



JUNIO 2021

# Las industrias culturales y creativas

**frente a la COVID-19**

**Panorama del impacto económico**

# AGRADECIMIENTOS

La UNESCO desea expresar su sincero agradecimiento a Sameh Naguib Wahba, Director Mundial de Gestión del Riesgo de Desastres Urbanos, Resiliencia y Práctica Global de la Tierra en el Banco Mundial por su revisión exhaustiva del informe.

Publicado en 2021 por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO)  
7, place de Fontenoy, 75352 París 07 SP, Francia

© UNESCO 2021



Esta publicación está disponible en acceso abierto bajo la licencia Attribution-ShareAlike 3.0 IGO (CC-BY-SA 3.0 IGO) (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/igo/>). Al utilizar el contenido de la presente publicación, los usuarios aceptan las condiciones de utilización del Repositorio UNESCO de acceso abierto ([www.unesco.org/open-access/terms-use-ccbysa-sp](http://www.unesco.org/open-access/terms-use-ccbysa-sp)).

Título original: *Cultural and Creative Industries in the Face of COVID-19: An Economic Impact Outlook*  
Publicado en 2021 por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.

Los términos empleados en esta publicación y la presentación de los datos que en ella aparecen no implican toma alguna de posición de parte de la UNESCO en cuanto al estatuto jurídico de los países, territorios, ciudades o regiones o de sus autoridades, fronteras o límites.

Las ideas y opiniones expresadas en esta obra son las de los autores y no reflejan necesariamente el punto de vista de la UNESCO ni comprometen a la Organización.

LOS AUTORES: Richard Naylor, Jonathan Todd, Marta Moretto y Rossella Traverso de BOP Consulting. BOP Consulting es una consultora internacional de investigación y estrategia especializada en cultura e industrias creativas. BOP Consulting ha trabajado para la UNESCO como colaborador de análisis de datos e investigación para la serie de Informes Mundiales de la Convención de 2005 sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales.

**BOP**  
Consulting

DATOS DE LINKEDIN: Análisis de LinkedIn para producir nuevas estadísticas mundiales de la fuerza laboral para este informe de Curator Technologies (<https://curatortechologies.com>).

Diseño original: UNESCO  
Maquetación: Corinne Hayworth  
Traducción: Traducteo  
Fotografía de cubierta: © Angelina Bambina/Shutterstock.com\*

Derechos de autor de todas las demás fotos incluidas en el informe:  
p. 41 Museo Nacional de Arte Moderno y Contemporáneo © Wei-Te Wong, Ciudad de Taipei, República Popular de China  
p. 43 Bolonia (San Petronio, Piazza Maggiore y Palazzo d'Accursio) © Goldmund100 (Luca Volpi)  
p. 45 Teatro Colón © HalloweenHJB  
p. 47 Ballet contemporáneo en Montecarlo © Lijian Zhang  
p. 49 Messe Basel © Media Castle / Shutterstock.com\*  
p. 51 Ciudad de Kanazawa © Andrea Schaffer  
p. 53 Shakespeare y compañía © Shadowgate  
p. 55 Pequeña librería portátil, Bonn © Johan Jönsson (Julle)

Las imágenes marcadas con un asterisco (\*) no están cubiertas por la licencia CC-BY-SA y no pueden ser utilizadas o reproducidas sin el permiso previo de los titulares de los derechos.

Este informe ha sido posible gracias al apoyo financiero del Gobierno de Suecia.



# ÍNDICE

	<b>RESUMEN</b>	<b>4</b>
<b>1</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>8</b>
	¿CÓMO SE REALIZÓ EL ESTUDIO?	10
<b>2</b>	<b>¿CÓMO HA PERTURBADO LA COVID-19 LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS?</b>	<b>14</b>
	¿QUÉ ICC SE HAN VISTO MÁS AFECTADAS POR LA PANDEMIA?	16
<b>3</b>	<b>UN PANORAMA ECONÓMICO: EVALUACIÓN DEL IMPACTO DE LA COVID-19 EN LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS</b>	<b>19</b>
	3.1 COMPARACIONES DE PAÍSES A NIVEL INDUSTRIAL	19
	3.2 IMPACTO GLOBAL DE LA INDUSTRIA CULTURAL Y CREATIVA	23
	3.3 PÉRDIDAS ECONÓMICAS POR ÁMBITO Y SUBSECTOR	27
	3.4 DISTRIBUCIÓN DEL IMPACTO ECONÓMICO SEGÚN LA SITUACIÓN DEL EMPLEO Y OTROS FACTORES	30
<b>4</b>	<b>TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS</b>	<b>35</b>
	4.1 CAMBIOS EN LOS PATRONES DE CONSUMO DIGITAL EN LOS MEDIOS AUDIOVISUALES E INTERACTIVOS	36
	4.2 INNOVACIÓN DIGITAL EN LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS	40
	<b>APÉNDICE 1: NOTAS TÉCNICAS</b>	<b>56</b>
	<b>APÉNDICE 2: BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>60</b>

## RESUMEN

La crisis de COVID-19 ha alcanzado a todos los rincones de nuestro planeta. El virus en sí se ha cobrado muchas vidas y los confinamientos vividos en muchos países han destruido puestos de trabajo y empresas. En el momento en que se redacta el presente informe, el impacto social y económico de la pandemia a medio y largo plazo es difícil de prever y medir.

Las industrias culturales y creativas (ICC) han sido de los primeros sectores en cerrar sus puertas y serán de los últimos en reabrir. Gran parte del sector depende de la congregación humana. Como resultado, **se han visto especialmente golpeadas las actividades que se desarrollan en espacios y lugares específicos**, como el teatro, la música en vivo, los festivales, los cines y los museos. En todo el mundo, los medios de vida de los trabajadores de diferentes sectores se han visto profundamente afectados por los confinamientos y las medidas de distanciamiento físico. El ecosistema creativo, que combina un puñado de conglomerados multinacionales con una multitud de creativos independientes y pequeñas y medianas empresas, emplea a una proporción significativa de estos trabajadores. Muchas personas en todo el mundo dependen de las industrias culturales y creativas para sus medios de vida. Sin embargo, su trabajo, de carácter a menudo precario (o no contractual), ha hecho que **los artistas y profesionales de la cultura sean particularmente vulnerables a los choques económicos** provocados por la pandemia.

## MEDIR EL IMPACTO ECONÓMICO DE LA COVID-19

Cabe considerar que las repercusiones económicas de la COVID-19 en las industrias culturales y creativas son de una magnitud enorme. No obstante, medir esta repercusión plantea una serie de problemas, entre los cuales destacan la escasez de datos sobre la contribución del sector a la economía en general y la naturaleza a menudo informal del trabajo cultural y creativo.

Dejando a un lado estos retos, las nuevas investigaciones secundarias llevadas a cabo para este informe demuestran que **las industrias culturales y creativas son más importantes económicamente que nunca**. Las investigaciones concluyen que a partir de enero de 2021:

- 51,2 millones de personas en todo el mundo indicaron que estaban ejerciendo algún tipo de actividad (a tiempo completo, a tiempo parcial o en prácticas) en las industrias culturales y creativas en LinkedIn;
- esta cifra representaba el 6,7 % de todos los usuarios a nivel mundial de LinkedIn en ese momento, y 48,4 millones de empleos equivalentes a tiempo completo (ETC).<sup>1</sup>

1 Datos de LinkedIn, análisis de Curator Technologies y BOP Consulting a fecha de enero de 2021. El cálculo ETC excluye a los becarios y asume que un trabajo a tiempo parcial equivale a 0,5 de un trabajo a tiempo completo.

Sin embargo, esta cifra no pretende reflejar la escala completa de la fuerza laboral mundial de las industrias culturales y creativas. La base de usuarios de LinkedIn es enorme, con 762 millones de usuarios en todo el mundo, pero tan sólo equivale a cerca del 20 % de la fuerza laboral mundial. Además, es el propio usuario de LinkedIn quien indica el sector al que pertenece y su distribución geográfica es desigual, con un 24% de todos los usuarios registrado en los Estados Unidos de América, a pesar de representar el 4,3 % de la población mundial.<sup>2</sup> En cambio, los 114 millones de usuarios de América Latina y el Caribe<sup>3</sup> representan el 15 % de la base de datos mundial de LinkedIn, mientras que la región concentra al 8 % de la población mundial. No obstante, a pesar de estas limitaciones, los datos de LinkedIn nos ofrecen un orden de magnitud mínimo de la fuerza laboral mundial del sector.

Este informe es el resultado de una revisión, a nivel internacional, de diversos estudios. Ha identificado y evaluado estudios fiables dedicados específicamente al impacto económico de la pandemia de COVID-19 en las industrias culturales y creativas, más que a otros tipos de impactos, como las respuestas políticas o el impacto en el público.

Los datos examinados para la elaboración de este informe plantearon varios problemas a la hora de cuantificar el impacto económico de la crisis en las industrias culturales y creativas a nivel mundial. A nivel nacional, los estudios abarcan algunos países y regiones (por ejemplo, Europa y América del Norte) mucho mejor que otros (por ejemplo, Europa del Este y los Estados Árabes), ya que 30 estudios de los 54 revisados examinan el impacto económico de la pandemia en Europa Occidental y América del Norte. A nivel de ámbito y subsector, las actividades que se han visto más afectadas (por ejemplo, la música, el teatro, los museos y los cines) por las medidas de salud pública (es decir, los confinamientos) aplicadas para frenar la propagación de la pandemia, están mucho mejor cubiertas que las menos afectadas (por ejemplo, el diseño y los servicios creativos). Así, casi la mitad de los estudios revisados se centran en un ámbito o subsector cultural específico, según la clasificación del *Marco de Estadísticas Culturales de la UNESCO de 2009*. La comparación cruzada se complica aún más por el hecho de que no todos los estudios utilizan las mismas métricas económicas. Incluso cuando lo hacen, éstas pueden denominarse de manera diferente y medirse durante diferentes períodos de tiempo.

A pesar de los retos que plantean los datos disponibles, la cantidad de estudios que se han realizado desde el inicio de la crisis supone estimaciones fiables del impacto económico de la COVID-19 en las industrias culturales y creativas de 20 economías de tamaño medio y grande<sup>4</sup> que, en conjunto, representan el 61% de la economía mundial. Sobre la base de estos estudios, se ha construido un modelo económico para calcular el impacto mundial de la pandemia en las industrias culturales y creativas. Este modelo utiliza datos de estos estudios sobre el impacto específico de la COVID-19 y los combina con otros datos económicos existentes sobre el producto interno bruto (PIB) nacional y la contribución a este de las industrias culturales y creativas en diferentes países.

2 Cálculo basado en las cifras de la Oficina del Censo de los Estados Unidos y de las últimas Perspectivas de la Población Mundial del DAES (2019)

3 América Latina y el Caribe es la única región para la cual el desglose geográfico de las estadísticas de la base de datos mundial de LinkedIn coincide con el de las estadísticas de población de las regiones de los ODS.

4 Los 20 países se enumeran en el Gráfico 4 de este informe.

La estimación calculada es que en 2020 hubo una contracción de **750 000 millones de dólares en el valor añadido bruto (VAB) generado por las industrias culturales y creativas a nivel mundial, en relación con 2019**. La magnitud de esta pérdida es mayor que el PIB nominal total<sup>5</sup> registrado en muchos países del mundo en 2019, como Emiratos Árabes Unidos, Polonia y Tailandia. **Equivale a alrededor del 1 % del PIB nominal mundial en 2019, y representa una caída dramática en la capacidad de las industrias culturales y creativas para mantener resultados positivos desde un punto de vista social y cultural.**

El coste humano también es claro. Las pruebas examinadas sugieren que hubo una caída muy rápida del empleo en las propias industrias culturales y creativas en 2020, incluso sin contar el impacto en sectores relacionados como el turismo.

**La caída estimada de 750 000 millones de dólares en el VAB de las ICC a nivel mundial corresponde a más de 10 millones de pérdidas de empleo en el sector en todo el mundo en 2020.**<sup>6</sup> Esta estimación aplica una correlación entre la reducción del VAB de las ICC y las pérdidas de empleo resultantes derivado de un estudio sobre el Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte (Oxford Economics, 2020).<sup>7</sup> Dado que los costes laborales son relativamente elevados en el Reino Unido, esta correlación proporciona una estimación conservadora de la pérdida global de puestos de trabajo.

El modelo económico solo plasma el impacto económico directo de la crisis en las industrias culturales y creativas y no en los «efectos colaterales» (es decir, los impactos indirectos e inducidos). En este sentido, la cifra de una **contracción estimada en 750 000 millones en el VAB es muy probablemente una infravaloración del impacto económico general** de la pandemia de COVID-19 en las industrias culturales y creativas.

Dado que se están produciendo pérdidas de producción y de empleo en todas las regiones del mundo, la tarea de reconstruir las industrias culturales y creativas es considerable.

## INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS EN TIEMPOS DE CRISIS

A pesar de los retos citados anteriormente, algunas conclusiones son claras al examinar los datos disponibles a nivel internacional:

- **Las industrias culturales y creativas más dependientes de experiencias físicas en espacios y lugares específicos son las que han sufrido las pérdidas económicas más importantes en términos relativos, en los diferentes contextos nacionales.**
- Los estudios a nivel nacional señalan sistemáticamente **una caída general del valor añadido bruto de las industrias culturales y creativas durante 2020.**

5 El producto interno bruto nominal es el PIB dado en precios actuales, sin ajuste por inflación. Su objetivo es proporcionar una medida más adecuada del bienestar material de las personas que el PIB.

6 Se incluye en el Apéndice 1 el método utilizado para calcular una estimación mundial del impacto económico de la COVID-19 en las ICC.

7 La correlación derivada del estudio de Oxford Economics es que se pierde un puesto de trabajo en las ICC cada vez que se pierden 71 000 libras en el VAB de las industrias culturales y creativas en el Reino Unido.

- **El rendimiento de las industrias culturales y creativas en diferentes países también es sistemáticamente peor que el rendimiento general de sus economías nacionales.**
- **Las pérdidas en los ingresos de las industrias culturales y creativas en 2020 oscilaron en torno al 20 % y el 40 % en diferentes países.**
- La suerte de las industrias culturales y creativas en los distintos territorios parece estar vinculada a **la manera en que los países en su conjunto han tratado la pandemia.**
- **Las mayores caídas absolutas en la contribución económica de las industrias culturales y creativas se han dado en las megaciudades y otros grandes centros urbanos** en los que estas industrias están muy concentradas.
- Los **trabajadores por cuenta propia han experimentado mayores niveles de pérdida de ingresos y desempleo** que otras categorías de trabajadores culturales y creativos.

## HACIA NUEVAS OPORTUNIDADES EN EL ÁMBITO DIGITAL

Aunque aún no ha finalizado la crisis, se están realizando muchos esfuerzos para hacer frente a los desafíos ligados a la COVID-19. Sin subestimar la persistente brecha digital que coloca a las industrias culturales y creativas de ciertas regiones del mundo en condiciones de desigualdad frente a las de otras regiones, este informe termina explorando algunas de las formas más novedosas en las que público y profesionales culturales están utilizando las tecnologías digitales, innovaciones que pueden convertirse en elementos permanentes de las industrias culturales y creativas en el futuro.

**La adaptación digital ha sido particularmente importante en las industrias audiovisuales.**

La estructuración en curso se está acelerando por la pandemia a medida que la popularidad de los proveedores tradicionales de televisión de pago disminuye y que los servicios de streaming OTT (siglas en inglés de "over the top") continúan creciendo, **transformando toda la cadena de valor.**

**En otros ámbitos culturales y creativos, la pandemia ha suscitado la aparición de innovadores patrones de producción, distribución y consumo digital.** A medio y largo plazo, esta tendencia también podría inspirar nuevos modelos de negocio.

# 1. INTRODUCCIÓN

En 2020, el brote de COVID-19 se propagó rápidamente para llegar a todos los rincones del mundo. En el momento en que se redacta el presente informe, los casos siguen multiplicándose. Además del impacto devastador en las vidas humanas, la pandemia y consiguientes respuestas de salud pública de los gobiernos han golpeado a las economías de muchos países de todo el mundo.

El impacto devastador de la pandemia de COVID-19 en las industrias culturales y creativas (ICC), que se encuentran entre las más afectadas ya que a menudo dependen de la reunión de personas en espacios cerrados (cines, salas de conciertos, teatros, galerías de arte), ha provocado un auge internacional de la concienciación y la investigación para tratar de cuantificar los daños ya causados por la pandemia y poner de relieve qué más corre el riesgo de perderse en el futuro. Este es el contexto urgente de este informe.

En todo el mundo, las herramientas estadísticas se han movilizadas intensamente, ya que era urgente medir el alcance de las repercusiones económicas y financieras de la crisis para informar mejor la toma de decisiones públicas. Sin embargo, el impacto brutal sin precedentes de la crisis en la actividad económica ha puesto en tela de juicio los modelos estadísticos que se utilizan tradicionalmente. La medición del impacto en el producto interno bruto (PIB) ha resultado imposible utilizando métodos de pronóstico estándar. La dificultad se agudiza aún más para las industrias culturales y creativas, que históricamente se han enfrentado a importantes desafíos en la recopilación de datos sobre la contribución del sector al PIB. Por lo tanto, es a menudo a través de encuestas que los países han tratado de evaluar el impacto económico de la COVID-19 en las ICC.

Basado en una revisión de las pruebas existentes sobre el impacto económico de la pandemia en las ICC en todo el mundo publicada entre marzo de 2020 y enero de 2021, este estudio tiene dos objetivos principales:

- 1 Objetivo principal: cuantificar la magnitud del impacto económico de la pandemia en las ICC, desde un punto de vista del empleo, de los ingresos y del VAB/PIB; y
- 2 Objetivo secundario: investigar los efectos de la crisis en los modelos operativos de las ICC a nivel mundial, en particular en términos de cómo la crisis ha llevado a que se produzca un mayor suministro y consumo cultural en línea.

El objetivo principal adopta la forma de una revisión de estudios e informes estadísticos producidos en todo el mundo en el periodo indicado anteriormente. El objetivo secundario se examina con referencia a los datos de usuarios y de público relativos a una serie de actividades culturales digitales, así como a una breve serie de estudios de caso de modelos de negocio innovadores que han surgido de organizaciones culturales en respuesta a la pandemia.

A los efectos del presente informe, los seis principales ámbitos culturales y subsectores conexos considerados se designan de acuerdo con la terminología y la clasificación del *Marco de estadísticas culturales de la UNESCO para 2009*. Dado que la disponibilidad de datos varía de un subsector a otro, los ejemplos presentados en el presente informe no pueden proporcionar una visión general completa de un ámbito cultural y, en consecuencia, se presentan por subsector.



**A. PATRIMONIO CULTURAL Y NATURAL**



**B. ARTES ESCÉNICAS Y FESTIVIDADES**



**C. ARTES VISUALES Y ARTESANÍAS**

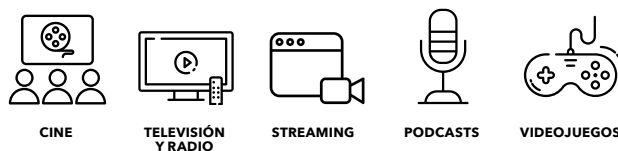


Fuente: UNESCO (2009).

**D. LIBROS Y PRENSA**



**E. MEDIOS AUDIOVISUALES E INTERACTIVOS**



**F. DISEÑO Y SERVICIOS CREATIVOS**



**¿QUÉ SON LAS ICC Y POR QUÉ SON IMPORTANTES DESDE UN PUNTO DE VISTA ECONÓMICO?**

Como muestra el gráfico anterior, los ámbitos culturales abarcan actividades artesanales, industrias de medios tecnológicamente intensivas que cobraron importancia en el siglo XX, así como las industrias de diseño y de creación digital del nuevo milenio.

Si bien es cierto que los beneficios económicos del crecimiento de las industrias culturales y creativas están históricamente arraigados en las economías avanzadas, las dos últimas décadas han sido testigo de un crecimiento más disperso, en el que muchas ciudades y regiones de las economías emergentes y en desarrollo también han experimentado ganancias económicas asociadas.

Esta trayectoria de crecimiento llevó a CISAC (la Confederación Internacional de Sociedades de Autores y Compositores) a encargar un estudio global sobre las industrias culturales y creativas en 2015 (EY, 2015). El informe calculó que las industrias culturales y creativas generaron ingresos por 2 250 000 millones de dólares, apoyaron casi 30 millones de empleos y emplearon aproximadamente al 1 % de la población activa del mundo. Una nueva investigación realizada para este informe sugiere que, en 2021, estas cifras probablemente suponen una infravaloración significativa de la importancia económica de las industrias culturales y creativas.

El análisis de la base de usuarios de los 762 millones de usuarios de LinkedIn en todo el mundo proporciona un panorama del mercado laboral mundial de las industrias culturales y creativas:

**51,2 MILLONES** de personas estaban inscritas en LinkedIn como trabajadores dentro de las industrias culturales y creativas en enero de 2021.

**6,7 %** de todos los usuarios de LinkedIn a nivel mundial.<sup>8</sup>

**48,4 MILLONES** de empleos equivalentes a tiempo completo.

Cabe señalar que hay grandes brechas geográficas en la base de usuarios de LinkedIn. Además, no sólo muchos artistas y profesionales de la cultura, en particular de países en desarrollo, tienden a trabajar en las economías culturales y creativas informales, sino que también se están desarrollando muchas redes profesionales más allá de LinkedIn, que no es una plataforma que, por ejemplo, los artistas utilicen desde una perspectiva de búsqueda de trabajo/encargo/cliente/público. Por último, la información recopilada en los perfiles de LinkedIn sólo incluye a usuarios con un nivel mínimo de habilidades digitales, acceso a Internet y conectividad, lo cual no es necesariamente representativo de la masa de trabajadores culturales a nivel mundial.

Incluso sin ponderar los datos para tener en cuenta estas limitaciones, las cifras de empleos brutos en LinkedIn en enero de 2021 son impresionantes:

Esta visión global del empleo da un orden de magnitud mínimo del número de medios de vida en las industrias culturales y creativas en juego al considerar los efectos adversos de la pandemia de COVID-19.<sup>9</sup>

8 LinkedIn, análisis de Curator Technologies (2021).  
 9 Para obtener más información técnica sobre cómo se llevó a cabo el análisis de LinkedIn, véase el Apéndice 1.

## ¿CÓMO SE REALIZÓ EL ESTUDIO?

El diseño del estudio fue una etapa importante, ya que era necesario superar algunos desafíos importantes.

- La literatura sobre el impacto de la COVID-19 en las ICC era ya abundante,<sup>10</sup> aunque abarcara una gama mucho más amplia de áreas que el simple impacto económico (por ejemplo, las respuestas políticas a la crisis, el impacto del virus en el público de las artes y la cultura, cómo ha afectado al bienestar de los artistas y profesionales de la cultura, etc.).
- Fue necesario reunir con gran rapidez los datos y pruebas que sí estaban relacionados con el *impacto económico* de la pandemia de COVID-19 en las ICC.
- Algunos de los estudios también se estaban realizando como parte de esfuerzos de concienciación más amplios diseñados para convencer a los gobiernos de la necesidad de medidas de apoyo financiero para el sector de las ICC.
- Se siguen elaborando nuevos estudios diariamente mientras la crisis sigue en curso, por lo que será importante poder actualizar este estudio en el futuro.

