and print environments, quality control systems in relation to their presentation, and dissemination systems. An analysis of these points also includes the read-listen dilemma as measurement parameters from the point of view of the consideration of this new genre as a part of the reading concept.

Keywords: Audiobooks; Reading comprehension; E-books; Digital reading.

1. Introducción

Los audiolibros no son un producto nuevo. Al contrario, forman parte del sector editorial desde antiguo, aunque en sus orígenes se orientaron hacia los discapacitados visuales, cuando en el Reino Unido se comenzaron a realizar los primeros “libros parlantes” por parte del *Instituto Real Nacional para Ciegos (RNIB)*, hacia 1920. La duración era corta, unos 25 minutos aproximadamente. Hubo que esperar a la invención del gramófono y de los discos de larga duración para que la idea fuera cobrando cuerpo. Fueron los soldados ciegos que volvían de la Segunda guerra mundial los destinatarios principales de estas grabaciones, entre las que se podían encontrar desde la *Biblia*, hasta Agatha Christie. Posteriormente, a finales de los 60 se empiezan a utilizar las cintas de casete que dominaron el mercado, todavía muy pequeño, hasta que en los 80 se comienzan a emplear los *compact disc*. Durante más de 20 años convivieron tecnologías muy diversas (vinilos, cassetes, CD, mp3, etc.), que fueron desplazadas por los servicios en *streaming* que, combinados con la popularización de los smartphones, descubrieron la verdadera potencialidad de un mercado que hasta la segunda década del siglo XXI se había restringido a circuitos muy especializados.

Si este medio es noticia en la actualidad es porque ha traspasado la barrera de los nichos especializados (población con dificultades visuales, sector de la enseñanza de idiomas, principalmente) saltando a los de la ficción y no ficción general, comenzando una andadura imprevisible hace unos años.

2. Evolución del sector

Desde 2015, su crecimiento ha sido imparable, primero en Estados Unidos, después en el resto de los países del mundo. En su informe anual de 2016, la *Audio Publishers Association*, que hace un seguimiento regular de este segmento de la industria, informó de que las ventas registraron un aumento del 18.2% con respecto al año anterior. La cantidad de audiolibros disponibles también aumentó, y en 2016 se publicaron 51.000 audiolibros, frente a los 7.200 de 2011. En 2017 el incremento fue del 33,9% respecto a 2016, con 79.000 nuevos títulos. Alemania, Francia (donde el *Syndicat National de l'Édition* publicó en 2017 el informe *Les Français et les livres audio* (Vincent, 2017), o España,

constituyen un buen ejemplo del interés suscitado por este formato. El auge en la producción de audiolibros ha proporcionado una gran tasa de rendimiento comercial.

HarperCollins, Hachette, Simon & Schuster y *Penguin Random House* han verificado una disminución de ventas de libros electrónicos, en torno al 5%, afirmando que únicamente se ha visto compensada gracias a la venta de audiolibros. *Amazon, Barnes & Noble, Kobo, Apple* y *Scribb* cuentan con sus propios canales para la venta y distribución de audiolibros. En *Scribb*, por ejemplo, los audiolibros fueron el segmento de más rápido crecimiento en 2017. Los suscriptores principales de audiolibro crecieron más del 24% y las audiencias superaron el 7%, con más de 2.963.397 horas de reproducción.

En el ámbito de las bibliotecas públicas el fenómeno es similar. *Overdrive* informó de que los préstamos de audiolibros se habían incrementado en un 24% en 2017 en las bibliotecas asociadas de todo el mundo. En Canadá, hubo un aumento del 24%, en Australia el 36%, en Nueva Zelanda el 40% y en el Reino Unido el 28%.

WattPad que es la plataforma de autopublicación más grande del mundo, se asoció en 2017 con *Hachette Audio* para la producción de audiolibros. Todos los títulos lanzados están disponibles en *Bandcamp, iTunes, Audible, Barnes & Noble, Downpour, eStories, Audibooks.com, Libro.fm*, y otras plataformas. Se trata de la primera vez que *Wattpad* pasa de las historias publicadas en su sitio web al contenido de audio disponible en todas partes.

El fenómeno, sin embargo, venía anunciándose desde años anteriores. Según el instituto



Figura 1. Hace 20 años, Amazon Audible presentó el primer dispositivo especializado dedicado a la escucha de audiolibros. Costaba 200 dólares y permitía un máximo de dos horas de audio.

francés *Ipsos*, desde 2008 a 2013 la producción de audiolibros se había incrementado en un 156%. Un incremento centrado en el audiolibro digital que ha canibalizado casi completamente al audiolibro físico, dando fe de la premisa de la paulatina desaparición de los soportes intermedios cuando existe una oferta digital con mejores prestaciones y funciones.

La importancia de este segmento se puso de manifiesto con la celebración de la primera feria del audiolibro que se celebró en Estrasburgo del 21 al 23 de mayo de 2015. Ese mismo mes *Harlequin* y *HarperCollins* anunciaban la creación de una nueva filial dedicada a las audionovelas románticas. No hay que olvidar que *Harlequin* había sido adquirida el año anterior por *HarperCollins* que ya contaba con una división de audiolibros, *HarperAudio*, a cuya colección se añadió este importante sector del libro digital, especialmente indicado para los nuevos formatos.

Poco antes, en noviembre de 2014, *Barnes & Noble* lanzó su aplicación para audiolibros con más de 50.000 títulos, de los cuales se pueden descargar muestras gratuitas de 3 o 4 minutos de duración. En enero de 2015 el *Syndicat National de l'Édition* de Francia creó una comisión para promover el audiolibro entre todos los profesionales del sector, por entender que se trataba de un formato con grandes posibilidades para la extensión de los contenidos culturales. *Amazon* ofrecía varias decenas de miles de audiolibros con *Audible*, *Scribd* firmó un acuerdo con *Hachette*, *Macmillan*, *HighBridge Audio*, *Tantor Audio*, y *Recorded Book* para añadir 30.000 audiolibros a su catálogo, muchos de ellos de los autores más vendidos.

España, aunque más recientemente, también comenzaba a involucrarse en esta marcha. La oferta de audiolibros en español ha aumentado considerablemente, pasando de apenas un millar de títulos a principios de esta década a más de 4.000 en la actualidad, según los datos aportados por el informe *Evolución del libro electrónico en América Latina y España* (Celaya; Gil; Guerrero, 2016). El resto de los anuarios estadísticos como el *Comercio interior del libro* o la *Panorámica de la edición española de libros*, no aportan datos desagregados que puedan utilizarse con cierta fiabilidad. Por otra parte, entre el 27 de junio y el 3 de julio de 2017, se celebraba la primera semana del audiolibro, promovida por la firma *Seebook*, y son ya bastantes las firmas que se dedican a la publicación y distribución de los mismos (tabla 1).

