2021 Y COVID-19: ANÁLISIS DE IMPACTO

¿CÓMO HA AFECTADO LA PANDEMIA A LAS PREVISIONES DE RECAUDACIONES PARA 2021/2022?

Dieciocho meses después de su comienzo, la crisis de la COVID-19 aún no ha terminado, ni mucho menos, para el sector de la creación. Ahora es evidente que el impacto de la COVID-19 continuará hasta bien entrado 2022, y quizás incluso hasta 2023.

Las medidas de distanciamiento social adoptadas en la mayoría de los países frente a la COVID-19 han tenido un impacto a largo plazo sobre el sector de los eventos en vivo. También han fomentado nuevas prácticas en el ámbito digital, que se han extendido ampliamente y perdurarán tras la pandemia.

Este informe analiza las principales fuentes de ingresos de los creadores, cómo han seguido viéndose afectadas por la crisis en 2021 y cuándo está previsto que se recuperen de la pandemia.

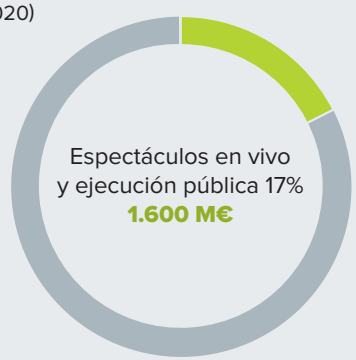
Este estudio de mercado se sustenta en los datos y las aportaciones de las sociedades miembros de la CISAC. No puede reflejar el verdadero impacto de la COVID-19 en millones de creadores individuales, mayoritariamente personas con un bajo nivel de ingresos que dependen de las actuaciones en directo y de las ejecuciones públicas y que han sufrido mucho más de lo que indican los datos generalizados del mercado.

ESPECTÁCULOS EN VIVO Y EJECUCIÓN PÚBLICA

El sector de los espectáculos en vivo y las ejecuciones públicas de obras, que ha generado el 17% del total de ingresos en 2020, es el que más ha sufrido la crisis de la pandemia en todo el mundo. Estas fuentes de ingresos se desplomaron un 45,4%, pasando de 2.900 millones de euros a 1.600 millones en 2020.

Espectáculos en vivo y ejecución pública

parte (%) y valor de las recaudaciones mundiales (2020)



Después de un año asfixiadas por el confinamiento, las salas de espectáculos y de conciertos han comenzado lentamente a reabrir en el segundo trimestre de 2021. Pero el desconfinamiento se ha efectuado a menudo bajo drásticas condiciones, con limitaciones de capacidad o densidad, protocolos de seguimiento y de rastreo, requisitos de tests y certificados de vacunación contra la COVID-19.

Mientras continúe la pandemia, los organizadores tendrán que ofrecer formatos de eventos que cumplan la normativa COVID-19, con estrictas normas de higiene y distanciamiento. Esto constituye un problema, ya que la organización de espectáculos con capacidad limitada no es rentable desde el punto de vista financiero para las salas y los recintos, los productores y los artistas. Por lo tanto, los recintos dependen de que los distintos gobiernos establezcan medidas de apoyo en un plazo razonable, como ventajas fiscales, medidas legislativas y un alivio de la deuda para garantizar su supervivencia.

Los artistas intérpretes o ejecutantes se han visto gravemente afectados por las restricciones de viaje durante 2020 y 2021. La programación de espectáculos a gran escala, que son la principal fuente de derechos musicales para los autores de música, se ha paralizado casi por completo, al menos hasta el tercer trimestre de 2021.

No hay una solución rápida para los organizadores de conciertos y festivales

La esperada recuperación de la crucial temporada de conciertos y festivales de 2021 prácticamente no se ha producido. La mayoría de los grandes festivales se han pospuesto por segundo año consecutivo. Sigue existiendo una gran incertidumbre en torno a la posible prórroga de las restricciones por la pandemia, mientras que buena parte de los promotores de eventos se ven privados de la posibilidad de recurrir a los seguros de cancelación.

