

# Audiolibros digitales infantiles y juveniles: características en plataformas de préstamo y de distribución y venta

## Digital audiobooks for children and young people: characteristics in loan, distribution and sale platforms

Arrate Izcara-Temprano; Raquel Gómez-Díaz; Araceli García-Rodríguez

Cómo citar este artículo.

Izcara-Temprano, Arrate; Gómez-Díaz, Raquel; García-Rodríguez, Araceli (2022). "Audiolibros digitales infantiles y juveniles: características en plataformas de préstamo y de distribución y venta". *Profesional de la información*, v. 31, n. 2, e310209.

<https://doi.org/10.3145/epi.2022.mar.09>

Artículo recibido el 16-10-2021  
Aceptación definitiva: 20-12-2021



**Arrate Izcara-Temprano**

<https://orcid.org/0000-0002-8102-1166>

Universidad de Salamanca  
Facultad de Traducción y Documentación  
Grupo E-Lectra  
Francisco de Vitoria, 6-16  
37008 Salamanca, España  
[arrate\\_izcara@usal.es](mailto:arrate_izcara@usal.es)



**Raquel Gómez-Díaz** ✉

<https://orcid.org/0000-0002-1423-1315>

Universidad de Salamanca  
Facultad de Traducción y Documentación  
Grupo E-Lectra  
Francisco de Vitoria, 6-16  
37008 Salamanca, España  
[rgomez@usal.es](mailto:rgomez@usal.es)



**Araceli García-Rodríguez**

<https://orcid.org/0000-0003-4102-3340>

Universidad de Salamanca  
Facultad de Traducción y Documentación  
Grupo E-Lectra  
Francisco de Vitoria, 6-16  
37008 Salamanca, España  
[araceli@usal.es](mailto:araceli@usal.es)

### Resumen

Este trabajo tiene como objetivo analizar, comparar y caracterizar la oferta de audiolibros digitales infantiles y juveniles en España, a través del análisis de las plataformas de venta y distribución y las plataformas de préstamo bibliotecario, con el objetivo de mostrar sus puntos fuertes y sus carencias. Para ello, se han recopilado los datos relativos a las colecciones e interfaces de búsqueda y organización directamente de plataformas de distribución y venta (*Storytel*, *24Symbols*, *Odilo* y *Audioteca*), tanto de suscripción como de venta unitaria, y préstamo bibliotecario de ámbito nacional (*eBiblio*) y autonómico (*eLiburutegia* y *GaliciaLe*), así como una selección de 250 títulos elegidos de forma aleatoria en cada una de ellas. La metodología utilizada es descriptiva y ha permitido analizar la oferta de audiolibros digitales infantiles y juveniles, idiomas, fecha de publicación, y editoriales más significativas, así como evaluar los sistemas de búsqueda, la ordenación de los contenidos en la interfaz y la información suministrada por las descripciones de las plataformas. Partiendo de los datos recogidos, se llega a la conclusión de que, pese al aumento en el consumo y edición de este tipo de formato, los títulos para niños y jóvenes tienen una presencia escasa y secundaria en los catálogos, tanto de las editoriales como de las plataformas. Es necesaria una adaptación de las interfaces y una adecuada clasificación, para mejorar su visibilidad y localización y una normalización en la asignación de los metadatos y la ampliación en cuanto a la información que se aporta en cada uno de los productos.

### Palabras clave

Audiolibros digitales; Audiolibros infantiles y juveniles; Plataformas de contenidos digitales; Plataformas de préstamo digital; Desarrollo de colecciones bibliotecarias; Colecciones de audiolibros; Oferta de audiolibros infantiles y juveniles; Préstamo de audiolibros en bibliotecas; Préstamo bibliotecario; Edición de audiolibros; Editoriales de audiolibros.

## Abstract

This work aims to analyze, compare and characterize the supply of digital audiobooks for children and young adults through the analysis of sales and distribution platforms and library loan platforms available in Spain, in order to point out their strengths and weaknesses. To this end, data relating to collections and search and organization interfaces have been collected directly from distribution and sale platforms (*Storytel*, *24Symbols*, *Odilo* and *Audioteca*), both subscription and unit sale, and national (*eBiblio*) and regional library loan (*eLiburutegia* and *Galiciale*), as well as a selection of 250 selected titles randomly in each of them. The methodology used is descriptive and has allowed us to analyze the offer of digital audiobooks for children and young adults, languages and date of publication, most significant publishers, as well as to evaluate the search systems, the ordering of the contents in the interfaces and the information provided by the descriptions of the different platforms. Based on the data collected, it is concluded that, despite the increase in consumption and publishing of this type of format, titles for children and young adults have a scarce and secondary presence in catalogs, both from publishers and platforms. It is also necessary to adapt the interfaces and adequate classification to improve their visibility and location, and a standardization in the introduction of metadata and expansion of the information provided for each product.

## Keywords

Digital audiobooks; Audiobooks for children and young adults; Digital content platforms; Digital lending platforms; Development of library collections; Audiobook collection; Audiobook lending in libraries; Edition of audiobooks; Publishing of audiobooks.

## 1. Introducción

Un *audiolibro* es la “grabación sonora del texto de un libro” (RAE, 2017), un concepto que parece no haber cambiado en lo sustancial desde los primeros “libros parlantes” ingleses de los años 20, aunque sí lo ha hecho la forma en la que la sociedad concibe y usa este producto, que ha pasado de tener escasa relevancia en el sector editorial a ser un formato en torno al cual está emergiendo un nuevo sector (Cordón-García, 2018).

Tal como indican Magadán-Díaz y Rivas-García, (2020), a lo largo de la historia del audiolibro se han utilizado diferentes denominaciones: libros fonográficos, parlantes, en cinta, etc., términos que se mantuvieron hasta 1994, año en el que la *Audio Publishers Association* (APA) acuñó el concepto de audiolibro.

Actualmente son varios los formatos y categorías (para invidentes, comerciales, audiolibros natos sin edición impresa propia, con narración sintetizada...). La variedad de formatos, la mejora en la tecnología, la implantación de dispositivos móviles, el desarrollo de la edición digital y de los sistemas de suscripción (Magadán-Díaz; Rivas-García, 2020), a lo que hay que unir los cambios sociales y la pérdida de la hegemonía de lo escrito (Piscitelli, 2011), han favorecido el crecimiento de los audiolibros digitales.

Los audiolibros digitales son

“locuciones narradas o leídas automáticamente por programas informáticos, de libros ya existentes o creados expresamente para ser difundidos en este formato audible. Pueden ser escuchados en el ordenador, tabletas, teléfonos inteligentes, iPods, reproductores de mp3, etcétera” (Gómez-Díaz et al., 2016, p. 83).

Esta narración puede ser leída o dramatizada e incorporar música y otros efectos sonoros (García-Rodríguez; Gómez-Díaz, 2019).

