ENTRETENIMIENTO SONORO



BECA JUAN GRIJALBO

EDICIÓN XXXV

BECA JUAN GRIJALBO

18 al 24 de octubre de 2026

PATROCINADA POR

CANIEM

editamos

Penguin Random House Grupo Editorial

Aránzazu Núñez Velázquez

aranzazu.nunez@gmail.com

@atununez

“Antes del nacimiento y hasta el último instante de la muerte, hombres y mujeres oyen sin un instante de responso. No hay sueño para la audición. Por eso los instrumentos para despertar recurren al oído. Es imposible para el oído ausentarse de su entorno. No hay paisaje sonoro porque ese paisaje supone distancia ante lo visible. No hay apartamiento frente a lo sonoro. Lo sonoro es la tierra natal. La tierra natal que no se contempla. La tierra natal sin paisaje”.

—**Pascal Quignard** en ***Sucede que las orejas no tienen párpados***



EDICIÓN XXXV
BECA JUAN GRIJALBO
18 al 24 de octubre de 2026
PATROCINADA POR



Aránzazu Núñez Velázquez, “Atu”

Editora, gestora cultural y directora de StoryLab, una productora y agencia de consultoría especializada en el desarrollo de contenidos narrativos y proyectos culturales para instituciones culturales públicas y empresas privadas. A lo largo de dos décadas ha ocupado una amplia diversidad de puestos en distintas trincheras de la industria editorial y cultural, desempeñándose como Responsable de la Adquisición de Contenidos y Canales para la compañía internacional **Bibliomanager**, Directora Ejecutiva de la 1a Feria Internacional del Libro y Medios Audiovisuales del Estado de Querétaro (FILMAQ), Gerente de Publicaciones y Editora de Contenidos Originales para México y LatAm para la plataforma sueca de audio-entretenimiento **Storytel,** Gerente de cuentas para México y LatAm en la distribuidora digital alemana **Bookwire**, Editora en Jefe de la Editorial **Alfaguara Infantil y Juvenil México**, Jefa de Marketing y Comunicaciones para Editorial **Alfaguara México,** así como Coordinadora de Enlace Cultural y Empresarial del **Grupo Editorial Santillana**. Es parte del Comité Editorial de la Dirección General Editorial y de Publicaciones del Estado de Guanajuato, del Consejo Administrativo de la editorial Sexto Piso, docente de la Beca Juan Grijalbo (CANIEM) y en el Seminario de edición de la Universidad del Claustro de Sor Juana (UCSJ) y ha coordinado múltiples proyectos especializados como el Anuario AC/E de Cultura Digital, el Premio Nacional de Cuento Fantástico Amparo Dávila, la Feria Nacional del Libro de León (FeNaL), y la Feria del Libro de Teatro (FeLiT), entre otros.

BECA JUAN GRIJALBO

EDICIÓN XXXV

BECA JUAN GRIJALBO

18 al 24 de octubre de 2026

PATROCINADA POR CANIEM editamos Penguin Random House Grupo Editorial

BJG 2025



BJG 2011





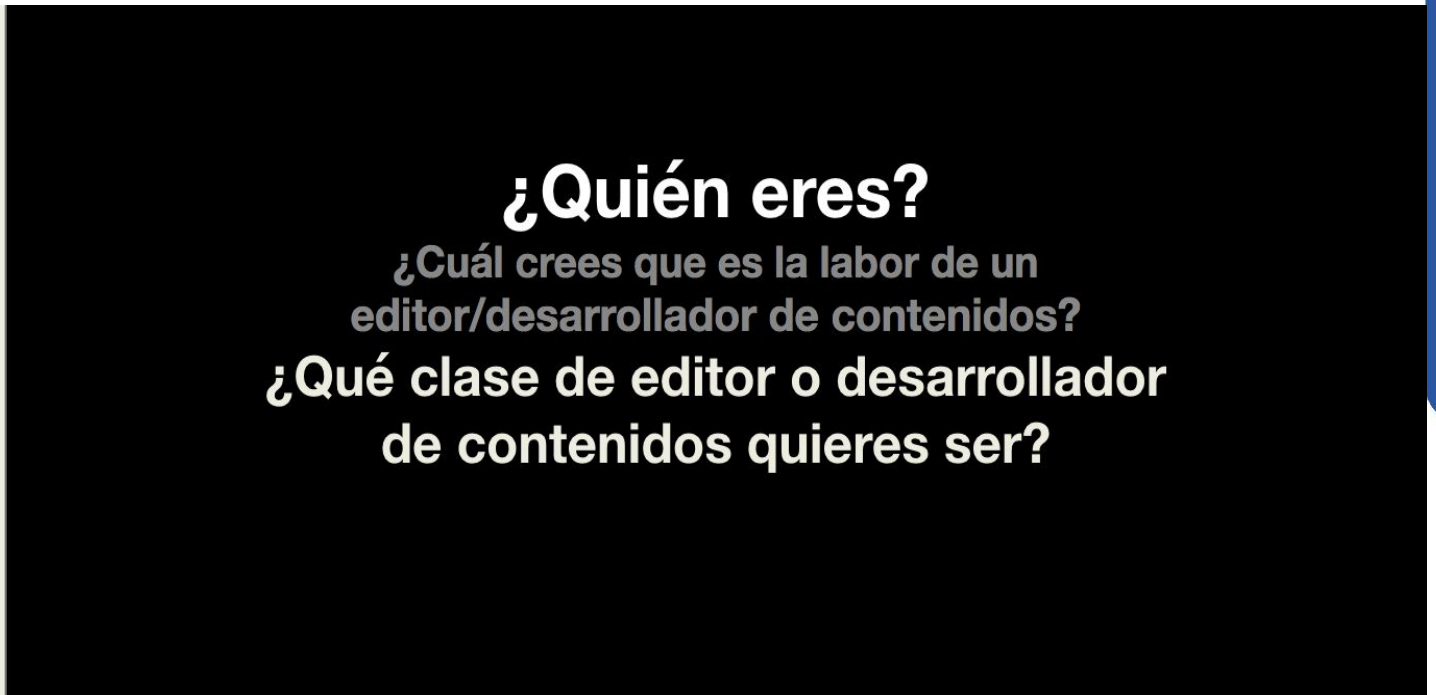
BJG 2023



BJG 2024

BJG 2025

Un poco sobre ustedes...



BECA JUAN GRIJALBO

EDICIÓN XXXV

BECA JUAN GRIJALBO

18 al 24 de octubre de 2026

PATROCINADA POR CANIEM, editamos, Penguin Random House Grupo Editorial

RECURSOS DE RELEVANCIA EN EL SECTOR

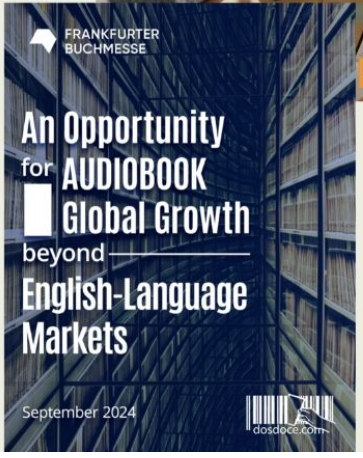




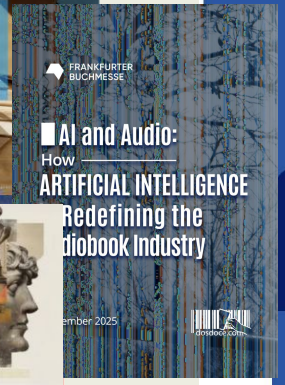












https://www.asociaciondeinternet.mx/estudios

Actividades que realizan los usuarios en internet

Knowsy A.I

Asociación de Internet MX



- A diferencia del año pasado, la actividad principal de los usuarios de Internet se concentró en enviar mensajes por aplicaciones de mensajería instantánea, presentando un incremento de 18.5 p.p. pasadno de 69.5% a 88%.
- Mientras que en 2023 el acceso a redes sociales y plataformas

Actividades que realizan los usuarios de internet

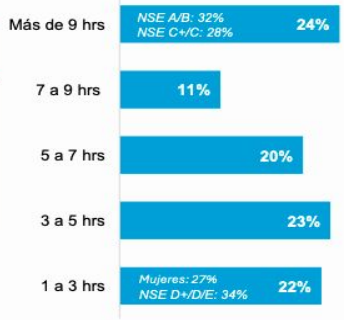
El internet es primero **social, después transaccional.**

1	Enviar mensajes por app de mensajería instantánea (WhatsApp, Telegram, Messenger, etc.)	67%	Gen X: 74%, Gen BB: 82%
2	Acceder a redes sociales / plataformas	62%	Gen X: 69%, Gen BB: 77%
3	Ver películas y series	58%	Hombres: 63%, Millennials: 61%
4	Escuchar música / podcasts / radio	57%	Hombres : 60%
5	Revisar y enviar correo electrónico	48%	
6	Hacer compras en línea	47%	
7	Pago de servicios	44%	
8	Leer / ver noticias o contenido relevante	42%	
9	Realizar operaciones bancarias / transferencias, operaciones bursátiles	41%	
10	Utilizar mapas o servicios de localización	38%	