¿Qué ha ocurrido para que un sector, antiguo, haya crecido de una manera tan acelerada? Sin duda el salto tiene que ver con la modificación de las prácticas de consumo de contenidos en las que la comunicación oral vuelve a tener una importancia capital. Si es cierto que estamos en

la época de la segunda oralidad, como postulan algunas teorías (Ong, 2012; Olson; Torrance, 1995) entre ellas la del *Paréntesis Gutenberg* (Piscitelli, 2011), esta sería una de las evidencias del fenómeno.

El desarrollo de la multitarea, la posibilidad de que se puedan consumir contenidos textuales fuera de los márgenes estrictamente tipográficos, la posibilidad de simultanear actividades de todo tipo sin renunciar a la audición de una historia, subyace en el desarrollo de esta práctica, que se ha visto favorecida por el incremento de la oferta editorial de naturaleza digital, y por la generalización de los *podcasts* como sistema de información privilegiado entre amplias capas de población.

“Cada vez es más frecuente la figura de los *super-listeners* (super oyentes) que escuchan un promedio de 10 horas de contenido por semana, principalmente mediante suscripción”

Según un informe publicado por la *Knight Foundation* (2017) junto a *Edison Research*, cada vez es más frecuente la figura de los *super-listeners* (super oyentes), que escuchan un promedio de 10 horas de contenido por semana, principalmente mediante suscripción, a través de algún tipo de dispositivo móvil, fundamentalmente *smartphone*. Las grandes compañías, como *Amazon* y *Apple* también apuestan por los *podcasts*. *Amazon* lanzó *Audible Channels* para sus usuarios *Premium* con audios de importantes medios de comunicación como *The Wall Street Journal*, *The New York Times* o *Harvard Business Review*. *Apple* hizo lo mismo con *Spoken Editions*.

Los *podcasts* constituyen uno de los negocios más prósperos a tenor de las cifras arrojadas por los mercados más importantes. Según datos de 2017, el 40% de la población de EE. UU. ha escuchado un *podcast*, frente a un 36% en 2016. Un 24% escucha *podcasts* al menos una vez al mes, 5 puntos más que en 2016. Casi todas las compañías involucradas en el sector minorista de la distribución de audiolibros ven los *podcasts* como una puerta de entrada a este nuevo sector. Esto ha llevado a que *Audible*, *Tunein*, *Overdrive* y *Scribd* lanzaran su propia unidad de *podcast* interna, en la convicción de que la oferta de contenido gratuito favorecerá la suscripción o compra de audiolibros. *Overdrive*, por ejemplo, lanzó su propio *podcast*, *Book Nerds*, incorporándolo al sistema general, por lo que las bibliotecas ahora pueden ofrecer

Tabla 1. Plataformas de audiolibros

Nombre	Títulos	APP/Desc	Demo	Suscripción	Particularidades
Audible https://www.audible.com	4.558	iOS Android	No permite	Primer mes gratuito. 14,95 euros mes	Buena cantidad de libros de actualidad y comentarios sobre las obras.
Auditeka https://auditeka.com/es	1.500	iOS Android	Demos de hasta dos horas	No tiene Sin inform.	Libros de actualidad. Se pueden descargar varias veces una vez comprados.
Audiolibro.com https://audio-libro.com	144	Mp3	Fragmentos de la obra desde el sitio web	No tiene Sin inform.	Buena biblioteca de clásicos
Adiomol http://www.audiomol.com	1.446	iOS Android	Fragmentos de la obra desde el sitio web	Premium mensual (7,90 euros). Premium anual (79,90 euros)	50 narradores distintos. Se puede regular velocidad de lectura
Booka http://www.booka.es	Sin infor.	iOS Audible Auditeka	Fragmentos de la obra desde el sitio web	Comercializa a través de otras plataformas	Autores independientes en su catálogo.
BookChoice https://www.bookchoice.com	Sin infor.	iOS Android	Fragmentos de la obra desde el sitio web	Suscripción de 3,99 euros mes.	Modelo similar a un club de libros. Ofrece 8 ebooks y audiobooks cada mes. Están disponibles durante un año.
Ivoox http://www.ivoox.com	1.100	iOS Android	Se puede escuchar el podcats del audiolibro desde el sitio web	Es gratuito, pero tiene una versión Premium, sin publicidad por 2,95 euros mes.	Sitio de podcats Los audiolibros forman parte de alguno de estos programas dedicados a diferentes tipos de literatura
Librivox https://librivox.org	23.045 (inglés) 2.112 (alemán) 360 (español) 116 (italiano) 300 (otros idiomas)	iOS ZIP Torrent	Se puede oír el libro entero o por capítulos desde la propia página.	Gratuita Itunes	Son obras de dominio público, leídas por voluntarios.
Literaudio http://literaudio.com/tiendaonline	17	Mp3 CD	Fragmentos de la obra desde el sitio web	No tiene Sin inform.	Las obras están narradas por locutores profesionales, con ambientación musical.
Megusta escuchar https://www.megustaleer.com/audiolibros	Sin infor.	iOS Audible Auditeka	No se puede oír ningún fragmento desde el sitio Web	A través de las plataformas de compra	Sitio web confuso, pues mezcla las versiones impresas con las de audiolibros.
Narradores http://narradores.com	4	iOS	Fragmentos de la obra desde el sitio web	Sólo funciona con App	Narradores profesionales, ambientación de las obras, ilustraciones.
Sonolibro https://www.sonolibro.com	331	iOS	Fragmentos de la obra desde el sitio web	No tiene Sin inform.	Dramatizaciones literarias en audio, narradas por actores de doblaje, con efectos de sonido y música.
Seebook http://www.seebook.eu	45	Se vende en tarjetas impresa que incluyen el código QR del libro	No se puede oír ningún fragmento desde el sitio Web	No tiene Sin inform.	Interesante sistema a partir de puntos de venta físicos. Las tarjetas incorporan los códigos de las obras descargables en cualquier tipo de dispositivo.
Storytel https://www.storytel.es/audiolibros	100.000 audiolibros en diferentes idiomas	iOS Android	Fragmentos de la obra desde el sitio web	Suscripción mensual 9,99 euros	Buen catálogo con obras de actualidad

podcasts gratuitos para todos sus usuarios. Los editores también se han involucrado en este movimiento, generando audiciones vinculadas con sus lanzamientos. Es lo que han hecho *Hachette*, *Macmillan*, y otros importantes grupos.

Otra razón es el juego que la variable de tiempo desempeña en este nuevo entorno:

- porque la simultaneidad de tareas que permite la audición se involucra de lleno con la reducción de costes temporales
- porque han surgido iniciativas cuya pretensión es la escucha a la carta según el tiempo disponible, o el lanzamiento de audios breves, para un consumo rápido.