Los audiolibros están teniendo un gran crecimiento en edición, venta y consumo. Según el informe anual del mercado de audiolibros de la *Audio Publishers Association*, 2020 supuso otro año de aumento de ventas de audiolibros en Estados Unidos. El porcentaje de estadounidenses mayores de 18 años que alguna vez había escuchado un audiolibro era del 46%. El mismo informe señala que también aumentó el número de títulos editados, llegando a los 71.000, un 39% más que en 2019, y que las ventas crecieron un 12%, llegando a los 1.300 millones de euros de facturación (APA, 2020). Por otro lado, según el informe *The new publishing standard* de 2019, en Francia había 7,7 millones de usuarios de audiolibros, mientras que en Alemania en el mismo año se vendieron alrededor de 16 millones de unidades, en los países nórdicos (Suecia, Dinamarca, Finlandia y Noruega) se estima que en un futuro no muy lejano que el formato preferido por los lectores será audio y en el Reino Unido las ventas de los libros en este formato se han ido duplicado anualmente mientras que las ventas de impresos se van reduciendo (Lee, 2020).

En España, tal como afirman Magadán-Díaz y Rivas-García (2020), pese a que la demanda aún no es importante, este formato se va integrando de forma progresiva en los modelos de negocio de las editoriales. Así, por ejemplo, el estudio “Perfil del mercado español de audiolibros” (Dosdoce, 2019d) predijo que las ventas en España alcanzarían los 7 millones de euros en 2020, un dato alentador pero limitado al no especificar la metodología empleada para la afirmación de dicha predicción.

Los audiolibros están teniendo un gran crecimiento en edición, venta y consumo

Igualmente, en la mesa redonda organizada por *Audible* en 2021, *Presente y futuro de los audiolibros en España*, se mostraron datos sobre el sector que reflejan un importante crecimiento: un 5,2% de la población escucha audiolibros al menos una vez al mes, un 79% más que en 2019 (*Dosdoce*, 2021).

La importancia del fenómeno de los audiolibros también tiene su reflejo en la investigación y basta una simple búsqueda en bases de datos generalistas como *Scopus* y *WoS* para mostrar el impacto en la investigación, tanto por número de artículos, como por las áreas a las que estos pertenecen. Así, la búsqueda con el término “audiolibros” hecha en julio de 2021 muestra que en *Scopus* hay 236 referencias sobre este tema, principalmente de Informática, Ciencias Sociales, Arte y Humanidades e Ingeniería, y en *Wos*, con 237 resultados, básicamente en áreas como Informática, Documentación, Comunicación e Ingeniería.

El valor que está adquiriendo este formato se puede observar igualmente en la disponibilidad de aplicaciones especializadas, normalmente bajo el modelo de suscripción (*Audible*, *Storytel*), la publicación de catálogos de audiolibros por parte de las editoriales e incluso en la incorporación y crecimiento del consumo de audiolibros en las plataformas de préstamo bibliotecario.

Sin embargo, pese a que los audiolibros para niños y jóvenes ocupan en España la cuarta posición entre las categorías favoritas (*Dosdoce*, 2019a), no parece que este interés se plasme en los estudios y son pocos los informes con datos desglosados para esta categoría. La mayoría de los disponibles hasta el momento se basan en análisis genéricos. Las estadísticas oficiales presentadas en estudios como el *Informe de Resultados de Hábitos de Lectura y Compra de Libros en España* (FGEE, 2019; 2020; 2021) o los propios informes estadísticos de *eBiblio* (Ministerio de Cultura y Deporte, 2017; 2018; 2019), por ejemplo, tampoco desglosan estos datos.

El hecho de no tener cifras de consumo concretas dispara el escepticismo sobre el éxito del audiolibro infantil y juvenil, aunque hay especialistas que consideran que este formato está ayudando al sector editorial a recuperar lectores, e incluso afirman que los audiolibros complementan la lectura en papel: **Cox-Clark** (2007), **Wolfson** (2008), **Whittingham et al.** (2013), **Serafini** (2014), **Kidron y Lindsay** (2014), **Cahill y Moore** (2017), **García-Rodríguez y Gómez-Díaz** (2019) son algunos ejemplos.

Los audiolibros producen un efecto positivo en niños y jóvenes gracias a la multitud de beneficios emocionales y cognitivos que reportan (**Lang; Brooks**, 2015; **Çarkit**, 2020). Favorecen la oralidad, que empleada de forma complementaria al texto impreso, ayuda a mejorar la comprensión lectora (**Al-Jarf**, 2021), a desarrollar el lenguaje (**Lesesne**, 2009), favorecen el aprendizaje de idiomas (**Galimberti et al.**, 2021; **Noor**, 2021), y la creatividad (**Pin-García; Ceballos-Cerdeño**, 2021) al tiempo que fomentan la socialización (*Dosdoce*, 2019c) y el entretenimiento (**Miranda-Cueva; Cabanillas-Carbonell**, 2020). **Beers** (1998) destacó que los niños, sobre todo los más pequeños, suelen preferir escuchar historias a leerlas (**Rodero**, 2018), por lo que el formato audiolibro tiene perfecta cabida entre este público.

Así, según la encuesta realizada en Reino Unido por el *National Literacy Trust* a más de 58.000 niños y jóvenes entre 9 a 18 años tras el confinamiento por la pandemia de la Covid-19, el 69,9% mejoró las habilidades lectoras, el 52,9% amplió su interés por los libros en general e incluso el 31,8% manifestó sentirse mejor emocionalmente durante el encierro tras la lectura de audiolibros (**Best; Clark; Picton**, 2020).

Estos estudios muestran los beneficios que pueden tener los audiolibros, pero su posible éxito entre la población infantil y juvenil depende de la oferta, la cantidad y variedad y de cómo se presentan en las diferentes plataformas. Por ello, este artículo se centra en los audiolibros para este tipo de público, analizando y comparando el catálogo disponible en las plataformas de venta y de préstamo en España.

La finalidad de este trabajo es analizar, comparar y caracterizar la oferta de títulos de audiolibros infantiles y juveniles y su presentación en plataformas de préstamo de bibliotecas públicas españolas y de distribución y venta de contenidos digitales, así como estudiar sus fortalezas y debilidades:

- Analizar la oferta de audiolibros infantiles y juveniles en estas plataformas (2015-2020).
- Comparar las ofertas.
- Analizar la forma en que las plataformas presentan los audiolibros, sistemas de búsqueda, información suministrada, categorías, etc.

## 2. Metodología

Para llevar a cabo los objetivos señalados se utilizó una metodología descriptiva cuyo primer paso fue la selección de los canales de comercialización más habituales: por un lado, los servicios de suscripción y streaming (*Storytel*, *24symbols* y *Odilo*) y la venta unitaria (*Audioteka*), y, por otro, los de préstamo bibliotecario *eBiblio*, de ámbito nacional, y *Liburute-gia* y *GaliciaLe*, de ámbito autonómico.

Salvo en el caso del número total de títulos, para el resto de las variables se utilizó una muestra de 250 títulos de cada plataforma, elegidos aleatoriamente. En el caso de *eBiblio*, se revisaron los 17 catálogos autonómicos. La recogida se realizó entre septiembre-octubre de 2020<sup>1</sup>.

Las variables de estudio fueron:

- Oferta: número de títulos; fecha de edición; editorial; idiomas (castellano, catalán, gallego, euskera, inglés y otros); duración.
- Opciones de búsqueda y organización de la información.
- Información proporcionada para la localización y visibilidad del producto.