Multiplicidad: 7.7

6 hrs.

se conectan **en promedio** al día los usuarios

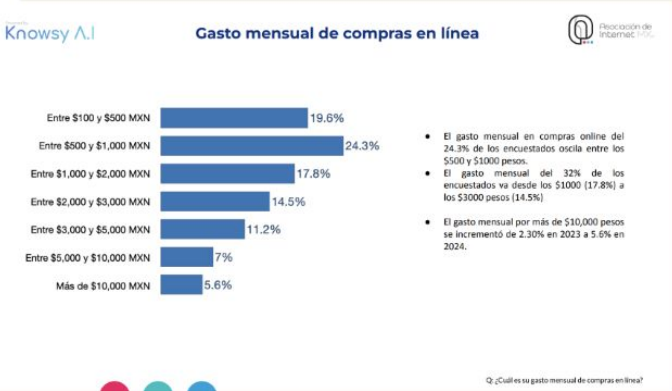


- Visibilidad
- Accesibilidad
- VENTAS
- Licencias

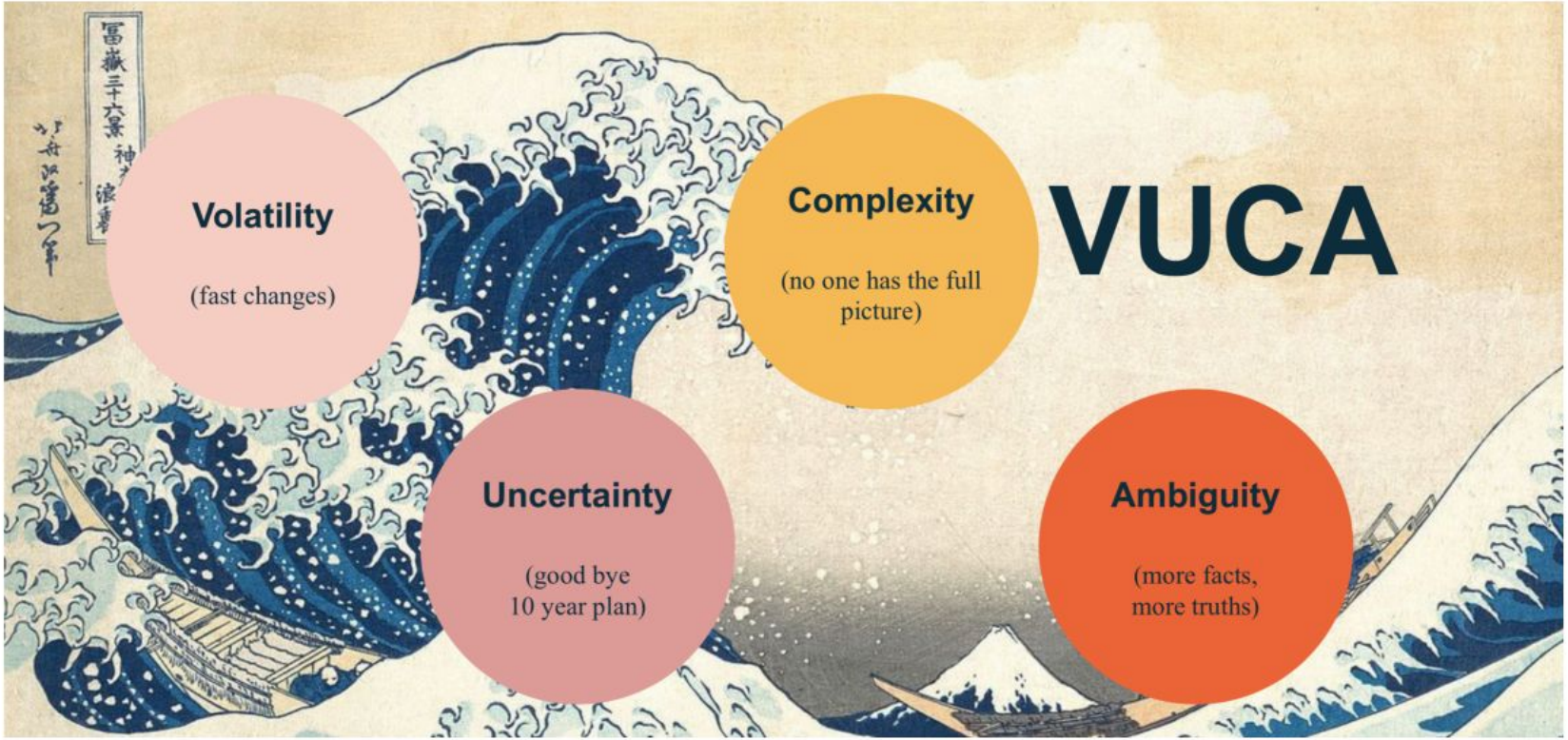
https://www.asociaciondeinternet.mx/estudios







Fuente de oportunidad y negocio



Los formatos digitales y sus posibilidades

Considera el tipo de contenidos que vas a desarrollar y las singularidades de sus audiencias



IMPRESO

Distribución e impresión bajo demanda (POD)

ELECTRÓNICO

Ebooks (ojo con los PDFs*)

SONORO

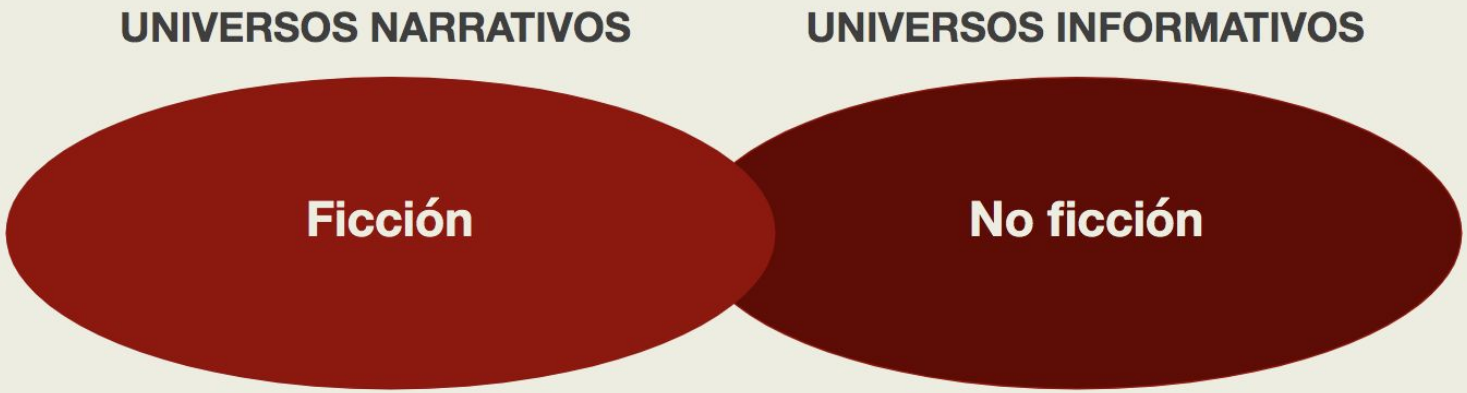
Audiolibros
Audioseries
Podcasts

AUDIOVISUAL

Reels / Videocast
Series
Películas / Documentales

Las grandes categorías de contenidos

Considera el tipo de contenidos que vas a desarrollar y las singularidades de sus audiencias



***NO TODOS LOS CONTENIDOS TIENEN QUE EXISTIR EN TODOS LOS FORMATOS**

10 aspectos clave de un proyecto editorial digital

(particularmente relevante en los formatos sonoros)

1. Considera el tipo de contenidos y sus posibles audiencias
2. Realiza una planeación estratégica del proyecto y catálogo editorial
3. Piensa en visibilidad y ventas óptimas
4. Compara precios y considera opciones de servicios complementarios
5. Optimiza tu información digital (especialmente la metadata)
6. Hazte de cómplices expertos
7. Optimiza alcances y reduce procesos y costos
8. Utiliza la mejor tecnología
9. Ten interlocutores proactivos
10. Prepárate para el cambio permanente

Entretenimiento sonoro

Uso del sonido para generar un ambiente inmersivo y una experiencia lúdica en los consumidores de contenido.

Normalmente se consume en el tiempo libre para diversión, recreación, información o evasión, aunque es importante destacar que cada escucha tiene sus propios objetivos.

Grandes categorías del entretenimiento sonoro

1. Audiolibros

Versiones completas (Ficción/No ficción) – "unabridged"
Versiones abreviadas y adaptaciones – "en primera persona"
Contenidos sonoros originales - "Audio-first Content"

2. Podcasts

Conversacionales (No ficción) – "gente que conversa"
Narrativos (Ficción) – "gente que cuenta una historia"

3. Documentales sonoros

Escuela Americana (Ficción/No ficción) – "en tercera persona"
Escuela Danesa (No ficción) – "en primera persona"

Realiza una planeación estratégica

- Derechos digitales
- Los más vendidos / *longsellers*
- Apuestas editoriales
- Autores con alta visibilidad
- Coyunturas de mercado



El audiolibro

Se define como un contenido sonoro que permite el acceso a la literatura y el conocimiento a través de la escucha, rescatando la tradición milenaria de la lectura en voz alta. La industria del audiolibro en español se encuentra en una etapa de **expansión acelerada y consolidación**, posicionándose como el formato más dinámico dentro del sector editorial sonoro.