Entre las primeras destaca un proyecto de *Comma Press*, denominado *MacGuffin*, una plataforma de autopublicación pensada para la creación de todo tipo de obras de corta extensión, tanto en libro como en audiolibro. Lo más interesante de este proyecto es que permite recuperar las obras del catálogo según criterios que permiten establecer el tiempo de escucha, dado que en el proceso de creación se pueden incorporar etiquetas en las que figure este tiempo de audición. Gracias a estos datos se puede saber cuántas personas han leído o escuchado una obra, o en qué punto los lectores dejaron de leer o de escuchar un texto, desde dónde se ha accedido (mapa incluido) y en qué redes sociales, por ejemplo, se ha compartido. El sitio cuenta con aplicación para *iOS* y *Android* que permite reproducir las mismas características.

Springwise propone clips de audio de tres minutos centrados en el mundo de la empresa y de los negocios. Cada uno de ellos está realizado por un especialista que comenta los puntos esenciales de un tema. La empresa cuenta con miles de colaboradores en todo el mundo. Ofrece un sistema de recomendación que funciona a partir de los clips consultados por los usuarios.

<http://www.springwise.com/business-advice-library-thousands-free-3-minute-clips>

Una de las vertientes con mayor proyección para el consumo de audiolibros es el transporte particular. Precisamente en este nicho ha comenzado a trabajar *Audiobook.com*, la primera empresa en firmar un convenio con *Android Auto*, previendo que, en los próximos años más de 60 millones de coches estarán conectados a la Red mediante

distintos tipos de aplicaciones, y que una de las actividades que suscitará mayor consumo será la relacionada con los audiolibros. Son ya muchas las empresas automovilísticas que se han inscrito como socias en el proyecto, como *Acura*, *Maserati*, *Volkswagen*, *Audi*, *Chevrolet*, *Chrysler*, *Dodge*, *Honda*, *Hyundai*, *Jeep*, *Mazda*, *Nissan*, *Subaru* y *Volvo*, entre otras. La aplicación está disponible tanto para *Android*, como para *iOS*, respaldada y optimizada por *Apple Carplay*. Además del apoyo *Android Auto*, *Audiobooks.com* es también la única aplicación audiolibro para apoyar la nueva plataforma de *Apple* en el automóvil, *Carplay*. La compañía lanzó recientemente una nueva versión de su aplicación para *iOS* que está totalmente respaldada y optimizada para *Apple Carplay*.

La lectura en movilidad ha tenido un crecimiento espectacular a través del audiolibro, movilidad entendida en un sentido muy amplio, como se ha podido observar anteriormente. La adaptabilidad de todo tipo de lecturas a las particularidades del usuario, la posibilidad de calcular los tiempos de consumo y la facilidad de uso han propiciado su extensión entre sectores de la población poco propicios a la lectura. Un artículo de 2012 (**Olshan**) ya advertía sobre una práctica emergente, la "lectura" de libros mientras se practica una actividad como el *running*. Se ponía de manifiesto cómo determinadas lecturas eran más adecuadas que otras según el tipo de ejercicio que se quisiera realizar, y cómo según los tiempos de carrera se podían seleccionar unos autores u otros. Se incidía en un aspecto importante para el debate sobre los nuevos medios: los niveles de comprensión lectora que se activan según el tipo de discurso consumido. De una manera muy ilustrativa comentaba que

The Rundown
How five audio titles stack up as an investments in time

TITLE	HOURS OF AUDIO	10-MIN/MILE PACE		OLYMP
		MILES	CALORIES	MILES
Anna Karenina	34.1	204.6	20460	430.7
50 Shades of Grey	19.75	118.5	11850	249.4
The Da Vinci Code	17	102.0	10200	214.7
Hunger Games	11.25	67.5	6750	142.1
The Great Gatsby	4.75	28.5	2850	60.0

Source: Medicine & Sci

Figura 2. Tiempo de lectura y consumo de calorías según las obras escuchadas.

son legiones los lectores de larga distancia que queman calorías pasando páginas

Un audiolector de Anna Karenina podría quemar con su audición más de 20.000 calorías, por ejemplo, siempre y cuando sea capaz de recorrer, mientras escucha esta obra, los 329 kilómetros que esto implicaría.

El autor apela a la autoridad de algunos investigadores como Daniel Willingham, un psicólogo de la *University of Virginia*, que investiga el impacto de la multitarea en el cerebro, o Marcel Just de la Universidad Carnegie Mellon, para concluir que la combinación de una actividad intelectual y una física pueden ocasionar pérdidas de concentración.

“Lo interesante es la tendencia hacia la aparición de un tipo de lector “agnóstico” que no piensa en la diferencia entre el texto y la experiencia visual y auditiva”

Esto es una evidencia, pero lo interesante del fenómeno es la tendencia hacia la aparición de un tipo de lector “agnóstico” que no piensa en la diferencia entre el texto y la experiencia visual y auditiva.

Estas tendencias aparecen recogidas y ampliadas en el informe anual de la *APA* que establece algunas de las características que, aunque vinculadas a la población americana, sirven para singularizar la población de audiolectores y comprender el comportamiento del sector.

En relación con las cifras la tendencia es alcista, como se ha comentado anteriormente:

- se ha incrementado el número de personas que utilizan el smartphone para escuchar audiolibros, un 29% en 2017 frente al 22% en 2015;
- la mayoría de las audiciones en audiolibros se hacen en casa (57%), siendo el automóvil la segunda ubicación más frecuentemente citada (32%);
- el 68% de los oyentes frecuentes hacen tareas domésticas mientras escuchan audiolibros. Otras actividades multitareas incluyen cocinar (65%), hacer ejercicio (56%) y hacer manualidades (36%);
- en la encuesta de 2017 se preguntó por primera vez sobre los altavoces inalámbricos habilitados para voz (como *Amazon Echo* o *Google Home*), y el 19% de los oyentes informaron haberlos utilizado para escuchar un audiolibro en el último año. Entre los oyentes frecuentes, la cifra se eleva al 30%;

- los audiolectores leyeron o escucharon un promedio de 15 libros en el último año, y el 77% de los oyentes frecuentes estuvieron de acuerdo o muy de acuerdo en que los audiolibros ayudan a terminar más libros;
- las tres razones principales por las que las personas disfrutan de escuchar audiolibros son: 1) pueden hacer otras cosas mientras escuchan; 2) los audiolibros son portátiles y la gente puede escucharlos donde quiera que estén; y 3) les gusta que les lean.

Un tema que cada vez cobra más importancia es el relativo a los derechos. Varios agentes literarios en los Estados Unidos y el Reino Unido han expresado su preocupación sobre el hecho de que los editores están exigiendo derechos de audio cuando compran los de la obra en papel. Los agentes plantean que se deberían poder vender con una gestión de derechos por separado, aunque muchos editores no lo aceptan como una posibilidad.