### 3. Análisis de datos y discusión

A continuación se analizan los elementos relacionados con: la oferta, el tamaño de las colecciones, idiomas y las fechas de producción, editoriales más destacadas, o la duración de los audiolibros. Asimismo, se estudia cómo son los sistemas de búsqueda y organización de los contenidos y la información que se proporciona a los usuarios.

#### 3.1. Oferta

Analizar al completo el catálogo y la oferta de cada una de las plataformas es fundamental para determinar la importancia del formato en relación con el total de la colección.

Tabla 1. Datos de las plataformas comerciales

Plataforma	Títulos en todos los formatos	Audiolibros	Audiolibros infantiles y juveniles	Porcentaje del total de audiolibros
<i>Storytell</i>		102.231	16.196	16,0%
<i>24symbols</i>		85.733	No se ha podido cuantificar	
<i>Odilo</i>	2.043.109	195.069	34.687	17,8%
<i>Audioteka</i>	5.501	5.501	307	5,2%
<i>eBiblio</i>	33.265	1.628	No se ha podido cuantificar	
<i>GaliciaLe</i>	1.172	0	0	
<i>eLiburutegia</i>	21.064	563	202	35,0%

En el caso de las plataformas comerciales, *Odilo* es la que incorpora proporcionalmente más títulos de literatura infantil y juvenil (en adelante LIJ) en formato audiolibro (17,8% del catálogo), mientras *Storytel* ocupa la segunda posición con un 16%. En tercera posición aparece *24symbols* y, aunque no ha sido posible desglosar los datos para la LIJ, dispone de una colección importante en todas las categorías. *Audioteka* dispone de una colección más reducida en la que los audiolibros para niños y jóvenes suponen tan solo el 5,2%.

Dentro de las plataformas de préstamo, *GaliciaLe* no dispone de este formato, mientras que en *eLiburutegia* representa el 35% del total de audiolibros, un porcentaje interesante pero el total solo es de 200 títulos.

*eBiblio* incorpora a su catálogo audiolibros infantiles y juveniles, si bien no es posible analizar el número total ni los porcentajes de forma global puesto que en sus catálogos existen títulos comunes, pero también otros adquiridos directamente por cada sistema autonómico. Los datos del último informe sobre *eBiblio* (2020) hablan de un número total de audiolibros de 1.628, pero sin desglosar por categorías.

Tabla 2. Audiolibros en *eBiblio*

Comunidad autónoma	N. títulos (todos los formatos)	Audiolibros	Audiolibros infantiles y juveniles	
Andalucía	7.633	320	65	20,31%
Aragón	3.816	175	3	1,71%
Asturias	2.955	135	2	1,48%
Baleares	17.989	143	3	2,10%
Canarias	20.874	97	5	5,15%
Cantabria	5.369	244	10	4,10%
Castilla-La Mancha	17.790	179	4	2,23%
Castilla y León	10.652	473	42	8,88%
Cataluña	91.294	210	41	19,52%
Extremadura	17.915	200	16	8,00%
Galicia	4.348	175	4	2,28%
Madrid	13.679	380	40	10,53%
Murcia	6.700	586	43	7,34%
Navarra	4.240	143	2	1,40%
La Rioja	16.683	244	2	0,81%
Comunidad Valenciana	3.711	221	6	5,95%
Ciudad Autónoma de Ceuta	2.792	116	0	0,00%
Ciudad Autónoma de Melilla	2.821	117	0	0,00%

Teniendo en cuenta estos datos es evidente la escasa o nula implantación de los audiolibros para niños y jóvenes, siendo Andalucía, en la que representan más del 20% del catálogo, la que más títulos incorpora seguida de Cataluña (19,52%) y Madrid (10,53%). El resto de las comunidades no superan el 10% de los títulos. Sin embargo, es necesario matizar estos porcentajes puesto que el número de títulos reales es pequeño, 65 en Andalucía, 41 en Cataluña y 40 en Madrid, una oferta muy reducida si tenemos en cuenta la población de estas comunidades.

Diferentes estudios muestran los beneficios que pueden tener los audiolibros, pero parte de su posible éxito entre la población infantil y juvenil depende de la oferta, la cantidad y variedad y de cómo se presentan en las diferentes plataformas

El análisis de los ejemplos seleccionados aporta cifras poco alentadoras sobre la presencia de audiolibros de LIJ, pues tienen una presencia bastante limitada en comparación con el total de audiolibros.

Un catálogo amplio y original en cuanto a los contenidos es requisito esencial para la visibilidad de la literatura para niños y jóvenes (García-Rodríguez, 2013) también en el caso de los audiolibros. Sin embargo, la oferta todavía es baja si la comparamos con la edición del subsector, tanto en papel como en digital.

### Idiomas

En las plataformas comerciales las obras en inglés son más frecuentes. Así, del total de audiolibros, el 72% está publicado en inglés, mientras que tan solo el 4% está disponible en castellano y no aparece ningún título en las tres lenguas cooficiales. Llama la atención que el 23% se refiera a obras publicadas en otras lenguas.

Por lo que se refiere a los títulos infantiles, sigue siendo mayoritario el inglés incluso con cifras superiores (85%), si bien el número de obras en castellano también es ligeramente superior con el 10% y se reducen las cifras de obras en otros idiomas al 5%.

Si se analizan los datos concretos de cada plataforma, se observa que *Storytel* y *Odilo* son las que ofertan un mayor número de obras en castellano y las únicas que incluyen títulos en catalán, única lengua cooficial. En ellas hay disponibles audiolibros para niños y jóvenes pero cuentan tan solo con un total de 74 títulos.

En lo que se refiere a las plataformas de préstamo (ver Anexo), *eLiburutegia* solo dispone de títulos en castellano mientras que en *eBiblio* las distintas comunidades autónomas tienen en común un catálogo compuesto casi al completo por obras en castellano. Solo Andalucía, Castilla y León, Cataluña y Murcia incluyen obras en inglés. Evidentemente, tan solo Cataluña y Valencia incluyen un porcentaje, aunque mínimo (5 títulos), de audiolibros en catalán. No existe ningún título en euskera y solo un título en gallego, común a todas ellas: *O principiño*.

La existencia de títulos en lenguas oficiales españolas permitiría su aplicación en la enseñanza del idioma y la adquisición de las competencias lingüísticas.