Todos los aspectos del sector de los eventos culturales y las exposiciones se han visto afectados. La mayoría de los espectáculos escénicos también tuvieron que cancelar los ensayos, y las salas de teatro han permanecido cerradas. Estos espectáculos se sustituyeron en algunas ocasiones por otros transmitidos en directo, pero los derechos de autor son mínimos en comparación con los que genera la venta de entradas para espectáculos en directo.

Mejores perspectivas para el sector de eventos en vivo en 2022

Uno de los aspectos positivos, es que las encuestas realizadas en 2021 indican que el público está deseoso de volver a

disfrutar de los espectáculos en directo y de la vida cultural. Se prevé un gran aumento de la demanda en 2022, superando los niveles anteriores a la pandemia.

Según una encuesta de MarketCast, realizada en junio de 2021 en Estados Unidos, aproximadamente la mitad de los amantes de la música declaran estar más dispuestos a asistir a eventos musicales en directo que antes de la pandemia. El informe Global Entertainment and Media Outlook de PwC, publicado en septiembre de 2020, estima que la industria mundial de conciertos recaudará 300 millones de dólares más en 2022, comparado con 2019.

En un discurso dirigido a sus accionistas en mayo de 2021, la compañía mundial de eventos en directo, Live Nation Entertainment, anunció que ya se vislumbran signos de una demanda contenida para 2022, donde las entradas para los espectáculos se agotan "más rápido que nunca".

Esta tendencia mundial a querer recuperar el tiempo perdido genera sus propias dificultades, como el reto de programar artistas que compiten para actuar en las mismas fechas en un número limitado de recintos. Ya se han previsto algunas giras incluso en 2024.

Streaming en directo: el consumo supera a los ingresos por ahora

El streaming de eventos en directo ya existía antes de la pandemia, pero sólo estaba dirigido a un público muy limitado. Durante los confinamientos de 2020 y 2021, los eventos virtuales sustituyeron rápidamente a los eventos presenciales cancelados. La mayoría se difundieron de forma casera, con un material de producción limitado, y ofrecidos gratuitamente al espectador.

Un gran número de sociedades han apoyado activamente este tipo de iniciativas proporcionando plataformas adecuadas a sus miembros, o impulsando el reparto de derechos por los espectáculos transmitidos en línea para ayudar a los artistas.

Se espera que el streaming de eventos en directo siga atrayendo audiencia incluso después de la flexibilización de las restricciones para los eventos presenciales.

En 2020, entraron en el mercado nuevos actores junto a grandes nombres como Twitch, Tik Tok y YouTube, y a las redes sociales. Estos han abierto nuevas oportunidades para el streaming en directo, y existen numerosas plataformas que ofrecen la venta de entradas para experiencias que son complementarias a los eventos en vivo, sin sustituirlos.

Nuevos vínculos, nuevos públicos

El streaming de música se ha convertido en un complemento habitual de los espectáculos en directo. Permite una relación directa y personalizada con un público mundial y aumenta las audiencias de los eventos de forma potencialmente ilimitada.

Los derechos pagados a los creadores por el streaming de eventos en directo aún no tienen un impacto significativo en las recaudaciones de las OGC. En ningún caso compensan las pérdidas del sector del directo. Las entradas para el streaming en directo suelen venderse a un precio inferior al de los espectáculos en vivo presenciales y, hasta ahora, sólo algunos grandes espectáculos internacionales han atraído a un público significativo. No obstante, se considera que el potencial es importante.

Comunicación pública: recuperación vacilante

A medida que los locales comerciales y de hostelería han ido reabriendo progresivamente a lo largo de 2021, las OGC han podido garantizar de nuevo ingresos para sus miembros. Los ingresos relativos a la comunicación pública de obras sólo se recuperarán plenamente cuando todos los negocios y locales hayan reabierto a pleno rendimiento. Las tarifas suelen ser proporcionales al número de visitantes o al tamaño del local en cuestión. Por lo tanto, la reapertura con capacidad limitada impide la plena recaudación.