Los audiolibros se están volviendo tan populares que los editores se están saltando la fase previa de publicación del texto, y están iniciando directamente la producción de audio. En este sentido muchos editores confiesan estar preguntando a sus autores sobre historias sin publicar, tramas que podrían cambiar, y en general sobre cualquier material susceptible de ser aprovechado para una versión audio. Esta tendencia estaría apuntando hacia la aparición de un mercado independiente que determinaría la mayoría de edad del sector con un grado de autonomía cada vez mayor respecto al libro impreso, con un recorrido que ya se ha constatado en el ámbito de los libros electrónicos. De unos lanzamientos que inicialmente, y de manera generalizada, tuvieron como referencia el papel, se pasaría a una segunda generación en la que las creaciones se realizan directamente para el nuevo entorno, y en el que el mercado subsidiario, como producto derivado, sería precisamente el impreso.

“Los audiolibros se están volviendo tan populares que los editores se están saltando la fase previa de publicación del texto, y están iniciando directamente la producción de audio”

Una de las compañías que está trabajando con este modelo es *Storytel*, fundada en 2005 en Suecia, y actualmente disponible en Suecia, Noruega, Dinamarca, Finlandia, Polonia, Holanda, Rusia, España e India. Los usuarios de esta compañía tienen acceso a 7 millones de audiolibros, con la

particularidad de que, a diferencia de *Audible* o de otras empresas, la audición se hace siempre en *Streaming*.

3. Audiolibros y comprensión lectora

Ahora bien, ¿es lo mismo leer un texto que escucharlo? Al debate tradicional impreso-digital, que ha hecho correr ríos de tinta, y de bits, habrá que añadir el relativo al audio-textual. Las investigaciones muestran puntos de vista y resultados contrapuestos. Un interesante estudio desarrollado por **Varao-Sousa, Carriere y Smilek** (2013), en el que investigaban los rendimientos de la atención y la memoria en relación con la audición, mostraba que los peores resultados estaban asociados a la escucha de los contenidos. Según los autores la liberación del sentido de la vista en la captación de significados incrementa los elementos distractivos generando menores dosis de concentración. ¿Por qué, se plantean los autores, bajo las condiciones de lectura típicas, el ritmo de la mente deambula sistemáticamente desde escuchar, leer en silencio, hasta leer en voz alta? Sugieren que la diferencia clave entre estas condiciones es la medida en que la actividad física está involucrada en el encuentro con los contenidos. Específicamente, leer en silencio requiere actividad oculomotora que no esté involucrada en la escucha, y la lectura en voz alta implica actividad oculomotora y verbalización abierta, la última de las cuales no está involucrada en la lectura silenciosa. Esta diferencia en la participación corporal a través de las diferentes condiciones podría influir en la distracción mental.

Schneps (2015), por su parte, muestra cómo el desarrollo de técnicas mixtas de lectoescritura en las que se combina lo textual y lo auditivo puede incrementar la comprensión lectora. Mantiene que los dispositivos textuales heredados de la imprenta obedecen a necesidades funcionales que no tuvieron nada que ver con los procesos de mejora de la legibilidad de los textos sino con los patrones de comercialización impuestos en las diferentes épocas, de tal manera que algunas de las convenciones más consolidadas, lejos de facilitar la lectura, la dificultaban, sobre todo en los casos en los que podía aparecer alguna disfunción como la dislexia. En el *Laboratory of Visual Learning*, este investigador, junto con otros neurólogos, están llevando a cabo un programa en el que se combinan técnicas de lectura rápida, *rapid serial visual presentation* (RSVP), con sistemas de audición, para reforzar los sistemas de comprensión.

<http://labvislearn.org/#>

Según el autor, la aceleración de la tasa de procesamiento del lenguaje en los dominios

visuales y auditivo simultáneamente permitirá procesar la información en paralelo y mejorar el rendimiento respecto a la percepción de la misma. Señala que los resultados preliminares de sus experimentos muestran que las tasas de éxito son mayores que cualquier otro método empleado hasta ahora y que los primeros indicios sugieren que el método menos eficaz para la lectura puede ser el que la sociedad ha defendido y al que se ha aferrado durante siglos: la lectura en papel.

Una de las críticas que Schneps y otros teóricos formulan respecto al sistema tipográfico imperante es la homogeneidad de sus páginas que dificulta, por la cadencia lineal y monolítica de los textos, la percepción diferenciada por el ojo. MacLuhan y Fiore ya habían aludido a esta característica cuando elaboraron sus ensayos sobre la aparición de la imprenta, apelando a la nueva disposición impresa como un recurso eminentemente repetitivo (**MacLuhan; Fiore**, 2013). El entorno digital posee herramientas para sortear este problema, gracias a los mecanismos de personalización de textos que toda aplicación de lectura entraña. Pero también ofreciendo soluciones de carácter tecnológico que sirven para romper con la homogeneidad original.

“La narración oral sigue siendo el formato más antiguo para transmitir conocimiento”

Lo que constituye una evidencia es que la comprensión y producción del lenguaje evolucionó en relación con la audición, probablemente hace 150.000 años, mientras que la escritura tiene de 5.000 a 7.000 años de antigüedad. Por lo tanto, es posible que escuchar el habla (incluidos temas como la cadencia, el ritmo y la entonación) sea más comprensible de forma espontánea y se vincule a los centros cerebrales emocionales, de ahí que sea más “evocativo y natural” (**Colapinto**, 2012). La narración oral sigue siendo el formato más antiguo para transmitir conocimiento. Antes de que la humanidad inventara la escritura, y Gutenberg la técnica de impresión tipográfica las historias fueron contadas oralmente, no ilustradas por hojas de papel, sino por el sonido de la voz. En este sentido, como señala **Small** (2016), los audiolibros representan una fusión increíble entre la rica tradición de las historias orales y las innovaciones de la tecnología moderna. La lectura privada en silencio solamente se generalizó en la segunda mitad del siglo XIX, o incluso bastante después en muchos países cuando la prensa por un lado y las nuevas

técnicas de impresión por otro, propiciaron una mayor accesibilidad a las obras. Lentamente, las novelas por entregas de los periódicos y las bibliotecas de préstamo popularizaron el hábito de la lectura silenciosa. Eso hace que la lectura silenciosa sea una actividad relativamente nueva, y que, curiosamente, esté increíblemente cerca de la invención de la grabación de sonido y los primeros libros grabados (el fonógrafo de Thomas Edison se inventó en 1877).