Indicadores clave del mercado

- **Crecimiento de títulos**: El catálogo disponible en español ha superado la barrera de los **22,000 a 25,000 títulos**, mostrando un incremento constante impulsado por la conversión de grandes éxitos editoriales.
- **El modelo de suscripción domina**: Cerca del **75% de las ventas** se generan a través de plataformas de suscripción ilimitada (*streaming*) como Audible, Spotify y Storytel.
- **Contenidos preferidos:** A diferencia de **España, donde domina la ficción (77%)**, en **Latinoamérica existe una inclinación hacia la no ficción** y los libros prácticos (53% a 55%).
- **Acceso ubicuo:** El consumo es **eminentemente móvil** (90% de penetración de smartphones) y se integra en momentos de multitarea, trayectos cortos o como ayuda para dormir.

- **Posibilidad de atraer nuevos públicos a nuestros contenidos:** En países con bajos niveles educativos y de comprensión lectora, los formatos sonoros se presentan como un medio capaz de democratizar el acceso a información y entretenimiento.
- **Sinergia lectura-escucha:** Para la franja de públicos lectores de libros, se ha demostrado que el audio no canibaliza el papel; el 80% de los oyentes de audiolibros también son lectores y los contenidos incluidos en un texto pueden ampliarse y explorarse de maneras complementarias en audio.
- **Capacidad de sortear problemas de distribución:** La distribución siempre ha sido el gran reto a sortear para el editor de libros impresos debido a las dificultades de importación, tarifas y tiempos, en cambio, el acceso digital de estos formatos posibilita el acceso inmediato y sin restricciones de los universos narrativos o informativos para hacerlos llegar de manera eficiente a audiencias más amplias.
- **La singularidad de los contenidos *audio-first*:** Existe un mercado creciente para historias que han sido concebidas desde su origen para ser escuchadas, rompiendo la dependencia del catálogo impreso previo. Cuando estos contenidos desarrollan universos narrativos o informativos que conectan con audiencias pueden convertirse en capital capaz de saltar a otros formatos y materia de licencias.

BECA JUAN GRIJALBO

EDICIÓN XXXV

BECA JUAN GRIJALBO

18 al 24 de octubre de 2026

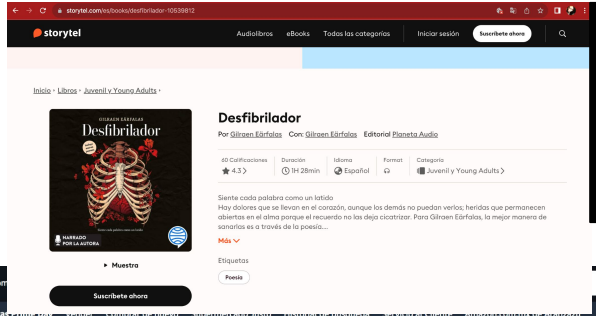
CANIEM

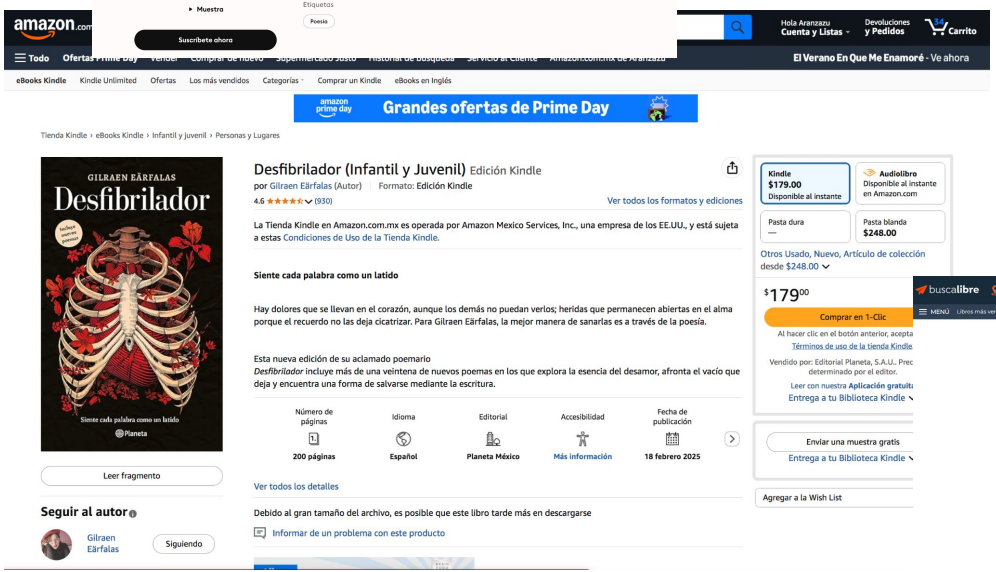
editamos

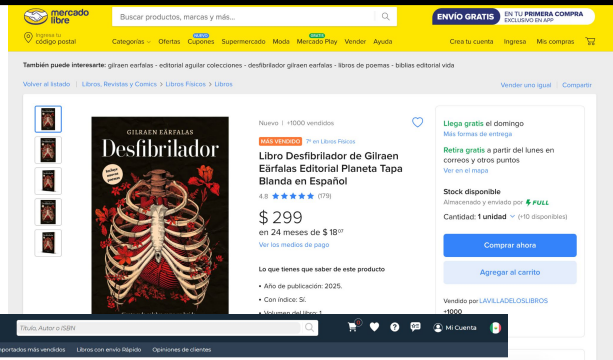
PATROCINADA POR Penguin Random House Grupo Editorial

GILRAEN EÄRFALAS

(Chilpancingo, 1995)









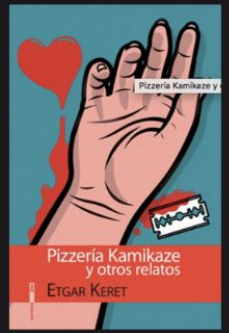
LOS MÁS VENDIDOS / *LONG SELLERS*

ETKAR KERET

(RAMAT GAM, 1967)















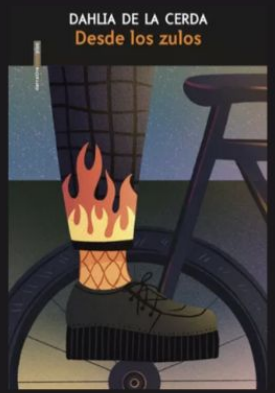


AUTORES CON ALTA VISIBILIDAD / COYUNTURAS / PREMIOS

DAHLIA DE LA CERDA

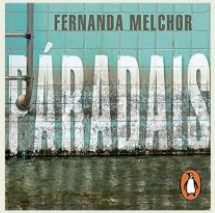
(AGUASCALIENTES, 1985)















AUTORES CON ALTA VISIBILIDAD / COYUNTURAS

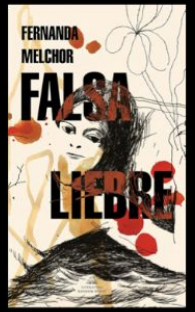
FERNANDA MELCHOR

(VERACRUZ, 1982)











TEMPORADA DE HURACANES,2023



https://www.youtube.com/watch?v=YBEEwTubivc







AUTORES CON ALTA VISIBILIDAD / COYUNTURAS

JUAN PABLO VILLALOBOS

(JALISCO, 1973)



















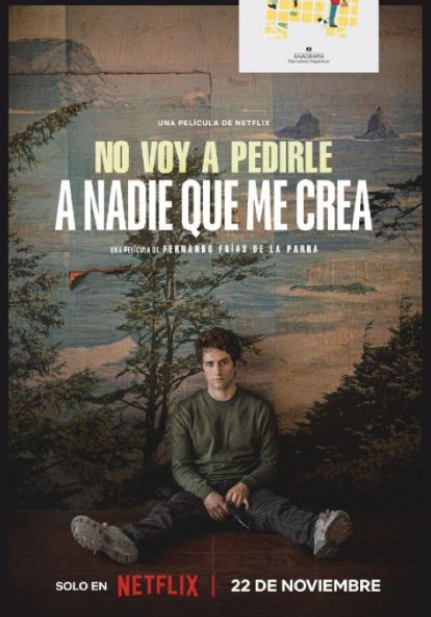


NO VOY A PEDIRLE A NADIE QUE ME CREA, 2023



https://www.youtube.com/watch?v=OxRKSOQB5XQ



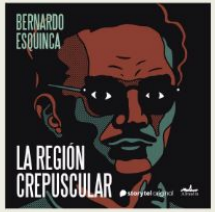


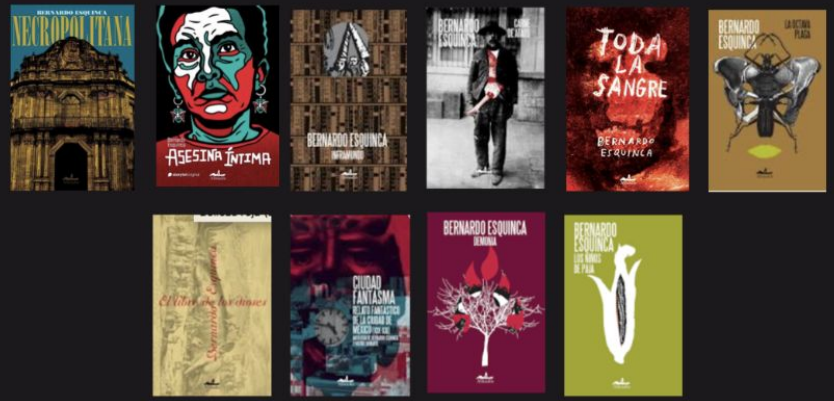
AUTORES CON ALTA VISIBILIDAD / COYUNTURAS