Resultaba por lo tanto esencial que el estudio pudiera centrarse específicamente en el impacto económico, disponer de algunos medios para evaluar la calidad de los datos y pruebas objeto de examen y adoptar un proceso que fuera repetible.

Así pues, se optó por aplicar técnicas de revisión bibliográfica “sistemática”, las cuales habían de implementarse de una manera que resultara adecuada para una investigación realizada en un contexto de emergencia mundial cambiante. Esto significa que la revisión de los estudios se realizó en una serie de etapas que filtraban los resultados que no eran relevantes para las cuestiones específicas de investigación o para su alcance y/o eran de muy baja como para ser incluidos. Las cinco etapas de este proceso son las siguientes:

### 1 ESTRATEGIA DE BÚSQUEDA

En la mayoría de las revisiones bibliográficas sistemáticas, el principal punto de partida sería buscar bases de datos académicas relevantes, como la base de datos Web of Science. Sin embargo, esto supone que la literatura académica proporcione las principales fuentes para el estudio.

En relación con la crisis de COVID-19, la necesidad de rapidez en la investigación y publicación ha supuesto que, por lo general, no ha habido tiempo suficiente para que los estudios académicos se publiquen dentro del plazo de la revisión. Por lo tanto, este estudio tuvo que basarse principalmente en la literatura “gris”. Se trata de estudios elaborados y publicados por una serie de múltiples actores. En el caso del presente estudio, las fuentes más destacadas son los gobiernos, las organizaciones multilaterales, los organismos y asociaciones comerciales, las fundaciones y las empresas de consultoría.

10 Por ejemplo, al escribir “the impact of the covid-19 pandemic on the cultural and creative sector” (el impacto de la pandemia de COVID-19 en el sector cultural y creativo) en Google se obtuvieron 37,5 millones de resultados (a fecha de 20 de enero de 2021).

## 2 PERÍMETRO

Todas las revisiones de pruebas necesitan parámetros clave para establecer lo que está y lo que no está dentro del perímetro. En este caso, los dos parámetros fueron:

- Idiomas: alemán, árabe, español, francés, inglés, italiano, mandarín, portugués.
- Período de tiempo: pruebas publicadas entre marzo de 2020 y enero de 2021.

No fue necesario restringir la búsqueda por geografía, ya que se pretendía realizar una revisión de estudios a nivel mundial.

Esta estrategia de búsqueda, en particular la focalización en el “impacto económico”, redujo drásticamente el número de posibles fuentes, dando como resultado un poco más de 150 estudios para su revisión inicial.

## 3 PROCESO DE SELECCIÓN

La siguiente etapa de la revisión fue aplicar criterios clave de inclusión y exclusión. Concretamente, para que los estudios pudieran avanzar a la siguiente etapa de revisión, necesitaban:

- ser empíricos en lugar de teóricos, y
- contener datos cuantitativos específicos sobre el impacto de la COVID-19 en los niveles conjuntos de producción y/o empleo.

89 estudios del proceso de búsqueda cumplieron ambos criterios.

## 4 DEFINIR QUÉ CONSTITUYE UNA INFORMACIÓN SÓLIDA

La siguiente etapa de una revisión sistemática típica de la literatura sería aplicar un estándar de calidad científica a las pruebas académicas identificadas hasta el momento. Sin embargo, en este caso no resultaba apropiado utilizar dicho estándar, puesto que las pruebas no eran académicas y no cumplirían los altísimos estándares especificados en las normas científicas sociales genéricas. En su lugar, y con el fin de mantener el principio de utilizar un umbral de calidad dentro de la revisión, se diseñó un sistema de calidad a medida para calificar los estudios recopilados, que constaba de siete criterios:

- 1 Transparencia del método: los estudios tenían que ser claros en cuánto a la manera en que se habían generado las cifras o estimaciones de impacto económico.
- 2 Robustez del tamaño de la muestra (cuando fuera pertinente): estudios basados en encuestas con tamaños de muestra más pequeños obtuvieron una puntuación menor.

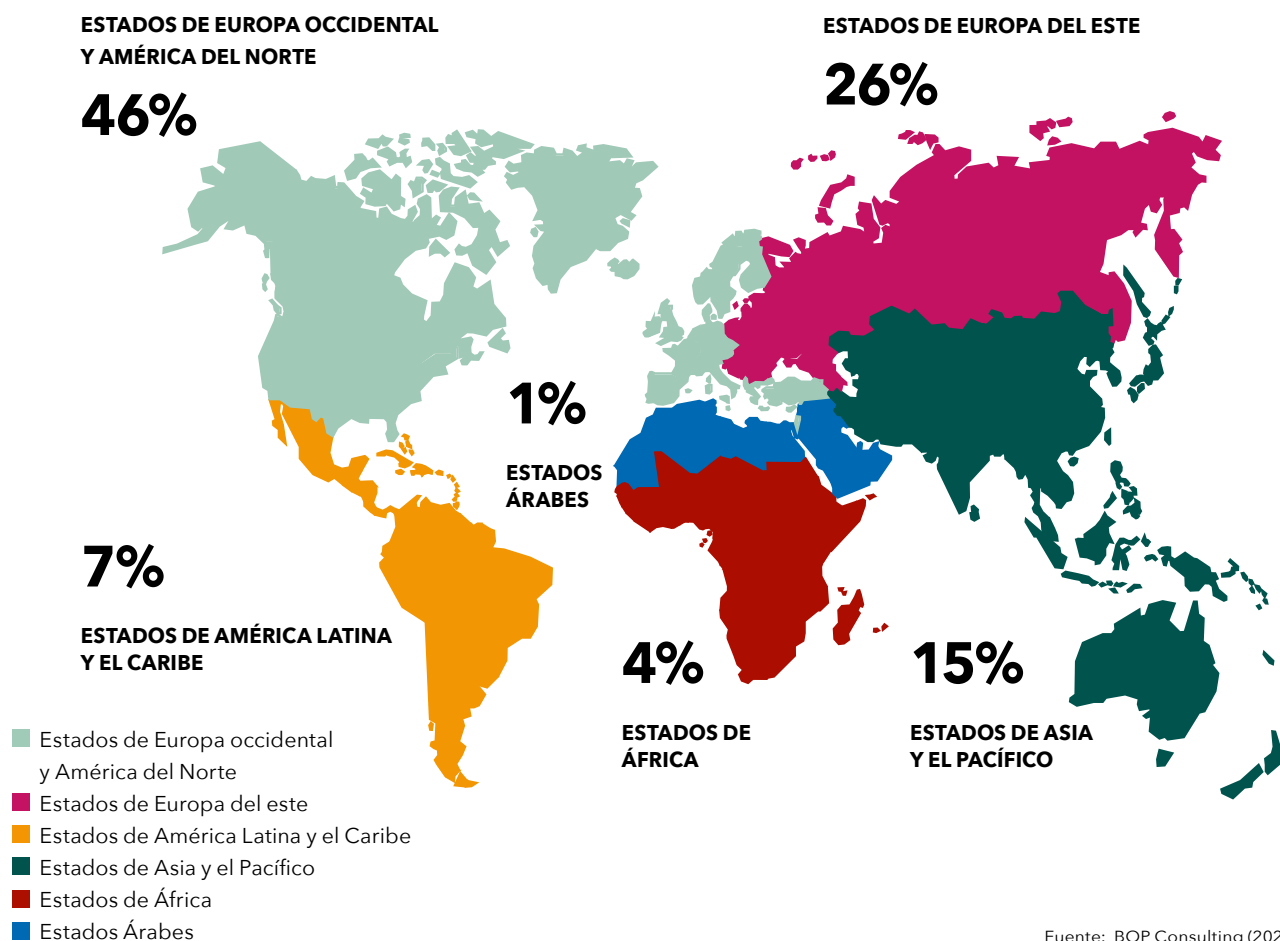
- 3 Credibilidad de las fuentes secundarias (cuando fuera pertinente): los estudios basados en fuentes de datos secundarias conocidas por emplear procesos de garantía de la calidad (por ejemplo, los producidos por institutos nacionales de estadística u organismos comerciales nacionales / internacionales bien establecidos) obtuvieron una puntuación más alta.
- 4 Cobertura geográfica: como los hallazgos debían aplicarse a nivel mundial, los estudios que abarcaban geografías más grandes (por ejemplo, bloques regionales o agrupaciones de países) obtuvieron una puntuación superior a los centrados en geografías de nivel inferior.
- 5 Cobertura sectorial: como los hallazgos debían aplicarse a nivel sectorial, los estudios que abarcaban el conjunto de las industrias culturales y creativas obtuvieron una puntuación superior a las centradas en subsectores e industrias individuales.
- 6 Trayectoria de los autores: autores con experiencia tanto en el análisis económico como en las ICC obtuvieron una puntuación más alta.
- 7 Trayectoria de los comisionados: los comisionados con una trayectoria de encargo de estudios económicos obtuvieron una puntuación más alta.

54 de los 89 estudios preseleccionados cumplieron adecuadamente estos criterios y, por lo tanto, se examinaron en su totalidad.

Los 54 estudios cubrían países de todas las regiones del mundo. Sin embargo, como muestra el siguiente mapa, los estudios que cubren Europa Occidental y América del Norte son mucho más frecuentes que para otras regiones geográficas. Además, dos de esas regiones - Europa del Este y los Estados Árabes - fueron cubiertas por estudios regionales o mundiales, sin que hubiera ningún estudio por país.<sup>11</sup>

11 Por supuesto, esto no significa que no se hayan realizado estudios sobre el impacto de la COVID-19 en los Estados Árabes. Por ejemplo, existen informes sobre otros tipos de impactos en el sector de las ICC, aparte del económico (por ejemplo, Gómez Carlier et al. (2020) y Al Said (2020)). Del mismo modo, se han realizado estudios sobre el impacto económico en el sector turístico, que, si bien está relacionado, se trata de un sector distinto (por ejemplo, Breisinger et al. (2020) y Aburumman (2020)). Sin embargo, ninguno de estos tipos de estudios cumple los criterios necesarios para ser incluidos en esta revisión de pruebas.

## Gráfico 1 REGIONES CUBIERTAS POR LOS ESTUDIOS EXAMINADOS



A partir de los estudios presentados anteriormente, la sección 2 del informe explica cómo la propagación del virus ha perturbado a las industrias culturales y creativas, y algunas actividades más que otras. La sección 3 ofrece un análisis de las consecuencias económicas de esta perturbación en las industrias culturales y creativas. La cuarta y última sección del informe se examina algunas de las innovaciones que han surgido desde la crisis hasta la fecha, concretamente el grado en que profesionales culturales y público han seguido participando en actividades culturales durante la pandemia, aunque, cada vez más en línea.

## 2. ¿CÓMO HA PERTURBADO LA COVID-19

### LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS?

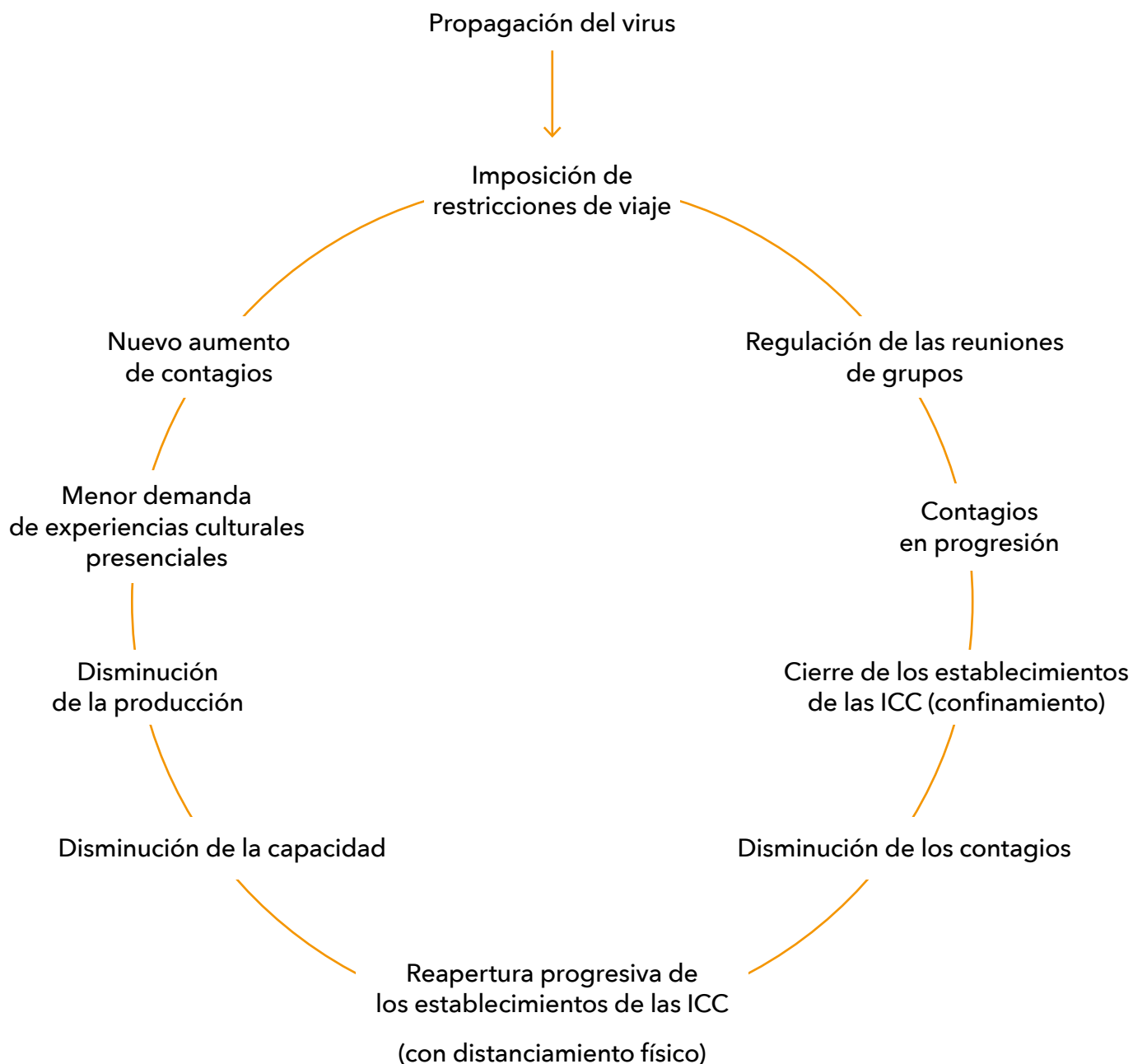
Desde el brote de la pandemia, ha habido una diversidad de respuestas de salud pública por parte de los gobiernos de todo el mundo – a nivel de país, provincia y ciudad – y sus posiciones van cambiando con el tiempo a medida que aumentan o disminuyen los casos de COVID-19. A pesar de los diferentes puntos de partida y el calendario de las intervenciones de salud pública, el tipo de medidas adoptadas por los gobiernos para combatir la pandemia tienen mucho en común en todo el mundo, yendo desde las regulaciones de reuniones de grupo hasta las prohibiciones de viaje y los cierres comerciales e institucionales.

Las industrias culturales y creativas han sufrido directamente estas medidas de salud pública, ya que han provocado el aplazamiento o la cancelación de actividades. En los contextos en los que se han instituido tales medidas, **el impacto negativo inmediato en las ICC empeora progresivamente a medida que las restricciones para controlar el virus se vuelven más estrictas.**

Muchos países han adoptado al menos algunas de las respuestas de salud pública que se describen a continuación en el Gráfico 2, o incluso un “ciclo” completo. De hecho, junto con muchas otras empresas e instituciones, las instalaciones de las ICC se han visto a menudo obligadas a reducir su capacidad o a cerrar temporalmente como consecuencia de las medidas de confinamiento. Ahora resulta evidente que **“cuanto más tiempo se retrase la recuperación de [las actividades artísticas], más se verán afectadas de forma duradera”** (UNESCO, 2020d).

Además, tan sólo un pequeño número de países ha logrado frenar la propagación del virus lo suficiente como para poder levantar las medidas restrictivas de salud pública, permitiendo así que las actividades de las ICC volvieran a niveles cercanos a los normales.

**Gráfico 2 EJEMPLO DE SECUENCIA DE RESPUESTAS DE SALUD PÚBLICA A LA PANDEMIA DE COVID-19 Y SU IMPACTO EN LAS ICC**



Fuente: BOP Consulting (2021).

## ¿QUÉ ICC SE HAN VISTO MÁS AFECTADAS POR LA PANDEMIA?

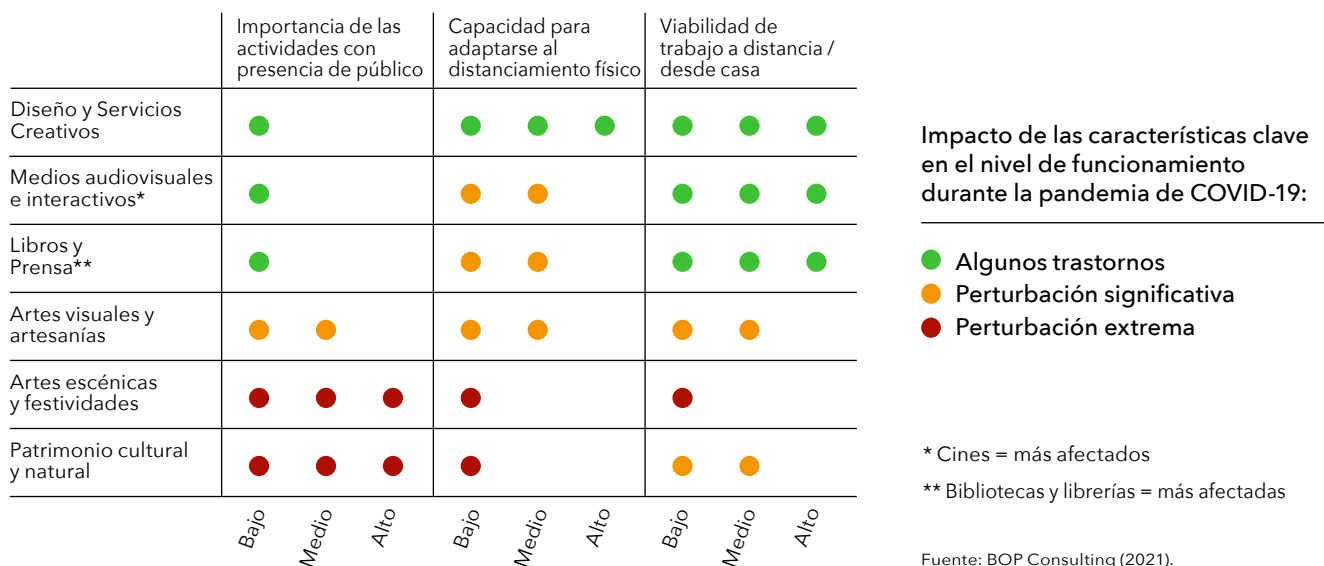
Debido a la naturaleza de las medidas de salud pública adoptadas por los gobiernos para intentar detener la propagación del virus, algunas actividades se han visto más afectadas que otras dentro del sector de las ICC, dada la variedad de características funcionales en los seis ámbitos culturales.

Concretamente, **cuanto más fundamental sea para la experiencia cultural la presencia física y la interacción social, más se verá afectada la actividad**. Esto significa que las actividades que se desarrollan en un espacio o lugar específico (por ejemplo, el teatro, la música en vivo, los festivales o las exposiciones) se verán más afectadas que las experiencias culturales a las que se accede de forma digital y/o en casa (por ejemplo, la televisión, los libros, la música grabada o los juegos). Incluso dentro de las actividades que se desarrollan en un espacio o lugar específico, habrá diferencias entre los lugares al aire libre y los espacios en interior.

Como espacios confinados con una circulación limitada del aire, los espacios culturales en interior representan contextos que se sabe que son más propicios para la propagación del virus. La capacidad del local también impone limitaciones en la medida en que permita implementar el distanciamiento físico, aunque esto variará claramente según su tamaño. La capacidad de los visitantes para evitar el contacto entre sí y con el personal y la facilidad de evitar tocar superficies también variarán según la actividad (por ejemplo, es probable que en un concierto de música en vivo sea más difícil cumplir estas medidas que en una galería o museo).

Por último, también existen diferencias en la viabilidad, tanto operativa como financiera, de la transición al trabajo a distancia o desde casa para los trabajadores de los distintos subsectores y ámbitos de las ICC. Por lo general, **cuanto más se desarrollaba en la oficina el trabajo antes de la pandemia** (por ejemplo, diseño, publicidad, edición, juegos), **más fácil y más viable financieramente es la transición de los trabajadores al trabajo a distancia** (ya que es menos probable que los ingresos se hayan visto afectados por las medidas de salud pública dirigidas a actividades físicas).

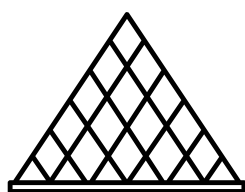
**Gráfico 3 CARACTERÍSTICAS CLAVE QUE AFECTAN AL NIVEL DE PERTURBACIÓN SUFRIDO EN LOS SEIS ÁMBITOS DE LAS ICC**





Las siguientes instantáneas ilustran las perturbaciones causadas por la pandemia en los diferentes ámbitos y subsectores culturales a través de las distintas regiones y países del mundo.

## MUSEOS



**90 %** de los museos estuvieron cerrados temporalmente

**13 %** podría enfrentarse a un cierre permanente

### Museos cerrados:

39 % Estados Árabes 12 % América Latina y el Caribe  
27 % Asia 10 % América del Norte  
24 % África 8 % Europa

### Con capacidad para ofrecer contenidos digitales

26 % Museos de Europa  
7 % Museos en los Estados Árabes  
5 % Museos africanos

Fuente: UNESCO (2020a) basado en ICOM (2020).

## ARTES ESCÉNICAS Y MÚSICA

### ITALIA



**7 000**

Eventos de artes escénicas cancelados en febrero y marzo de 2020

### BRASIL

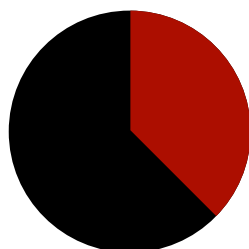


**8 100**

Eventos de artes escénicas cancelados en marzo de 2020

Fuente: La Fondazione Centro Studi Doc (2020); DATAsim: Semana International Musica (2020).

## ARTES VISUALES



**DE LAS 13 BIENALES Y OTROS GRANDES EVENTOS INTERNACIONALES DE ARTES VISUALES\*:**

**CASI UN TERCIO FUERON CANCELADOS**

**LA MAYORÍA DE LOS EVENTOS QUE NO FUERON CANCELADOS SE CELEBRARON DE FORMA DIGITAL**

\* Investigación de BOP Consulting, véase el Apéndice 1 para la muestra de semanas de diseño y eventos analizados.