### Fecha de publicación

A partir de los datos obtenidos, se constata que los títulos publicados antes de 2012 son escasos, pero que desde esa fecha comienza a observarse un tímido aumento, llegando a los máximos entre 2016 y 2015, años en los que se publica el 57% de todos los títulos recogidos. Es-

Tabla 3. Distribución de títulos por idioma en plataformas comerciales

Plataforma	Idioma	Audiolibros		Audiolibros LIJ	
Storytel	Castellano	6.212	6,07%	1.351	21,75%
	Catalán	189	0,18%	64	33,86%
	Euskera	0			
	Gallego	0			
	Inglés	91.400	89,40%	14.041	15,36%
	Otros	4.430		744	16,79%
	Total	102.231			
24symbols	Castellano	1.904	2,22%		
	Catalán	6			
	Euskera	0			
	Gallego	0			
	Inglés	51.326	59,87%		
	Otros	32.497			
	Total	85.733			
Odilo Marketplace	Castellano	6.693	2,85%	987	24,75%
	Catalán	119		13	10,92%
	Euskera	0			
	Gallego	0			
	Inglés	135.673	72,79%	25.249	18,61%
	Otros	52.584		8.438	16,05%
	Total	195.069			
Audioteka	Castellano	5.402	96,93%	307	5,68%
	Catalán				
	Euskera	0			
	Gallego	0			
	Inglés	97	1,80%		
	Otros	2			
	Total	5.501			

tos datos coinciden con la mayoría de los informes sobre evolución del mercado del audiolibro español, como el *V Informe Bookwire.es (Dosdoce, 2019a)* donde se indica cómo ya en 2017 existían a disposición de los lectores menos de 6.000 títulos de audiolibros en español, pasando en 2018 a unos 8.000 y que en 2019 se superarían los 10.000. Según el mismo informe, en 2017 las editoriales habían transformado en audiolibro unos 700 títulos de sus catálogos, pasando en 2018 a unos 1.700.

**Editoriales**

Las cinco primeras posiciones aparecen ocupadas por editoriales que han hecho una apuesta por este formato. En primer lugar, la empresa sueca *Storyside*, editorial de *Storytel*, con el 21% de los títulos. A continuación, aparece la editorial norteamericana especializada en LIJ *Abordale Publishing*, con el 14%, seguida por la danesa *SAGA Edmon* con el 13% de los títulos. *SAGA* es una de las principales editoriales de audiolibros del mundo y cuenta con un importante catálogo de obras en castellano. Este ranking lo completan *Planeta* y *Penguin Random House* con el mismo porcentaje (11%). Este último dato llama la atención si se tiene en cuenta la importante labor de esta última en lo que respecta a la edición de audiolibros, y que puede venir motivado porque sus fondos no se hayan distribuido en las plataformas analizadas.

Sin embargo, tal y como indican **Magadán-Díaz y Rivas-García, (2020)** en España los datos sobre producción y facturación no permiten considerar edición de *audiolibros* como una industria con editoriales exclusivamente dedicadas a este producto.

**Duración**

La duración del audiolibro debe adecuarse al desarrollo cognitivo, capacidades y competencias lectoras de niños y jóvenes y, por supuesto, tiene que ver también con el contenido incluido.

En la categoría infantil no es frecuente encontrar audiolibros con más de una hora de duración, los títulos de hasta 10 minutos son los mayoritarios, lógico si tenemos en cuenta la limitada capacidad temporal de concentración. Este dato puede deberse a una mayor existencia para este grupo de edad de versiones abreviadas.

Los títulos con una duración de 2 a 4 horas son de literatura para jóvenes, con títulos con más páginas y que se pueden escuchar por capítulos.

**3.2. Sistemas de búsqueda y organización de los contenidos**

“Las diferentes posibilidades de búsqueda de una web pueden facilitar o dificultar la localización y visibilidad de los títulos. Una página intuitiva, en cuanto a la localización de las obras se refiere, sencilla, con una organización lógica de las diferentes categorías, puede ser un aliado para la selección, promoción y venta” (**García-Rodríguez, 2013**).

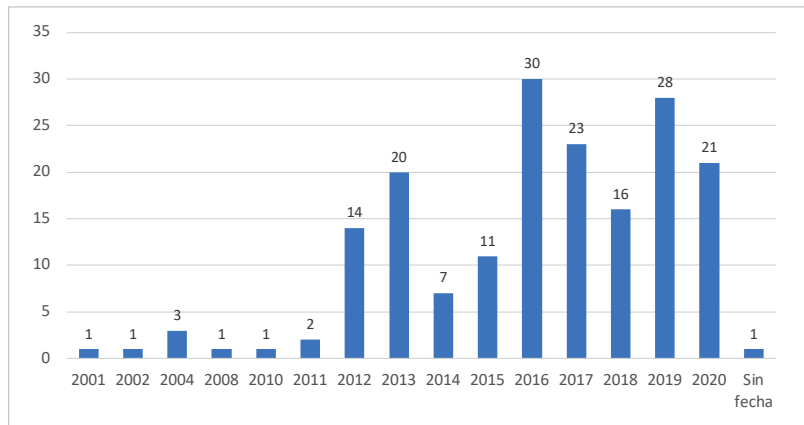


Figura 1. Número de títulos agrupados por años

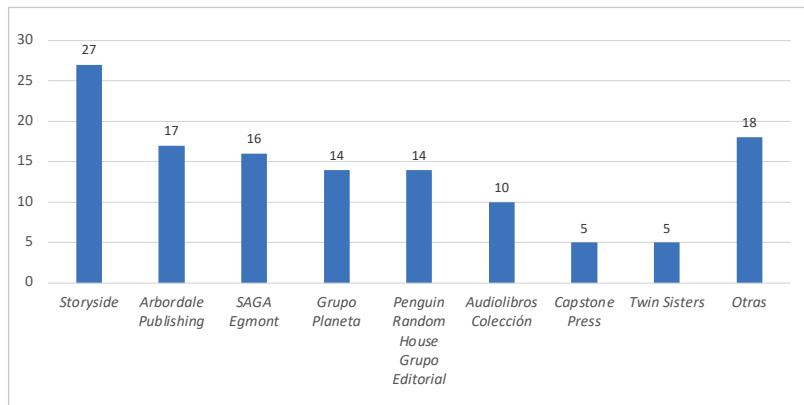


Figura 2. Número de títulos agrupados por editoriales

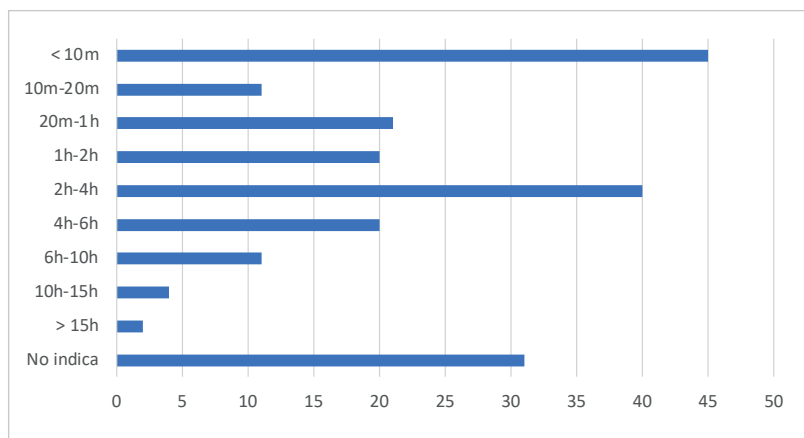


Figura 3. Duración de los audiolibros

Una adecuada interfaz de acceso y una correcta organización de la colección favorecen la usabilidad, la visibilidad y la difusión de la colección.

La presencia de los audiolibros infantiles y juveniles es bastante limitada

En lo relativo a las opciones de búsqueda, en todos los casos se puede realizar una búsqueda sencilla, pero solo *Odilo* y *eBiblio* permiten una exploración avanzada y, salvo *Audioteka*, el resto permite realizar acotaciones por autor, editorial, año de edición, género e idioma.