BERNARDO ESQUINCA

(JALISCO, 1972)



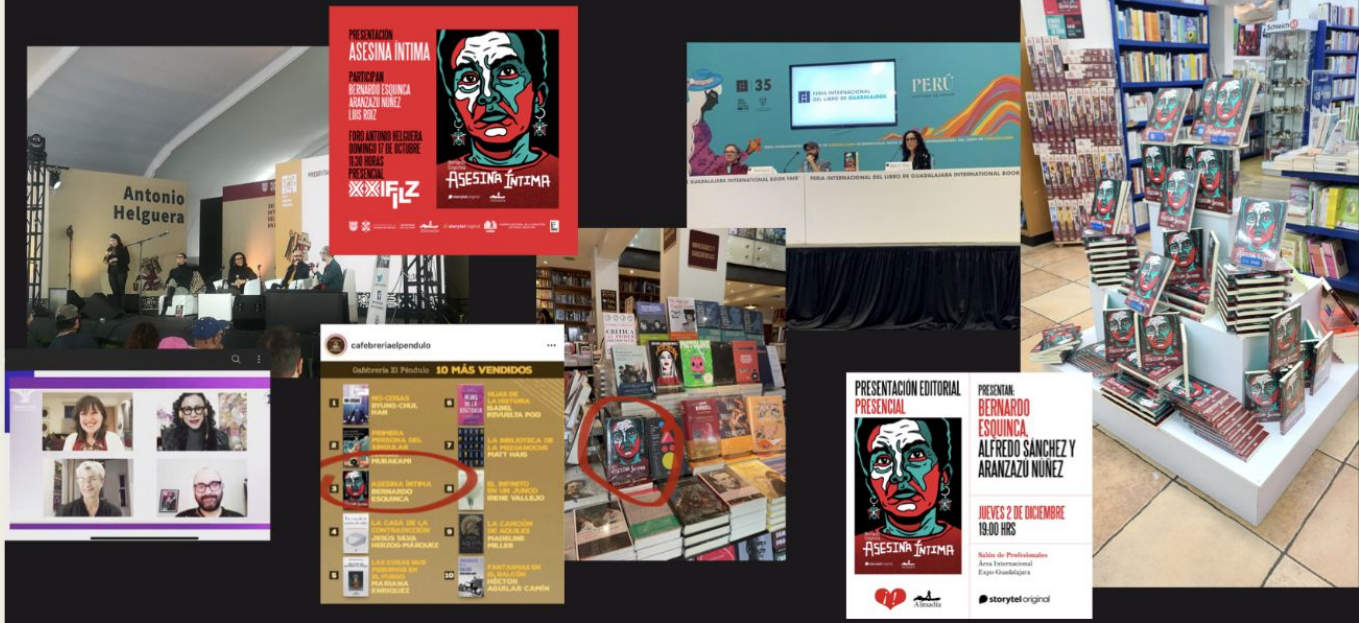




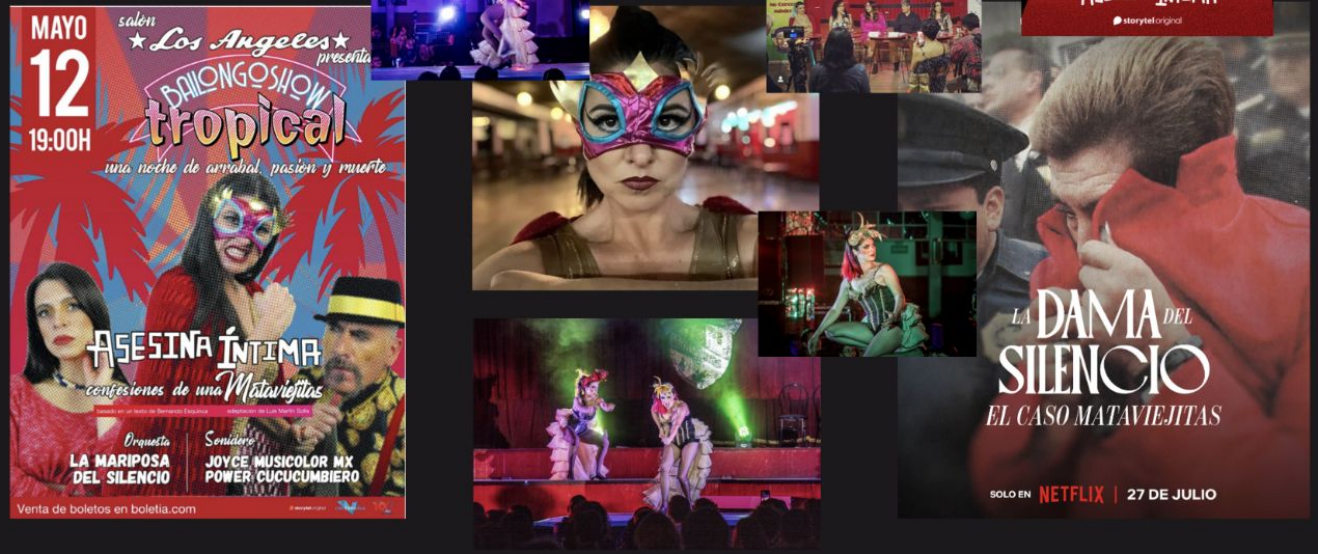


ASESINA ÍNTIMA, 2021





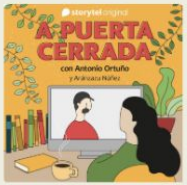
ASESINA ÍNTIMA, 2021











AUTORES CON ALTA VISIBILIDAD / COYUNTURAS

ANTONIO ORTUÑO

(JALISCO, 1976)





RECURSOS HUMANOS, 2023

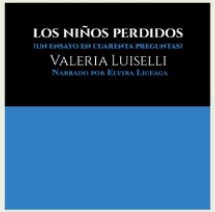






https://www.youtube.com/watch?v=Vs8AX9dsOJE&t=8s



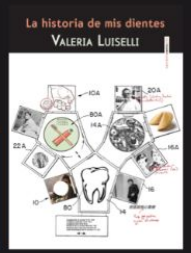


VALERIA LUISELLI

(CDMX, 1983)













BECA JUAN GRIJALBO

EDICIÓN XXXV

BECA JUAN GRIJALBO

18 al 24 de octubre de 2026

PATROCINADA POR

CANIEM

editamos

Penguin Random House Grupo Editorial







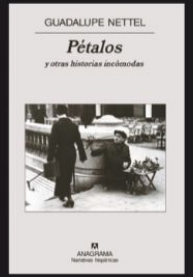
GUADALUPE NETTEL

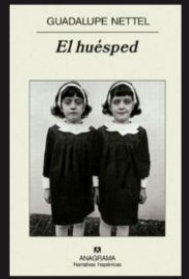
(CDMX, 1973)













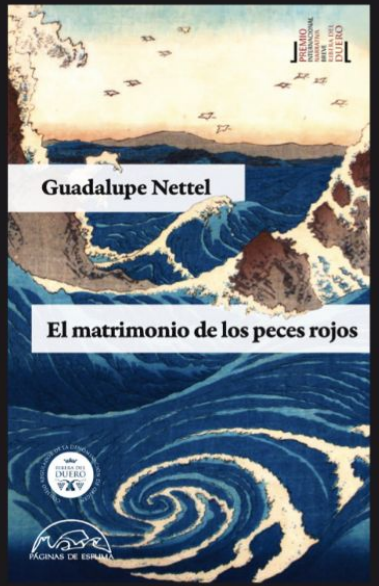
EL CUERPO EN QUE NACÍ, 2023







https://www.youtube.com/watch?v=idDYAkQu694



EDICIÓN XXXV

BECA JUAN GRIJALBO

18 al 24 de octubre de 2026

PATROCINADA POR

Yuliana Ortiz Ruano
(Limones, 1992)



DISPONIBLE EN:

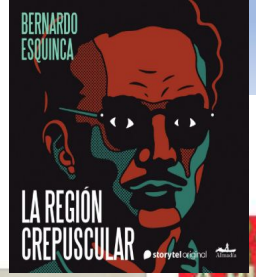
- Tienda audiolibre
- Audible
- Google Play
- Storytel
- Apple Books (US)
- Porrúa
- Spotify
- Kobo
- Skeelo
- Nextory
- Bookbeat