4. Audio-lectura y lectura convencional

Pero nos planteábamos ¿Es lo mismo escuchar un libro que leerlo? ¿La audiolectura se ha de considerar en el mismo nivel de importancia que la lectura convencional? Muchas de las contestaciones a este interrogante están impregnadas de un prejuicio culturalista que afecta no sólo a los audiolibros sino a cualquier contenido digital. La legitimación lectora radica en el formato impreso como instancia de consagración del acceso a la cultura. Pero en el caso del audiolibro se integra otro prejuicio adicional, vinculado con la tradición judeo-cristiana del esfuerzo, que penaliza aquellos logros obtenidos sin el nivel de exigencia necesario. Subyace en esta concepción la noción de lectura como superación, como desafío, como muro entre el yo y el conocimiento que es preciso franquear con disciplina y dedicación, con concentración y determinación. Como anécdota e ilustración a este aserto baste citar el debate de un club de lectura, en el que ante la afirmación de algunos de sus miembros de que no habían leído el texto, sino que lo habían escuchado a través de un audiolibro, se les acusó por el resto de los participantes de hacer “trampas”.

Pero además del elemento moral que subyace en la acusación, en tanto se recrimina implícitamente evitar el esfuerzo de la lectura convencional, la lectura como logro personal, cuya recompensa final es la afirmación ante otros y el autorreconocimiento como lector, el debate implica el análisis de otros componentes que es preciso investigar, como las ganancias y pérdidas que el medio representa con respecto a la lectura convencional, en relación, por ejemplo con la memorización de estructuras lingüísticas y gramaticales. Pero también se puede interpretar en términos de ganancias, como es la incorporación a la lectura escrita de un sector de población reacio a la lectura gracias a la práctica de la audiolectura.

Son muchas las investigaciones en torno a la correlación entre comprensión auditiva y comprensión lectora. Uno de los investigadores más reputados es Daniel Willingham, quien viene demostrando durante años la escasa incidencia del medio desde el punto de vista de la intelección

del contenido (Willingham, 2015). La naturaleza del nuevo medio entraña circunstancias privativas del mismo difícilmente extrapolables al entorno impreso. Una de ellas tiene que ver con los tempos internos (implícito en el texto) y externos de la lectura (determinados por el lector-oyente), otra tiene que ver con la “legibilidad”.

Frente a otras industrias culturales en las que el “tempo” interno para el consumo equivale al “tempo” externo del individuo (el tiempo de visionado de una película, la audición de un disco, la escucha de un podcast, etc. no depende de las competencias o habilidades del individuo sino de las características de duración del producto), en el caso de la lectura no sólo no existe esta sincronía entre práctica y producto, sino que la variable comprensiva introduce una condición inexcusable ligada con la demora (un 20% del tiempo de lectura de una obra se consume en movimientos sacádicos de retroceso del ojo hacia pasajes ya leídos, pero que no se han comprendido suficientemente).

La naturaleza artificial de la codificación escrita introduce una dimensión extraña a la comunicación natural implícita en los medios audiovisuales, de tal manera que toda lectura implica un esfuerzo y una voluntad añadida inexistente en otras manifestaciones culturales. Además, este tempo interno se diversifica a través de microtempos, esto es, todos los momentos de abandono y reanudación de la lectura que componen un cómputo final que es impredecible y distinto para cada lector. No es extraño que hayan surgido conceptos como cronolectura o programas para pautar la misma, a través de aplicaciones en dispositivos móviles, en un intento, baldío, de vencer una barrera insuperable, la de un proceso cuya morosidad va en contra de las inercias sociales más generalizadas como son la aceleración y la velocidad, la disminución de los tiempos en cualquier tipo de actividad cultural, política o económica. Unos tiempos determinados igualmente por la propia técnica de la lectura con unos gradientes vinculados a procesos asociados con la concentración, la atención y la reflexividad, en los que la señal y el ruido pueden ser elementos de discriminación (en entornos tecnológicos) o de contextualización (en medios analógicos) (Krukowski, 2017). En todo caso, la cadencia de lectura, el ritmo, el proceso de apropiación, en el caso de la obra impresa, lo establece el lector. En el ámbito de lo audiovisual esta cadencia es impuesta y sobrevenida, sin capacidad de intervención sobre la misma.

Benjamin (2017) ya había advertido de las disonancias desde el punto de vista intelectual, asociadas a tecnologías emergentes, en su caso el cine y la fotografía, pero que se pueden extrapolar a nuestra argumentación en torno

al libro y al audiolibro. Comparemos, dice, el lienzo (pantalla) sobre el que se desarrolla la película con el lienzo en el que se encuentra una pintura. Este último invita a la contemplación; ante él podemos abandonarnos al fluir de nuestras asociaciones de ideas. Y en cambio no podremos hacerlo ante un plano cinematográfico. Apenas lo hemos registrado con los ojos y ya ha cambiado. No es posible fijarlo. Además, arguye, la velocidad a la que se suceden las escenas cinematográficas impediría una reflexión en profundidad sobre su contenido, pues cualquier desconexión momentánea implicaría problemas en la comprensión y seguimiento del relato. El tema de las “suspensiones”, las desconexiones momentáneas que dificultan la continuidad de un entorno protector frente a intromisiones internas que rompan la concentración, ha sido objeto de debates, y de polémicas en el caso de las lecturas en dispositivos multitarea, como los smartphones. Independientemente de que los audiolibros, como el resto de los contenidos susceptibles de consumo en aquellos, se verían afectados por esta particularidad intrusiva, cualquier tipo de retroceso recuperatorio implicaría igualmente un doble movimiento de desconexión y reconexión, con lo que ello implica desde el punto de vista de la economía de la atención.

“En un audiolibro se da la conjunción de dos sensibilidades artísticas, la del autor, y la del narrador que interpreta a este”

5. Cuestiones de legibilidad

En el ámbito impreso, la legibilidad de una obra está estrechamente relacionada con el conjunto de codificaciones tipográficas y espaciales que la dotan de una estructura coherente y significativa desde el punto de vista gráfico. La memoria visual, la asimilación textual y la capacidad de recuperación dependen en gran medida de un adecuado uso de esta (**Richaudeau**, 1987; **De-Buen**, 2013).

Textos, paratextos y elementos formales constituyen un poderoso dispositivo de generación de mensajes y significados (**Genette**, 1989), cuyas formas, como demostraran **Chartier** (2000) y **Mackenzie** (2005), producen sentido. Si la morfología impresa refuerza la memoria visual, ¿qué elementos equivalentes en el audiolibro determinan la memoria ecoica? Los elementos de legibilidad y de discriminación en un audiolibro tienen que ver con la necesaria existencia de un narrador, lo que implica una planificación, una técnica de representación, y un estilo determinado,

diferente según el género, la edad y el formato. El resultado será siempre el de la conjunción de dos sensibilidades artísticas, la del autor, y la del narrador que interpreta a este.