---

## LIBROS

### DE LAS 13 FERIAS INTERNACIONALES DEL LIBRO PROGRAMADAS EN TODO EL MUNDO EN 2020\*:

- **MÁS DE LA MITAD FUERON POSPUESTAS**
- **SOLO UNA TUVO LUGAR COMO ESTABA PREVISTO INICIALMENTE\*\***

\* Investigación de BOP Consulting, véase el Apéndice 1 para la muestra de ferias del libro analizadas.

\*\* La Feria del Libro de Madrid fue la única que se desarrolló como estaba previsto.

---

## MEDIOS AUDIOVISUALES E INTERACTIVOS

**60% APLAZADOS**

La COVID-19 retrasó hasta el 60 % de la programación con guión de la televisión en todo el mundo en 2020

**65% SUSPENDIDOS**

65 % de la producción de cine y de televisión de alta gama se detuvo durante el primer confinamiento en el Reino Unido

Fuentes: OECD (2020); Oxford Economics (2020).

---

## DISEÑO Y SERVICIOS CREATIVOS



De los 23 festivales y semanas internacionales de **diseño**, casi un tercio fueron cancelados\*

**1 tercio CANCELADOS**



Los envíos de tejidos y prendas desde Bangladesh a Europa (destino del 60 % de las exportaciones de prendas del país)

**CAYERON casi un 19%**

\* Investigación de BOP Consulting, véase el Apéndice 1 para la muestra de semanas de diseño y eventos analizados. Fuente: Zobaer (2020).

## 3. UN PANORAMA ECONÓMICO:

### EVALUACIÓN DEL IMPACTO DE LA COVID-19

### EN LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS

#### 3.1 COMPARACIONES DE PAÍSES A NIVEL INDUSTRIAL

##### LOS DESAFÍOS DE LA HETEROGENEIDAD DE LAS FUENTES

La visión que se puede presentar a nivel individual por países a partir de los estudios no es totalmente exhaustiva. Los datos económicos de los países identificados a través de la revisión de estudios reflejan inevitablemente las fuentes de las que se extrae (véase el mapa de la primera sección). Así pues, hay más datos disponibles para los países del Hemisferio Norte, Europa en particular, que para el Hemisferio Sur.

Otro punto que ha de tenerse en cuenta es que casi la mitad de los estudios que se revisaron en su totalidad (26 de 54) se centran únicamente en un subsector individual de las industrias culturales y creativas (por ejemplo, en la música o en el cine) o en un ámbito (por ejemplo, el patrimonio). Como hemos visto en la primera sección, hay grandes diferencias en la manera en que los subsectores y actividades individuales se ven afectados por la pandemia de COVID-19 en las industrias culturales y creativas. Esto significa que la extrapolación a nivel de la industria cultural y creativa de unos datos orientados fuertemente hacia estudios de subsectores individuales probablemente introduzca un sesgo significativo, principalmente porque los subsectores que están más comúnmente representados en los estudios cubren actividades que se desarrollan en espacios específicos (por ejemplo, la música en vivo, las artes escénicas, los museos o los cines), que son las actividades de las industrias culturales y creativas más afectadas por la pandemia.

La comparación cruzada se complica aún más por el hecho de que no todos los estudios utilizan las mismas métricas económicas por igual. En concreto, son menos los estudios sectoriales a nivel nacional que incluyan información sobre las pérdidas de empleo causadas por la pandemia. Por último, los distintos estudios nacionales ofrecen datos para diferentes períodos de tiempo, los cuales a menudo son inferiores a 12 meses. En consecuencia, los cambios porcentuales notificados para cada período de tiempo determinado se han anualizado en el siguiente análisis para poder realizar una comparación.

## PÉRDIDAS EN LOS INGRESOS DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS

Los datos de los países sobre las pérdidas de ingresos dentro de las industrias culturales y creativas durante 2020 demuestran cómo la suerte del sector está vinculada a la manera en que el país en su conjunto aborda la pandemia.

Los datos de la Oficina Nacional de Estadísticas de China muestran que los ingresos de las industrias culturales y creativas se desplomaron inicialmente un 14 % en el primer trimestre de 2020, pero que, a finales de año, se recuperaron con un crecimiento del 2,2 % para ese año, lo cual refleja el éxito de China en la lucha contra el virus a medida que fue avanzando el año.

Desafortunadamente, en otros lugares la pandemia interrumpió la vida económica y social de forma mucho más generalizada lo largo de 2020.

En todos los demás países para los que podemos extraer datos de ingresos de industrias culturales y creativas, **las pérdidas de 2020 oscilaron entre aproximadamente el 20 % y el 40 %**. Estas caídas sustanciales de los ingresos se aplican en todos los Estados de África (por ejemplo, Sudáfrica: -38 %), Europa (por ejemplo, Reino Unido: -30 %, Francia: -25 %, Alemania: -23 %), y América del Norte (por ejemplo, Estados Unidos: -27 %). Desde una perspectiva regional global, los datos preliminares de un estudio conjunto realizado por MERCOSUR, UNESCO, BID, SEGIB y OEI (de próxima aparición en 2021), centrado en América del Sur y Central, señalan que el 52 % de las empresas culturales y creativas experimentaron una disminución en los ingresos de más del 80 % en 2020, indicando asimismo que la mayoría de las empresas restantes también sufrieron caídas de ingresos y que tan sólo el 12 % no registró ninguna disminución en los ingresos.

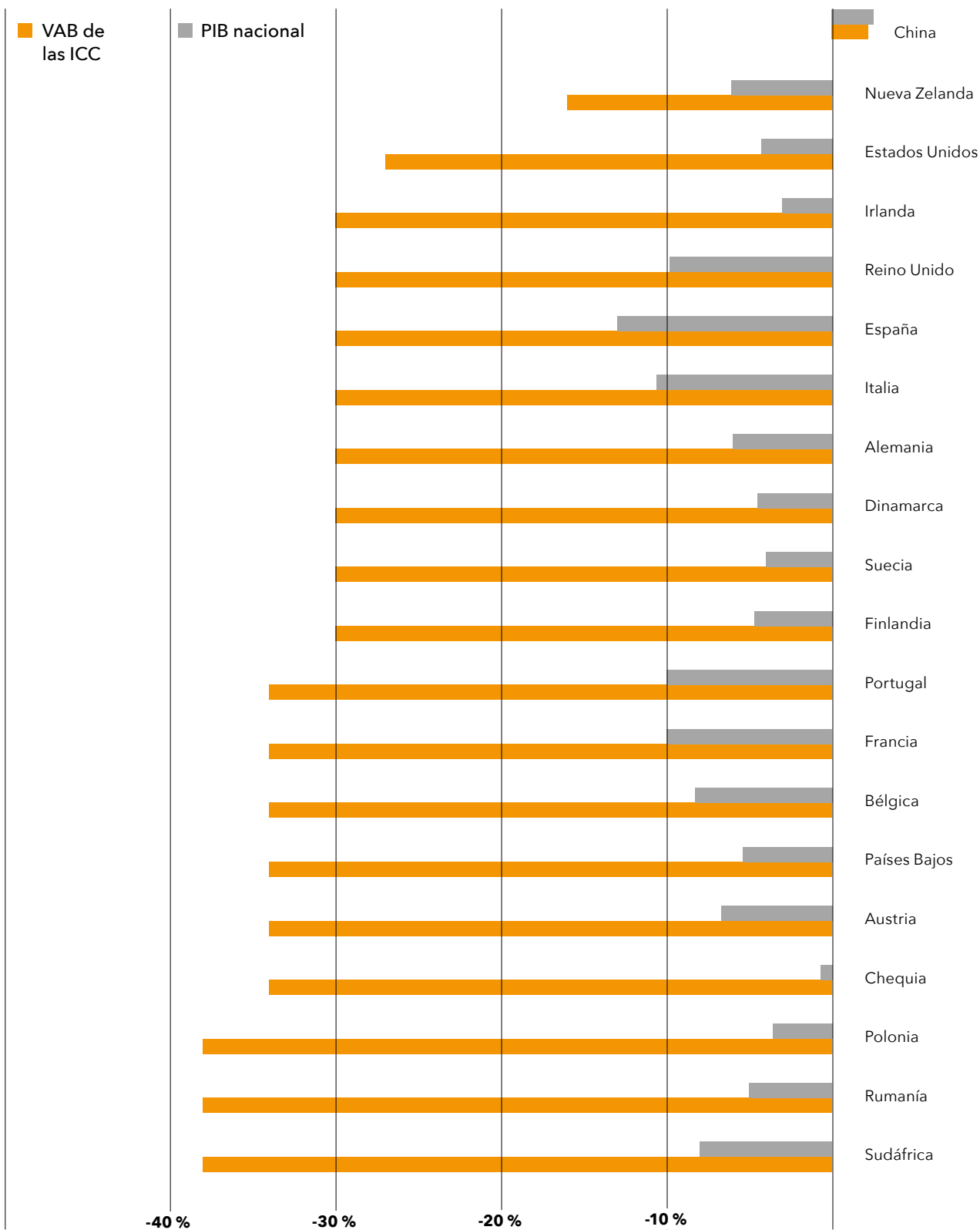
## PÉRDIDAS EN EL VALOR AÑADIDO BRUTO DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS

El valor añadido bruto (VAB) generado por las industrias culturales y creativas se aproxima a la contribución que el sector hace al PIB nacional. Sigue de cerca las tendencias de los ingresos, ya que el VAB es una medida financiera de la producción económica que se calcula como el valor de los ingresos menos los costes intermedios de producción necesarios para generar estos ingresos.

Muchos más estudios recogen el impacto de la pandemia en los ingresos de las ICC que en el VAB de las mismas.<sup>12</sup> Sin embargo, la relación coherente entre ingresos y VAB significa que se puede suponer que las caídas porcentuales del VAB de las ICC serán proporcionales a las caídas de los ingresos indicadas en los estudios que se centran en esta métrica. De este modo, los datos derivados del VAB de 17 de los 20 países del Gráfico 4 sitúan **las caídas del VAB para las industrias culturales y creativas a lo largo de ese año entre el 30 % y el 40 %**. Además, en todos los países salvo en China, **las industrias culturales y creativas han sufrido mucho más que la economía nacional en su conjunto**, calculada con arreglo al PIB nacional.

12 Los datos sobre Nueva Zelanda en el Gráfico 4 se han tomado de un estudio que contiene información directamente en términos de VAB (Infometrics, 2020). En el caso de los otros 19 países, se supone que el VAB de las ICC ha experimentado descensos porcentuales coherentes con los descensos declarados en los ingresos de las ICC.

**Gráfico 4 VARIACIÓN PORCENTUAL ANUAL EN EL VAB DE LAS ICC Y EL PIB NACIONAL POR PAÍSES (2020)**



Fuente: Arts Management Network, Brookings Institute, Ernest and Young, Fondo Monetario Internacional, Ministerio de Cultura y Patrimonio (China), Oficina Nacional de Estadísticas (Nueva Zelanda), análisis de BOP Consulting.

La carga de casos de COVID-19 de Nueva Zelanda fue significativamente menor que en otros lugares, lo cual supuso que el país tan solo sufriera 25 muertes relacionadas con el virus en todo 2020. Esta evolución positiva de la salud contribuyó a limitar al 16 % interanual la caída del VAB para las industrias culturales y creativas de Nueva Zelanda durante 2020. China y Nueva Zelanda son los que mejores resultados tienen en términos de VAB en las industrias culturales y creativas en 2020, lo cual sugiere que existe una **relación positiva entre la eficacia de las respuestas nacionales de salud pública contra la COVID-19 y un mejor rendimiento de las industrias culturales y creativas**. Cuantos menos casos de COVID-19 se dan en un país, menos tienen que “confinar” los gobiernos, menos se pospone el que el público pueda asistir a eventos, y más puede funcionar la vida económica y social. Esto hace que tanto el PIB nacional como el VAB de las industrias culturales y creativas sean más sólidas que en aquellos países donde hay una mayor incidencia del virus COVID-19.

## PÉRDIDAS DE EMPLEO EN LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS

Las tendencias en el empleo suelen estar relacionadas con lo que sucede con los ingresos, aunque el empleo a menudo se describe como un “indicador rezagado”, ya que los aumentos o disminuciones a menudo se registran primero en los ingresos que luego pueden desencadenar decisiones de contratación o de despido.

Sin embargo, es evidente que la caída del empleo no se quedó atrás durante la pandemia: **se registraron muy rápidamente importantes pérdidas de empleo en las industrias culturales y creativas en el pequeño número de países para los que se dispusieron de datos**. Estos descensos oscilaron entre un máximo del 55 % en Filipinas y una caída del 13 % en Nueva Zelanda.

Otros estudios proporcionan más evidencia de lo mucho que los trabajadores de las industrias culturales y creativas se han visto afectados por la pandemia de COVID en todo el mundo. Por ejemplo:

- En América del Sur y Central, se calcula que, entre julio y septiembre de 2020, el 55 % de los trabajadores de las industrias culturales y creativas experimentaron una disminución de los ingresos de más del 80 %.(MERCOSUR *et al.*, próximamente en 2021).
- En Brasil, una encuesta realizada a personas dedicadas económicamente a las industrias culturales y creativas reveló que durante marzo y abril de 2020, el 41 % de los encuestados perdieron todos sus ingresos procedentes de las industrias culturales y creativas, mientras que durante mayo y julio de 2020, esta proporción aumentó al 49 % (UNESCO, 2020b).
- Una encuesta en Panamá reveló que el 85 % de los que trabajan en teatro (85 %) y música (84 %) sufrieron cierta pérdida de ingresos después de la pandemia (Saravia *et al.* 2020).
- El 22 % de los trabajadores de la economía creativa en la India han sufrido una reducción de los ingresos de más del 75 % en 2020/21 (British Council, 2020).

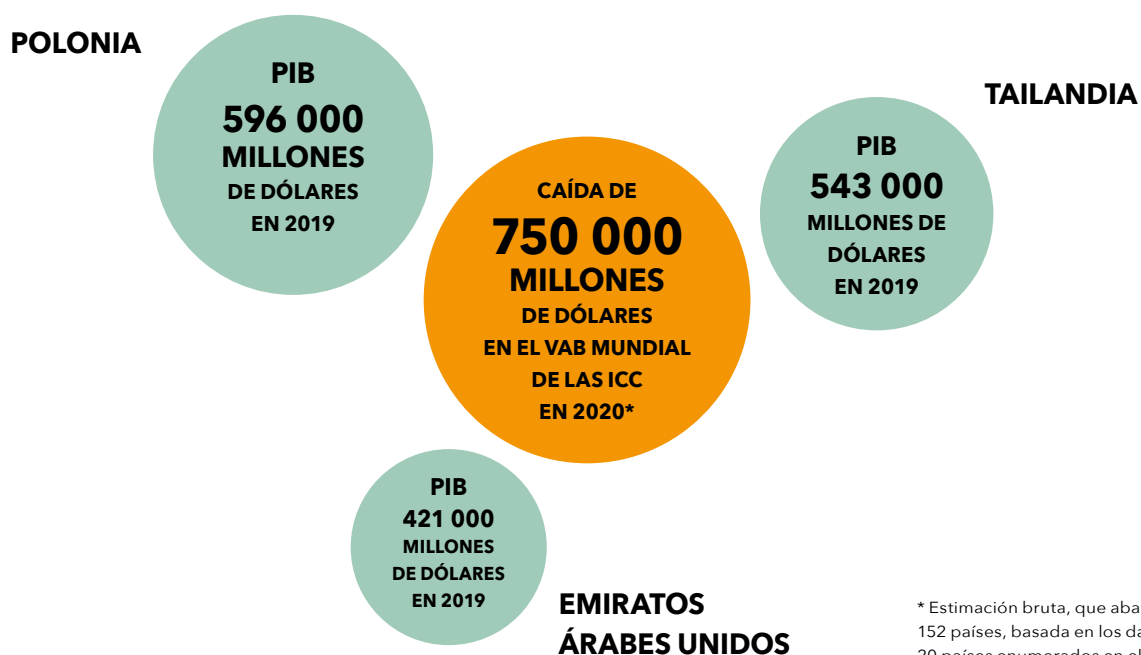
## 3.2 IMPACTO GLOBAL DE LA INDUSTRIA CULTURAL Y CREATIVA

### UN INTENTO DE CALCULAR CIFRAS MUNDIALES

Ninguna de las pruebas y datos revisados para este estudio presenta cifras sobre el impacto económico de la pandemia de COVID-19 en las industrias culturales y creativas a nivel mundial. Sin embargo, es posible utilizar datos de estos estudios y combinarlos con otros datos económicos sobre el PIB nacional y la VAB de las ICC en los países para elaborar una estimación de este impacto global. En el Apéndice 1 se dan más detalles sobre el método y las fuentes utilizados para su modelización.

Los países en los que se basa la modelización económica son los 20 países enumerados en el Gráfico 4. Estos no son representativos de todos los países en los que operan las industrias culturales y creativas, en especial en los de África y Asia-Pacífico, donde las industrias culturales y creativas a menudo se desarrollan en la economía informal. Sin embargo, estos 20 países sí incluyen siete de las diez economías más grandes del mundo, así como la segunda economía más grande de África (Sudáfrica), y representan, en su conjunto, el 61 % de la economía mundial.

**Gráfico 5 ESTIMACIÓN DE LAS PÉRDIDAS MUNDIALES EN EL VAB PARA EL SECTOR DE LAS ICC EN 2020**



\* Estimación bruta, que abarca 152 países, basada en los datos de los 20 países enumerados en el gráfico 4.

Utilizando este método, la estimación que se obtiene de la modelización es que **la caída del VAB de las ICC a nivel mundial en 2020 en relación con 2019 fue de aproximadamente 750 000 millones de dólares.**

Para poner esta estimación en contexto: 750 000 millones de dólares es más que todo el PIB nominal comunicado en muchos países del mundo, como Polonia,<sup>13</sup> Tailandia<sup>14</sup> y los Emiratos Árabes Unidos (EAU),<sup>15</sup> y **equivale a alrededor del 1 % del PIB nominal mundial en 2019.**

Esta disminución, si bien sigue siendo comparativamente pequeña en relación con la producción mundial total, representa **una caída dramática de la contribución económica de las industrias culturales y creativas en todo el mundo**, así como de la capacidad del sector para mantener resultados positivos desde un punto de vista cultural y social. Una caída de 750 000 millones de dólares representa una **disminución del 21 % en la contribución mundial de las ICC al VAB/PIB mundial**, según nuestra estimación de que las industrias culturales y creativas contribuyeron con 3,4 billones de dólares al VAB/PIB mundial en 2019. Esta cifra parece una proyección razonable que, en cualquier caso, subestima el impacto real, ya que no se tienen en cuenta los efectos indirectos de la crisis de COVID-19 en las industrias culturales y creativas (incluidos otros individuos y empresas de las cadenas de suministro y valor).

## **¿CÓMO SE COMPARAN ESTOS RESULTADOS CON LOS DE CRISIS ANTERIORES Y CON LA EXPERIENCIA DE OTROS SECTORES AFECTADOS POR LA COVID-19?**

Una comparación con la última crisis sistémica internacional a la que se enfrentaron las industrias culturales y creativas muestra que las **ICC se han visto mucho más afectadas por la pandemia de COVID-19 que por la Crisis Financiera Global (GFC) de 2008-2009.** Un informe presentado en las Naciones Unidas en 2011 señaló que, a pesar de que la crisis financiera había provocado la disminución en un 12 % del comercio mundial en 2008, el comercio mundial de bienes y servicios creativos había seguido expandiéndose durante e inmediatamente después de ese período con una tasa de crecimiento anual promedio del 14 % (UNCTAD y PNUD, 2011).

En la actualidad, las pruebas sugieren que hay otras áreas de la economía que han sido golpeadas aún más duro que las industrias culturales y creativas por la crisis de COVID-19. Por ejemplo, la Organización de Aviación Civil Internacional (OACI) ha informado de que el tráfico internacional de pasajeros sufrió una caída del 60 % durante 2020, lo que se tradujo en pérdidas que ascendieron a 370 000 millones de dólares (para una industria más pequeña que el conjunto de las industrias culturales y creativas).<sup>16</sup> Además, en algunos casos, algunas partes del sector de la aviación pueden haber tenido la oportunidad de diversificarse en sectores menos afectados (por ejemplo, el transporte de mercancías), lo que no es el caso de las ICC.

13 PIB nominal de 596 000 millones de dólares en 2019 (datos del Banco Mundial).

14 PIB nominal de 543 000 millones de dólares en 2019 (datos del Banco Mundial).

15 PIB nominal de 491 000 millones de dólares en 2019 (datos del Banco Mundial).

16 Datos de la OACI citados en 'Updated economic impact analysis of COVID-19 on global aviation completed by ICAO' (Análisis actualizado del impacto económico de la COVID-19 en la aviación mundial realizado por la OACI), por International Airport Review, 18 de enero de 2021.



En consecuencia, si bien es probable que la **caída de la producción económica de las ICC en 2020** fuera menos grave que las caídas experimentadas en las industrias que estuvieron aún más expuestas a las restricciones relacionadas con la COVID-19 (por ejemplo, la aviación), **fue mayor que las reducciones de la actividad económica en toda la economía**, y mucho peor que cualquier crisis anterior a la que se hubiera enfrentado el sector en nuestra época.

## **LOS EFECTOS ECONÓMICOS MÁS AMPLIOS DE LA CONTRACCIÓN DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS**

Esta contracción global estimada de 750 000 millones de dólares solo se refiere al VAB *directo* de las ICC (es decir, al VAB generado por empresas y trabajadores dentro de las industrias culturales y creativas). Sin embargo, a medida que caigan el VAB directo de las ICC, esta reducción disminuirá, a su vez, los salarios e ingresos entre los proveedores y otras industrias relacionadas con las industrias culturales y creativas. Estos impactos colaterales se conocen como impactos “indirectos” e “inducidos”.

Prácticamente no hay ningún intento de medir estos impactos en los estudios examinados. La única excepción es el informe Olsberg SPI *Global Screen Production - The Impact of Film and Television Production on Economic Recovery from COVID-19* (La producción audiovisual mundial - El impacto de la producción cinematográfica y televisiva en la recuperación económica después de la COVID-19) (2020). Calcula que la disminución de los ingresos directos totales a nivel mundial en esta industria, evaluada en 62 000 millones de dólares en los seis primeros meses de 2020, corresponde a una caída total de los ingresos de 145 000 millones de dólares, una vez que se suman los impactos indirectos e inducidos evaluados en 83 000 millones de dólares. Esto es más del doble del total correspondiente únicamente al impacto directo. Sin embargo, como ningún otro estudio de los examinados proporcionaba estimaciones comparables para otros ámbitos o subsectores, no se ha intentado obtener estimaciones de los impactos económicos indirectos e inducidos de la COVID-19 en las ICC.