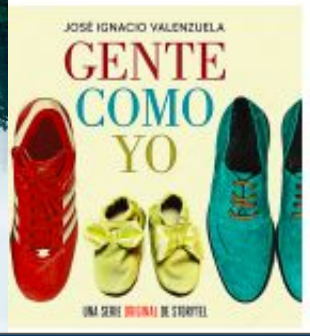








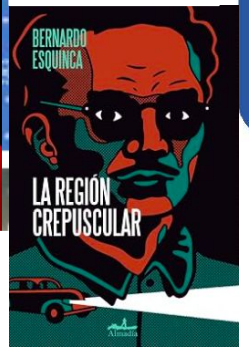












Los contenidos originales y las audioseries ($)

El podcast

Sin duda, el formato que ha tenido un *boom* más evidente en años recientes ha sido el formato podcast y consolida ingresos equivalentes a **8,460 millones de euros**, con un valor ampliado del ecosistema que oscila entre los **11,770 millones y 26,300 millones de euros.** Se estima que la comunidad mundial de oyentes alcanzará los **619 millones de personas a fin de año.** A nivel mundial existen aproximadamente entre **4.5 y 4.7 millones de podcasts registrados** perol el volumen de producción real y el comportamiento del mercado global se definen por los siguientes datos clave:

- **Podcasts activos:** De la cifra total, **solo unos 436,000 programas se mantienen realmente activos** (es decir, que han publicado al menos un nuevo episodio en los últimos 90 días). La gran mayoría restante corresponde a contenidos inactivos o abandonados que continúan alojados en las plataformas.
- **Volumen de contenidos:** El ecosistema supera los 214 millones de episodios disponibles acumulados en todas las plataformas de distribución de audio y video.
- Se estima que **entre 390,000 y 500,000 pódcasts son en español**. Esto representa aproximadamente el 11% del catálogo global de audio digital. Abarca de manera constante **entre el 8% y el 10%** del tiempo de escucha total de los oyentes en todo el planeta.

Tipos de podcasts:

1. Conversacionales

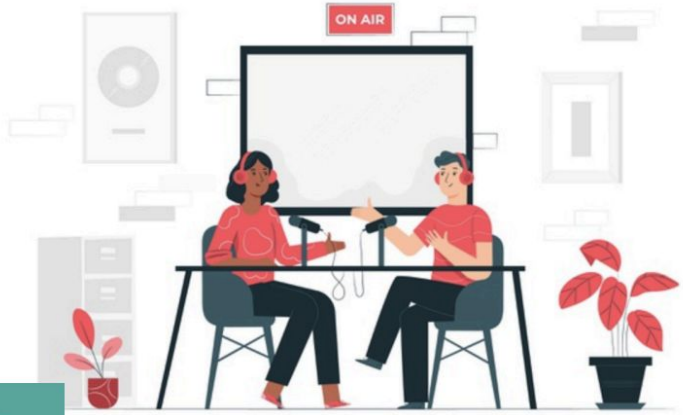
Discurso (Rant)
Preguntas y respuestas (Q & A)
Entrevista (Interview)

2. Narrativos

Temporada (Seasonal)
Episodios (Episodic)
Multi narrativas (Multiple Narratives)

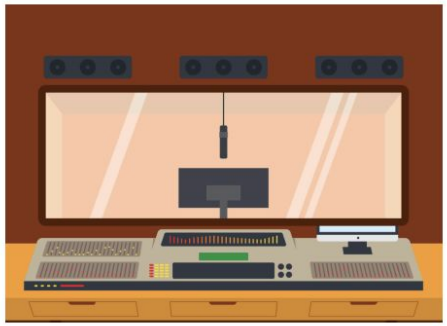


El podcast conversacional

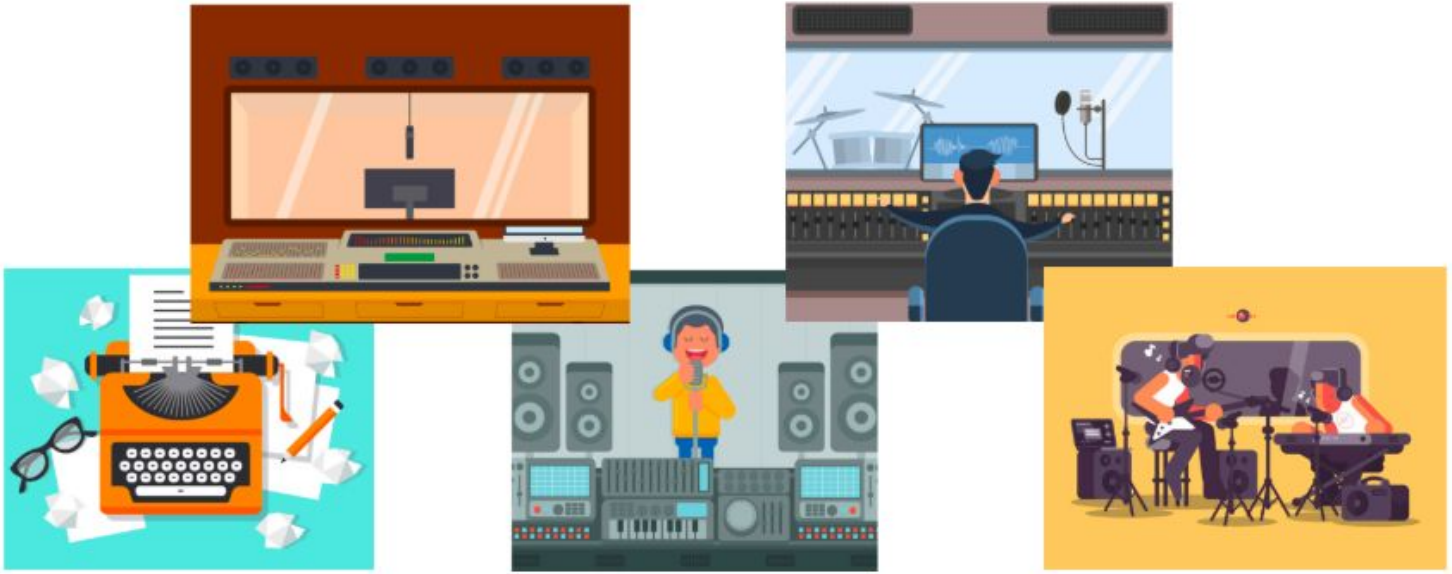








El podcast narrativo



Casos emblemáticos de contenidos originales exitosos en español

- ***Caso 63* (Chile / global):** Producido por Emisor Podcasting para Spotify, este thriller de ciencia ficción sobre un viajero en el tiempo se convirtió en el pódcast original de habla no inglesa más adaptado del mundo (con versiones en inglés con Julianne Moore, portugués, hindi y alemán). Se lanzó a finales de 2020, en plena pandemia de COVID-19. El guión de Julio Rojas jugaba perfectamente con la paranoia global, los virus y el confinamiento, haciendo que la ficción se sintiera peligrosamente real.
- ***Entiende tu Mente* (España / Latinoamérica):** Pódcast independiente de psicología que se convirtió en el contenido de salud mental en español más escuchado del mundo, fichado posteriormente como exclusivo de Spotify. Desmitifica la terapia psicológica a través de un tono cercano, empático y libre de tecnicismos complejos ("psicología de bolsillo"). Con una duración estricta de 20 minutos por episodio y diseñado para ser consumido de una sola sentada, apelaba al tiempo promedio de un trayecto corto en transporte público. Los temas de los episodios surgen directamente de correos electrónicos y audios reales enviados por oyentes de todo el mundo, garantizando que el contenido resuelva problemas reales del día a día.
- ***Radio Ambulante* (EUA/LATAM):** Pódcast de periodismo narrativo que cuenta historias de toda América Latina, destacando por su alta calidad de producción. Referente en la enseñanza y difusión del documental sonoro en español por su enfoque en relatos de vida y realidades sociales. Producido por el escritor peruano Daniel Alarcón, es el pódcast pionero del periodismo narrativo en español. Su distribución global explotó al aliarse con la cadena estadounidense NPR (National Public Radio).

Casos emblemáticos de contenidos sonoros originales exitosos en español

- ***La lección* (Argentina):** Un intenso drama psicológico y thriller de suspenso producido en Buenos Aires que explora los límites morales a través de la relación entre un maestro y su alumno. La calidad de sus interpretaciones y la crudeza de su guión la convirtieron en una de las ficciones argentinas más exportadas y escuchadas en España y América Latina.
- ***Las raras* (Chile):** Creado por Catalina May y Martín Cruz, este pódcast independiente chileno define su estilo como "historias de libertad". Su diseño de sonido cinematográfico y sus historias sobre personas que desafían las normas sociales las llevaron a ganar premios internacionales y a ser distribuidos por la red global de Adonde Media.
- ***Relatos de la noche* (México):** Creado por Uriel Reyes, este pódcast recopila mitos, leyendas urbanas e historias de terror de México e Hispanoamérica. Es uno de los fenómenos más masivos del audio en español, ocupando de forma constante el primer lugar en descargas y reproducciones en los listados oficiales de toda Latinoamérica.
- ***El hilo* (Venezuela / Colombia / Argentina):** Coproducido por Radio Ambulante Estudios y El Surti, este pódcast de periodismo de investigación y actualidad profundiza cada viernes en las noticias más importantes que afectan a la región. Conducido por los periodistas Eliezer Budasoff y Silvia Viñas, es un referente internacional galardonado por su rigor periodístico.