En lo que se refiere a la posibilidad de búsqueda por materias específicas infantiles y juveniles, todas las plataformas comerciales la contemplan. *Storytel* y *24symbols* reservan dos categorías diferenciadas, infantil y juvenil, y *Odilo* y *Audioteka* incorporan en una misma todo el contenido. No obstante, es necesario mencionar que *24symbols*, a pesar de realizar esta diferenciación en un primer nivel, no aplica el filtro categoría con el audiolibro.

Las plataformas de préstamo organizan sus recursos a través de categorías tanto temáticas (historia, romántica, desarrollo personal...), como de formato (audiolibros, películas, revistas...) o género (relatos, novela, teatro...).

Tabla 4. Interfaz de búsqueda en las distintas plataformas

Interfaz de búsqueda	Plataformas de venta y distribución				Plataformas de préstamo	
	<i>Storytel</i>	<i>24symbols</i>	<i>Odilo</i>	<i>Audioteka</i>	<i>eBiblio</i>	<i>eLiburutegia</i>
Búsqueda sencilla	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Búsqueda avanzada			✓		✓	
Acotación de la búsqueda	✓	✓	✓		✓	✓
Acceso por categorías	✓	✓	✓	✓	✓	✓

En cuanto a la interfaz de resultados (tabla 5) todas comparten la inclusión de una descripción básica y la previsualización; no obstante, y es algo a destacar, ninguna de las comerciales identifica el número de registros en la página de resultados, lo que hace algo difícil la navegación entre el listado de recursos recuperados.

Tabla 5. Interfaz de resultados en las distintas plataformas

Interfaz de resultados	Plataformas de venta y distribución				Plataformas de préstamo	
	<i>Storytel</i>	<i>24symbols</i>	<i>Odilo</i>	<i>Audioteka</i>	<i>eBiblio</i>	<i>eLiburutegia</i>
Elección de presentación de resultados	✓		✓	✓	✓	
Identificación de la página de resultados					✓	✓
Descripción básica	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Previsualización	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Reformulación de la búsqueda			✓		✓	✓

*eBiblio* permite reformular la búsqueda gracias a la incorporación de filtros que limitan a la materia, editorial, autor, año de publicación, idioma, etc., pero es posible ampliarlo con otros campos relacionados con el idioma original y el público, entre otros, lo que permite reformular la búsqueda y precisar al máximo los resultados.

### 3.3. Información proporcionada a los usuarios

Los catálogos de las plataformas deben adaptarse a las características específicas de la LIJ, a sus contenidos y a sus potenciales usuarios e incluir la información considerada fundamental. Por ello, en este apartado se especifican los datos que se consideran fundamentales para dar una información adecuada al usuario a la hora de seleccionar un determinado recurso (tabla 6).

En cuanto a las plataformas de distribución y venta, *Storytel* es la más completa ya que, además de incluir todos los datos necesarios para una correcta descripción de cada recurso, reserva apartados específicos para diferenciar la literatura infantil de la juvenil. Por el contrario, *24symbols* y *Audioteka* omiten información relevante como el idioma o la fecha de edición. Lógicamente, la información sobre el precio unitario solo está disponible en *Audioteka*, puesto que el resto utilizan el modelo de suscripción.

La existencia de títulos en lenguas oficiales españolas permitiría su aplicación en la enseñanza del idioma y la adquisición de las competencias lingüísticas

Tabla 6. Información suministrada en plataformas

	Plataformas de venta y distribución				Plataformas de préstamo	
	<i>Storytel</i>	<i>24symbols</i>	<i>Odilo Marketplace</i>	<i>Audioteka</i>	<i>eBiblio</i>	<i>eLiburutegia</i>
Título	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Autor	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Narrador	✓	✓	✓	✓		✓
Editorial	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Fecha de edición	✓	✓	✓			✓
Idioma	✓		✓			✓
Duración	✓	✓	✓	✓		✓
Materias	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Edad recomendada	✓					
Valoración	✓			✓	✓	✓
Muestra	✓	✓		✓		
Otros				Precio unitario		

En el caso de las plataformas de préstamo, *eLiburutegia* ofrece una información más completa de los recursos (tan solo omite la edad recomendada y una muestra) y *eBiblio* no incluye ni el idioma ni la duración, aunque esto ha sido parcialmente subsanado en la nueva actualización de la plataforma y en algunos registros se indica tanto el idioma como la variante del español en la que está narrado el audiolibro (en el caso de que el idioma sea el español).

En cuanto a la figura del narrador, a pesar de que este sea uno de los aspectos más característicos del audiolibro y el narrador tenga, si cabe, aún más protagonismo que el propio autor, es un dato que no aparece en *eBiblio*.

Sin embargo, ninguna de ellas establece un rango o sistema claro de clasificación de lecturas por edades. En la LIJ, en general las obras se clasifican dentro de una franja de edad u otra dependiendo de lo que los adultos expertos consideren más adecuado para los niños y jóvenes, basándose en el desarrollo intelectual y de comprensión de cada uno. Pero es que, además, este es uno de los criterios fundamentales utilizados por los mediadores en lectura para seleccionar y recomendar libros, por lo que es fundamental que este dato aparezca claramente indicado en la descripción del producto.

Es necesario señalar que, teóricamente, los datos sobre edad recomendada solo aparecen en *Odilo* y en *Storytel*, sin embargo, en la mayoría de los casos esta información no aparece.

La edad recomendada se indica en las etiquetas de materia, aunque no en todos los registros se hace constar, es decir, esta información no se proporciona de manera generalizada o normalizada en todos los registros.

Como se puede apreciar, la mayoría de las plataformas disponen de un sistema de valoraciones, aunque con un escaso *feedback* por parte de los usuarios. Esto puede deberse a diferentes causas:

- que la plataforma no promueva el uso de esta función;
- que los títulos que se han tomado como muestra no sean muy populares;
- que hayan sido incorporados recientemente;
- que la edad de parte de los lectores no sea la adecuada para que realicen comentarios y valoraciones.

Por último, resulta curioso que en algunos casos en el título del recurso se especifique que se trata de un objeto sonoro “dramatizado”, término utilizado para indicar que se trata de un audiolibro. Esto resulta redundante al combinarse con la descripción específica de formato en la ficha del registro. Puede parecer lógica esta distinción si el mismo título se encuentra en formato libro digital y audiolibro y no se dispone en la página de resultados de otro método para diferenciarlos, pero no es el caso en ninguna de las plataformas estudiadas. Así, hay casos en los que este “dramatizado” se indica sin que exista la dualidad entre libro digital y audiolibro y, por el contrario, casos en los que existe y no se especifica. Parece, en este sentido, una cuestión más relacionada con los metadatos y la información introducida por ciertas editoriales y productoras que el resultado de algo previamente deliberado por la descripción del recurso en la plataforma.