Por consiguiente, la contracción estimada de 750 000 millones de dólares solo abarca los impactos directos, sin tener en cuenta los indirectos o inducidos, y, por lo tanto, solo refleja una fracción del impacto económico total derivado de la disminución de la actividad en las ICC en 2020 por la COVID-19.

## **¿CUÁL ES EL IMPACTO GLOBAL EN EL EMPLEO EN LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS?**

Una estimación del impacto en el empleo en las industrias culturales y creativas puede calcularse a partir de la caída de la producción económica. **La caída estimada de 750 000 millones de dólares en el VAB de las ICC a nivel mundial corresponde a más de 10 millones de pérdidas de empleo en el sector de las ICC en todo el mundo en 2020.** Aunque se trata de una estimación prudente, no deja de representar una reducción masiva del capital humano de las industrias culturales y creativas a nivel mundial.

Se trata de una estimación prudente porque sólo incluye la pérdida de puestos de trabajo relacionada con el impacto económico directo en las ICC y asume la misma relación entre el VAB de las ICC y la caída del empleo en 2020 en todo el mundo, según consta en un estudio sobre el Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte, uno de los pocos con suficiente granularidad de datos para poder calcular la relación entre el VAB de las ICC y el empleo (Oxford Economics, 2020). Es probable que, fuera del Reino Unido, la relación entre el VAB de las ICC y el empleo sea tal que esa misma caída nominal del VAB de las ICC produzca una caída proporcionalmente mayor del empleo en las ICC. Por lo tanto, al fundamentar la estimación mundial de la caída del empleo de las ICC en una relación obtenida del Reino Unido, un país con tasas salariales de ICC relativamente altas, es poco probable que esto represente una sobrevaloración del alcance de la disminución del empleo en 2020.

Al igual que con la estimación de pérdidas de producción, esta estimación de caída del empleo puede contextualizarse, en este caso con referencia a la fuerza laboral mundial de las ICC, determinada por los datos de LinkedIn presentados en la sección 1. La pérdida de 10 millones de empleos equivaldría a poco menos del 20 % de los 51 millones de personas que han indicado que trabajan en las ICC, aunque está claro que las cifras de LinkedIn son una infravaloración significativa de la fuerza laboral total mundial de las ICC. Por lo tanto, si en 2020 se perdieron 10 millones de empleos, lo más probable es que sea mucho menos del 20 % de la fuerza laboral total de las ICC. Esta comparación sugiere que es plausible la estimación de 10 millones de empleos de las ICC perdidos a nivel mundial.

## **¿QUÉ PASARÁ CON LOS TRABAJADORES DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS QUE SE HAN QUEDADO SIN TRABAJO DURANTE LA PANDEMIA DE COVID-19?**

Puede ser que, cuando disminuya la propagación de la COVID-19 y se puedan reanudar las actividades culturales, aquellos que hayan perdido sus empleos en las industrias culturales y creativas durante 2020 puedan volver a trabajar en las ICC. Sin embargo, cuanto más tiempo tarden los países en controlar la propagación del virus en la medida suficiente como para facilitar esta recuperación cultural, más probabilidades hay de que los **trabajadores desempleados de las ICC busquen empleo en otros sectores o salgan por completo del mercado laboral**. Esto bien puede ser cierto incluso para aquellos países donde se están prestando varios tipos de asistencia financiera gubernamental a trabajadores de las ICC.

Lamentablemente, dada la rapidez y la magnitud de las caídas de los ingresos y ganancias tanto para los trabajadores como para las empresas en las ICC, es probable que los efectos dejen cicatrices. Los trabajadores de las ICC que se hayan quedado sin empleo debido a la COVID-19 buscarán empleo en otros sectores. En aquellos campos de las industrias culturales y creativas en los que estos trabajadores hayan perdido permanentemente su empleo, estos representarán **una disminución duradera de las competencias y conocimientos del sector**, por lo que es menos probable que este sea capaz de recuperar los niveles anteriores de rendimiento económico.

### 3.3 PÉRDIDAS ECONÓMICAS POR ÁMBITO Y SUBSECTOR

Si bien el impacto de la COVID-19 ha sido desigual en todo el mundo (por ejemplo, China y Nueva Zelanda han sufrido caídas mucho menos pronunciadas en la actividad de las ICC que en otros lugares), también ha sido desigual dentro de los diferentes campos que componen colectivamente las industrias culturales y creativas.

**Los ámbitos culturales en los que predominan las actividades físicas con público/visitantes en espacios y lugares específicos y en los que el trabajo a distancia es menos factible** (es decir, en los ámbitos de actuaciones y celebraciones y de patrimonio cultural y natural) **han sufrido las mayores pérdidas económicas**. Por ejemplo, los datos de Estados Unidos sugieren que la mitad de los 2,8 millones de empleos perdidos en las ICC en el país entre abril y junio de 2020 pertenecían al campo de bellas artes y artes escénicas (Florida y Seman, 2020).

Si bien el retroceso económico registrado para los subsectores culturales y creativos con estas características es importante, cabe recordar que algunos de estos subsectores (por ejemplo, los museos y el patrimonio) suelen hacer contribuciones económicas directas relativamente modestas en comparación con otros ámbitos que se han visto mucho menos afectados por la COVID-19 (por ejemplo, el diseño y los servicios creativos, así como los medios audiovisuales e interactivos). Del mismo modo, también hay que reconocer que **actividades como el teatro, los museos y el patrimonio tienen un impacto económico más amplio, ya que son una parte importante del "producto" turístico de muchas ciudades y regiones**, actuando como desencadenante de las visitas y del gasto turístico que se produce en la economía en general, en especial en el sector de la hostelería.

Algunos subsectores que tradicionalmente son actores importantes en términos de impacto económico directo (por ejemplo, la música en vivo y el cine) se han visto gravemente afectados por la COVID-19. Pero un patrón general más amplio, según el cual las repercusiones de la pandemia de COVID-19 son más graves en los ámbitos culturales que generan un impacto económico *directo* menor, explica una aparente paradoja en los datos. Es decir, los estudios a nivel de subsectores o ámbitos a menudo señalan caídas muy pronunciadas para los subsectores de las ICC individuales (porque los estudios son más frecuentes para los subsectores más afectados), pero los estudios relacionados con las industrias culturales y creativas en su conjunto muestran caídas generales más moderadas.

Por último, los estudios individuales por subsector de las ICC por país han empleado una gran variedad de métricas, las cuales suelen denominarse de distintas maneras. Esto supone que no es posible realizar comparaciones estructuradas por ámbito o subsector cultural a partir de los estudios examinados.

## EJEMPLOS POR ÁMBITO Y SUBSECTOR CULTURAL

Los siguientes ejemplos proporcionan datos clave independientes del impacto económico negativo de la pandemia para cada uno de los ámbitos y subsectores culturales.

Cabe señalar que los estudios que abarcan el impacto económico de la crisis en las ICC en las regiones de África y Asia y el Pacífico han sido menos frecuentes durante el período de estudio, lo que limita la cobertura geográfica de los ejemplos que se presentan a continuación.

### MUSEOS

- En abril de 2020, se indicó que tres de cada cinco museos en Europa estaban perdiendo “una media de 20 300 € por semana con motivo del cierre y de la interrupción de los viajes”. Si bien este valor varía en función del tipo del museo y de su ubicación, muchos han indicado una pérdida de ingresos de entre el 75 % y el 80 %. Los museos más grandes y los que se encuentran en zonas turísticas son los que han señalado mayores pérdidas (NEMO, 2020).
- Las estadísticas nacionales del Reino Unido destacaron que, desde el inicio de la estrategia en junio de 2020 hasta el 31 de julio de 2020, se despidió al 56 % de los empleados en el sector de los museos, bibliotecas y otras actividades culturales (Hutton, 2020).

### ARTES ESCÉNICAS Y MÚSICA

- En abril de 2020, un estudio alemán pronosticó que en un escenario grave para lo que resta del año, las artes escénicas a nivel nacional sufrirían una caída del 75 % en la facturación en comparación con 2018 (el último año para el que se dispone de datos). Se espera que esta sea la pérdida más dramática de cualquier subsector creativo en Alemania (Centro de Excelencia para las Industrias Culturales y Creativas del Gobierno Federal alemán, 2020).
- Los datos estadounidenses también indican que los artistas intérpretes han sufrido altas tasas de desempleo. Mientras que la tasa de desempleo en Estados Unidos fue del 8,5 % en septiembre de 2020, alcanzó el 55 % para los bailarines, el 52 % para los actores y el 27 % para los músicos.<sup>17</sup>
- En Australia, el empleo en actividades creativas y de artes escénicas se redujo en un 30 % entre el 14 de marzo y el 18 de abril de 2020 (OIT, 2020).
- Según la Oficina de Estadísticas de Empleo del Ministerio de Economía y Empleo de Finlandia, en el segundo trimestre de 2020 el número de demandantes de empleo en artes era ya un 57 % superior al del año anterior.

- Un estudio realizado sobre el sector de la música en Sudáfrica muestra que solo el 6 % de las empresas encuestadas podrían seguir pagando a todos los empleados. La mayoría de las organizaciones encuestadas tuvieron que recurrir a medidas severas como la terminación de contratos a corto plazo (23 %) o la reducción de los salarios de los empleados (18 %) (Observatorio Cultural de Sudáfrica, 2020).

## ARTES VISUALES

- En toda la región de América del Sur y Central, se calcula que el 53 % de las organizaciones artesanales experimentaron una disminución en los ingresos de más del 80 % en 2020 (MERCOSUR *et al.*, próximamente en 2021).
- Un estudio sobre el impacto de la COVID-19 en el sector de las galerías reveló que era más probable que las galerías ubicadas en África (42 %), Alemania y España (38 %), y Reino Unido (36 %) indicaran una reducción de su plantilla que las situadas en otros lugares (Art Economics y Art Basel, 2020).
- Los artistas estadounidenses perdieron un promedio de 21 500 dólares cada uno en ingresos basados en la creatividad en 2020 (50 600 millones de dólares a nivel nacional) (Americans for the Arts, 2020).
- Una encuesta en Panamá reveló que el 86 % de los que trabajan en las artes visuales sufrieron cierta pérdida de ingresos después de la pandemia (Saravia *et al.*, 2020).
- Una encuesta de la industria reveló que las galerías de arte en Francia experimentaron pérdidas de 84 millones de euros en el segundo trimestre de 2020 (OCDE, 2020).

## LIBROS

- Debido al cierre de las librerías, se espera que el mercado mundial del libro se contraiga de 92 800 millones de dólares en 2019 a 85 900 millones de dólares en 2020 (OCDE, 2020).
- Las pérdidas de facturación previstas en Alemania entre abril y diciembre de 2020 para el mercado del libro se estimaron entre 2 500 millones de euros (19 % de la facturación anual) y 4 500 millones de euros (34 % de la facturación anual) (Centro de Excelencia para las Industrias Culturales y Creativas del Gobierno Federal alemán, 2020).
- Datos de la Cámara Nacional de la Industria Editorial en México indican que las ventas de libros cayeron un 26 % en 2020 (Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana, 2020).

## AUDIOVISUALES Y MEDIOS INTERACTIVOS

- A mediados de marzo de 2020, la pérdida mundial en los ingresos de taquilla en el sector del cine se situó en torno a los 5 000 millones de dólares, con el cierre de 70 000 cines en China contribuyendo a ello. Elevándose esta pérdida a 17 000 millones de dólares a finales de mayo, los datos de taquilla en agosto de 2020 en Estados Unidos revelaron una disminución del 76 % en los ingresos en comparación con 2019 (OCDE, 2020).
- El Centro de Excelencia para las Industrias Culturales y Creativas del Gobierno Federal alemán preveía en abril de 2020 unas pérdidas de facturación entre abril y diciembre de 2020 para las industrias de radiodifusión de entre el 10 % (1 100 millones de euros) y el 17 % (1 900 millones de euros) de su facturación anual.
- La Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica en México indicó que entre el 25 de marzo y el 15 de noviembre se vendieron 10,5 millones de entradas de cine. En 2019, se vendieron en ese mismo periodo 261,5 millones de entradas, lo que supone una caída espectacular del 96 % (Gutiérrez, 2020).

## DISEÑO Y SERVICIOS CREATIVOS

- En julio de 2020, EY realizó un informe sobre Italia y España y calculó que en ambos países la crisis de COVID-19 podría reducir los ingresos en la industria de la moda entre un 35 % a 40 % para finales de 2020.
- En marzo de 2020, se informó de que más de 1 000 fábricas de prendas de vestir en Bangladesh recibieron cancelaciones de pedidos por un valor aproximado de 1 500 millones de dólares debido a la pandemia (Devnath, 2020).

## 3.4 DISTRIBUCIÓN DEL IMPACTO ECONÓMICO SEGÚN LA SITUACIÓN DEL EMPLEO Y OTROS FACTORES

### SITUACIÓN LABORAL

Una de las características que define a las industrias culturales y creativas es la prevalencia del trabajo por cuenta propia. Por ejemplo, un informe de la OCDE en 2020 afirmaba que el 48 % de los trabajadores del sector en los Países Bajos y el 46 % en Italia en 2018 eran autónomos (OCDE, 2020). Un estudio incluso situó la proporción de trabajadores por cuenta propia en las industrias culturales y creativas de Brasil en un 73 % (Centro de Desenvolvimento e Planejamento Regional da Faculdade de Ciências Econômicas, 2020), al igual que otro estudio sobre el sector en Senegal (HEVA Funds, 2020).

La prevalencia del trabajo por cuenta propia en las ICC refleja la preponderancia de los encargos por proyecto y a corto plazo en el sector. Los autónomos y trabajadores por cuenta propia tienden a tener menos derechos laborales y sus empleos pueden rescindirse más rápidamente que los de los empleados contratados.

Del mismo modo, el apoyo financiero proporcionado por algunos gobiernos a las industrias culturales y creativas a menudo ha tenido dificultades para llegar a los trabajadores por cuenta propia y proporcionarles los mismos niveles de asistencia prestados a los empleados del sector.

En consecuencia, una hipótesis sería que, cuando las organizaciones buscan reducir costes – como ha sido el caso de muchas por la COVID-19 –, los autónomos contratados y otros trabajadores por cuenta propia son los primeros en la línea de fuego.

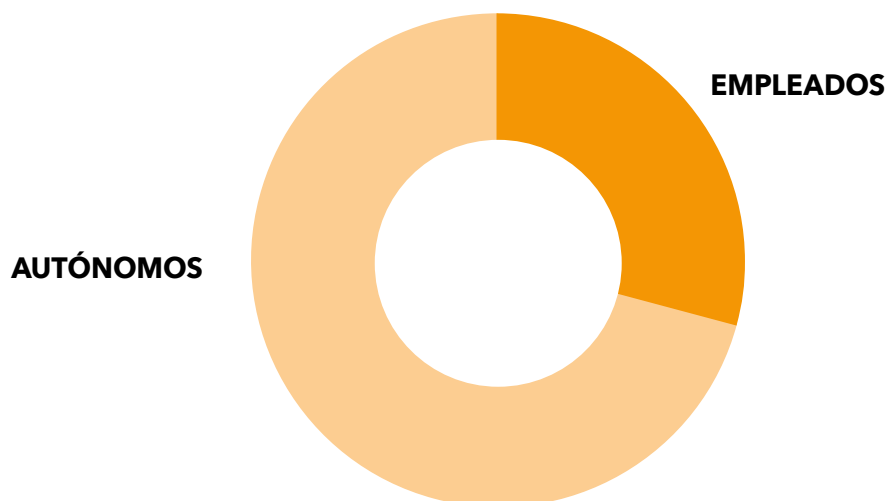
Los estudios examinados para este informe proporcionan pruebas que respaldan la hipótesis de que los **autónomos y los trabajadores por cuenta propia han sido los más golpeados por la pandemia de COVID-19 dentro de la fuerza laboral cultural y creativa:**

- Datos preliminares de un estudio centrado en América Latina señalaron que el 64 % de los autónomos en las ICC habían perdido más del 80 % de sus ingresos en 2020 (MERCOSUR *et al.*, próximamente en 2021).
- Un estudio sobre más de 260 cines y festivales de cine en el Reino Unido reveló que en abril de 2020 la mayoría de los cines comerciales (69 %) seguía pagando a su personal asalariado, pero que “solo el 31 % seguía pagando a los autónomos y al personal eventual” (Independent Cinema Office, 2020).
- Un estudio sobre el impacto de la COVID-19 en los museos en Europa reveló que, en abril de 2020, 3 de cada 10 museos habían suspendido los contratos con los trabajadores autónomos y 3 de cada 5 museos habían parado por completo sus programas de voluntariado (NEMO, 2020).
- El Centro de Excelencia para las Industrias Culturales y Creativas del Gobierno Federal alemán (2020) ha indicado que los trabajadores por cuenta propia, los autónomos, los empleados marginales y los que tienen “minijobs” en las ICC han sido los colectivos más afectados por la crisis.

Las proyecciones del Gráfico 6 muestran que cerca de tres de cada siete autónomos de las ICC perdieron su empleo en el Reino Unido a principios de 2020 frente a cerca de uno de cada catorce trabajadores empleados de las ICC en ese mismo período. O, para expresarlo de otra manera, los trabajadores autónomos de las ICC tenían aproximadamente un 43 % de probabilidades de quedarse sin empleo en el Reino Unido en 2020, mientras que los trabajadores empleados de las ICC tenían alrededor de un 7 % de riesgo de sufrir la misma suerte durante ese mismo período.

Además de los autónomos y las empresas unipersonales, en muchos países del mundo el trabajo informal es un componente enormemente importante, a veces predominante, de la fuerza laboral de las ICC. Calcular el impacto de la pandemia de COVID-19 en este grupo de trabajadores de las ICC es particularmente difícil y no resulta sorprendente que solo hubiera un estudio creíble que contuviera estimaciones de este impacto. Los resultados preliminares del estudio conjunto MERCOSUR, UNESCO, BID, SEGIB y OEI (próximamente en 2021) revelaron que el 67 % de los trabajadores informales de las ICC en América del Sur y Central experimentaron una disminución de más del 80 % en los ingresos en 2020, una proporción aún mayor que para los autónomos.

**Gráfico 6 PROYECCIÓN DE PÉRDIDAS DE EMPLEO EN LAS ICC DEL REINO UNIDO EN 2020: SE PREVEÍA QUE, A LO LARGO DE 2020, EL NÚMERO DE AUTÓNOMOS QUE PERDERÍA SU EMPLEO EN LAS ICC DEL REINO UNIDO SERÍA DOS VECES SUPERIOR AL NÚMERO DE EMPLEADOS**



**119 000** EMPLEADOS  
**287 000** AUTÓNOMOS  
**406 000** EN TOTAL

Fuente: Oxford Economics (2020).

## GÉNERO

Los estudios sobre el impacto económico de la pandemia en las industrias culturales y creativas examinados para este informe se centran muy poco en el impacto en el género. Esto refleja una mayor **falta de estadísticas que permitan el seguimiento de la equidad de género en todas las ICC** (Conor, 2021).

Un estudio subnacional realizado por el Observatorio Vasco de la Cultura (España) y publicado en mayo de 2020 señaló que la proporción de mujeres que trabajan en las industrias culturales y creativas aumentó en 2 puntos porcentuales (del 56 % al 58 %) después de los primeros meses de la pandemia en Europa. Así pues, aunque sea posible que en términos absolutos más mujeres del sector se hubieran visto afectadas, el impacto, en términos relativos, puede haber sido peor para los hombres. Sin embargo, el mismo estudio revela que hay más mujeres que hombres en los grupos con menores ingresos y la pandemia parece estar aumentando esta tendencia. Antes de la pandemia, el 68 % de las personas que ganaban menos de 20 000 euros al año eran mujeres, mientras que este porcentaje ha aumentado al 70 % durante la crisis, lo que indica que, aunque las mujeres sigan permaneciendo en mayor medida en el sector, puede que lo hagan en puestos menos bien remunerados.



Otros estudios y modelos económicos que han analizado el impacto más amplio en el género de la crisis de la COVID-19 en toda la economía tienden a indicar que las mujeres con un empleo se ven más afectadas que los hombres (McKinsey Global Institute, 2021).<sup>18</sup> Según el estudio *Women in Work* (Mujeres en el trabajo) de PwC (2021), la pandemia de COVID-19 está golpeando más duramente al empleo de las mujeres en los países de la OCDE debido a las desigualdades de género existentes y al hecho de que los empleos de las mujeres se concentren en sectores altamente perturbados. El estudio también prevé que los avances hacia la igualdad de género en el lugar del trabajo podrían revertirse como resultado de la crisis. Un informe de ONU Mujeres (2020) corrobora el hecho de que los medios de vida de las mujeres tienden a verse afectados de manera desproporcionada por la pandemia, previéndose un ahondamiento de la brecha de pobreza de género en los próximos años en todo el mundo.

## RAZA Y ETNIA

En muchos países, no se recopila información sobre la demografía, como la raza o la etnia, y, en los estudios examinados, hay **muy poca evidencia del posible impacto diferencial de la pandemia en los trabajadores de las industrias culturales y creativas según la raza y la etnia**. Sin embargo, un estudio reveló que los artistas negros, indígenas y de color (BIPOC) en Estados Unidos experimentaron tasas más altas de desempleo que los artistas blancos debido a la pandemia (el 69 % frente al 60 %) y perdieron un porcentaje mayor de sus ingresos de 2020 (el 61 % frente al 56 %) (Americans for the Arts, 2020).