Un gran número de países vivieron un segundo confinamiento a finales de 2020 y principios de 2021. Este cierre repentino de locales, después de una primera reapertura, supuso una nueva interrupción del proceso de facturación y recaudación de las sociedades. Mientras perdure la incertidumbre sobre las medidas sanitarias, la recaudación procedente de la comunicación pública de obras se verá comprometida.

A más largo plazo, una amenaza más grave es el cierre definitivo de algunos negocios, y el tiempo que habrá que esperar antes de que los nuevos propietarios de negocios puedan volver a ocupar los locales. El impacto que esto tendrá sobre los ingresos aún no está claro, ya que la mayoría de las posibles quiebras se han evitado hasta ahora gracias a las ayudas de los gobiernos. Se espera una oleada de quiebras cuando acaben las ayudas, que seguramente afectará más a las cafeterías y restaurantes que a otros sectores.

El declive del turismo golpea con fuerza

En numerosos países que dependen del turismo, negocios como los hoteles y restaurantes representan la principal fuente de ingresos de la comunicación pública. Las restricciones a los viajes, con cancelaciones de vuelos y requisitos más estrictos en las fronteras, han contribuido a este descenso. Según un estudio de la Comisión Europea[1], el turismo cultural representa el 40% de la actividad turística en la Unión Europea.

En 2021, la actividad se ha recuperado lentamente, pero muchas fronteras aún permanecían cerradas total o parcialmente en el tercer trimestre. La incertidumbre sobre las posibles medidas de respuesta sigue ensombreciendo al turismo internacional.

El cine se recupera y compite con el sector digital

Durante la pandemia, las productoras han optado por estrenar sus películas exclusivamente a través de las plataformas OTT. El lanzamiento de las películas más taquilleras, que tradicionalmente son las que atraen a la mayoría de los espectadores, se ha retrasado hasta que las salas de cine puedan volver a abrir sin restricciones. El consiguiente descenso de la recaudación de derechos en las salas de cine podría prolongarse si continúa esta tendencia.

Los rodajes y las producciones han conseguido mantener su calendario, por lo que existe un exceso de estrenos de películas previstos para 2021-2022. En este contexto, las plataformas OTT han resultado ser una buena alternativa para los distribuidores, ya que las salas de cine parcial o totalmente inactivas siguen sin poder absorber la elevada oferta de películas nuevas. ■

1 Eurobarómetro especial 466 "Patrimonio cultural" - Octubre de 2017

DETRÁS DE LAS ESTADÍSTICAS: EL TESTIMONIO DE UN CREADOR

Barcella, cantante y compositor francés

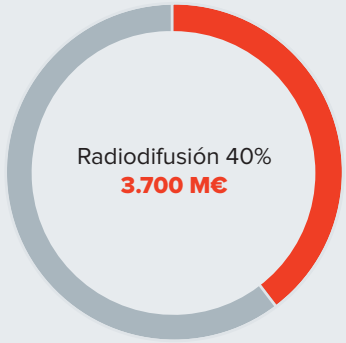
“¿Cómo podemos resumir el impacto de esta pandemia en las personas que se dedican a crear y actuar para el público? La COVID-19 nos ha alejado de nuestro público y de nuestros espectadores, la crisis nos ha privado de nuestros ingresos y ha traído a nuestras vidas aún más dificultades e incertidumbres. Nos ha golpeado tan fuerte que incluso los más emprendedores tuvimos que recurrir al apoyo de nuestras sociedades y del Estado. No estamos hablando de una crisis pasajera –ya dura casi dos años y, para la mayoría de nosotros, el camino hacia la recuperación no es rápido ni fácil. Los recintos y salas de conciertos se enfrentan a un futuro incierto y muchos no saben si serán capaces de sobrevivir. Para los artistas experimentados que se encuentran en el ecuador de su carrera profesional, la situación no es nada buena; pero para el joven artista que acaba de empezar, desprovisto de público, es muchísimo peor”. © Charabia