Un catálogo amplio y original en contenidos es requisito esencial para el éxito de la literatura para niños y jóvenes

#### 4. Conclusiones

Los audiolibros se han vuelto cada vez más populares, aumentando las aplicaciones y también las plataformas de préstamo bibliotecario que incorporan estos contenidos. Los datos ofrecidos por los informes de diferentes instituciones coinciden en que la expansión del audiolibro en las plataformas españolas, sean de distribución y venta o de préstamo, es ya una realidad, aumenta la oferta (se observa una apuesta clara por parte de las editoriales para potenciar este formato), el número de lectores y de descargas, aunque no en la misma medida que en otros países como Estados Unidos, Reino



Unido, Francia o Canadá. Sin embargo, la literatura infantil y juvenil (LIJ) aún ocupa un espacio muy pequeño –o inexistente– en castellano y, sobre todo, en lenguas cooficiales, y todavía es poco significativa.

Para que la presencia de los audiolibros para niños y jóvenes sea mayor es necesaria evidentemente una mayor oferta por parte de las empresas, pero también una mejora en los sistemas de búsqueda y de organización de las colecciones en las plataformas de cara a una correcta localización de los títulos.

Esto supone consecuentemente una mejora en la introducción de los metadatos que se generan automáticamente a partir del ISBN, una revisión realizada por especialistas que evite errores descriptivos y fallos en los buscadores.

Los audiolibros se incluyen en la mayoría de los catálogos con una consideración secundaria. En pocas plataformas existen categorías propias que sean claras para la localización de este tipo de recursos. Más evidente resulta, incluso, en el caso de los audiolibros infantiles y juveniles que muchas veces se encuentran en clasificaciones que no prestan atención a las diferencias de este público en lo que a consultas y contenidos se refiere. Es necesario llegar a un acuerdo sobre lo que ha de entenderse en una plataforma de estas características por “materia” y por “categoría”, términos que se utilizan indistintamente para referirse a las mismas cuestiones.

Pero es que, además, es necesario que se incorpore una información completa sobre los productos. Esta información no siempre se incluye de forma normalizada (distintas formas de nombrar los autores, editoriales, materias y categorías), y de nuevo se hace evidente la necesidad de una introducción correcta de los metadatos por parte de especialistas. A menudo se han marcado como presentes campos de información y modelos de descripción de audiolibros a los que les falta la información que se considera representativa de la calidad del servicio, como por ejemplo la duración, la edad de los destinatarios, el idioma o los datos sobre la figura del narrador.

Por otro lado, se puede apreciar una diferencia sustancial entre la información suministrada por las plataformas de distribución y venta y las plataformas de préstamo: las empresas se involucran más en el desarrollo del producto como no lo hace una plataforma de gestión pública, que no busca una rentabilidad económica.

Todas las plataformas analizadas tienen aspectos que destacar y mejorar. Por un lado, *Storytel* destaca por su catálogo, pero habría que mejorar sus sistemas de búsqueda para facilitar la navegación, y lo mismo ocurre con *24symbols*, sumando la necesidad de mejorar la organización de contenido y la creación de categorías específicas infantiles y juveniles. *Odilo* destaca por su colección, pero a la hora de describir los objetos no suministra una información tan completa. *Audioteka*, por su parte, no dispone de un catálogo muy amplio de materiales infantiles y juveniles, ni tampoco variado en lo que a la inclusión de otros idiomas se refiere. Entre las plataformas de préstamo, el aspecto principal a mejorar no tiene tanto que ver con la forma, sino con el contenido de sus colecciones, escaso o en ocasiones inexistente en materias infantiles y juveniles.

Aunque ninguna de ellas destaca sobre las demás, si se tuviera que seleccionar una plataforma de distribución ideal, sería aquella que contara con la colección de *Odilo* por su amplitud, variedad y sistema de búsqueda, con la organización de contenidos y el suministro de información de *Storytel*, que cuenta con un *Kids Mode* diseñado específicamente para este público infantil y juvenil y unas fichas descriptivas completas y transparentes, que incluyen campos particulares del formato audiolibro.

Entre las de préstamo, se puede destacar la sencillez del sistema de búsqueda y la organización de contenidos de la interfaz de *eLiburutegia*, pero cuantitativa y cualitativamente no destaca ninguna de ellas y se observa un vacío en la variedad idiomática no compensable incluso con una combinación de todas ellas.

La incorporación de audiolibros en las plataformas de préstamo es una realidad en el ámbito español. La presencia de este tipo de contenido en los catálogos entraña una serie de retos para gestores bibliotecarios: la selección de contenidos, la catalogación y clasificación, la transmisión y difusión de las nuevas incorporaciones. Cuestiones como ¿qué información es relevante?, ¿qué campos utilizados en el libro tradicional se pueden conservar para la descripción del audiolibro? o ¿qué nuevos campos merece contener la ficha de cada objeto para su correcta descripción? Requieren una respuesta por parte de los especialistas.

Según las investigaciones, los audiolibros pueden ser un complemento a la lectura tradicional, tanto en papel como en digital, permiten llegar a la literatura a través de los auriculares y los dispositivos móviles y son un formato esencial en el caso de los niños con discapacidad visual. Por ello, debería alentarse a los servicios bibliotecarios a trabajar para aumentar la oferta en sus catálogos para cubrir las necesidades de todos los perfiles infantiles y juveniles y crear colecciones inclusivas.

Por otra parte, es necesario que las editoriales faciliten y flexibilicen los modelos de compra de licencias de audiolibros y que aumenten sus catálogos con títulos creados

Una adecuada interfaz de acceso y una correcta organización de la colección favorecen la usabilidad, la visibilidad y la difusión

Es necesario que se incorpore información completa y normalizada sobre los productos

expresamente para ese formato, y no solo grabaciones sonoras de títulos ya existentes, obras que aporten elementos nuevos como la dramatización con varias voces, efectos sonoros, música y que se adapten al tiempo de concentración y atención de este tipo de público.

## 5. Nota

1. En el caso de *eBiblio*, cuando se procedió a la recopilación de los datos de análisis todavía seguía vigente el contrato con *Odilo*. El cambio de proveedor a *Libranda* fue a finales de noviembre de 2020.

## 6. Referencias

**Al-Jarf, Reima** (2021). "Mobile audiobooks, listening comprehension and Efl college students". *International journal of research - Granthaalayah*, v. 9, n. 4, pp. 410-423.  
<https://doi.org/10.29121/granthaalayah.v9.i4.2021.3868>

APA (2020). *Audiobook listening remains strong in 2020 as publisher report ninth straight year of double-digit growth*. Audio Publishers Association.  
<https://www.audiopub.org/uploads/pdf/Consumer-and-Sales-Survey-Press-Release-2021-FINAL.pdf>

**Beers, Kylene** (1998). "Listen while you read: Struggling readers and audiobooks". *School library journal*, v. 44, n. 4, pp. 30-35.  
<http://interactivereadalouds.pbworks.com/f/Listen+While+You+Read.pdf>

**Best, Emily; Clark, Christina; Picton, Irene** (2020). *Children, young people and audiobooks before and during lockdown*. National Literacy Trust research report. *National Literacy Trust*.  
<https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED607856.pdf>

**Cahill, Maria; Moore, Jennifer** (2017). "A sound history: audiobooks are music to children's ears". *Children and libraries*, v. 15, n. 1, pp. 22-29.  
<https://doi.org/10.5860/cal.15n1.22>

**Çarkit, Cafer** (2020). "Evaluation of audiobook listening experiences of 8th grade students". *Educational policy analysis and strategic research*, v. 15, n. 4, pp. 146-163.  
<http://doi.org/10.29329/epasr.2020.323.8>