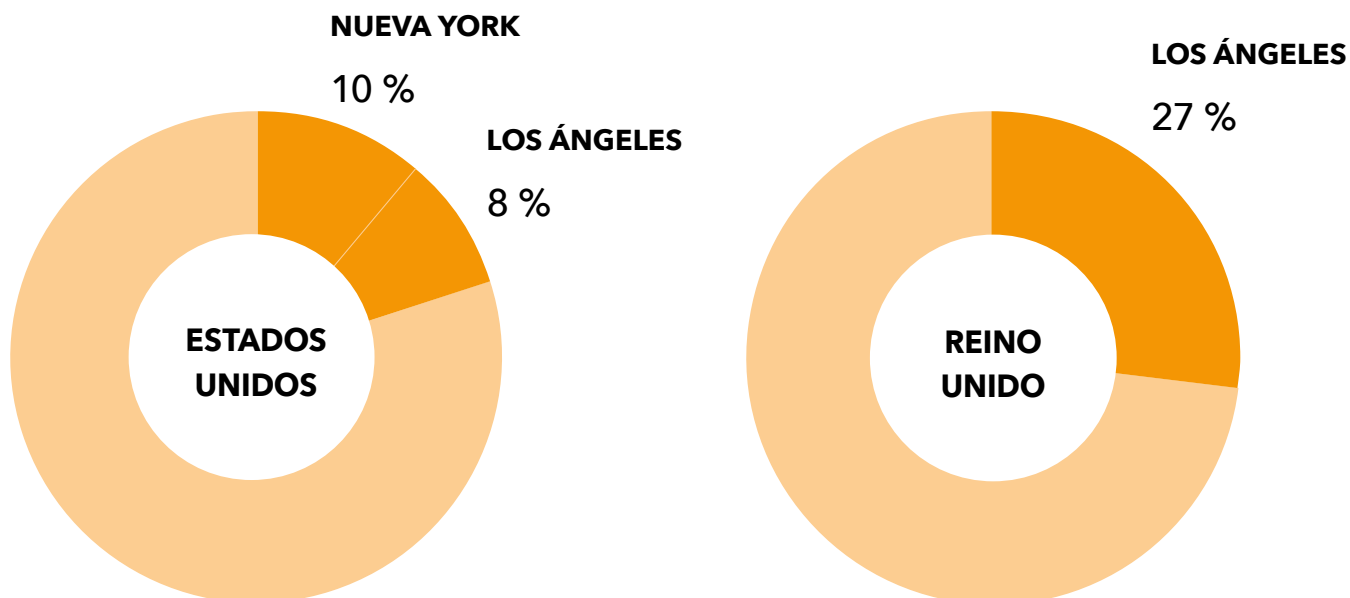
## GEOGRAFÍA

Las pruebas examinadas sugieren firmemente que **las pérdidas económicas absolutas comunicadas se concentran en los principales centros de actividad de las ICC:**

- En efecto, la concentración de empleos creativos y negocios en megalópolis como Nueva York, Los Ángeles o Londres resulta en graves pérdidas económicas en estos lugares, según informa la OCDE (2020). Una investigación de Oxford Economics (2020) apoya esta conclusión: más de la mitad (51 %) de la contracción del VAB que se pronosticaba en las industrias culturales y creativas del Reino Unido se atribuyó a Londres. Del mismo modo, la investigación reveló que las mayores pérdidas absolutas en las ICC en Estados Unidos se produjeron en Nueva York y en Los Ángeles.
- En términos más generales, las pérdidas en Estados Unidos se han centrado más en las zonas urbanas que en las rurales. “Se estima que las 53 áreas metropolitanas con poblaciones superiores a 1 millón representan más de tres cuartas partes (80 %) de las pérdidas totales estimadas en ventas y dos tercios (68 %) de todas las pérdidas de empleos estimadas en las industrias creativas en Estados Unidos” (Florida y Seman, 2020). Del mismo modo, un estudio realizado en Panamá reveló que los trabajadores de las ICC en las ciudades indicaron mayores impactos que los de otros lugares (Saravia *et al.*, 2020).

18 Por ejemplo, el modelo del mercado laboral mundial de McKinsey estimó en julio de 2020 que “los empleos de las mujeres son 1,8 veces más vulnerables a esta crisis que los empleos de los hombres”.

**Gráfico 7 ESTIMACIÓN DE LA PÉRDIDA DE EMPLEO EN LAS ICC EN LONDRES, NUEVA YORK Y LOS ÁNGELES EN PROPORCIÓN A LA PÉRDIDA TOTAL DE EMPLEO EN LAS ICC EN LOS PAÍSES PERTINENTES, 2020**



Fuente: Florida y Seman (2020); Oxford Economics (2020).

El Gráfico 7 ilustra estudios que calculan que cerca de uno de cada cuatro empleos perdidos en las ICC en el Reino Unido en 2020 se perdieron en Londres, mientras que uno de cada diez de los perdidos en Estados Unidos en el mismo período fue en Nueva York, y casi el mismo número en Los Ángeles. Londres es el centro cultural dominante del Reino Unido. Como Estados Unidos es un país mucho más grande que el Reino Unido, ninguna ciudad domina culturalmente Estados Unidos en la forma en que Londres domina el Reino Unido, pero no obstante Nueva York y Los Ángeles son dos grandes centros culturales. Los ICC han crecido a través de vibrantes grupos de actividad, con Londres, Nueva York y Los Ángeles entre los centros globales preeminentes en este sentido. La disminución de estos grupos con respecto de 2020 corre el riesgo de socavar el potencial de crecimiento futuro de las ICC.

## 4. TRANSFORMACIÓN DIGITAL

### EN LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS

Ante la magnitud del impacto de la COVID-19 en las industrias culturales y creativas, para las cuales las estimaciones en términos de pérdida de ingresos y de empleos presentadas en las secciones anteriores son solo una faceta, **la intensificación del consumo y producción de contenidos culturales digitales**, principalmente como resultado de la imposibilidad de congregar y ocupar espacios culturales físicos durante la pandemia, **es una de las adaptaciones más extendidas en el sector**, tanto entre su público como entre sus productores. Esto supone una serie de oportunidades y de desafíos para las industrias culturales y creativas. Pero ser capaz de adaptarse a la producción y distribución digital de contenidos y experiencias dirigidos al público ha sido una tarea más fácil para algunos subsectores de las industrias culturales y creativas que para otros.

En concreto, la interrupción causada por la pandemia en las industrias audiovisuales simplemente ha sobrecargado tendencias que ya estaban bien establecidas y en marcha antes de la COVID-19. Este es precisamente el desafío que los nuevos servicios mundiales de streaming Over The Top (OTT) plantean a los organismos de radiodifusión y a las redes de televisión de pago establecidos. Entre bambalinas, la importante consolidación entre los medios establecidos y los conglomerados de telecomunicaciones ha estado impulsando la reestructuración de la industria (y continuando vertiendo miles de millones más en la producción de contenidos), mientras todos los demás luchan por competir con Netflix, Amazon, TenCent y Disney (Pogorel y Preta, 2020). La trayectoria va en este sentido. No habrá vuelta atrás a un mundo pre-OTT.

Todavía no se puede decir lo mismo de gran parte de la adaptación digital en los otros ámbitos culturales por una multitud de razones. La producción y distribución digital en museos, patrimonio, teatro, ópera, danza, música en vivo y festivales tiene una historia mucho más reciente y está menos arraigada que en el campo de los juegos, la música grabada, la televisión y el cine. Salvo algunas excepciones notables, los modelos de negocio no han quedado probados para gran parte de la actividad de la que hemos sido testigos durante la pandemia. En muchos casos, las organizaciones se han extendido al ámbito digital como un compromiso urgente de "bien público" en este momento tan difícil y/o para mantener el contacto con el público y simpatizantes existentes, y estar así preparados para regresar al mundo de las experiencias físicas en persona en espacios y lugares específicos una vez que se hayan levantado las regulaciones de confinamiento y distanciamiento social. En otras palabras, en este momento es difícil decir cuánto de la innovación digital que hemos presenciado de organizaciones en las ICC fuera de las industrias audiovisuales se mantendrá a medio y largo plazo.

Por lo tanto, esta sección final examina estas trayectorias contrastantes. La primera sección presenta datos sobre el creciente consumo digital de medios audiovisuales y la segunda sección proporciona una serie de miniestudios de caso sobre cómo las organizaciones de todo el mundo en los otros ámbitos culturales están mejorando su uso de lo digital para llegar a nuevos públicos o mantenerse en contacto con los existentes.

## 4.1 CAMBIOS EN LOS PATRONES DE CONSUMO DIGITAL EN LOS MEDIOS AUDIOVISUALES E INTERACTIVOS

**Los medios interactivos** (videojuegos, redes sociales) **y las industrias audiovisuales más amplias** (cine, televisión, música grabada) **han mejorado en términos de digitalización** en comparación con otros ámbitos y subsectores. Esto se debe a que algunos de estos medios son experiencias culturales inherentemente digitales, mientras que otros se han beneficiado de la existencia de plataformas de distribución digital y agregadores bien establecidos (por ejemplo, Netflix, TenCent, Spotify, etc.), que no están presentes en los otros ámbitos culturales.

Esto no quiere decir que todas las partes de la cadena de valor ni que todo tipo de organización dentro de las industrias audiovisuales se hayan adaptado bien a la digitalización.

- La proyección de cine, como experiencia inherentemente física, se ha visto diezmada. El prolongado cierre también ha hecho que los distribuidores de películas, que durante mucho tiempo han tratado de reducir la exclusiva “ventana” de tiempo disponible para los exhibidores cinematográficos para su distribución en salas, finalmente hayan podido pasar a lanzar nuevos títulos directamente por vía digital. Caben ciertas dudas sobre si los exhibidores cinematográficos podrán volver a imponer la exclusividad de su “ventana” una vez que la situación pandémica haya mejorado (Kafka, 2020).
- Muchos organismos de radiodifusión nacionales observaron un aumento positivo de las calificaciones de su producción durante los primeros meses de la pandemia, en especial en las noticias, aunque en algunos países la visualización de la televisión ha disminuido desde entonces a niveles prepandémicos (Johnson, 2020). Asimismo, los organismos de radiodifusión nacionales también están luchando por hacerse un hueco en la nueva realidad de directo al consumidor propia del mercado de streaming. En algunas regiones mundiales, esto está empujando a los organismos de radiodifusión nacionales a buscar alianzas para tratar de competir con los principales actores mundiales (IABM, 2020).

## PRINCIPALES PLATAFORMAS DE STREAMING DE VÍDEO Y AUDIO

Compañías como Netflix, Amazon, Disney+ y Tencent Video han visto cómo el consumo de vídeo y audio aumentaba sustancialmente, en especial en Europa Occidental, América del Norte y la región de Asia Pacífico, y están eclipsando cada vez más a los proveedores tradicionales de televisión de pago. **El aumento de la concienciación de la audiencia y el uso de los servicios de streaming OTT (siglas en inglés de “over the top”)** también se extiende mucho más allá de este grupo de élite.

- En India, las suscripciones de pago a las plataformas de vídeo OTT crecieron un 31 % en solo cuatro meses durante la primera ola de la pandemia (abril-julio de 2020) (Shahidi, 2020).
- Vidio, la plataforma de streaming de medios indonesia, indicó que el consumo en plena pandemia de COVID-19 creció en un 225 %, al haber aumentado el total de minutos de transmisión semanal de vídeo en línea en el móvil un 60 % en conjunto en Indonesia, Malasia, Filipinas y Singapur entre el 20 de enero y el 11 de abril de 2020. Viu, otro actor regional (con sede en Hong Kong, China) señaló un aumento similar en la transmisión en línea: un incremento del 274 % en pleno período de COVID-19 (Farveen, 2020).
- En el punto álgido de la pandemia en China, los suscriptores de Mango TV y Tencent Video aumentaron un 708 % y un 319 %, respectivamente (Wen, 2020). iQIYI, que ya es una de las mayores plataformas de streaming de China, dio la bienvenida a 12 millones de nuevos suscriptores en el primer trimestre de 2020, lo que supone un aumento interanual del 23 % (Sina Finance, 2020).
- En el Reino Unido, a finales de 2020, había más de 32 millones de suscriptores a los tres servicios de streaming de vídeo más populares (Netflix, Amazon y Disney+), más del doble del número de suscriptores a proveedores de televisión de pago por satélite y por cable como Sky y Virgin (Sweney, 2020).
- En octubre, Spotify registró un crecimiento global interanual del 29 % y del 27 % para sus Usuarios Activos Mensuales (UAM) y suscriptores *premium*, respectivamente, superando ambos las previsiones anteriores de la compañía para el año. Sin embargo, ni siquiera Spotify se libró totalmente de las repercusiones de la pandemia, ya que los ingresos publicitarios por su servicio gratuito disminuyeron en el segundo trimestre de 2020 antes de volver a aumentar en el tercer trimestre (Stassen, 2020).

## VIDEOJUEGOS

Como forma cultural inherentemente digital mejor establecida, **los videojuegos**, ya sea en consola, PC o móvil, **han ido ganando fuerza durante la pandemia**, tal como ilustran los siguientes ejemplos:

- Steam, un servicio digital de juegos en línea, contó con más de 23 millones de jugadores simultáneos durante marzo de 2020, superando todos los récords anteriores (Wilde, 2020).
- En la primavera de 2020, el número de usuarios que jugaban juegos para móviles aumentó en un 84 % en comparación con la temporada de primavera de 2019 en la República de Corea (Euromonitor Consulting, 2020).
- Las ventas de la consola Switch de Nintendo permitieron que las ganancias se triplicasen en el primer trimestre que finalizaba en septiembre de 2020. Nintendo elevó su previsión de ventas de Switch en el año que terminó en marzo de 2021, con la previsión de vender 24 millones de consolas, un 26 % más que una previsión anterior que anunciaba 19 millones (Espiner, 2020).
- *Animal Crossing: New Horizon* vendió cinco millones de copias digitales en su primer mes (marzo de 2020), rompiendo el récord de mayor número de unidades digitales de juegos de consola vendidas en un solo mes. El juego, cuya popularidad se sustenta en el efecto calmante que tiene para los jugadores y en la oportunidad de que estos interactúen con otros jugadores, vendió 13,4 millones de unidades en sus primeras seis semanas, que coincidieron con el punto álgido de la primera ola de la pandemia (Zhu, 2020).

## ¿QUÉ HAY DE LA DIVERSIDAD DE CONTENIDO AUDIOVISUAL DIGITAL DURANTE LA PANDEMIA?

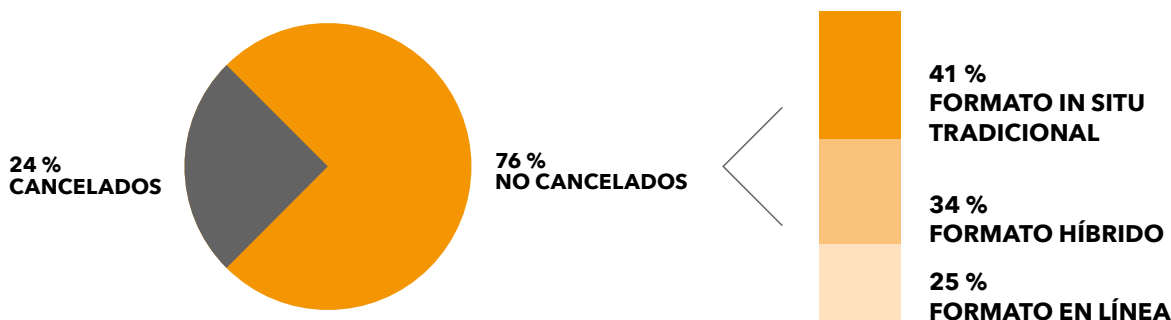
Las principales plataformas digitales internacionales han estado bien posicionadas para beneficiarse del aumento de la demanda de público durante la pandemia. **Los servicios de streaming de nicho, centrados en contenidos más especializados y/o culturalmente diversos, también parecen haber prosperado desde el inicio de la pandemia de COVID-19:**

- En otoño de 2020, el servicio internacional de streaming de películas independientes MUBI (con oficinas en Londres, Nueva York, Kuala Lumpur y Bombay) indicó que sus suscriptores se habían duplicado y que el número de películas vistas por los usuarios se había triplicado (Erbland, 2020).
- GagaOOLala, la primera plataforma de streaming de vídeo OTT centrada en LGBT en Asia, lanzó su servicio global en mayo de 2020. Funcionó especialmente bien en su mercado interno del sur y sudeste asiático, debido a la restricción de las actividades al aire libre y la falta de competidores a nivel regional (Mia, 2020).
- Bilibili, un sitio web chino de intercambio de vídeos cuya temática gira en torno a los animes, los cómics y los juegos, vio crecer en un 70 % interanual su número de usuarios activos mensuales en el primer trimestre de 2020, con un crecimiento interanual del 134 % de los usuarios de pago (Yi guan cai jing 异观财经, 2020).

- El servicio de streaming especializado en documentales francés TënK vio cómo el número de suscriptores subía un 33 % durante los dos primeros meses de confinamiento en Francia, más allá de su bajo umbral de rentabilidad de 10 000 suscriptores (Ferro, 2020).

Si bien la proyección de cine convencional se ha visto muy afectada por el cierre total o la reducción de la capacidad de los cines, los festivales de cine de todo el mundo – pilar de las películas independientes y especializadas – también han tenido que hacer frente a esta situación. Una nueva investigación llevada a cabo por BOP Consulting para este informe muestra que, lamentablemente, de los **60 festivales internacionales de cine principales de todo el mundo** (véase el Apéndice 1), **se canceló casi uno de cada cuatro (24 %)**. Con una nota más positiva, el 59 % de los festivales que no se cancelaron pudieron adaptar sus programas para organizar un programa híbrido in situ y digital, o un programa completamente digital.<sup>19</sup>

**Gráfico 8 LA SUERTE DE LOS PRINCIPALES FESTIVALES DE CINE INTERNACIONALES PROGRAMADOS PARA 2020**



Fuente: BOP Consulting (2021).

No obstante, la digitalización sigue planteando la cuestión de la diversidad de contenidos y la igualdad de acceso a estos, mientras siga persistiendo la brecha digital.<sup>20</sup> Se pueden encontrar ejemplos de innovación en los modelos de negocio para la adaptación al entorno digital en diferentes ramas de las industrias culturales y creativas, así como en diferentes regiones, incluyendo África, que es la región con menor uso de Internet (28 %) (UIT, 2019). A continuación, exponemos una serie de miniestudios de caso que ofrecen una edificante variedad de posibles enfoques.

19 Los 60 festivales internacionales de cine incluyen 46 festivales acreditados por la FIAPF (Fédération Internationale des Associations de Producteurs de Films – la Federación Internacional de Asociaciones de Productores Cinematográficos), y otros grandes festivales de cine de todo el mundo que fueron seleccionados en función de sus niveles de asistencia y de su condición de festival calificado por la Academia de Hollywood.

20 Según el informe *Measuring digital development: Facts and figures 2019* (Evaluación del desarrollo digital: hechos y cifras de 2019) de la Unión Internacional de Telecomunicaciones, unos 4 100 millones de personas están ahora en línea, pero en los países en desarrollo el uso de Internet por parte de las mujeres se está quedando atrás. La UIT calcula que más de la mitad de la población femenina mundial total (52 %) sigue sin utilizar Internet, en comparación con el 42 % de hombres.

## 4.2 INNOVACIÓN DIGITAL EN LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS

A modo de conclusión, la serie de miniestudios de caso que se presentan a continuación ofrece un panorama de los modelos digitales innovadores que han surgido en cuatro ámbitos culturales distintos.

### MUSEOS

A medida que la pandemia de COVID-19 continúa propagándose, los museos y sitios patrimoniales de todos los continentes permanecen cerrados o reciben a muchos menos visitantes y de orígenes geográficos menos diversos. Y puesto que, probablemente, los viajes entre países seguirán siendo limitados en 2021, las visitas virtuales, exposiciones digitales, podcasts especiales e incluso videojuegos están surgiendo como soluciones alternativas para descubrir el patrimonio. Si bien los profesionales del sector están de acuerdo en que lo digital no puede sustituir a las visitas tradicionales a los sitios, también apuntan a cómo puede ofrecer nuevos beneficios complementarios.

En todo el mundo, los principales museos nacionales y sitios patrimoniales, incluyendo el **Museo Metropolitano de Arte de Nueva York**, el **Front Palace en Bangkok** y el **Museo Nacional de Arte Moderno y Contemporáneo de Seúl**, por nombrar algunos, ya habían comenzado a realizar recorridos virtuales mucho antes de la pandemia, pero sus equipos de comunicación ahora están trabajando duro para alentar al público a probarlos. A menudo elaboradas a través de plataformas como Verizon y Google Art and Culture, las colecciones digitales proporcionan unas experiencias de aprendizaje muy diferentes. Los objetos se pueden observar con un detalle impresionante, imposible de lograr incluso a través de una visita real al museo, y pequeños cuestionarios emergentes involucran a los usuarios para que aprendan activamente sobre colecciones y culturas.

Fuente: Wilson (2020).





El Municipio de Bolonia, Italia, en colaboración con un grupo de museos que incluye el Museo Cívico Medieval, la Institución de Museos de Bolonia y el Museo Palazzo Poggi, ha creado un videojuego llamado **“WunderBO”**. El juego anima al público a explorar el patrimonio cultural de Bolonia de una manera lúdica y creativa y a convertirse a la larga en promotores del propio patrimonio cultural de Bolonia. Mientras juegan, los usuarios se embarcan en un viaje virtual construido a través de rompecabezas, hechos curiosos, objetos ocultos y descubrimientos del Museo Medieval y el Museo del Palazzo Poggi. El objetivo final del juego es crear un “Wunderkammer”, un gabinete de curiosidades, nombre dado a los primeros museos. Mientras los jugadores tratan de crear estos gabinetes de curiosidades, guiados por tres personalidades históricas conocidas del pasado de Bolonia, descubren piezas clave de las colecciones visitando los dos museos y desbloqueando los contenidos perdidos con realidad aumentada. Los usuarios también pueden conectarse con otros jugadores y compartir su progreso a través de las redes sociales, compartiendo así con sus seguidores parte del patrimonio cultural y la historia de Bolonia. Cofinanciado por Horizonte 2020 de la Comisión Europea, WunderBO es ahora un ejemplo de referencia para el patrimonio digital.

Fuentes: Web oficial de WunderBO: <https://www.wunderbo.it>, y de Incredibol (el proyecto de innovación creativa de Bolonia): <https://www.incredibol.net/en/cose-incredibol/>

En los Estados Árabes del Golfo, las hermanas emiratíes Manar y Sharifah Alhinai lanzaron **The Khaleeji Art Museum**, una experiencia de museo digital que presenta a visitantes de todo el mundo a artistas de la región, con especial atención prestada a artistas femeninas. El museo, que presta especial atención al género, también está administrado y las exposiciones están producidas por un equipo compuesto completamente por mujeres árabes para aumentar en la región la participación de las mujeres en las artes.

Testigos de la creciente popularidad de las exposiciones digitales, Manar y Sharifah decidieron desarrollar una experiencia museística totalmente digital, en lugar de física. Esto significa que se puede acceder al museo a nivel mundial y, en línea con su misión, llegar a un público de todas las áreas geográficas. También significaba que el museo podía constituirse mucho más rápidamente y en el momento oportuno, respondiendo así a las necesidades apremiantes. Por ejemplo, su primera exposición virtual, *Khaleejis in the Time of Corona* (Los jaliyis en tiempos de corona), muestra a artistas y fotógrafos que comparten a través de su arte su experiencia de la crisis de COVID-19, la cuarentena y la “nueva normalidad”, para arrojar luz sobre la vida de los jaliyis (los que son de los Estados Árabes del Golfo) durante la pandemia.

Fuente: Web oficial de Khaleejiartmuseum: <https://khaleejiartmuseum.com/>



## ARTES ESCÉNICAS, MÚSICA Y DANZA

La prohibición de las reuniones en grandes grupos y las medidas de distanciamiento social ha supuesto el aplazamiento de un gran número de actuaciones públicas, actuaciones en vivo y desfiles culturales desde que comenzó la pandemia. Sin embargo, las organizaciones culturales de todo el mundo han estado trabajando las 24 horas del día para seguir llevando vida y expresión creativa a los hogares de las personas a través de formas digitales alternativas.