LA RADIODIFUSIÓN SE ADAPTA A UN PANORAMA CAMBIANTE

El sector de la radiodifusión sigue siendo la mayor fuente de recaudación de derechos a nivel mundial, representando el 40% de las recaudaciones en 2020. La recaudación de TV y radio disminuyó un 4,3%, pasando de 3.900 a 3.700 millones de euros en 2020.

Radiodifusión

parte (%) y valor de las recaudaciones mundiales (2020)



La pandemia ha acelerado la transformación del sector de la TV y radio, convirtiéndose los organismos de radiodifusión en servicios híbridos accesibles a través de múltiples canales (televisión lineal, televisión conectada, Internet, aplicación móvil, etc.).

Esta tendencia ha acentuado la transición al ámbito digital, con la oferta de paquetes por parte de los organismos de radiodifusión que incluyen contenidos «over the top» (OTT) bajo demanda, la posibilidad de volver a ver contenidos en línea o a través de una aplicación, contenidos adicionales exclusivos en las redes sociales, etc.

La radio se ha visto más afectada que la televisión

Las emisoras de radio se han visto más afectadas por la pandemia que las cadenas de televisión. En 2020, las sociedades miembros de la CISAC declararon un descenso medio del 7% en la recaudación de las cadenas de radio, mientras que la televisión sólo disminuyó un 2%. El informe “Music in the Air 2020” de Goldman Sachs estima que, antes de los confinamientos, el 40% de la música se escuchaba en el trabajo o en el coche. No obstante, la demanda de información y entretenimiento sigue siendo sólida y los ingresos por publicidad se han recuperado en 2021. El consumo de radio también se ha trasladado a Internet a través de podcasts, programas grabados disponibles en YouTube y contenidos exclusivos.

La publicidad resiste más de lo esperado

Las cadenas de televisión privadas financiadas con la publicidad generan la mayor parte de sus ingresos mediante la venta de espacios publicitarios. Al comienzo de la pandemia, se temía un descenso duradero de la publicidad con motivo de la crisis económica prolongada. Sin embargo, en general, la publicidad ha resistido mejor de lo esperado. Después de una contracción del 5% del mercado mundial de la publicidad televisiva en 2020, The Business Research Company[2] prevé una recuperación completa para 2023.

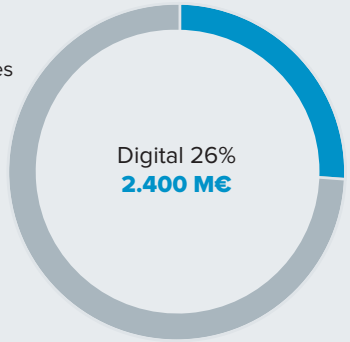
La reprogramación en 2021 de grandes eventos como la Eurocopa de fútbol, el Festival de Eurovisión y los Juegos Olímpicos propició que los anunciantes volvieran a la televisión. A largo plazo, sin embargo, esto no evitará la previsible disminución interanual de la recaudación de las sociedades a los radiodifusores. Es probable que la COVID-19 agrave esta tendencia a largo plazo, mientras que los ingresos digitales de las sociedades están aumentando. ■

2 The Business Research Company “TV Advertising Global Market Report 2021: COVID-19 Impact and Recovery to 2030” – Mayo de 2021

DIGITAL

En 2020, las recaudaciones de derechos digitales alcanzaron los 2.400 millones de euros, lo que supone más de una cuarta parte de todas las recaudaciones. Es probable que este porcentaje disminuya a medida que se recuperen las recaudaciones de la categoría en vivo en 2022.