El papel del narrador es un elemento clave del éxito de estos productos. En *Audible*, por ejemplo, además de reclutar y capacitar a narradores profesionales, cada vez incorporan a más actores de renombre:

- Maggie Gyllenhaal recientemente narró el primer lanzamiento en audiolibro del famoso clásico de Sylvia Plath, *La campana de cristal*;
- Stephen Fry narra la serie *Harry Potter*;
- Nicole Kidman: *Al faro* de Virginia Woolf;
- Ian McKellen: *La odisea*;
- Uma Thurman: *Maneater* de Gigi Levangie Grazer.

En la obra *La Tierra Baldía* de Eliot se pueden escuchar leyendo el poema al propio Eliot, en dos momentos diferentes, pero también a Ted Hughes, Alec Guinness, Viggo Mortensen, Jeremy Irons, Eileen Atkins o Emma Thompson.

La técnica narrativa implica un adecuado conocimiento de la obra, de sus peculiaridades y matices, por lo cual se estudia previamente, como si se tratase de un guion, los personajes que se interpretan, etc. A diferencia de la composición de un texto, las grabaciones son objeto de numerosas repeticiones hasta que se obtiene el resultado perseguido. Otro elemento consustancial con la narración es la ambientación sonora y musical que suele acompañar a estas lecturas, subrayando determinados pasajes o generando entornos matizados por cadencias subliminales. En este sentido es curioso el conjunto de convenciones de carácter canónico que se han ido consolidando en este medio, como los acompañamientos de piano para la literatura más clásica, la música dodecafónica para los relatos de terror, etc. Aunque la música o el sonido ambiente no constituye un elemento imprescindible en los audiolibros representa un recurso cada vez más empleado en los mismos.

El narrador puede ser individual o múltiple, en obras en las que abundan los diálogos; masculino o femenino; la cadencia de la narración puede estar más o menos matizada, contar con una mayor o menor velocidad. Todos estos elementos se conjugan con elementos de carácter técnico que proporcionan resultados completamente diferentes según las plataformas y editoriales responsables de los productos.

Lo mismo que en la edición de un texto impreso, la intervención del editor en la composición de los ingredientes textuales y paratextuales incrementa o disminuye la legibilidad del mismo. La combinación de todos los elementos anteriormente mencionados, en consonancia

con la articulación técnica, genera productos netamente diferenciados en cuanto a su calidad y verosimilitud. La diferencia entre una obra leída de oficio, o con escaso entusiasmo, y otra interpretada profesionalmente y con abundancia de medios, influye en la fidelización o no de los lectores, en el abandono o la culminación de la audiolectura.

Por lo tanto, no pueden ser iguales los audiolibros narrados por voluntarios, como los que integran el interesante proyecto *Librivox*, con cerca de 40.000 obras en todos los idiomas en su catálogo (una especie de *Proyecto Gutenberg* de los audiolibros), que los de *Audible*, que además de trabajar los textos intensamente por parte de los interpretes experimenta con nuevas funciones y modelos de negocio para captar a un segmento del público sensibilizado con los nuevos formatos. En esta línea de experimentación, lanzó en 2017 un nuevo sistema de suscripción, llamado *Audible Romance*, en el que se da a los usuarios acceso a miles de audiolibros. Los oyentes pueden controlar el nivel de intensidad de un título romántico. Estos se clasifican en una escala de uno a cinco: *Sweet, Simmering, Sizzling, Hot Damn, and O-O-OMG*. Si se desea saltar a los momentos más candentes del audiolibro, hay una nueva función que lo hace a través del aprendizaje automático. El nuevo paquete de suscripción ofrece acceso a 41 microcategorías y 131 historias y caracteres de personajes que permiten a los oyentes explorar en profundidad el catálogo y descubrir los títulos más próximos a sus intereses. Cada microcategoría tiene su propia página de exploración, pudiéndose disfrutar de muestras de audio para cada título.

En esta misma línea exploratoria, bastante más arriesgada, *Audible* lanzó en agosto de 2017 *Audiobooks for Dogs*, en colaboración con César Millán. Se partió de un estudio desarrollado entre abril y mayo de 2017 con 100 voluntarios. El estudio pretendía analizar el impacto de los diferentes tipos de atributos en los audiolibros sobre los perros participantes. Durante 28 días se estudió el impacto de 4 características:

- tipo de narración: por ejemplo, hombre, mujer y variaciones en el acento;
- volumen;
- hora del día;
- género narrativo.

Se trataba de observar la conducta de los canes antes y después de la audición, suministrando respuestas cualitativas y cuantitativas. El resultado del experimento sirvió para fundamentar la creación de esta colección, cuya finalidad es la de que los animales mantengan la calma cuando se queden solos.

Una muestra de la importancia de este sector

para *Amazon* es el hecho de contar con un programa de formación para narradores, a través de la *ACX University*, especializada en este campo.

La empresa *The Voice Society*, especializada en innovación tecnológica y educación, por ejemplo, ha desarrollado una propuesta de audiolectura inmersiva, *Koob*, que presentan como la primera biblioteca en 3D de audiolibros, de realidad virtual aplicada a estos. Para ello emplean un audio de carácter binaural¹ que, mantienen, permite activar aquellas partes del cerebro vinculadas con las habilidades cognitivas.

“La diferencia entre una obra leída de oficio, o con escaso entusiasmo, y otra interpretada profesionalmente y con abundancia de medios, influye en la fidelización o no de los lectores, en el abandono o la culminación de la audiolectura”

La empresa *Audio Picture* utiliza el cómic, donde la imagen ocupa un lugar prominente, para sus propuestas de audiolibros, intentando transcribir la identidad visual de entornos y personajes mediante un ambiente de sonido particular, con voces especialmente elegidas para ello. Por lo tanto, estamos lejos del audiolibro tradicional, ya que el formato es más corto, alrededor de 40 minutos, y el narrador se acompaña por numerosos actores, que interpretan cada personaje de la tira cómica de acuerdo con técnicas fuertemente inspiradas en el cine. Como se indica en el sitio web de empresa “[los] actores se mueven, evolucionan en entornos de sonido realistas, para contextualizar mejor cada escena”. La música y los efectos de sonido sirven para crear sensaciones y visualizar eventos: la llegada de un automóvil, un arma cargada, etc.