En medio de la variedad de opciones digitales, el streaming en vivo de contenido especial está resultando popular en teatros, óperas y salas de conciertos. En América Latina, el **Municipal de Santiago - Ópera Nacional de Chile** y el **Teatro Colón** de Buenos Aires han lanzado unos programas de transmisión en vivo particularmente exitosos, bajo el liderazgo de sus primeras directoras, Carmen Gloria y María Victoria. El **Municipal de Santiago** ha creado "**Municipal Delivery**", en el marco del cual se transmiten, hasta cuatro veces a la semana, actuaciones en directo, charlas y talleres. El Teatro Colón puso en marcha el programa "**CulturaEnCasa**", una serie de actuaciones en vivo transmitidas todos los domingos por la noche. En junio de 2020, *Municipal Delivery* ya había celebrado 27 eventos virtuales en directo, a los que asistieron más de 260 000 personas, mientras que *CulturaenCasa* había alcanzado más de 1,5 millones de visualizaciones. Si bien reconocen las limitaciones de estas actuaciones en streaming digital, las directoras de los dos teatros reconocen que estos programas especiales podrían eventualmente conducir a resultados positivos, entre los cuales el fin de las barreras geográficas y la diversificación del público.

Fuente: Ortega (2020).



En otros lugares, los productores y artistas han estado pensando mucho en cómo recrear mejor la sensación del “en vivo” para grabar y transmitir eventos. La plataforma de vídeo de **Les Ballets de Montecarlo** ofrece al público la oportunidad de ver espectáculos utilizando tecnología de cámara multivista. Esto fue desarrollado originalmente para la difusión deportiva y permite a los espectadores controlar lo que ven, ofreciéndoles una mayor participación y permitiéndoles centrarse en los detalles que les interesan. Del mismo modo, en la República de Corea, dos de las mayores empresas de medios y de tecnología del país se han asociado para crear “**Beyond LIVE**”. Este es un servicio de streaming y de conciertos en línea que ofrece la representación personalizada en tiempo real, tamaño natural y duración completa, de espectáculos en estadios en los que no hay público en persona. Combina la actuación en vivo y la producción escénica tradicional con tecnología avanzada de realidad aumentada, gráficos 3D en tiempo real, comunicación interactiva a través de videollamadas en vivo entre artistas y fans, y la capacidad de sincronizar las barras luminosas virtuales y las ovaciones de todos los fans de todas partes del mundo con el concierto en vivo en tiempo real. En octubre, un espectáculo de BTS (la banda de K-Pop más popular del mundo) vendió más de 900 000 entradas de pago para fans de más de 190 países.

Fuente: Cappelle (2021).

Por supuesto, no todos los artistas pueden tocar en estadios y otras plataformas digitales han sido creadas para atender a artistas musicales con un menor número de seguidores. Un ejemplo es la recién lanzada **Unitive** de Japón, una aplicación directa al público diseñada precisamente para apoyar a los músicos durante la pandemia. El modelo de Unitive es sencillo: los artistas pueden crear su propia comunidad virtual y luego transmitir directamente sus actuaciones al público que se une a su comunidad. Tanto los artistas como los usuarios pagan una cantidad fija al mes para acceder al servicio, y los artistas ganan un porcentaje de la tarifa pagada por cada usuario que está suscrito a su comunidad, asegurando así un ingreso mensual estable y manteniendo el contacto con el público a través de flujos de contenido constantes. La plataforma registró 100 comunidades virtuales sólo dos meses después de su lanzamiento y está creciendo rápidamente. El modelo de Unitive es similar al de **Patreon**, otra plataforma directa al público nacida en Estados Unidos. Patreon ya estaba ganando terreno antes de la pandemia, pero desde marzo de 2020 la plataforma ha sido testigo de un rápido aumento del número de artistas que llegan a su público. Si bien está claro que estas plataformas han logrado alcanzar un impulso particular debido a la incapacidad de los artistas para actuar en recintos, también podría significar el comienzo de un nuevo y largo capítulo en el compromiso entre artistas y público.

Fuente: Imahashi (2020).



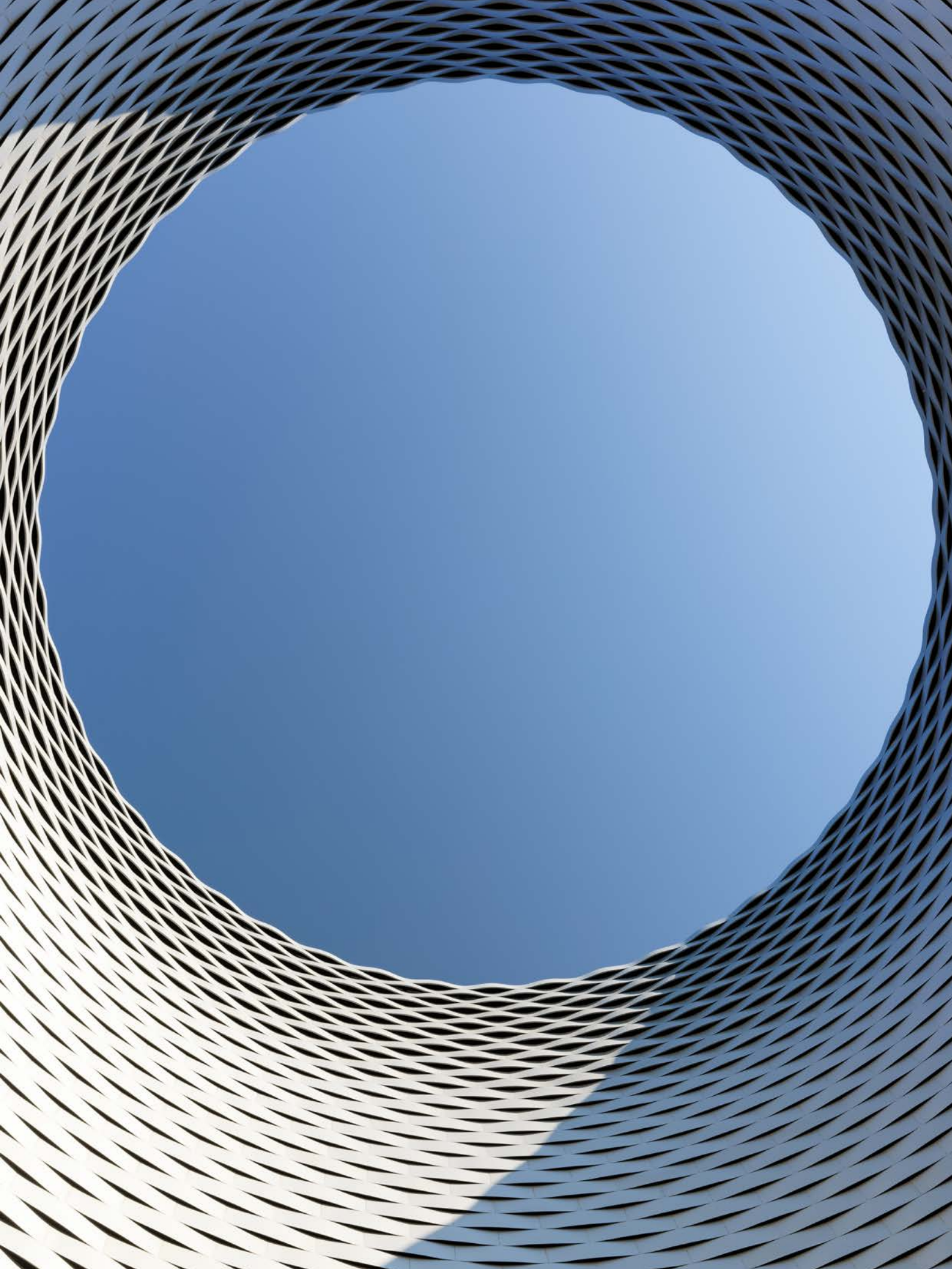
## ARTES VISUALES Y ARTESANÍAS

Dependiente en gran parte de grandes eventos, ferias, bienales y visitas a galerías, el mercado internacional del arte visual y la artesanía se vio duramente golpeado por la pandemia, pero rápidamente se pasó al mundo digital para compensar el golpe y aumentar la resiliencia. Como resultado, el sector se está transformando rápidamente: las redes sociales se sitúan ahora como el tercer canal de ventas más importante del sector, por delante de las ferias. Según los conocedores, estas tendencias no son solo respuestas temporales a la pandemia, sino que realmente tienen la intención de quedarse como formas complementarias efectivas de profundizar, de manera novedosa, el interés y la interacción en el sector y de mantener el contacto entre el arte y los amantes del diseño activo durante todo el año.

En **Hong Kong, Art Basel**, adelantó el lanzamiento de sus salas de exposición en línea para apoyar a las galerías y artistas que debían presentarse en Art Basel Hong Kong 2020. En total, participaron 235 expositores, mostrando más de 2 000 obras. Los organizadores comentaron que esta edición inaugural fue un verdadero “salto de fe” tanto para Art Basel como para sus expositores, pero que gracias a este salto no solo se logró reunir a galerías, coleccionistas y artistas durante esta época de distanciamiento social, sino que, además, se pudieron mostrar las obras que debían exponerse en Art Basel Hong Kong a un público mundial de más de 250 000 visitantes. Después de haber creado más salas de exposición en línea para ferias de arte posteriores, Art Basel está ahora empezando a cobrar la entrada para las salas de exposición en línea, creando así un nuevo modelo de negocio digital para ferias de arte.

Fuentes: Dawson (2020); y Art Basel, Online Viewing Rooms: ‘Art Basel has paved the way for what’s to come’ (Art Basel ha allanado el camino para lo que está por venir): <https://www.artbasel.com/stories/online-viewing-rooms-roundup>





**Kanazawa, Ciudad Creativa de la UNESCO** situada en Japón, es mundialmente famosa por sus artesanías tradicionales, incluyendo el característico “Kinpaku”, la hoja de oro ornamental que se utiliza para una amplia gama de artesanías, kimonos y comida, así como para decorar templos, santuarios, altares budistas e instrumentos. Más allá de la hoja de oro, los artesanos de Kanazawa también están especializados en cerámicas específicas, laca, tintura de tejidos, trabajo de los metales, artesanías de bambú y de madera, muñecas japonesas, papel y cristalería. La ciudad es ahora un destino turístico floreciente y estos fabricantes suelen mostrar su artesanía en los mercados locales durante todo el año, además de contar con el Museo de Artesanía local y varias ferias de artesanía. Para ayudar a los artistas manuales locales a superar las dificultades provocadas por las restricciones de la COVID-19 en cuanto a las actividades físicas, la ciudad lanzó una exposición especial de artesanía digital. La exposición y el sitio web, disponible en cinco idiomas, incluyendo el inglés, el francés y el chino, se están actualizando gradualmente con imágenes de obras de arte, los perfiles personales y tiendas de los artistas, e información sobre exposiciones individuales. Además de mostrar fotos de artesanías tradicionales de Kanazawa, la exposición digital presenta una amplia gama de vídeos que presentan a los artistas, artesanos y comisarios, que explican técnicas y procesos artesanales raramente vistos.

Fuentes: Web de Kanazawa: <https://visitkanazawa.jp/news/?p=1692>, y la Exposición de Artesanía Digital de Kanazawa: <https://kanazawa-dkogeicom/en/>.

En Uganda, la **Bienal de Arte de Kampala**, una muestra bianual de arte contemporáneo de África, se asoció con desarrolladores web, pensadores creativos, expertos en 3D, diseñadores de juegos y artistas digitales para crear una nueva forma multisensorial de vivir una Bienal en un espacio virtual. A través de salas de chat y seminarios web, el equipo también permitió la interacción con los artistas y un intercambio entre el público participante. Esta bienal virtual se está convirtiendo ahora en un archivo virtual y seguirá siendo accesible más allá de las fechas originales de la exposición, lo que permitirá a personas de todo el mundo seguir descubriendo la feria panafricana.

Fuente: Web oficial de la Bienal de Arte de Kampala: <http://kampalabiennale.org/>



## LIBROS

Con el auge de los libros electrónicos y las plataformas digitales comerciales, las librerías y bibliotecas independientes se enfrentan desde hace mucho tiempo a grandes desafíos. Sin embargo, las restricciones impuestas por los confinamientos los han exacerbado hasta tal punto que han desencadenado fuertes reacciones en el subsector, lo que puede conducir a nuevos modelos y cambios positivos a medio y largo plazo.

En los Estados Unidos y en el Reino Unido, **Bookshop.org**, la plataforma en línea lanzada para salvaguardar a la comunidad literaria independiente, está en pleno auge. Aclamada por las librerías independientes como “revolucionaria”, Bookshop.org permite a las tiendas independientes crear su propio escaparate virtual en su web. Los pedidos se pueden realizar a través de la plataforma, que gestiona tanto el servicio al cliente como el envío, y, con todo, las tiendas reciben el margen de beneficio completo de cada venta, o sea el treinta por ciento del precio de venta. Según el fundador Andy Hunter, la pandemia ciertamente catalizó la rápida aceptación de Bookshop, que despegó exponencialmente, pasando de poco más de 250 librerías a más de 1 000 en un año, generando más de 11,5 millones de dólares para librerías independientes en todo Estados Unidos. Lo que parece claro para Hunter es que la pandemia ha suscitado en la gente el deseo de apoyar a las tiendas independientes, incluidas las librerías. A raíz de las peticiones explícitas de clientes y librerías independientes británicas, Bookshop también se ha lanzado en el Reino Unido, con planes posteriores para expandirse a diferentes partes del mundo.

Fuente: Flood (2020b).

SHAKESPEARE AND COMPANY

SHAKESPEARE AND COMPANY



City Lights Books

SECOND HAND BOOKS  
PRICES ON FRONT PANEL

Snow's Fall  
WILSON  
MAYNARD  
A Man on the Moon  
Black Eye on America  
BRYANT CLAY



ARIS  
LINE  
Punks

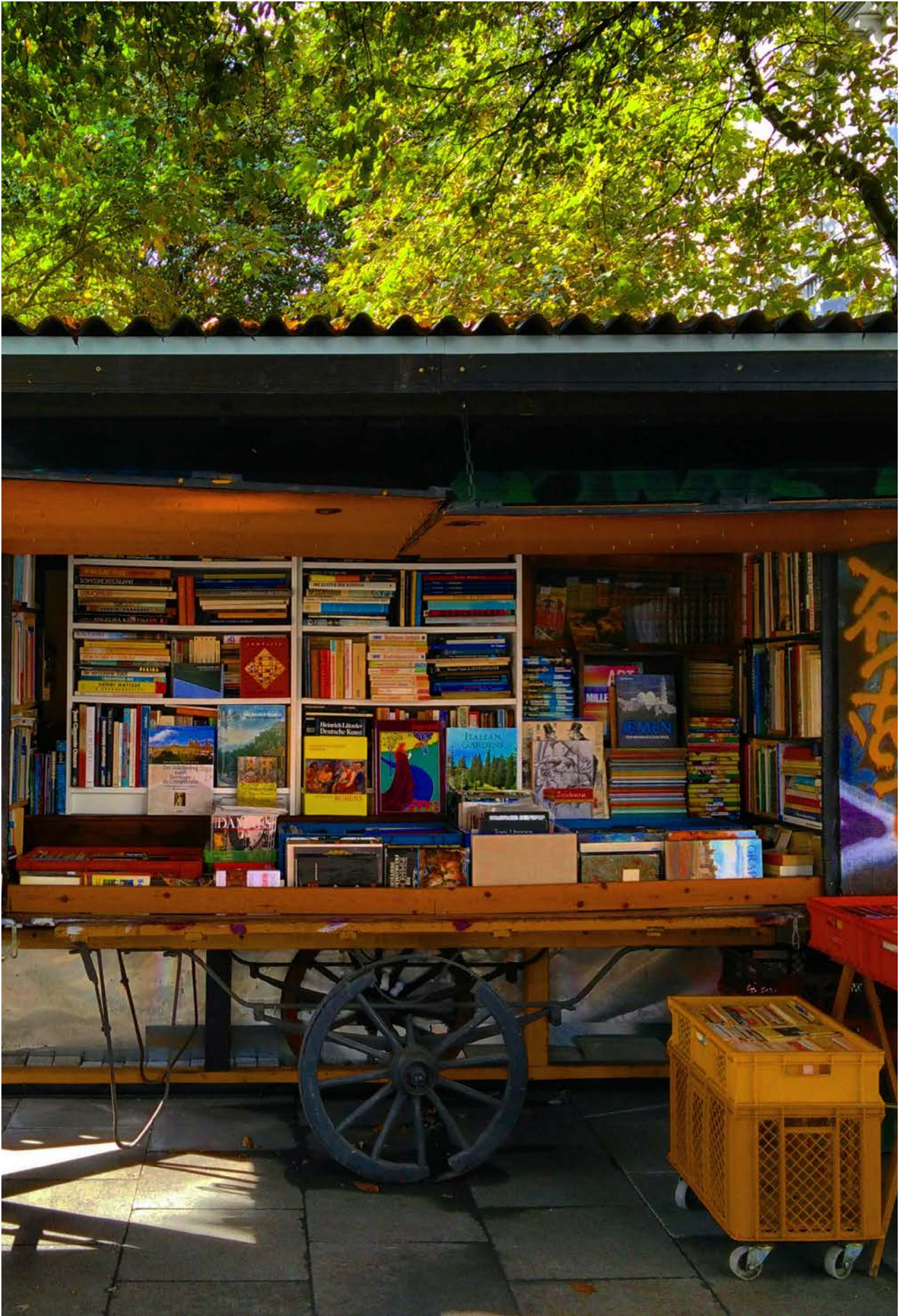


Mientras tanto, en París, Francia, la icónica librería inglesa **Shakespeare and Company** lanzó un nuevo programa de miembros durante la pandemia que ofrece una selección de libros y la posibilidad de participar en clubes de lectura, entre otros beneficios. Abierta desde 1922, Shakespeare and Company tiene una larga historia de promoción y apoyo de la literatura anglosajona en Europa continental y en el resto del mundo. La librería ya estaba atravesando grandes dificultades antes de la COVID-19, pero el confinamiento amenazó seriamente su supervivencia. Conscientes del importante papel de las librerías en el fomento de la lectura, los encuentros de personas y la creación de comunidades, los dueños decidieron poner a prueba su capacidad de reunir a la gente por medios digitales, así como mejorar su catálogo en línea y la venta en línea. Gracias a suscriptores de todas partes del mundo, el programa ha sido hasta el momento todo un éxito y, desde entonces, otras librerías independientes han lanzado a su vez sus programas de miembros.

Fuente: Flood (2020a).

Las bibliotecas también están cambiando la manera en que abordan la interacción con el público. En Nairobi, Kenia, **Book Bunk**, una empresa de repercusión social que trabaja para restaurar algunas de las bibliotecas públicas icónicas de Nairobi, se está centrando plenamente en introducir la tecnología en todas las bibliotecas de la ciudad, desde el control de acceso hasta la gestión de las colecciones, pasando por los catálogos en línea, así como en la capacitación en habilidades digitales para bibliotecarios y usuarios de bibliotecas. La ampliación al mundo digital siempre había sido una parte importante del programa de Book Bunk, pero desde el brote de la pandemia, la digitalización se ha convertido en una prioridad absoluta y el proceso se está llevando a cabo de una manera más rápida y centrada.

Fuente: Heva Funds (2020).



## APÉNDICE 1: NOTAS TÉCNICAS

### MÉTODO PARA DEFINIR LA FUERZA LABORAL DE LAS ICC UTILIZANDO LOS DATOS DE LINKEDIN

Hay varias maneras en que los usuarios se pueden clasificar dentro de LinkedIn. En primer lugar, LinkedIn tiene 148 códigos por actividad económica para clasificar la economía cuya función es la misma que la clasificación por actividades económicas en las estadísticas gubernamentales. La mayoría de las industrias culturales y creativas están bien cubiertas por estos códigos.

Así pues, utilizamos los códigos por actividad económica de LinkedIn para aplicar la definición de la UNESCO del sector cultural tal como figura en el Marco de Estadísticas Culturales de 2009. Se definieron cinco de los seis ámbitos culturales mediante los siguientes códigos por actividad económica de LinkedIn:

- Actuaciones y celebraciones: artes escénicas, música;
- Artes visuales y artesanías: bellas artes, artes y artesanías, fotografía;
- Libros y prensa: publicación, bibliotecas, escritura y edición, periódicos;
- Audiovisual: medios de radiodifusión, cine y largometrajes, videojuegos, Internet, medios en línea, producción de medios;
- Diseño y servicios creativos: moda y confección, diseño gráfico, diseño, marketing y publicidad, arquitectura y planificación.

La única excepción a este proceso fue "Patrimonio cultural y natural". El único código por actividad económica de LinkedIn que podía asignarse exclusivamente a este ámbito era "Museos e instituciones". Sin embargo, este ámbito cubre una gama mucho más amplia de actividades que simplemente los museos, como casas históricas, sitios y otras atracciones patrimoniales, zoológicos, acuarios y jardines botánicos. Después de algunas investigaciones, quedó claro que gran parte de esta actividad en LinkedIn estaba contenida en el muy amplio código por actividad económica "Ocio, viajes y turismo", que contiene un gran número de trabajadores en todo el mundo.

Por este motivo, para el patrimonio cultural y natural, se decidió emplear el código por actividad de LinkedIn "Museos" y, a continuación, completarlo con dos búsquedas en el código por actividad "Ocio, viajes y turismo".

Esta primera búsqueda se basó en las competencias correspondientes al ámbito, identificadas por los usuarios de LinkedIn:

- Competencias: conversación, interpretación, exposiciones, conservación, archivo, educación / aprendizaje, experiencia del visitante, ciencias, zoología / biología, botánica / horticultura.



Como esta búsqueda no sería capaz de identificar a los trabajadores del patrimonio cultural y natural que trabajan en puestos más genéricos (por ejemplo, personas en marketing, finanzas, gestión, IT, seguridad, etc.), se realizó una segunda búsqueda para identificar a los trabajadores del patrimonio cultural y natural por organización/temas, identificados por los usuarios de LinkedIn.

- Organizaciones / temas: museos, galerías, zoológicos, acuarios, jardines botánicos, edificios históricos (casas, palacios, castillos / fuertes, sitios de culto), sitios históricos / ruinas.

A continuación, se hizo una limpieza en las búsquedas para asegurarse de que los trabajadores no estaban siendo contados dos veces a través de estas dos búsquedas.