**Cordón-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>

**Cox-Clark, Ruth** (2007). "Audiobooks for children: Is this really reading?". *Children and libraries*, v. 5, n. 1, pp. 49-50.  
<https://journals.ala.org/index.php/cal/article/view/44/19>

**Dosdoce** (2019a). "Evolución audiolibros en español 2017-2019". [Infografía]. *Dosdoce.com*.  
[https://www.dosdoce.com/wp-content/uploads/2019/02/Evolucion\\_Audiolibros\\_Dosdoce-768x1086.png](https://www.dosdoce.com/wp-content/uploads/2019/02/Evolucion_Audiolibros_Dosdoce-768x1086.png)

**Dosdoce** (2019b). "Leer o escuchar, ni mejor ni peor". *Dosdoce.com*, 31 enero.  
<https://www.dosdoce.com/2019/01/31/leer-o-escuchar-ni-mejor-ni-peor>

**Dosdoce** (2019c). "Los consumidores de audiolibros despuntan como lectores". *Dosdoce.com*, 20 marzo.  
<https://www.dosdoce.com/2019/03/20/los-consumidores-de-audiolibros-despuntan-como-lectores>

**Dosdoce** (2019d). "Profile of the Spanish audiobook market". *Dosdoce.com*, 4 March.  
<https://www.dosdoce.com/2019/03/04/profile-of-the-spanish-audiobook-market>

**Dosdoce** (2021). "Presente y futuro de los audiolibros en España". *Dosdoce.com*, 21 abril.  
<https://www.dosdoce.com/2021/04/21/presente-y-futuro-de-los-audiolibros-en-espana>

**FGEE** (2019). *Hábitos de lectura y compra de libros en España 2018*. Ministerio de Cultura y Deporte. Federación de Gremios de Editores de España.  
<https://www.federacioneditores.org/lectura-y-compra-de-libros-2018.pdf>

**FGEE** (2020). *Hábitos de lectura y compra de libros en España 2019*. Ministerio de Cultura y Deporte. Federación de Gremios de Editores de España.  
<https://www.gremieditores.cat/wp-content/uploads/2020/02/200221PRE-FGEE-Ha%CC%81bitos-lectura-presentacio%CC%81n.pdf>

**FGEE** (2021). *Hábitos de lectura y compra de libros en España 2020*. Ministerio de Cultura y Deporte. Federación de Gremios de Editores de España.  
<https://www.dosdoce.com/wp-content/uploads/2021/03/H%C3%A1bitos-de-Lectura-y-Compra-de-Libros-2020.pdf>

- Galimberti, Jessica-Valentina; Morales-Rodas, Lina-Yolanda; Moreno-Carvajal, Jhoeli-Soraya** (2021). "Uso de audiolibros para la comprensión literaria de la lengua inglesa". *Polo del conocimiento*, v. 6, n. 8, pp. 939-959.  
<https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/2991>
- García-Rodríguez, Araceli** (2013). "El papel de las plataformas de distribución y venta en la promoción del libro electrónico infantil y juvenil". *Anales de documentación*, v. 16, n. 1.  
<http://revistas.um.es/analesdoc/article/view/166601>
- García-Rodríguez, Araceli; Gómez-Díaz, Raquel** (2019). "¿Leer con los oídos?: audiolibros y literatura infantil y juvenil". *Anuario ThinkEPI*, v. 13, e13c01.  
<https://doi.org/10.3145/thinkepi.2019.e13c01>
- Gómez-Díaz, Raquel; García-Rodríguez, Araceli; Cordón-García, José Antonio; Alonso-Arévalo, Julio** (2016). *Leyendo entre pantallas*. Gijón: Trea, 2016. ISBN: 978 84 9704 945 0
- Kidron, Yael; Lindsay, Jim** (2014). *The effects of increased learning time on student academic and nonacademic outcomes: Findings from a meta-analytic review*. National Center for Education Evaluation and Regional Assistance. Institute of Education Sciences.  
[https://ies.ed.gov/ncee/edlabs/regions/appalachia/pdf/REL\\_2014015.pdf](https://ies.ed.gov/ncee/edlabs/regions/appalachia/pdf/REL_2014015.pdf)
- Lang, Claire; Brooks, Rob** (2015). "The experience of older adults with sight loss participating in audio book groups". *Journal of occupational science*, v. 22, n. 3, pp. 277-290.  
<https://doi.org/10.1080/14427591.2013.851763>
- Lee, Linda** (2020). *Audiobooks: taking the world by storm*.  
<https://www.dosdoce.com/wp-content/uploads/2020/09/Audiobooks-Taking-theWorld-by-Storm.pdf>
- Lesesne, Teri** (2009). "Audiobooks: how and why" [PowerPoint presentation]. Sam Houston State University, Department of Library Science.
- Libranda** (2020). *Informe anual del libro digital 2019*. Libranda.com.  
[https://libranda.com/wp-content/uploads/2020/04/Informe\\_Anual\\_Libro\\_Digital\\_2019.pdf](https://libranda.com/wp-content/uploads/2020/04/Informe_Anual_Libro_Digital_2019.pdf)
- Magadán-Díaz, Marta; Rivas-García, Jesús I.** (2020). "El audiolibro en España: ¿industria o modelo de negocio?". *Profesional de la información*, v. 29, n. 6, e290625.  
<https://doi.org/10.3145/epi.2020.nov.25>
- Ministerio de Cultura y Deporte** (s. f.). *eBiblio: servicio de préstamo de libros electrónicos*.  
<https://www.culturaydeporte.gob.es/cultura/areas/bibliotecas/mc/eBiblio/inicio.html>
- Ministerio de Cultura y Deporte** (2017). *eBiblio 2017*.  
[http://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:18fd9845-7170-40c4-a27d-7f881ccffb52/eBiblio\\_2017\\_ok.pdf](http://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:18fd9845-7170-40c4-a27d-7f881ccffb52/eBiblio_2017_ok.pdf)
- Ministerio de Cultura y Deporte** (2018). *eBiblio 2018*.  
<https://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:bd2243e2-5f17-431f-8ead-6990f1905355/ebiblio-2018-est.pdf>
- Ministerio de Cultura y Deporte** (2019). *eBiblio 2019*.  
<https://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:f78630a5-36a2-4df3-b18e-000b7e08ce10/ebiblio-2019-est-ok.pdf>
- Miranda-Cueva, Angie; Cabanillas-Carbonell, Michael** (2020). "Benefits of using an audiobook application as an educational entertainment tool for children: a review of the scientific literature in the years 2006-2019". In: *2020 IEEE Congreso bienal de Argentina (Argencon)*. IEEE.  
<https://doi.org/10.1109/ARGENCON49523.2020.9505385>
- Noor, Shagofah** (2021). "Assessing the efficacy of extensive reading via developing audiobooks among Afghan EFL learners". *International journal of education & language studies*, v. 1, n. 1, pp. 86-101.  
<https://doi.org/10.22034/IJELS.2021.279106.1008>
- Pin-García, Lucía-Atenaida; Cevallos-Cerdeño, Ángela-María** (2021). "Uso de audiolibros para el desarrollo creativo en los estudiantes de básica superior". *Dominio de las ciencias*, v. 7, n. 1, pp. 86-100.  
<https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/1630/3127>
- Piscitelli, Alejandro** (2011). *El paréntesis de Gutenberg. La religión digital en la era de las pantallas ubicuas*. Buenos Aires: Santillana. ISBN: 978 950 4624196
- Real Academia Española** (2020). *Diccionario de la lengua española*, 23a ed. Versión 23.4 en línea.  
<https://dle.rae.es>
- Rodero, Emma** (2018). "El peso creciente de la voz y el sonido para comunicar en la era digital". *Anuario AC/E de cultura digital. Tendencias digitales de cultura. Acción Cultural Española*, pp. 80-94. ISBN: 978 950 4624  
<https://www.accioncultural.es/es/ebook-anuario-2018>