La idea / la historia / la voz

De la visión a la producción

El Escucha

¿Qué?

¿Para qué?

La Voz

Etapas de desarrollo de un proyecto sonoro

La creación de un formato sonoro sigue una metodología de producción bien definida, que puede ser dividida en cinco etapas. Es importantísimo tener el proceso entero en cuenta desde un inicio:

1. **Fase de conceptualización:** Se define el concepto, la audiencia objetivo (target), el tono y el manual de estilo. También se elabora el guión o escaleta y se selecciona el tipo de formato (entrevista, narrativo, documental).
2. **Preproducción:** Se gestiona el estudio, se selecciona el equipo técnico, se realiza el casting de voces y se adquieren las licencias musicales necesarias.
3. **Producción (grabación):** Es la captura del audio. Aquí el director interactúa directamente con los creadores de contenido para asegurar la entonación correcta, el ritmo y la intención emocional del guión.
4. **Postproducción y edición:** Se añaden efectos de sonido (*foley*), música de fondo y se ecualizan y masterizan las pistas. Se exporta en formatos de alta calidad o compresión (como .FLAC o .MP3).
5. **Lanzamiento y Distribución:** Publicación en plataformas de alojamiento para su distribución en agregadores como Spotify o Apple Podcasts.

Agentes y modelos en la industria

Autores y guionistas
Músicos y diseñadores, etc.

Creadores



Estudios



Narradores



Correctores, traductores, diseñadores, impresores, conversores, etc.

Equipos técnicos





audible an amazon company

storytel

Bookmate

mofibo

Spotify

WONDERY

deezer

Google Podcasts

Preproducción

Fase de preparación y planeación

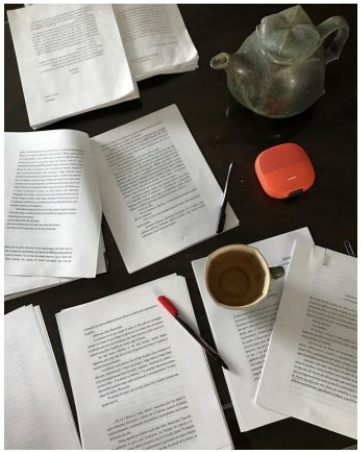
Trabajo de análisis de requerimientos técnicos, interpretativos y de los recursos de los que se disponen (tiempo, recursos, búsquedas, etc.)

Análisis del texto y preparación para entrar a grabación (todo evaluado en función de la comprensión y conexión con el escucha)

Sugerir adaptaciones y aplicar convenciones de formato establecidas.

Preparar el texto para la lectura o por parte de el/los narrador(es) o hosts.

Investigación y notas para los narradores, directores y editores.







La ideación y la concepción

Elementos clave de la concepción de un producto/proyecto:

- **Definición de la idea:** Establecer el concepto central, el formato (entrevista, narración, documental) y el público objetivo.
- **Investigación y documentación:** Recopilar información, verificar fuentes y realizar entrevistas previas para dominar el tema.
- **Guión técnico y literario:** Redactar el texto completo (literario) junto con las indicaciones de música, efectos y planos de voz (técnico).

.



Aspectos legales a tener en cuenta

- **Contratación para adaptación y distribución a formatos digitales:** Adaptar o distribuir una obra en un formato digital involucra un contrato en donde se ceden estos derechos y se definen los territorios, temporalidades y formas de remuneración.
- **Contratación por servicios creativos y de escritura :**Todo el talento involucrado (escritores, guionistas, equipos creativos, etc.) debe firmar un contrato por servicios con alcances, restricciones y temporalidad bien definidas.
- **Gestión musical y licenciamiento:** Utilizar música comercial requiere dos permisos simultáneos: el de la composición (autor/editor) y el de la grabación (fonograma). Si no se adquieren licencias específicas o se opta por no pagar a entidades de gestión (como la SGAE), se debe recurrir a catálogos de música libre de derechos o licencias Creative Commons.
- **Cesión de derechos y derechos de imagen:** Todo el talento involucrado (locutores, actores de doblaje, invitados) debe firmar acuerdos de cesión de derechos de explotación y de autorización para el uso comercial de su voz e imagen.
- **Registro de la obra, guión y fonograma:** El archivo de audio final es un fonograma y su registro protege la grabación sonora frente a usos no autorizados o plagios.

La pre-producción





En esta fase, la IA puede actuar como un "asistente técnico de alta velocidad", eliminando "cuellos de botella" en el tratamiento previo de los recursos como manuscritos, cronogramas y presupuestos.

La producción

De la visión a la producción

La visión

Oportunidad de negocio

Oportunidad creativa

Los recursos

Producción de un proyecto sonoro





EL PROCESO DE PRODUCCIÓN

La creación sonora en la región sigue un proceso estructurado en tres etapas críticas, (ahora optimizadas por herramientas digitales):

- **Pre-producción**

La preproducción es la fase de planificación estratégica donde se define, estructura y organiza un proyecto sonoro antes de encender los micrófonos. Su objetivo principal es minimizar errores y optimizar el tiempo en las etapas posteriores.

- **Producción**

La producción es la fase de ejecución donde se realiza la captura real del audio. En esta etapa, el guión técnico creado en la preproducción se transforma en pistas de sonido grabadas mediante el uso de micrófonos y equipos de audio.

- **Post-producción**

La pre-producción

La preproducción es la fase de planificación estratégica donde se define, estructura y organiza un proyecto sonoro antes de encender los micrófonos. Su objetivo principal es minimizar errores y optimizar el tiempo en las etapas posteriores.

Elementos clave de la pre-producción:

- **Reserva de recursos:** Asegurar la disponibilidad del estudio de grabación, los micrófonos específicos y el software de edición necesario.
- **Cronograma y presupuesto:** Asignar los tiempos para las jornadas de grabación y detallar los costos de personal, equipos y licencias.
- **Selección de voces:** Realizar el casting y contratar a los locutores, actores de voz o presentadores adecuados para el tono del proyecto.
- **Diseño de la identidad sonora:** Planificar el estilo musical, la atmósfera acústica y los efectos de sonido especiales que se van a requerir.

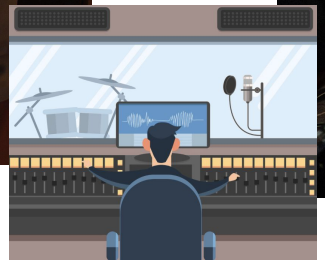
La producción

La producción es la fase de ejecución donde se realiza la captura real del audio. En esta etapa, el guión técnico creado en la preproducción se transforma en pistas de sonido grabadas mediante el uso de micrófonos y equipos de audio. Los elementos clave de la producción son:

- **Montaje técnico:** Instalar y calibrar los micrófonos, audífonos, interfaces de audio y el software de grabación (DAW) antes de iniciar.
- **Prueba de sonido:** Ajustar los niveles de ganancia de cada voz para evitar la saturación (distorsión) y asegurar una señal limpia.
- **Locución y actuación:** Registrar las lecturas de los presentadores o actores de voz, cuidando la dicción, la intención y el ritmo.
- **Dirección de estudio:** Guiar a los talentos de voz durante la sesión para asegurar que cumplan con el tono establecido en el guión.
- **Monitoreo en tiempo real:** Escuchar la grabación con audífonos profesionales para detectar ruidos extraños, golpes en el micrófono y otros errores..
- **Gestión de tomas:** Registrar múltiples versiones de una misma frase y etiquetar correctamente los archivos digitales para facilitar su búsqueda.

La producción







Mientras la producción tradicional depende de grabaciones *in situ* para capturar la acústica original, desde las voces hasta los efectos de sonido y la música, la producción digital con IA generativa actual permite generar todo un producto audio en minutos.