Esta metodología en tres partes para definir el patrimonio cultural y natural se contrastó de forma lógica con los datos del mercado laboral del patrimonio cultural en el Reino Unido obtenidos de la Oficina de Estadísticas Nacionales (ONS, por sus siglas en inglés) del Reino Unido. Las cifras resultantes de LinkedIn para el Reino Unido fueron ampliamente comparables con las cifras de la ONS, lo que sugiere que el método refleja adecuadamente a los trabajadores en este ámbito.<sup>21</sup>

## **MÉTODO PARA CALCULAR UNA ESTIMACIÓN MUNDIAL DEL IMPACTO ECONÓMICO DE LA COVID-19 EN LAS ICC**

En el grupo de países para los cuales disponemos de datos del VAB y del PIB nacional de las ICC, las pérdidas en el VAB de las ICC fueron por lo general, sobre una base media ponderada, más de cuatro veces mayores que las pérdidas del PIB nacional. [Un promedio ponderado significa que el cálculo otorga peso a los cambios porcentuales dentro de los países de acuerdo con el tamaño proporcional de sus sectores de ICC. Para evitar además que las grandes caídas porcentuales dentro de los países pequeños distorsionen nuestro cálculo a nivel mundial, hemos aplicado este cálculo medio ponderado únicamente a los países de nuestra muestra con un valor nominal del PIB superior a 200 000 millones de dólares (es decir, los 20 países del Gráfico 4)].

Al obtener una estimación de las pérdidas mundiales en el VAB de las ICC, suponemos que se mantiene en general esta relación entre las pérdidas en las ICC y las pérdidas en el PIB nacional. Esto parece razonable dado que nuestra muestra incluye siete de las diez economías más grandes del mundo, así como la segunda economía más grande de África, y que representa, en su conjunto, el 61 % de la economía mundial.

Esta relación de pérdidas puede aplicarse al valor de la proporción del PIB nacional correspondiente a las ICC. Los datos sobre la proporción del PIB nacional correspondiente a las ICC en los 20 países se han extraído de fuentes secundarias, principalmente la OCDE y Eurostat. El valor de estas proporciones puede calcularse aplicando la proporción al valor nominal del PIB de los países (datos obtenidos del Banco Mundial). Una estimación del impacto global de la COVID-19 en el VAB de las ICC en 2020 puede calcularse asumiendo que la misma relación de pérdidas entre el VAB de las ICC y el PIB nacional observada en los 20 países en el Gráfico 4, es válida para todos los países para los que el valor nominal del VAB de las ICC pueda calcularse de estas fuentes secundarias (es decir, 152 países).

21 El Reino Unido tiene una penetración muy alta de usuarios de LinkedIn en comparación con la fuerza laboral nacional, por lo que es un buen país para utilizar como "prueba" para validar el método. Claramente, el método descrito anteriormente para cada ámbito sigue teniendo la limitación de que se basa en primer lugar en usuarios que están registrados en LinkedIn.

## ¿CÓMO SE COMPARA ESTO CON OTRAS ESTIMACIONES DE IMPACTO DIRECTO?

Dos de los estudios que se examinaron durante la evaluación de las pruebas nos ayudaron a contextualizar aún más la contracción de 750 000 millones de dólares que obtuvimos mediante el método descrito anteriormente.

El informe Olsberg SPI sobre la industria audiovisual, *Global Screen Production – The Impact of Film and Television Production on Economic Recovery from COVID-19 (La producción audiovisual global – El impacto de la producción cinematográfica y televisiva en la recuperación económica después de la COVID-19)* (2020), calcula que los ingresos directos totales del sector cayeron en 62 000 millones de dólares en el primer semestre de 2020. En ausencia de datos para la segunda mitad del año, y sin tener en cuenta algunas reaperturas esporádicas de los establecimientos, las pérdidas equivalentes durante el segundo semestre de 2020 supondrían una contracción anual de 124 000 millones de dólares en las industrias audiovisuales a nivel mundial. No hay que entender que esto implique que las industrias audiovisuales contribuyeron con el 17 % de la pérdida global del VAB de las ICC en 2020,<sup>22</sup> ya que la cifra de 124 000 millones de dólares de las industrias audiovisuales se refiere a los ingresos y no al VAB (que siempre es inferior a los ingresos). Sin embargo, tal caída global en los ingresos directos de las industrias audiovisuales nos ayuda a considerar la verosimilitud de una caída de 750 000 millones de dólares en el VAB global de todas las ICC en su conjunto.

Del mismo modo, un informe del Centro de Excelencia para las Industrias Culturales y Creativas del Gobierno Federal alemán (2020) produjo estimaciones económicas nacionales basadas en diferentes escenarios de COVID-19. En un escenario medio, las ICC habrían experimentado “pérdidas de facturación de aproximadamente 21 700 millones de euros o el 12,7 por ciento de su facturación anual” a finales de 2020, y “39 800 millones de euros o casi el 23 por ciento de la facturación anual” en un escenario más grave. Como Alemania representa aproximadamente el 3,5 % del PIB mundial, las pérdidas de ingresos estimadas para las industrias culturales y creativas alemanas están en consonancia con una contracción mundial estimada de 750 000 millones de dólares, ya que representarían entre el 3 % y el 6 % de la pérdida global (dependiendo del escenario).

## MUESTRA DE EVENTOS CULTURALES Y DE INDUSTRIAS CREATIVAS EXAMINADOS PARA EVALUAR LAS PERTURBACIONES SUFRIDAS

**Bienales y eventos artísticos:** Bienal de Arte de Bangkok, Bienal de São Paulo, DAKART, Bienal de Gwangju, Bienal Internacional de Casablanca, Bienal de Estambul, Bienal de Arte de Kampala, Bienal de Kochi-Muziris, Manifesta, Bienal Internacional de Arte Contemporáneo de Riga, Bienal de Shanghái, Bienal de Sídney, Bienal de Singapur.

**Ferias del libro y festivales:** Taipei International Book Exhibition (TIBE), Salon du Livre de Genève, 30ª Feria Internacional del Libro de Abu Dabi, la Feria del Libro de París “LivreParis”, Feria del Libro de Madrid, Feria del Libro Infantil de Bolonia, Feria del Libro de Londres, Feria Internacional del Libro de Nigeria, Festival Internacional del Libro de Edimburgo, Feria Internacional del Libro de Ghana, Feria Internacional del Libro de Moscú, Feria del Libro de Fráncfort, Feria Internacional del Libro de Sharjah.

22 124 000 millones de dólares equivalen aproximadamente al 17 % de 750 000 millones de dólares.

**Festivales internacionales de cine:** Festival Internacional de Cine de Berlín\*, Festival de Cine de las Noches Negras, Festival Internacional de Cine de Busan\*, Festival Internacional de Cine de El Cairo\*, Festival Internacional de Cine de Cartagena\*, Festival de Cine de Cartago, Cinedays (Skopje)\*, CPH:DOX, DocAviv Festival Internacional de Cine Documental, Festival Internacional de Cine de Durban, Festival de Cine El Gouna, Festival Internacional de Cine de Eurasia (Astana)\*, Festival de Cannes\*, Festival de Cine Global Dominicano\*, Festival de Cine de Locarno\*, FilmFestival Kitzbühel\*, Festival Internacional de Cine de Gijón\*, Festival Internacional de Cine de Guadalajara, Festival Internacional de Cine de Guanajuato, Festival Internacional de Cine de Hong Kong, Festival Internacional de Cine Documental de Canadá Hot Docs, Festival Internacional de Cine de Antalya\*, Festival Internacional de Cine de la India (Goa)\*, Festival Internacional de Cine de Kerala (Trivandrum)\*, Festival Internacional de Cine de Róterdam, Festival Internacional de Cine de Estambul, Festival de Cine de Jerusalén, Festival Internacional de Cine de Karlovy Vary\*, Festival Internacional de Cine de Calcuta\*, Festival Internacional de Cine de Kiev Molodist\*, Listapad Minsk International Film Festival\*\*, Festival Internacional de Cine de Mar del Plata\*, Festival Internacional de Cine de Melbourne, Festival Internacional de Cine de Morelia, Festival Internacional de Cine de Moscú\*, MOTELX- Festival Internacional de Cine de Terror de Lisboa\*, Festival de Cine de Bombay\*, Festival Internacional de Cine de Namur\*, Noir in Festival (Como, Milán)\*, Festival Internacional de Cine de San Sebastián\*, Festival de Cine de Sarajevo, Festival Internacional de Cine de Shanghái\*, Festival Internacional de Cine de Singapur, Festival Internacional de Cine Fantástico de Sitges de Cataluña\*, Festival Internacional de Cine de Sofía\*, South by Southwest, Festival Internacional de Cine de Estocolmo\*, Festival de Cine de Sundance, Festival de Cine de Sídney\*, Festival de Premios Caballo de Oro de Cine de Taipéi, Festival Internacional de Cine de Tirana, Festival Internacional de Cine de Tokio\*, Festival de Cine de Turín\*, Festival Internacional de Cine de Toronto\*, Festival Internacional de Cine de Transilvania\*, Festival de Cine de Tribeca, Festival Internacional de Cine de Valencia, Cinema Jove\*, Festival Internacional de Cine de Venecia\*, Festival de Cine de Varsovia\*, Festival Internacional de Cine Documental de Yamagata.

\* festival de cine acreditado por la FIAPF.

**Semanas y eventos de diseño:** DesignTO Festival, Oslo Design Fair, Brafa Art Fair, Madrid Design Festival, Stockholm Design Week, Bogotá Design Festival, ClFF Guangzhou, Fuorisalone, Boston Design Week, Design REYKJAVIK, Design Shanghai, Design Miami/ Basel, Paris Design Week, Salone del Mobile, Helsinki Design Week, London Design Festival, Vienna Design Week, Venice Design Week, EDIT Napoli 2021, Dubai Design Week, ICFF, Design Miami / Podium 2020, Seoul Design Festival.

## APÉNDICE 2: BIBLIOGRAFÍA

\* Indica los estudios que se incluyeron en la revisión final de 54 fuentes.

- Aburumann, A. 2020. COVID-19 impact and survival strategy in business tourism market: the example of the UAE MICE industry (Estrategia de impacto y supervivencia de la COVID-19 en el mercado del turismo de negocios: el ejemplo de la industria de turismo RICE de los Emiratos Árabes Unidos). *Humanities and Social Sciences Communications*, Vol. 7, No. 141. <https://www.nature.com/articles/s41599-020-00630-8> (Consultado en enero de 2021).
- \*Accenture. 2020. *L'impact de la crise du Covid-19 sur les secteurs culturels* (El impacto de la crisis de la COVID-19 en los sectores culturales). Ministerio de Cultura de Francia. [https://www.culture.gouv.fr/Sites-thematiques/Etudes-et-statistiques/Publications/Collections-de-synthese/Culture-chiffres-2007-2021/L-impact-de-la-crise-du-Covid-19-sur-les-secteurs-culturels#:~:text=L'impact%20de%20la%20crise%20du%20Covid%2D19%20se%20traduira,l'architecture%20\(%2D28%20%25\)](https://www.culture.gouv.fr/Sites-thematiques/Etudes-et-statistiques/Publications/Collections-de-synthese/Culture-chiffres-2007-2021/L-impact-de-la-crise-du-Covid-19-sur-les-secteurs-culturels#:~:text=L'impact%20de%20la%20crise%20du%20Covid%2D19%20se%20traduira,l'architecture%20(%2D28%20%25)). (Consultado en diciembre de 2020).
- \*\*Alliance France Design. 2020. *L'impact du Covid-19 sur l'activité économique des designers* (El impacto de Covid-19 en la actividad económica de los diseñadores). <http://www.alliance-francaise-des-designers.org/media/47962/L-impact-du-Covid-19-sur-l-activite-economique-des-designers---V2.pdf> (Consultado en diciembre de 2020).
- Al-Said, N. 2020. *The Impact of COVID-19 on the Protection of Cultural Heritage* (El impacto de la COVID-19 en la protección del patrimonio cultural). IFPI Global Observatory. <https://theglobalobservatory.org/2020/06/impact-covid-19-on-protection-of-cultural-heritage/> (Consultado en enero de 2021).
- \*Americans for the Arts. 2020. *Covid-19's Impact on the Arts* (Impacto de la COVID-19 en las artes), 11 de enero de 2020. <https://www.americansforthearts.org/by-topic/disaster-preparedness/the-economic-impact-of-coronavirus-on-the-arts-and-culture-sector> (Consultado en diciembre de 2020).
- \*Art Economics y Art Basel. 2020. *The Impact of COVID-19 on the Gallery Sector* (El impacto de la COVID-19 en el sector de la galería). (Consultado en diciembre de 2020).
- \*Asociación de la Industria del Arte de Taipei. 2020. *The Impact on Covid-19 on visual arts industry in Taiwan* (El impacto de la COVID-19 en la industria de las artes visuales en Taiwán). <https://reurl.cc/qdN9jE> (Consultado en diciembre de 2020).
- \*Association des Métiers de la Musique. 2020. *Culture et COVID-19: quelles solutions?* (Cultura y COVID-19: ¿qué soluciones?) <https://www.musicinafrica.net/sites/default/files/attachments/article/202005/enqueteams.pdf> (Consultado en diciembre de 2020).
- \*Australian Bureau of Statistics. 2020. *Business Indicators, Business Impacts of COVID-19* (Indicadores empresariales, impactos empresariales de la COVID-19). Australian Bureau of Statistics, 27 de mayo. <https://www.abs.gov.au/statistics/economy/businessindicators/business-indicators-business-impacts-covid-19/latest-releasehttps://www.abs.gov.au/statistics/economy/businessindicators/business-indicators-business-impacts-covid-19/latest-release> (Consultado en diciembre de 2020).
- \*BOP Consulting. 2020. *a-n The Artists Information Company COVID-19 impact survey* (Encuesta de impacto de la COVID-19 de The Artists Information Company). <https://static.a-n.co.uk/wp-content/uploads/2020/04/Covid-19-impact-survey-2020.pdf> (Consultado en diciembre de 2020).
- Breisinger, C., Abdel Latif, A., Raouf, M. y Wiebelt, M. 2020. *Economic impact of COVID-19 on tourism and remittances: Insights from Egypt* (Impacto económico de la COVID-19 en el turismo y las remesas: percepciones desde Egipto). COVID-19 and Global Food Security. Swinnen, J. y McDermott, J. (eds). <https://ebrary.ifpri.org/digital/collection/p15738coll2/id/133827> (Consultado en enero de 2021).
- \*British Council 2020. *Taking the Temperature Report 2, The Deepening Impact of Covid-19 on India's Creative Economy* (2º Informe de valoración: el impacto cada vez más profundo de la COVID-19 en la economía creativa de la India) (Consultado en diciembre de 2020).
- \*Bundesverband der Konzert und Veranstaltungswirtschaft. 2020. *Musikwirtschaft in Deutschland - 2020* (La industria musical en Alemania - 2020). DIW Econ GmbH. [https://diw-econ.de/wp-content/uploads/Musikwirtschaftsstudie\\_2020\\_ds\\_DIW\\_Econ.pdf](https://diw-econ.de/wp-content/uploads/Musikwirtschaftsstudie_2020_ds_DIW_Econ.pdf) (Consultado en diciembre de 2020).
- Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana. 2020. *Boletín Semanal, Venta de Libros continúa a la baja*. (Consultado en enero de 2021).
- Cappelle, L. 2021. *Is multi-view streaming the future for the performing arts?* (¿Es el streaming multivista el futuro para las artes escénicas?). *The Financial Times*, 19 de enero. <https://www.ft.com/content/ff5d568c-0338-46ec-bd56-43ac2590deb0> (Consultado en enero de 2021).
- \*Cendana. 2021. *COVID-19 Impact to the Arts Report* (Informe sobre el impacto de COVID-19 en las artes). [https://www.cendana.com/my/clients/Cendana\\_78A7CADC-1C4A-44E8-A815-E2B4C1D11FE0/contentms/img/COVID/covidreport-29may2020.pdf](https://www.cendana.com/my/clients/Cendana_78A7CADC-1C4A-44E8-A815-E2B4C1D11FE0/contentms/img/COVID/covidreport-29may2020.pdf) (Consultado en diciembre de 2020).
- Centro de Desenvolvimento e Planejamento Regional da Faculdade de Ciências Econômicas (Centro de Desarrollo y Planificación Regional de la Facultad de Ciencias Económicas). 2020. Nota Técnica: Efeitos da Covid-19 na Economia da Cultura no Brasil' (Nota técnica: efectos de la COVID-19 en la economía de la cultura en Brasil). Universidade Federal de Minas Gerais. (Consultado en enero de 2021).
- Conor, B. 2021. *Género y creatividad: progresos al borde del abismo*. París, UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000037513> (Consultado en marzo de 2021).
- Consejo Internacional de Museos (ICOM). 2020. *Museums, museum professionals and COVID-19* (Museos, profesionales de los museos y COVID-19). París, ICOM. <https://icom.museum/wp-content/uploads/2020/05/Report-Museums-and-COVID-19.pdf> (Consultado en diciembre de 2020).
- \*DATAsim: Semana Internacional Musica (2020). 2020. *Impact of Covid 19 on the Music Industry in Brazil* (Impacto de la COVID 19 en la industria musical en Brasil), abril de 2020. (Consultado en enero de 2021).
- Dawson, A. 2020. *Social media replaces fairs for gallery art sales* (Las redes sociales sustituyen a las ferias para la venta de arte de galería). *The Art Newspaper*, 21 de enero de 2021. <https://www.theartnewspaper.com/news/social-media-replaces-fairs-for-gallery-art-sales> (Consultado en enero de 2021).
- Devnath, A. 2020. *European Retailers Scrap \$1.5 Billion of Bangladesh Orders* (Los minoristas europeos desechan 1 500 millones de dólares de pedidos de Bangladesh). *Bloomberg*, 23 de marzo. <https://www.bloomberg.com/news/articles/2020-03-23/europe-retailers-cancel-1-billion-of-bangladesh-garment-orders> (Consultado en diciembre de 2020).
- Erbland, K. 2020. *Watch Out, Netflix, Smaller Streaming Platforms Are Reporting Growth in Fraught Times* (Cuidado, Netflix, plataformas de streaming más pequeñas están creciendo en tiempos difíciles). *IndieWire*, 12 de junio. <https://www.indiewire.com/2020/06/smallerstreaming-platform-growth-1202236836/> (Consultado en enero de 2021).
- Espiner, T. 2020. *Covid-19: Nintendo profits triple as games boom continues* (COVID-19: los beneficios de Nintendo se triplican a medida que el auge de los videojuegos continúa). *BBC News*, 5 de noviembre. <https://www.bbc.co.uk/news/business-54813841> (Consultado en enero de 2021).

- \* Estadísticas de Finlandia. 2020. *Performing arts heavily hit by corona crisis*. Statistics Finland (Las artes escénicas se ven muy afectadas por la crisis del coronavirus. Estadísticas de Finlandia), 30 de septiembre. <https://www.stat.fi/uutinen/performing-arts-heavily-hit-by-corona-crisis> (Consultado en diciembre de 2020).
- Euromonitor Consulting. 2020. *Future Watch: Update on Consumer Trends and Lifestyles in Japan and South Korea in light of the Covid-19 Pandemic* (Observación futura: actualización sobre tendencias y estilos de vida de los consumidores en Japón y Corea del Sur a la luz de la pandemia de COVID-19). [https://www.marketopportunities.fi/4a8542/siteassets/market-opportunities/futurewatch\\_consumer-trends-and-lifestyles-in-japan-and-s-korea-in-light-of-the-covid-19-pandemic.pdf](https://www.marketopportunities.fi/4a8542/siteassets/market-opportunities/futurewatch_consumer-trends-and-lifestyles-in-japan-and-s-korea-in-light-of-the-covid-19-pandemic.pdf) (Consultado en enero de 2021).
- \*European Festival Association. 2020. Survey: Festivals' needs and commitments (Encuesta: Necesidades y compromisos de los festivales). [https://www.efa-aef.eu/media/10870-report\\_covid19\\_survey\\_festivals\\_needs\\_and\\_commitments.pdf](https://www.efa-aef.eu/media/10870-report_covid19_survey_festivals_needs_and_commitments.pdf) (Consultado en diciembre de 2020).
- \*EY. 2021. *La reconstrucción de Europa: la economía de la cultura y la creatividad antes y después de la COVID-19*, GESAC (Agrupación Europea de Sociedades de Autores y Compositores). <https://bit.ly/3jp8SPF> (Consultado en enero de 2021).
- \*EY. 2020a. Informe sector moda en España. [https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/es\\_es/news/2020/04/ey-informe-sector-moda-en-espana-covid-19.pdf](https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/es_es/news/2020/04/ey-informe-sector-moda-en-espana-covid-19.pdf) (Consultado en diciembre de 2020).
- \*EY. 2020b. *Settore Moda e Covid-19 Scenario, impatti, prospettive* (Panorama del sector de la moda y COVID-19: impactos y perspectivas). [https://www.cdp.it/sitointernet/page/it/settore\\_moda\\_e\\_covid19\\_scenario\\_impatti\\_e\\_prospettive?contentId=TNK30267](https://www.cdp.it/sitointernet/page/it/settore_moda_e_covid19_scenario_impatti_e_prospettive?contentId=TNK30267) (Consultado en diciembre de 2020).
- EY. 2015. EY (2015) *Tiempos de cultura - El primer mapa mundial de las Industrias Culturales y Creativas*. CISAC. (consultado en diciembre de 2020).
- Farveen, F. 2020. *Indonesian streaming platform Vidio records 225% growth amid COVID-19* (La plataforma de streaming indonesia Vidio registra un crecimiento del 225 % en medio de la COVID-19). Marketing, 23 de abril. <https://www.marketing-interactive.com/indonesian-streaming-platform-vidio-records-225-growth-amid-covid-19> (Consultado en enero de 2021).
- \*Federación estatal de asociaciones de empresas de teatro y danza. 2020. *Impacto Económico del Covi-19 en El Sector de Las Artes Escénicas*. <http://www.artemad.com/wp-content/uploads/2020/04/2020.04.02-Informe-econ%C3%B3mico-COVID-19-FAETEDA.pdf> (Consultado en diciembre de 2020).
- \*Federal Government's Centre of Excellence for the Cultural and Creative Industries. 2020a. *COVID-19 Impact on the Cultural and Creative Industries in Germany* (El impacto de la COVID-19 en las industrias culturales y creativas en Alemania). [https://kreativ-bund.de/wp-content/uploads/2020/05/Short\\_paper\\_Impact\\_Report\\_COVID\\_191.pdf](https://kreativ-bund.de/wp-content/uploads/2020/05/Short_paper_Impact_Report_COVID_191.pdf) (Consultado en diciembre de 2020).
- \*Federal Government's Centre of Excellence for the Cultural and Creative Industries. 2020b. *COVID-19 Impact on the Cultural and Creative Industries in Germany: Economic Effects in a Scenario Analysis - Ongoing Report* (El impacto de la COVID-19 en las industrias culturales y creativas en Alemania: efectos económicos en un análisis de escenarios - Informe en curso) (Consultado en diciembre de 2020).
- Ferro, N. 2020. Avec le confinement, Tènk, la plateforme ardéchoise de films documentaires enregistre un nombre record d'abonnés (Con el confinamiento, Tènk, la plataforma basada en Ardèche de documentales, registra un número récord de suscriptores). *franceinfo, 10 de mayo*. <https://france3-regions.francetvinfo.fr/auvergne-rhone-alpes/ardeche/confinement-tenk-plateforme-ardechoise-films-documentaires-enregistre-nombre-record-abonnes-1826926.html> (Consultado en enero de 2021).
- Flood, A. 2020a. *Legendary Paris bookshop Shakespeare and Company begs for help in pandemic* (La legendaria librería parisina Shakespeare and Company pide ayuda durante la pandemia). *The Guardian*, 28 de octubre. <https://www.theguardian.com/books/2020/oct/28/legendary-paris-bookshop-shakespeare-and-company-begs-for-help-in-pandemic> (Consultado el 28 de enero de 2021).
- Flood, A. 2020b. *This is revolutionary: new online bookshop unites indies to rival Amazon* (Revolucionario: una nueva librería en línea reúne a las librerías independientes para rivalizar con Amazon). *The Guardian*, 2 de noviembre. <https://www.theguardian.com/books/2020/nov/02/this-is-revolutionary-new-online-bookshop-unites-indies-to-rival-amazon> (Consultado el 28 de enero de 2021).
- \*Florida, R. y Seman, M. 2020. *Lost art: Measuring Covid-19's devastating impact on America's creative economy* (Arte perdido: medir el devastador impacto de la COVID-19 en la economía creativa de Estados Unidos). Brookings Institute. <https://www.brookings.edu/research/lost-art-measuring-covid-19s-devastating-impact-on-americas-creative-economy/> (Consultado en diciembre de 2020).
- Gomez Carlier, N., Powell, S., El-Halawani, M., Dixon, M. y Weber, A. 2020. *COVID-19 transforms art therapy services in the Arabian Gulf* (La COVID-19 transforma los servicios de terapia artística en el Golfo Pérsico). *International Journal of Art Therapy*, Vol. 25, No. 4. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/17454832.2020.1845759> (Consultado en diciembre de 2020).
- Gutiérrez, V. 2020. *Cines pierden 13,631 millones de pesos por Covid-19*. *Forbes, 1 de diciembre*. <https://www.forbes.com.mx/negocios-cines-pierden-13631-mdp-covid-19/> (Consultado en diciembre de 2020).
- \*HEVA Funds. 2020. *Covid 19 Resilience, Creative Industry Options and Strategies* (COVID-19: resiliencia, opciones y estrategias de la industria creativa). (Consultado en diciembre de 2020).
- House of Commons Digital, Culture, Media and Sport Committee. 2020. *Impact of COVID-19 on DCMS sectors: First Report* (Impacto de la COVID-19 en los sectores de la Comisión de Asuntos Digitales, Cultura, Medios de Comunicación y Deporte) <https://committees.parliament.uk/publications/2022/documents/19516/default/> (Consultado en diciembre de 2020).
- \*Hutton, G. 2020. *Arts and Culture Industries: Economic Contribution and COVID-19* (Industrias de las artes y la cultura: contribución económica y COVID-19). Cámara de los Comunes del Reino Unido. (Consultado en diciembre de 2020).
- IABM. 2020. *Charting the Uncharted: Plotting the course for the Media Technology Industry* (Explorando lo inexplorado: Trazando el curso para la industria de la tecnología de medios). Informe especial de IABM. <https://theiabm.org/news/iabm-release-special-report-charting-the-uncharted/> (Consultado en enero de 2021).
- Organización Internacional del Trabajo (OIT) 2020. *COVID-19 and the Media and Culture Sector* (COVID-19 y los sectores culturales y de medios). Resumen sectorial de la OIT, julio de 2020. Ginebra, OIT. (Consultado en diciembre de 2020).
- \*I lost my gig AU. 2020. *I lost my gig Australia* (Perdí mi actuación Australia) [https://musercontent.com/634a26f00faa8093c1e7363d2/files/1522cd7e-74eb-45cd-b366-cb67182ea271/ILMG\\_SURVEYSUMMARY\\_20May.pdf](https://musercontent.com/634a26f00faa8093c1e7363d2/files/1522cd7e-74eb-45cd-b366-cb67182ea271/ILMG_SURVEYSUMMARY_20May.pdf) (Consultado en enero de 2021).
- \*I lost my gig SG. Ongoing. *I lost my gig Singapore* (Perdí mi actuación Singapur). <https://ilostmygig.sg/> (Consultado en enero de 2021).
- \*I lost my gig CA. 2020. *I lost my gig Canada* (Perdí mi actuación Canadá). <https://ilostmygig.ca/> (Consultado en enero de 2021).
- \*I lost my gig JP. Ongoing. *I lost my gig Japan* (Perdí mi actuación Japón). <https://ilostmygig.jp/> (Consultado en enero de 2021).
- Imahashi, R. 2020. *Japan's music industry explores music concerts to cure virus blues* (La industria musical japonesa explora conciertos musicales para curar el blues provocado por el virus). *Nikkei Asia*, 7 de junio. <https://asia.nikkei.com/Business/Media-Entertainment/Japan-s-music-industry-explores-online-concerts-to-cure-virus-blues> (Consultado en enero de 2021).