Digital
parte (%) y valor de las recaudaciones mundiales (2020)



Desde la aparición de la pandemia a principios de 2020, una de las principales repercusiones que ha tenido la crisis para los derechos de autor ha sido la explosión del consumo de contenidos en línea. Este crecimiento ha estado liderado por el VOD y el streaming de audio.

El auge del sector digital no beneficia a todos los creadores por igual. Las sociedades de algunos países declaran que el ámbito digital favorece más a los creadores internacionales que a los locales, mientras que, tradicionalmente, la televisión y el directo ofrecen un lugar prominente a los contenidos nacionales y locales. Las plataformas digitales, y especialmente las grandes plataformas de SVOD, suelen ofrecer una cantidad desproporcionada de contenidos angloamericanos en comparación con el repertorio en idioma local. En 2019, el Observatorio Europeo Audiovisual contabilizó un promedio del 51% de contenidos estadounidenses en las plataformas de SVOD en Europa, frente al 22% de contenidos nacionales.

Streaming de audio

El streaming de música continúa su prolongada tendencia al alza. A finales del segundo trimestre de 2021, Spotify anunció un incremento del 20% de su número de suscriptores Premium en el último año. Pero el mercado está próximo a la saturación en la mayoría de las economías desarrolladas. Hasta ahora, los servicios de streaming de música se han centrado únicamente en aumentar su número de suscriptores. En abril de 2021, Spotify subió sus tarifas para los planes especiales en Europa, y se prevé que otras plataformas sigan su ejemplo.

Vídeo bajo demanda

Los servicios de vídeo bajo demanda por suscripción (SVOD) han experimentado un crecimiento excepcional durante la pandemia. Futuresource informa de un incremento del 34% en las suscripciones a los SVOD en 2020, pero se prevé que este crecimiento se limite al 18% en 2021. Está previsto que este crecimiento se ralentice en los próximos años (véase el análisis, página 38).

Reparto de derechos

Las tendencias de los derechos recaudados por todos los usos influyen en los repartos del año siguiente.

La mayoría de las sociedades no esperan recuperar su nivel de recaudación de 2019 antes de 2022, en el mejor de los casos. Esto significa que los creadores sufrirán un descenso de sus ingresos hasta al menos 2023. Para intentar disminuir su incertidumbre, muchas OGC han acortado el plazo entre la recaudación y el reparto de derechos, aumentando así la frecuencia de repartos durante el año.

El panorama creativo es extraordinariamente diverso, y no todos los creadores están igual de expuestos a los efectos de la pandemia. La multiplicación de los usos en línea de sus obras sólo beneficia a una minoría relativamente pequeña de creadores, mientras que la gran mayoría dependen de los eventos en vivo y, por tanto, han perdido la mayor parte de sus ingresos.

La sociedad francesa SACEM, por ejemplo, señaló que, en su reparto de julio de 2021, más del 50% de sus miembros, que normalmente ganan 3.000 euros o más, sufrieron un descenso de sus ingresos de un 55% en comparación con el año anterior. Además, para las explotaciones digitales, las sumas que corresponden a cada titular de derechos tienden a disminuir, ya que se reparten entre un número cada vez mayor de titulares de derechos. ■

CONCLUSIÓN

Tras un año 2020 que ha sido desastroso para un gran número de creadores, la COVID-19 sigue teniendo un impacto negativo en los ingresos en 2021. El aumento de las recaudaciones de derechos digitales ha amortiguado en parte este descenso. Sin embargo, según la tendencia general, una enorme mayoría de creadores depende de la explotación a nivel local de sus obras, ya sea en los escenarios o en la radio y la televisión. Estos autores no se han visto compensados en absoluto, o apenas, por el aumento de los ingresos digitales.

La reapertura de los espacios culturales aportará una bocanada de aire fresco, tanto al público como a los creadores. Pero estos dos años de lucha han dejado heridas que tardarán muchos años en cicatrizar.