Estos elementos distintivos no sólo afectan a la narratividad del texto, a veces también representan opciones diferentes de contenido. Es el caso, por ejemplo, de *El cuento de la sirvienta*, de Margaret Atwood, en la que, en su versión de audiolibro publicada por *Amazon* en *Audible*, en una edición conmemorativa, se ofrece una nueva historia, 20 años después de su publicación como libro convencional. El final es distinto del original impreso. El libro original finalizaba con la frase “¿Hay alguna pregunta?” pronunciada por un profesor que acaba de dar un curso de historia. En la versión *Audible*, el curso continúa con las diversas preguntas de los alumnos y las respuestas, inéditas, del profesor. En total, son 14 minutos del audiolibro que no se encuentran en el libro original, incluyendo un cameo de

Margaret Atwood, que le hace una pregunta al profesor.

Se conocen las reacciones de muchos autores ante la posibilidad de adaptación de sus obras al cine, con opiniones de toda índole. Lo mismo ocurre en el caso de los audiolibros. Algunos autores rechazaron la nueva tecnología, como Margaret Mitchell, que dijo que no a una grabación de *Lo que el viento se llevó*, porque le preocupaba que “su libro pudiera transmitirse por la radio”. Willa Cather, cuya obra está publicando en España la editorial *Alba*, se negó por razones estéticas. “La vocalización”, escribió, “a menudo la hacen personas con voces horribles y gestos sentimentales”. Thomas Mann, sin embargo, se declaró emocionado de que *Los Buddenbrooks* fuera objeto de grabación. Philip Roth, por su parte, aceptó la grabación de sus obras, pero con la condición de que se hiciera bajo su supervisión y que lo interpretara el actor Ron Silver, cosa que hizo hasta su muerte. Neil Gaiman ha realizado en varias publicaciones una apasionada defensa de los audiolibros, al igual que Stephen King, quien declaró que, después de escuchar las interpretaciones que de algunas de sus obras hiciera el malogrado actor Frank Muller, había alcanzado una percepción completamente nueva de ellas, cercana a la magia.

Los audiolibros están cada vez más presentes en las prácticas culturales de la sociedad, extendiendo sus redes hacia todo tipo de situaciones y acontecimientos. La empresa francesa *Audiolib*, lleva tres años consecutivos ofreciendo gratuitamente un audiolibro a los participantes en la media maratón de París, 47.000 corredores el último año. En noviembre de 2017



Figura 3. Vagón del metro Beijing, decorado con estanterías de audiolibros para descargar

la plataforma *Igetget* lanzó una gran operación de comunicación para promover su aplicación y catálogo de audiolibros. Al entrar en algunos de los vagones del metro de Beijing, los viajeros se sorprendieron al descubrirlos completamente adornados con libros impresos en fondos de pantalla. Los viajeros eran invitados a escanear los códigos QR que aparecían en las portadas para escuchar de forma gratuita, durante varios días, los audiolibros.

En España el *Hay Festival Segovia 2017*, celebrado entre el 16 y el 24 de septiembre, puso el énfasis en la palabra hablada a través de una serie de iniciativas bajo el lema *Escuchar también es leer*.

Finalmente, la *London Book Fair*, en asociación con la *British Publishers Association*, acaba de agregar una nueva categoría a sus *Excellence Awards*, que reconocen la industria internacional del libro y sus diversas profesiones: editoriales, librerías, agentes literarios, etc. En un esfuerzo por modernizarse y adaptarse a los cambios en el sector, han incorporado un premio para los audiolibros, que se otorgará por primera vez en 2018.

El último de los grandes en incorporarse a este mercado ha sido *Google*, que en enero de 2018 lanzó su sección de audiolibros en 45 países (España entre ellos). Las obras están disponibles en 9 idiomas (inglés, alemán, español, francés, italiano, ruso, coreano, japonés y polaco). Todos los títulos se pueden encontrar en *Google Play*, en la sección específica destinada a audiolibros. Están narradas por profesionales, y a veces por los propios autores. Una

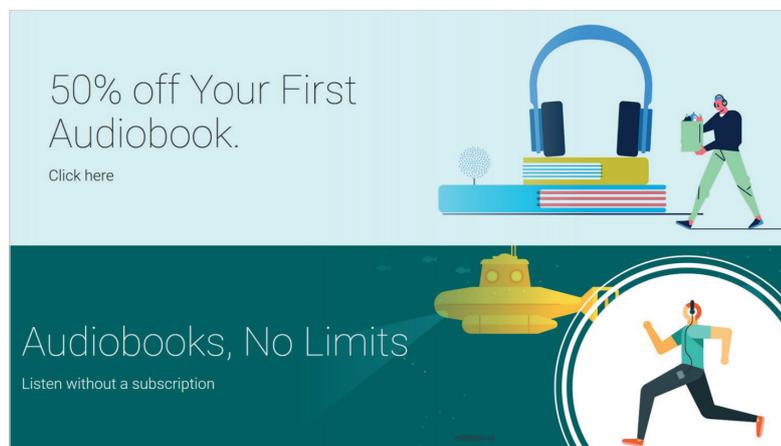


Figura 4. Google audiolibros

de las particularidades de la plataforma es su compatibilidad con los asistentes inteligentes, tales como los de *iOS*, *Chromecast*, *Android Wear*, o *Android Auto*.

Además, *Google* abrió una línea de negocio para la colaboración con autores independientes, a través de *Findaway Voices*, que permite a los creadores trabajar con ingenieros de sonido y otros especialistas en la conversión de cualquier obra en audiolibro. Trabaja con las principales plataformas de distribución del mundo (*iTunes*, *Audible*, *Audiobooks.com*, *Baker & Taylor*, *Nook Audiobooks*, *Overdrive*, *Scribd*, *Tunein*, etc.), lo

que permite a los autores alcanzar la mayor visibilidad posible.

En 1894 el editor y bibliófilo Octave Uzanne, fascinado con el invento del fonógrafo unos pocos años antes, aventuró el fin de los libros, que serían sustituidos por grabaciones sonoras. Para justificar esa predicción, explicaba:

“El hombre dedicado al ocio evita cada día más la fatiga, y busca con avidez aquello que llama comodidad, es decir, todas las oportunidades de ahorrarse, tanto como sea posible, el esfuerzo de sus órganos” (**Uzanne**, 2015).

Tabla 2. Una historia de audiolibros
Fuente: Thoet (2017)

1931: La *American Foundation for the Blind* y la *Library of Congress Book for the Blind Project*, crean el programa *Talking Book*.

1932: Las primeras grabaciones de audio de prueba incluyen un capítulo de *Midstream* de Helen Keller y *The Raven* de Edgar Allan Poe.

1934: Se hacen las primeras grabaciones para el programa *Talking Book* que incluyen partes de *La Biblia*, *La Declaración de Independencia* y las obras de Shakespeare.

1938: Se funda *Reading for the Blind* (más tarde renombrado *Learning Ally*).

1952: Se crea *Caedmon Records* en Nueva York, pionera en la industria de audiolibros.

1955: Se funda *Listening Library*, primera empresa en distribuir audiolibros a bibliotecas y escuelas.