- \*Independent Cinema Office. 2020. *The Impact of COVID-19 on the Exhibition Industry* (El impacto de la COVID-19 en la industria de la proyección). (Consultado en diciembre de 2020).
- \*Infometrics. 2020. *Impact of COVID-19 on the Arts and Creative Sector* (COVID-19 y los sectores creativos y artísticos). Ministerio de Cultura y Patrimonio de Nueva Zelanda. (Consultado en diciembre de 2020).
- \*Institute for Advanced Studies. 2020. *Abschätzung der wirtschaftlichen Folgen des Ausbruchs des neuartigen Coronavirus (SARS-CoV-2) - Policy briefing* (Evaluación del impacto económico del nuevo brote de coronavirus (SARS-CoV-2) - Informe de políticas). Viena, Institute for Advanced Studies. <https://irihs.ihs.ac.at/id/eprint/5309/1/ihs-policy-brief-2020-czypionka-schnabl-et-al-wirtschaftlichefolgen-coronavirus-update-2020-04-28.pdf> (Consultado en diciembre de 2020).
- Johnson, C. 2020. How coronavirus might have changed TV viewing habits for good (Cómo el Coronavirus puede haber cambiado los hábitos de visualización de la televisión para siempre). *The Conversation*, 11 de noviembre. <https://theconversation.com/how-coronavirus-might-have-changed-tv-viewing-habits-for-good-new-research-146040> (Consultado en enero de 2021).
- Kafka, P. 2020. It took a pandemic to change the movie business (Se necesitó una pandemia para cambiar el negocio del cine). *Vox*, 19 de noviembre. <https://www.vox.com/recode/21575382/wonder-woman-1984-hbo-max-pandemic-theater-home> (Consultado en enero de 2021).
- \*La Fondazione Centro Studi Doc. 2020. *Coronavirus e mondo dello spettacolo: una stima sull'impatto economico* (Coronavirus y el mundo del espectáculo: evaluación del impacto económico). (Consultado en diciembre de 2020).
- Madgavkar, A., Krishnan, M., White, O., Mahajan, D., y Azcue, X. 2021. *COVID-19 and gender equality: Countering the regressive effects* (COVID-19 e igualdad de género: contrarrestar los efectos regresivos). McKinsey Global Institute, 15 de julio. <https://www.mckinsey.com/featured-insights/future-of-work/covid-19-and-gender-equality-countering-the-regressive-effects> (Consultado en marzo de 2021).
- McQuinn, K., O'Toole, C., Allen-Coghlan, M. and Coffey, C. 2020. Quarterly Economic Commentary, Autumn 2020 (Comentario económico trimestral, Otoño 2020). Economic and Social Research Institute. [https://www.esri.ie/system/files/publications/QEC2020AUT\\_0.pdf](https://www.esri.ie/system/files/publications/QEC2020AUT_0.pdf) (Consultado en diciembre de 2020).
- \*MERCOSUR, UNESCO, BID, SEGIB y OEI. (Próximamente en 2021). *Evaluación del impacto de la COVID-19 en las industrias culturales y creativas de América del Sur y Central*.
- Mia. 2020. GagaOOLala: 同志作為一種分眾市場, 是最好的國際語言. INSIDE, 1 de julio. <https://www.inside.com.tw/feature/ott/20198-gagaoolala> (Consultado en enero de 2021).
- \*National Bureau of Statistics of China. 2020b. *The operating income of cultural industry and related enterprises dropped by 0.6% nationwide (2020 Q1-3)* (Los ingresos de explotación de las empresas de la industria cultural y empresas afines cayeron un 0,6% en todo el país (2020 T1-3)). [http://www.stats.gov.cn/tjsj/zxfb/202010/t20201030\\_1797140.html](http://www.stats.gov.cn/tjsj/zxfb/202010/t20201030_1797140.html) (Consultado en diciembre de 2020).
- \*National Endowment for the Arts. 2020. Taking Note: COVID-19 Arts Watch—Federal Data Update (Tomando nota: COVID-19 Arts Watch—Actualización de datos federales). *National Endowment for the Arts*, 11 de junio. <https://www.arts.gov/stories/blog/2020-takingnote-covid-19-arts-watch-federal-data-update> (Consultado en diciembre de 2020).
- \*Nzeza Bunketi Buse, R. 2020. *La créativité au cœur de la diversité. Impact économique de la COVID-19 sur le secteur culturel et créatif en République Démocratique du Congo* (La creatividad en el corazón de la diversidad. Impacto económico de la COVID-19 en el sector cultural y creativo en la República Democrática del Congo). [https://www.academia.edu/43530046/Impact\\_%C3%A9conomique\\_COVID\\_19\\_sur\\_le\\_secteur\\_culturel\\_et\\_cr%C3%A9atif\\_en\\_RDC](https://www.academia.edu/43530046/Impact_%C3%A9conomique_COVID_19_sur_le_secteur_culturel_et_cr%C3%A9atif_en_RDC) (Consultado en diciembre de 2020).
- \*Observatorio Cultural de Sudáfrica. 2020. *Study on the impact on Covid-19 on the live music sector in South Africa* (Estudio sobre el impacto de la COVID-19 en el sector de la música en vivo en Sudáfrica).
- \*OBEC (Observatorio de Economía Creativa de Bahía). 2020. *Impact of Covid 19 on the Creative Economy* (El impacto de la COVID-19 en la economía creativa). <http://www.obec.ufba.br/wp-content/uploads/2020/09/RELAT%C3%93RIO-FINALImpactos-da-Covid-19-na-Economia-Criativa-OBEC-BAcompressed.pdf> (Consultado en diciembre de 2020).
- \*Observatorio de la economía creativa. 2020. *Impactos da Covid19 na economia criativa resultados preliminares* (Resultados preliminares de Covid19 sobre la economía creativa). [https://ufrb.edu.br/proext/images/covid19/boletim/BOLETIM1\\_RESULTADOS\\_PRELIMINARES\\_Impactos\\_da\\_Covid-19\\_na\\_Economia\\_Criativa.pdf](https://ufrb.edu.br/proext/images/covid19/boletim/BOLETIM1_RESULTADOS_PRELIMINARES_Impactos_da_Covid-19_na_Economia_Criativa.pdf) (Consultado en diciembre de 2020).
- \*Observatorio Vasco de la Culture. 2020. *Impacto de la Covid-19 en el sector cultural de la CAE*. [https://www.kultura.ejgv.euskadi.eus/contenidos/informacion/keb\\_covid\\_eragina\\_kutursektore/es\\_def/adjuntos/impacto-covid-19-sectorcultural-cae.pdf](https://www.kultura.ejgv.euskadi.eus/contenidos/informacion/keb_covid_eragina_kutursektore/es_def/adjuntos/impacto-covid-19-sectorcultural-cae.pdf) (Consultado en diciembre de 2020).
- \*OCDE. 2020. *Culture Shock: COVID-19 and the cultural and creative sectors* (Choque cultural: COVID-19 y los sectores culturales y creativos). <http://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/culture-shock-covid-19-and-the-cultural-and-creative-sectors-08da9e0e/> (Consultado en diciembre de 2020).
- \*Olsberg SPI. 2020. *Global Screen Production - The Impact of Film and Television Production on Economic Recovery from COVID-19* (La producción audiovisual mundial - El impacto de la producción cinematográfica y televisiva en la recuperación económica después de la COVID-19). <https://www.o-spi.co.uk/wp-content/uploads/2020/06/Global-Screen-Production-and-COVID-19-Economic-Recovery-Final-2020-06-25.pdf> (Consultado en diciembre de 2020).
- ONU Mujeres. 2020. *From Insights to Action: Gender Equality in the Wake of Covid-19* (De la visión a la acción: la igualdad de género a raíz de la COVID-19). Nueva York, ONU Mujeres. (Consultado en enero de 2021).
- Ortega, A. 2020. *Scenes of Resilience: How Theatres Drive Culture during the Pandemic* (Escenas de resiliencia: cómo los teatros impulsan la cultura durante la pandemia). Banco Interamericano de Desarrollo, en: <https://www.iadb.org/en/improvinglives/scenes-resilience-how-theaters-drive-culture-during-pandemic> (Consultado en enero de 2021).
- \*Owen, G., O'Brien, D. and Taylor M. 2020. *A jobs crisis in the cultural and creative industries* (Una crisis de empleo en las industrias culturales y creativas). PEC & the Centre for Cultural Value's Covid-19 research project, University of Sheffield. <https://www.pec.ac.uk/blog/how-covid-19-is-impacting-the-culturalsector-with-the-loss-of-55-000-jobs-in-the-arts> (Consultado en diciembre de 2020).
- \*Oxford Economics. 2020. *The Projected Economic Impact of Covid-19 on the UK Creative Industries* (El impacto económico proyectado de la COVID-19 en las industrias creativas del Reino Unido). <https://www.oxfordeconomics.com/recent-releases/The-Projected-Economic-Impact-of-COVID-19-on-the-UK-Creative-Industries> (Consultado en diciembre de 2020).

- \*Pitlik, H., Fritz, O., y Streicher G. 2020. *Ökonomische Bedeutung der Kulturwirtschaft und ihre Betroffenheit in der COVID-19-Krise* (Importancia económica de las industrias culturales y repercusiones de la crisis de COVID-19). Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung. [http://www.uni-mozarteum.at/files/pdf/alumni/Kulturwirtschaft\\_Covid\\_WIFO.pdf](http://www.uni-mozarteum.at/files/pdf/alumni/Kulturwirtschaft_Covid_WIFO.pdf) (Consultado en diciembre de 2020).
- Pogorel, G. y Preta, A. 2020. *Convergence in media and telecom in the face of COVID-19: Europe in a Transatlantic and International Perspective* (Convergencia en medios de comunicación y telecomunicaciones frente a la COVID-19: Europa desde una perspectiva transatlántica e internacional). European Issues, No.559. Documento orientativo de la Fundación Robert Schuman. (Consultado en enero de 2021).
- \*Promoting Creative Industries (PCI). 2020. *Corona - Pandemie: sie trifft die Kultur und Kreativwirtschaft in drei wellen* (La pandemia del coronavirus golpea a las industrias culturales y creativas en tres oleadas). [https://www.mfg.de/ffiles-mfg/user\\_upload/20200408\\_Auswertung\\_Corona\\_Kreativwirtschaft.pdf](https://www.mfg.de/ffiles-mfg/user_upload/20200408_Auswertung_Corona_Kreativwirtschaft.pdf) (Consultado en diciembre de 2020).
- \*Red de Organización Europea de Museos (NEMO). 2020. *Survey on the Impact of the COVID-19 Situation on Museums in Europe* (Encuesta sobre el impacto de la situación de la COVID-19 en los museos de Europa) (Consultado en diciembre de 2020).
- \*Research and Markets. 2020. *Global Book Publishers Market 2020-2030: COVID-19 Impact and Recovery* (El mercado mundial de editores de libros 2020-2030: impacto de la COVID-19 y recuperación). <https://www.businesswire.com/news/home/20200525005203/en/Global-Book-Publishers-Market-2020-2030-COVID-19-Impact-and-Recovery--ResearchAndMarkets.com> (Consultado en diciembre de 2020).
- \*Rinke Treuhand GmbH and rmc medien+kreativ consult GmbH. 2020. *Wirtschaftliche Auswirkungen der Covid-19- Pandemie auf die Kinowirtschaft im Jahr 2020* (Impacto económico de la pandemia de COVID-19 en la economía del cine en 2020) (Consultado en diciembre de 2020).
- \*Saravia, E., Rodríguez, L.I., y García de los Ríos, C. 2020. *Estudio de caracterización del empleo cultural y creativo en Panamá durante la pandemia Covid-19*. Ministerio de Cultura de Panamá, UE, UNESCO. (Consultado en diciembre de 2020).
- \*SDA Bocconi. 2020. *The Impact of Covid 19 on the Performing Arts Sector* (El impacto de la COVID-19 en el sector de las artes escénicas). <https://www.sdabocconi.it/upl/entities/attachment/REPORT.pdf> (Consultado en diciembre de 2020).
- Shahidi, T. 2020. *Lockdown-led push for OTT platforms set to carry on into 2021* (El impulso de las plataformas OTT, alentado por el confinamiento, continuará en 2021). Mint, 16 de diciembre. <https://www.livemint.com/industry/media/lockdown-led-push-for-ott-platforms-set-to-carry-on-into-2021-11608102539208.html> (Consultado en enero de 2021).
- Sina Finance 新浪财经. 2020. *爱奇艺发布Q1财报: 总营收76亿超预期 会员收入与数量大幅增长*, Sina Finance, 19 de mayo. <https://finance.sina.cn/usstock/mggd/2020-05-19/detail-iircuyvi3812577.d.html> (Consultado en enero de 2021).
- Stassen, M. 2020. *Spotify subs grew by 6m in Q3, but Daniel Ek's company has posted a net loss of over \$500m so far this year* (Los suscriptores de Spotify crecieron 6 millones en el tercer trimestre, pero la compañía de Daniel Ek ha registrado una pérdida neta de más de 500 millones de dólares en lo que va de año). *Music Business Worldwide*, 29 de octubre. <https://www.musicbusinessworldwide.com/spotify-subs-grew-by-6m-in-q3-but-daniel-eks-company-has-posted-a-net-loss-of-over-500m-so-far-this-year/> (Consultado en enero de 2021).
- STRATEGY&. 2021. *Women in work 2021: the impact of COVID-19 on women in work* (Mujeres en el trabajo 2021: el impacto de la COVID-19 en las mujeres en el trabajo). PwC. <https://www.pwc.co.uk/services/economics/insights/women-in-work-index.html> (Consultado en enero de 2021).
- Sweeney, M. 2020. *Lockdown drives UK TV streaming customers to more than 32m* (El confinamiento eleva a más de 32 millones el número de usuarios de streaming en el Reino Unido). *The Guardian*, 27 de diciembre. <https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2020/dec/27/netflix-amazon-and-disney-push-uk-to-more-than-32m-tv-streaming-customers> (Consultado en enero de 2021).
- UIT. 2020. *Measuring Digital Development: Facts and Figures 2019* (Evaluación del desarrollo digital: hechos y cifras de 2019). Ginebra, UIT. <https://dig.watch/updates/measuring-digital-development-facts-and-figures-2019> (Consultado en enero de 2021).
- UNCTAD y PNUD. 2011. *Economía creativa: una opción factible para el desarrollo*. (Consultado en diciembre de 2020).
- UNESCO. 2020a. *Museums Around the World in the Face of COVID-19* (Museos de todo el mundo frente a la COVID-19). París, UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373530> (Consultado en diciembre de 2020).
- UNESCO. 2020b. *Percepção dos Impactos da Covid-19 nos Setores Culturais e Criativos do Brasil* (Percepción de los impactos de la COVID-19 en los sectores culturales y creativos de Brasil). París, UNESCO. (Consultado en diciembre de 2020).
- UNESCO. 2020c. *Respuestas de las Ciudades Creativas de la UNESCO a la COVID-19*. París, UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000374264?posInSet=7&queryId=1f26fc80-270a-4c54-bb11-17e83ea8888b> (Consultado en enero de 2021).
- UNESCO. 2020d. *Cultura en crisis: Guía de políticas para un sector creativo resiliente*. París, UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000374631> (Consultado en diciembre de 2020).
- UNESCO. 2009. *Marco de Estadísticas Culturales de 2009*. Montreal, Instituto de Estadística de la UNESCO. (Consultado en diciembre de 2020).
- \*UNIC. 2020. *Annual report 2020* (Informe anual de 2020). <https://www.unic-cinemas.org/en/news/news-blog/detail/the-impact-of-the-coronavirusoutbreak-on-the-european-cinema-industry/> (Consultado en diciembre de 2020).
- Wen, T温婷. 2020. *“宅”经济电商大数据出炉 在线娱乐消费暴涨*. Shanghai Securities News, 11 de febrero. <https://news.cnstock.com/news/bwxx-202002-4487967.htm> (Consultado en enero de 2021).
- Wilde, T. 2020. *Online gaming surge: Steam breaks concurrent user record amid social distancing mandates* (Oleada de juegos en línea: Steam rompe el récord de usuarios simultáneos en medio de la imposición de medidas de distanciamiento social). *GeekWire*, 16 de marzo. <https://www.geekwire.com/2020/onlinegaming-surge-steam-breaks-concurrent-user-record-amidsocial-distancing-mandates/> (Consultado en enero de 2021).
- Wilson, A. 2020. *10 of the world's best virtual museum and art gallery tours* (10 de las mejores visitas virtuales a museos y galerías de arte del mundo). *The Guardian*, 23 de marzo. <https://www.theguardian.com/travel/2020/mar/23/10-of-the-worlds-best-virtual-museum-and-art-gallery-tours> (Consultado en enero de 2021).
- Yi guan cai jing 异观财经. 2020. *哔哩哔哩: 疫情带来的流量红利消退 经济复苏带动广告收入快速增*. Futubull, 27 de agosto de 2020. <https://news.futunn.com/post/7134802> (Consultado en enero de 2021).
- Zhu, L. 2020. *The psychology behind video games during COVID-19 pandemic: A case study of Animal Crossing: New Horizons* (La psicología detrás de los videojuegos durante la pandemia de COVID-19: estudio de caso de *Animal Crossing: New Horizons*). *Human Behaviour and Emerging Technologies*, Vol. 3, No. 1. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/hbe2.221> (Consultado en enero de 2021).
- Zobaer, A. 2020. *COVID: Bangladesh's textile industry hit hard by pandemic*. (COVID: la industria textil de Bangladesh, duramente golpeada por la pandemia). *Deutsche Welle*, 12 de febrero. <https://www.dw.com/en/covid-bangladeshs-textile-industry-hit-hard-by-pandemic/a-56552114> (Consultado en febrero de 2021).

# **Las industrias culturales y creativas frente a la COVID-19**

## **Panorama del impacto económico**

Las industrias culturales y creativas fueron uno de los primeros sectores en cerrar en respuesta a la pandemia de COVID-19. También serán de los últimos en reabrir. Este informe trata de plasmar la magnitud de la perturbación mundial causada por la propagación del virus. Basándose en un análisis de los estudios realizados en todo el mundo en 2020, examina el impacto económico y las consecuencias de la pandemia en las industrias culturales y creativas y explora las innovaciones digitales que han surgido en respuesta a esta crisis sin precedentes.