**Serafini, Frank** (2014). *Audiobooks and literacy: an educator's guide to utilizing audiobooks in the classroom*. New York: *Listening library*. ISBN: 978 0 553554205

**Whittingham, Jeff; Huffman, Stephanie; Christensen, Rob; McAllister, Tracy** (2013). "Use of audiobooks in a school library and positive effects of struggling readers' participation in a library-sponsored audiobook club". *School library research*, v. 16.

[http://www.ala.org/aasl/sites/ala.org.aasl/files/content/aaslpubsandjournals/slr/vol16/SLR\\_Use\\_of\\_AudiobooksV16.pdf](http://www.ala.org/aasl/sites/ala.org.aasl/files/content/aaslpubsandjournals/slr/vol16/SLR_Use_of_AudiobooksV16.pdf)

**Wolfson, Gene** (2008). "Using audiobooks to meet the needs of adolescent readers". *American secondary education*, v. 36, n. 2, pp. 105-114.

<http://www.jstor.org/stable/41406113>

## Anexo

Audiolibros disponibles en *eBiblio* por CCAA y por idioma

Comunidad autónoma	Idioma	Total audiolibros		Total audiolibros LIJ	
Andalucía	Castellano	297	92,81%	52	80,00%
	Catalán	7	2,19%	0	
	Euskera	0		0	
	Gallego	1	0,31%	0	
	Inglés	14	4,37%	11	16,92%
	Otros	1	0,31%	1	1,54%
Aragón	Castellano	164	93,71%	3	100%
	Catalán	7	4,00%	0	
	Euskera	0		0	
	Gallego	1	0,57%	0	
	Inglés	3	1,71%	0	
	Otros	0		0	
Asturias	Castellano	126	94,03%	2	100%
	Catalán	7	5,19%	0	
	Euskera	0		0	
	Gallego	1	0,74%	0	
	Inglés	1	0,74%	0	
	Otros	0		0	
Baleares	Castellano	134	93,70%	3	100%
	Catalán	7	4,90%	0	
	Euskera	0		0	
	Gallego	1	0,70%	0	
	Inglés	1	0,70%	0	
	Otros	0		0	
Canarias	Castellano	88	90,72%	5	100%
	Catalán	7	7,22%	0	
	Euskera	0		0	
	Gallego	1	1,03%	0	
	Inglés	1	1,03%	0	
	Otros	0		0	
Cantabria	Castellano	232	95,08%	10	100%
	Catalán	7	2,87%	0	
	Euskera	0		0	
	Gallego	1	0,41%	0	
	Inglés	2	0,82%	0	
	Otros	2	0,82%	0	

Comunidad autónoma	Idioma	Total audiolibros		Total audiolibros LIJ	
Castilla- La Mancha	Castellano	168	93,85%	4	100%
	Catalán	7	3,91%	0	
	Euskera	0		0	
	Gallego	1	0,56%	0	
	Inglés	0		0	
	Otros	1	0,56%	0	
Castilla y León	Castellano	348	52,38%	22	52,38%
	Catalán	7		0	
	Euskera	0		0	
	Gallego	1		0	
	Inglés	93	47,62%	20	47,62%
	Otros	23		0	
Cataluña	Castellano	151	75,61%	31	75,61%
	Catalán	11	9,76%	4	9,76%
	Euskera	0		0	
	Gallego	1	0,48%	0	
	Inglés	33	15,71%	6	14,63%
	Otros	14	6,67%	0	
Extremadura	Castellano	188	94,00%	16	100%
	Catalán	7	3,50%	0	
	Euskera	0		0	
	Gallego	1	0,50%	0	
	Inglés	4	2,00%	0	
	Otros	0		0	
Galicia	Castellano	166	94,86%	4	100%
	Catalán	7	4,00%	0	
	Euskera	7	4,00%	0	
	Gallego	1	0,57%	0	
	Inglés	1	0,57%	0	
	Otros	0		0	
Madrid	Castellano	346	91,05%	40	100%
	Catalán	7	1,84%	0	
	Euskera	0		0	
	Gallego	1	0,26%	0	
	Inglés	15	3,95%	0	
	Otros	11	2,89%	0	
Murcia	Castellano	535	91,30%	41	95,35%
	Catalán	7	1,19%	0	
	Euskera	0		0	
	Gallego	1	0,17%	1	2,33%
	Inglés	14	2,39%	1	2,33%
	Otros	29	4,95%	0	
Navarra	Castellano	134	93,71%	2	100%
	Catalán	7	4,90%	0	
	Euskera	0		0	
	Gallego	1	0,70%	0	
	Inglés	1	0,70%	0	
	Otros	0		0	

Comunidad autónoma	Idioma	Total audiolibros		Total audiolibros LIJ	
La Rioja	Castellano	234	95,90%	2	100%
	Catalán	7	2,87%	0	
	Euskera	0		0	
	Gallego	1	0,41%	0	
	Inglés	1	0,41%	0	
	Otros	1	0,41%	0	
	TOTAL	244		2	
Comunidad de Valencia	Castellano	208	94,12%	5	83,33%
	Catalán	11	4,98%	1	16,67%
	Euskera	0		0	
	Gallego	1	0,45%	0	
	Inglés	1	0,45%	0	
	Otros	0		0	
Ciudad Autónoma de Ceuta	Castellano	107	92,24%	0	
	Catalán	7	6,03%	0	
	Euskera	0		0	
	Gallego	1	0,86%	0	
	Inglés	1	0,86%	0	
	Otros	0		0	
Ciudad Autónoma de Melilla	Castellano	108	92,31%	0	
	Catalán	7	5,98%	0	
	Euskera	0		0	
	Gallego	1	0,85%	0	
	Inglés	1	0,85%	0	
	Otros	0		0	

Fuente: elaborado a partir de

<http://www.culturaydeporte.gob.es/cultura/areas/bibliotecas/mc/eBiblio/inicio.html>

# Inforàrea

Ayudamos a tu organización en la transformación digital y el gobierno de la información



- \* Consultoría estratégica en gestión y gobierno de la información
- \* Gestión documental y "records management"
- \* Gestión de contenidos, intranets corporativas y entornos de colaboración
- \* Estudios especializados

Clientes satisfechos, cientos de empresas nacionales e internacionales y más de 30 años de experiencia son la mejor garantía de nuestra reputación.

Para más información consulta [www.Inforarea.es](http://www.Inforarea.es)