La post-producción

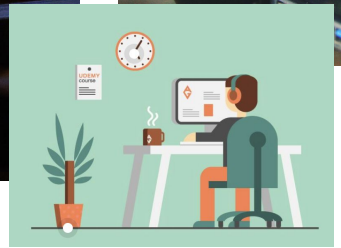
La post-producción es la fase final donde se editan, limpian, mezclan y pulen todos los audios grabados para dar forma al producto sonoro definitivo. Su objetivo es garantizar la coherencia narrativa y la máxima calidad técnica antes de la distribución. Los elementos clave de la post-producción son:

- **Selección y limpieza:** Descartar las tomas erróneas, eliminar ruidos de fondo, clics bucales, respiraciones excesivas y silencios incómodos.
- **Montaje y edición:** Ordenar las voces seleccionadas siguiendo la estructura del guión y ajustar el ritmo del corte comercial o la narrativa.
- **Diseño sonoro:** Insertar los efectos de sonido (SFX) y las atmósferas ambientales que contextualizan la historia en el espacio y el tiempo.
- **Musicalización:** Añadir cortinillas, fondos musicales y efectos de transición, asegurando que cuenten con las licencias y derechos de autor necesarios.
- **Exportación y metadatos:** Generar el archivo definitivo (MP3 o WAV) e incluir la información del

La post-producción







La post-producción

- **Mezcla de audio:** Ajustar los niveles de volumen de cada pista para que la voz principal siempre sea clara y no sea tapada por la música.
- **Procesamiento de voz:** Aplicar ecualización (EQ) para dar claridad, compresión para nivelar los picos de volumen y sibilancia (de-esser).
- **Masterización:** Normalizar el archivo final bajo los estándares internacionales de sonoridad (medidos en LUFS) según la plataforma de destino.
- **Exportación y metadatos:** Generar el archivo definitivo (MP3 o WAV) e incluir la información del archivo como el título, autor, portada y descripción.

En esta última etapa, donde el diseño sonoro —el uso de planos, atmósferas y efectos— recrea mundos para el oyente, es que la IA facilita tareas de manera contundente. Aspectos como la limpieza automática de audio, la edición de imagen y sonido, y la corrección de tomas mediante tecnologías *voice-to-voice* sin necesidad de convocar nuevamente al narrador hacen que el proceso sea mucho más eficiente.

Problemas más comunes

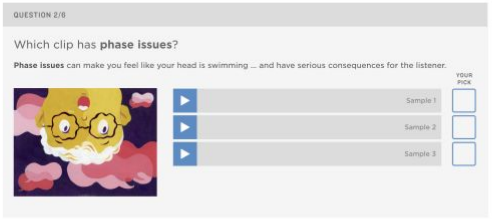
Distorsión



Respiraciones cortadas



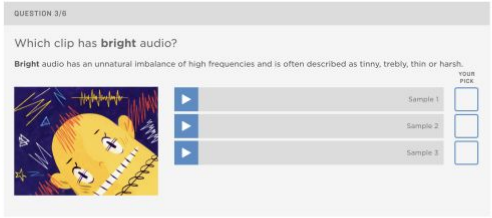
Problemas de fase



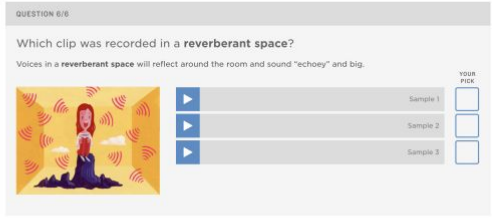
Demasiada compresión



Audio brillante



Reverberación



Test NPR: https://training.npr.org/2017/01/30/quiz-do-you-have-the-ears-of-an-audio-producer/

Factor	Producción tradicional (estudio)	Producción digital (IA/híbrida)
Tiempo de entrega	~80 horas para un libro de 100k palabras	**Minutos a días**, dependiendo de la calidad
Coste por título	$3,000 - $15,000 USD	**$50 - $1,000+ USD**
Recursos	3.5 horas de grabación/edición por hora terminada	Producción escalable masivamente

Casos emblemáticos de contenidos originales exitosos en español

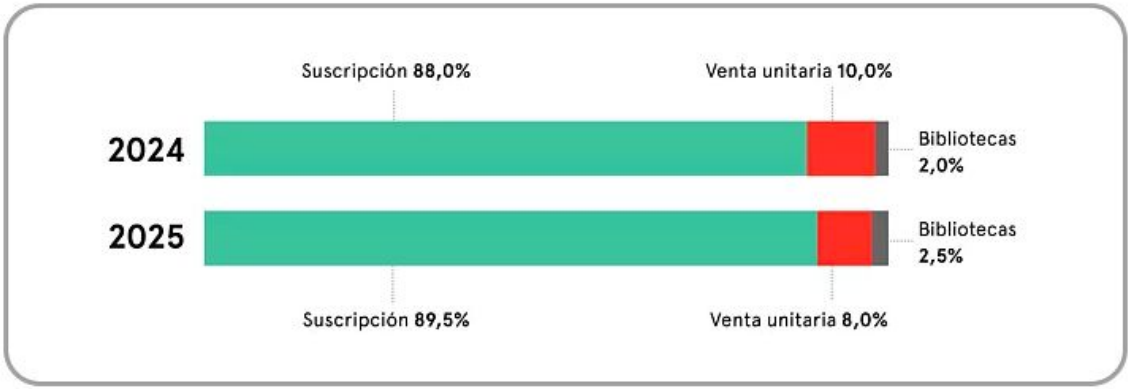
- ***Caso 63* (Chile / global):** Producido por Emisor Podcasting para Spotify, este thriller de ciencia ficción sobre un viajero en el tiempo se convirtió en el pódcast original de habla no inglesa más adaptado del mundo (con versiones en inglés con Julianne Moore, portugués, hindi y alemán). Se lanzó a finales de 2020, en plena pandemia de COVID-19. El guión de Julio Rojas jugaba perfectamente con la paranoia global, los virus y el confinamiento, haciendo que la ficción se sintiera peligrosamente real.
- ***Entiende tu Mente* (España / Latinoamérica):** Pódcast independiente de psicología que se convirtió en el contenido de salud mental en español más escuchado del mundo, fichado posteriormente como exclusivo de Spotify. Desmitifica la terapia psicológica a través de un tono cercano, empático y libre de tecnicismos complejos ("psicología de bolsillo"). Con una duración estricta de 20 minutos por episodio y diseñado para ser consumido de una sola sentada, apelaba al tiempo promedio de un trayecto corto en transporte público. Los temas de los episodios surgen directamente de correos electrónicos y audios reales enviados por oyentes de todo el mundo, garantizando que el contenido resuelva problemas reales del día a día.
- ***Radio Ambulante* (EUA/LATAM):** Pódcast de periodismo narrativo que cuenta historias de toda América Latina, destacando por su alta calidad de producción. Referente en la enseñanza y difusión del documental sonoro en español por su enfoque en relatos de vida y realidades sociales. Producido por el escritor peruano Daniel Alarcón, es el pódcast pionero del periodismo narrativo en español. Su distribución global explotó al aliarse con la cadena estadounidense NPR (National Public Radio).

Casos emblemáticos de contenidos sonoros originales exitosos en español

- ***La lección* (Argentina):** Un intenso drama psicológico y thriller de suspenso producido en Buenos Aires que explora los límites morales a través de la relación entre un maestro y su alumno. La calidad de sus interpretaciones y la crudeza de su guión la convirtieron en una de las ficciones argentinas más exportadas y escuchadas en España y América Latina.
- ***Las raras* (Chile):** Creado por Catalina May y Martín Cruz, este pódcast independiente chileno define su estilo como "historias de libertad". Su diseño de sonido cinematográfico y sus historias sobre personas que desafían las normas sociales las llevaron a ganar premios internacionales y a ser distribuidos por la red global de Adonde Media.
- ***Relatos de la noche* (México):** Creado por Uriel Reyes, este pódcast recopila mitos, leyendas urbanas e historias de terror de México e Hispanoamérica. Es uno de los fenómenos más masivos del audio en español, ocupando de forma constante el primer lugar en descargas y reproducciones en los listados oficiales de toda Latinoamérica.
- ***El hilo* (Venezuela / Colombia / Argentina):** Coproducido por Radio Ambulante Estudios y El Surti, este pódcast de periodismo de investigación y actualidad profundiza cada viernes en las noticias más importantes que afectan a la región. Conducido por los periodistas Eliezer Budasoff y Silvia Viñas, es un referente internacional galardonado por su rigor periodístico.

Modelos de negocio digital

Los modelos de negocio con los que se comercializan los contenidos sonoros, particularmente los audiolibros y pódcasts son similares a los de otros contenidos digitales como música, cine y libros digitales:: suscripción, venta unitaria y licencias para usos específicos.



Suscripción

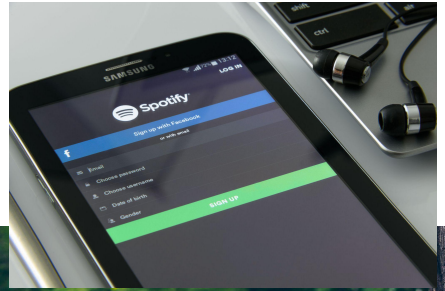
El modelo de negocio por suscripción en el consumo de contenidos sonoros digitales consiste en **el pago de una tarifa recurrente (mensual o anual) a cambio del acceso ilimitado a un catálogo** de audio, la eliminación de publicidad o la obtención de funciones y contenidos exclusivos. Este modelo ha transformado radicalmente la monetización de plataformas y creadores independientes, desplazando gradualmente el pago por descarga única o la dependencia exclusiva de los anuncios.