1963: Se inventa la cinta de casete.

1970: Las bibliotecas comienzan a incorporar audiolibros.

1985: *Publishers Weekly* identifica 21 editores de audiolibros, entre ellos *Caedmon*, *Recorded Books*, *Books on Tape*, *Harper and Row*, y *Random House*.

1986: Se crea la *Audio Publishers Association*.

1986: El *Book of the Month Club* y *The Literary Guild* comienzan a ofrecer audiolibros a sus miembros.

1987: *Publishers Weekly* comienza a publicar una columna regular para cubrir la industria del audiolibro.

1992: Lanzamiento de la revista *Audiophile*.

1994: La *APA* establece el término "audiolibro" como el estándar de la industria.

1996: La primera ceremonia de *Audie Awards* para audiolibros se lleva a cabo en el *Chicago Hyatt Regency*.

1996: Se lleva a cabo la primera *Convención de la Asociación de Editores de Audio (APAC)*.

1997: Audible estrena el primer reproductor de audio digital.

2003: El acuerdo de *Audible* con *Apple* incrementa considerablemente la visibilidad y conocimiento de los audiolibros gracias a su presencia en *iTunes*.

2003-2004: Los CD reemplazan a los casetes como el medio preferido para escuchar audiolibros.

2005: Se crean los reproductores digitales precargados, un formato de audiolibro todo en uno.

2008: Las descargas digitales superan a los CD como el formato de audiolibro más popular.

2013: *The New York Times Book Review* comienza a publicar informes sobre audiolibros dos veces al año.

2014: Se inaugura *Deyan Institute of Vocal Artistry and Technology (DIVA)*, el primer centro del mundo creado para enseñar el arte y la tecnología de producción de audiolibros.

2015: Los audiolibros empiezan a despegar como formato de gran consumo en Estados Unidos y otros países.

2017: La *London Book Fair*, en asociación con la *British Publishers Association*, agrega la categoría de los audiolibros a sus *Excellence Awards*.

No acertó en el tiempo, pero sí en el concepto. Si cada tecnología tiene su momento, parece que la del audiolibro encaja perfectamente con una sociedad en la que la productividad a ultranza, la necesidad de aprovechar los tiempos muertos, de rentabilizar el ocio, de favorecer la multitarea, auspicia sistemas de legitimación del consumo que se concilian perfectamente con los nuevos usos culturales, dominados por la conectividad, la movilidad y la mutabilidad.

Nota

1. La percepción binaural permite obtener información acústica por los dos oídos simultáneamente, permitiendo unificar las pequeñas diferencias de tiempo entre las señales que llegan a ellos y mejorar la capacidad para descodificar la información sonora. Además, permite extraer la información enmascarada en ambientes ruidosos, o percibir señales de pequeña amplitud en entornos silenciosos.

6. Referencias

Benjamin, Walter (2017). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. Casimiro Libros. ISBN: 978 84 938475 2 5
<https://goo.gl/r2roca>

De-Buen, Jorge (2013). *Diseño, comunicación y neurociencias*. Gijón, Trea. ISBN: 978 84497047418

Celaya, Javier; Gil, Manuel; Guerrero, Margarita (2016). *Evolución del libro electrónico en América Latina y España*. Dosdoce.com; Bookwire.
<http://www.dosdoce.com/2016/09/20/informe-la-evolucion-del-libro-electronico-america-latina-espana>

Chartier, Roger (2000). *Las revoluciones de la cultura escrita*. Barcelona, Gedisa. ISBN: 84 7432 829 2

Colapinto, John (2012). "The pleasures of being read to". *The New Yorker*, 14 mayo.
<https://www.newyorker.com/books/page-turner/the-pleasures-of-being-read-to>

Genette, Gerard (1989). *Palimpsestos. La literatura en segundo grado*. Madrid, Taurus. ISBN: 978 8430621958

Knight Foundation (2017). *Understanding public media's most engaged podcast users*.
<https://goo.gl/wjCGgF>

Krukowski, Damon (2017). "The new analog: Listening and reconnecting in a digital world". *New press*.

MacLuhan, Marshall; Fiore, Quentin (2013). *El medio es el mensaje: un inventario sobre los medios*. Barcelona, Paidós. ISBN: 978 84 7509 015 3
<https://retoricaprofesional.files.wordpress.com/2013/03/mcluhan-marshall-el-medio-es-el-mensaje.pdf>

McKenzie, Don F. (2005). *Bibliografía y sociología de los textos*. Barcelona, Akal. ISBN: 978 84 460 1616 8

Olshan, Jeremy (2012). "What makes Dickens a lousy running buddy?". *Wall Street Journal*, 27 noviembre.
<https://www.wsj.com/articles/SB10001424127887323353204578129202490992958>

Olson, David; Torrance, Nancy (1995). *Cultura escrita y oralidad*. Barcelona, Gedisa. ISBN: 84 7432 527 7

Ong, Walter (2012). *Orality and literacy*. Routledge. ISBN: 978 0415538381
http://dss-edit.com/prof-anon/sound/library/Ong_orality_and_literacy.pdf

Piscitelli, Alejandro (2011). *El paréntesis de Gutenberg. La religión digital en la era de las pantallas ubicuas*. Buenos Aires: Santillana. ISBN: 978 950 46 2419 6

Richaudeau, François (1987). *La legibilidad: investigaciones actuales*. Madrid, Pirámide. ISBN: 978 8486168216

Rubery, Matthew (2016). *The untold story of the talking book*. Harvard University Press. ISBN: 978 0674545441

Schneps, Matthew H. (2015). "Using technology to break the speed barrier of reading". *Scientific American*, 8 septiembre.
<http://www.scientificamerican.com/article/using-technology-to-break-the-speed-barrier-of-reading>

Small, Ian (2016). "Why audiobooks are better than print books". *Digital books world*.

Thoet, Alison (2017). "A short history of the audiobook, 20 years after the first portable digital audio device". *PBSO news hour*, 22 noviembre.
<https://goo.gl/JFz23Y>

Uzanne, Octave (2015). *El fin de los libros y otros cuentos para bibliófilos*. Madrid, Trama. ISBN: 978 84 941661 9 8

Varao-Sousa, Trish L.; Carriere, Jonathan; Smilek, Daniel (2013). "The way we encounter reading material influences how frequently we mind wander". *Frontiers in psychology*, 28 November.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2013.00892>

Vincent, Armelle (2017). *Les français et les livres audio*. Syndicat National de l'Édition (SNE).
<http://les.calameo.com/read/0018287151503fb5873b4>

Willingham, Daniel T. (2015). *Raising kids who read: What parents and teachers can do*. Jossey Bass. ISBN: 978 1118769720

Jose Antonio Cordón García
Universidad de Salamanca
jcordon@usal.es