- **Suscripción a plataformas de distribución (*streaming* masivo):** El usuario paga a un intermediario (como Spotify Premium, Apple Music, Amazon Music o Audible) para acceder a millones de canciones, álbumes, audiolibros o podcasts sin anuncios, con opción de escucha sin conexión y mayor calidad de audio.
- **Suscripción directa al creador (membresías):** Los oyentes apoyan directamente a sus creadores favoritos a través de plataformas como Patreon, Podimo o Substack. A cambio, reciben episodios anticipados, contenido extra ("bonus"), foros de comunidad o la posibilidad de interactuar con los productores.
- **Modelos híbridos o "freemium":** Las plataformas ofrecen un catálogo básico gratuito financiado con anuncios, pero bloquean los contenidos premium o las funciones avanzadas detrás de un muro de pago (*paywall*).

Suscripción

En las grandes plataformas de streaming musical, **el dinero recaudado de las suscripciones no va directamente al artista** que escuchas. Generalmente se utiliza un sistema llamado Pro-Rata, donde **todo el dinero de las suscripciones se junta en una gran bolsa común y se reparte proporcionalmente según el porcentaje de reproducciones** totales que haya tenido cada artista a nivel global en la plataforma.

En cambio, **en las plataformas de podcasts y audiolibros independientes (como Podimo o Apple Podcasts Subscriptions), las suscripciones suelen operar bajo un modelo centrado en el usuario o de reparto directo, donde tu dinero va destinado específicamente a los creadores de los canales a los que te suscribiste, tras descontar una comisión para la plataforma** (que suele rondar entre el 15% y el 30%).





Venta unitaria

El modelo de negocio de venta unitaria, también conocido en la industria digital como *a la carta*, transaccional o TVOD/AVOD (aplicado al audio como *Audio On-Demand* de pago único), consiste en que **el usuario realiza un pago único y exclusivo por un archivo de audio específico.** A diferencia de la suscripción, aquí no se compra el acceso a un catálogo completo, sino los derechos de uso o descarga de una pieza de contenido sonora determinada (un álbum, una canción, un audiolibro o un episodio especial). Entre las formas más comunes de venta unitaria sonora encontramos:

- **Descargas digitales directas (Formatos MP3, WAV, FLAC):** Plataformas como Bandcamp, iTunes Store o tiendas de música electrónica como Beatport y Traxsource. El usuario paga por la canción o el álbum y obtiene un archivo digital que pasa a formar parte de su biblioteca permanente.
- **Audiolibros individuales:** Tiendas como Audible (en su modalidad de compra sin membresía), Google Play Books o Apple Books, donde cada audiolibro tiene un precio de etiqueta individual y se adquiere de por vida.
- **Contenidos premium aislados:** Creadores independientes que venden un "episodio especial", una serie documental sonora exclusiva o un paquete de efectos de sonido (*sound packs*) a través de portales como Gumroad o sus propias páginas web.

Venta unitaria

En la venta unitaria digital, **el reparto de ingresos es transaccional y porcentual, basado en el precio final de venta**. Por ejemplo, plataformas como Apple (iTunes) tradicionalmente retienen una comisión fija del 30%, entregando el 70% restante al titular de los derechos.



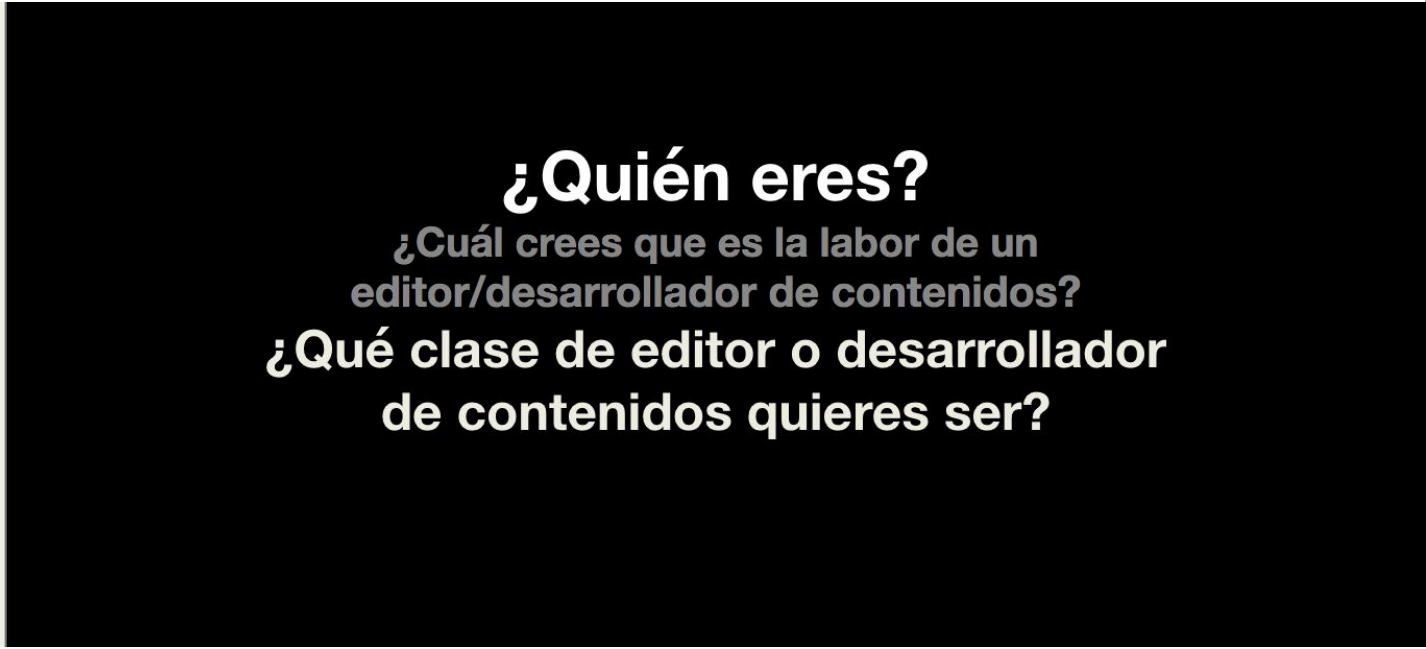
Licencias para bibliotecas

El modelo de negocio de licencias para bibliotecas, también conocido en el entorno digital como el mercado institucional o B2B (Business-to-Business), consiste en que las editoriales, distribuidoras o creadores de audio venden los derechos de uso de sus contenidos sonoros a redes de bibliotecas públicas, escolares o universitarias.

A través de plataformas agregadoras intermediarias (como OverDrive, Libby u Odilo), las bibliotecas adquieren copias digitales de audiolibros, audiodramas o podcasts premium para que sus usuarios afiliados puedan tomarlos en préstamo de forma gratuita.

Cuando una biblioteca adquiere una licencia o un usuario genera un préstamo bajo el modelo *Pay-Per-Use*, el dinero es recolectado por la plataforma intermediaria (como Findaway Voices o OverDrive), la cual retiene un porcentaje por la gestión técnica y de infraestructura digital. El porcentaje restante se envía a la editorial o al distribuidor del creador de audio. En el caso de autores independientes que autopublican audiolibros, las regalías obtenidas a través de canales institucionales suelen rondar entre el 40% y el 50% del valor neto percibido de la licencia.

-


¿Quién eres?
¿Cuál crees que es la labor de un editor/desarrollador de contenidos?
¿Qué clase de editor o desarrollador de contenidos quieres ser?

https://parix.es/claves-para-un-mercado-de-audio-que-marca-tendencias-america-latina/

parix una escuela para el libro en español

Si deseas explorar más sobre el formato… ¡acompáñame!)

PARIX | Cursos | Cómo inscribirse FGSR Mi cuenta Bootcamps | Webinars | FAQs ELEGIR CURSO

Claves para un mercado de audio que marca tendencias: América Latina

Modalidad en línea

Conoce los aspectos clave sobre consumos, modas y audiencias en los mercados Latinoamericanos más relevantes con el fin de diseñar y producir contenidos originales en formato audio que seduzcan a las audiencias locales.

INSCRIPCIÓN



Este curso (6 ECTS de Formación Permanente) está compuesto por ocho módulos.

Esta formación permitirá dotar al profesional del mundo editorial de los conocimientos necesarios para analizar las singularidades de las audiencias y los mercados Latinoamericanos de tal manera que cuente con herramientas para diseñar y producir contenidos originales sonoros (audiolibros, podcast, audio series, audio dramas, etc.) de gran relevancia local y atractivo global.

La finalidad es que el participante llegue a dominar las singularidades del mercado sonoro en América Latina que puede ser la clave para incrementar de manera exponencial su negocio de audio en la región de mayor crecimiento y el segundo mercado más importante a nivel global.

Datos del curso

PRECIO
195€

CERTIFICACIÓN
Curso de Formación Permanente en América Latina: claves para un mercado de audio que marca tendencias

SITUACIÓN
Abierto plazo de matrícula

“Escuchar es ser tocado a la distancia”.

—Pascal Quignard

¡MUCHAS GRACIAS!

¡Sigamos en contacto!

BECA JUAN GRIJALBO

EDICIÓN XXXV

BECA JUAN GRIJALBO

18 al 24 de octubre de 2026

PATROCINADA POR

CANIEM

editamos

Penguin Random House Grupo Editorial



Aránzazu Núñez Velázquez

aranzazu.nunez@gmail.com

@atununez