



SOSTENIBILIDAD DE LAS FILM COMMISSIONS

Análisis de medidas medioambientales, sociales y económicas para una producción audiovisual sostenible

MARIO RAJAS¹, IRIA PAZ-GIL¹, MANUEL GÉRTRUDIX¹

¹ Universidad Rey Juan Carlos

PALABRAS CLAVE

*Rodajes sostenibles
Sostenibilidad
Objetivos de Desarrollo
Sostenible (ODS)
Film commissions
Producción cinematográfica
Industria audiovisual
Turismo*

RESUMEN

Las film commissions incorporan directrices de sostenibilidad en la producción de cine y televisión. Como organizaciones que gestionan localizaciones de rodaje y conectan la industria audiovisual con el turismo y el patrimonio cultural, las film commissions ofrecen servicios audiovisuales para producir obras que cumplan con criterios de sostenibilidad en sus tres dimensiones: medioambiental, social y económica. Este estudio analiza los objetivos, indicadores, iniciativas y recursos de las film commissions españolas en materia de desarrollo sostenible. Estas acciones incluyen directrices y recomendaciones, catálogos de buenas prácticas, calculadoras de huella de carbono, acciones formativas, labores de comunicación y difusión y formación para diferentes profesionales del sector audiovisual. Los principales resultados y conclusiones confirman que, a pesar de ciertos avances, es necesario seguir avanzando en materia de legislación, estandarización de criterios de sostenibilidad, apoyo financiero a las producciones sostenibles y, sobre todo, transferencia de conocimientos y habilidades para los profesionales del futuro.

Recibido: 17 / 02 / 2025
Aceptado: 15 / 06 / 2025

1. Introducción

Las localizaciones de películas o series de televisión tienen una finalidad esencial: sirven de escenario para la grabación de las imágenes y sonidos que formarán parte de una producción audiovisual. Sin embargo, no representan solo el espacio físico donde tiene lugar el rodaje, sino que cumplen otras funciones económicas, sociales y medioambientales igualmente fundamentales (Evans et al., 2020; Osácar, 2022).

En primer lugar, las localizaciones cinematográficas generan un importante valor económico para el entorno donde tiene lugar la producción (Roger-Monzó, 2022). El rodaje de una película o serie genera un impacto directo muy relevante en la zona en la que se realiza, tanto para el sector privado (alojamiento, desplazamientos, etc.) como para las instituciones y administraciones públicas implicadas (impuestos, tasas, etc.). La contratación de empresas locales como proveedores de servicios audiovisuales —equipos técnicos de cámara y sonido, construcción de decorados, diseño de vestuario, etc.— o la formación de futuros profesionales de la industria audiovisual a nivel local —cursos, escuelas, etc.— (Victory, 2015) enriquecen una industria que moviliza una cantidad ingente de recursos económicos en un emplazamiento específico.

En segundo lugar, estos entornos naturales que se ofrecen como plató cinematográfico se convierten frecuentemente en destinos turísticos (Martínez Puche & Martínez Puche, 2010). Calles, parques, playas, edificios o incluso enclaves urbanos o rurales enteros (Márquez-Ballesteros et al., 2021) se transforman en lugares icónicos de referencia para los turistas, como si se trataran de museos al aire libre o monumentos históricos. Se potencia así el interés de una localización cinematográfica o televisiva como propuesta de oferta vacacional que incluye visitas culturales o actividades de ocio relacionadas con la película o serie (Huerta-Viso et al., 2024). Los contenidos audiovisuales y los viajes turísticos, en este sentido, comparten una narrativa común: la búsqueda de diversión, evasión y conocimiento (Beeton, 2001; Beeton, 2005).

En tercer lugar, desde una perspectiva sociocultural, una localización determinada puede contribuir a preservar y difundir el patrimonio histórico de ese enclave geográfico del que forma parte: acontecimientos, personalidades, obras de arte, lenguas, costumbres y otros componentes notables de la idiosincrasia de una comunidad particular se difunden por todo el mundo gracias a las obras fílmicas o televisivas que sitúan ese lugar antes desconocido en el mapa internacional (Heitmann, 2010).

Los contenidos audiovisuales crean identidad social, fomentan los lazos comunitarios y construyen poderosas realidades simbólicas que influyen en la percepción de un determinado país o territorio, como en el caso de los contenidos producidos en la India, Corea o Turquía (Croy, 2010). Por ejemplo, el Hollywood primitivo floreció en la segunda década del siglo XX como epicentro de las grandes empresas de la industria cinematográfica estadounidense debido al clima favorable y al número de horas de luz natural disponibles a lo largo del día, produciendo un tipo de cine y de representaciones socioculturales que constituyen la referencia cultural más importante de la historia de los medios audiovisuales.

En este sentido, la industria audiovisual en su conjunto se considera un sector estratégico de alto valor añadido, ya que emplea una mano de obra intensiva y especializada y favorece el desarrollo de otros sectores como el tecnológico o el turístico (Álvarez-Monzoncillo, 2024). Los rodajes fílmicos o televisivos se convierten en importantes centros para el desarrollo científico, técnico o comercial de diversas industrias relacionadas (Observatorio Europeo del Audiovisual, 2024). La construcción de centros audiovisuales como la Ciudad de la Luz en Alicante o Madrid Content City en Tres Cantos se erigen en focos de inversión, innovación y formación en el área geográfica en la que se ubiquen.

Por lo tanto, es necesario analizar la sostenibilidad de las localizaciones de producción de cine y televisión como centros intensivos en empleo, destinos turísticos, fuentes de riqueza o espacios socioculturales relevantes para la comunidad (Lopera-Mármol & Jiménez-Morales, 2021), teniendo en cuenta las tres dimensiones básicas de la sostenibilidad —ambiental, social y económica— para valorar convenientemente el impacto de las actividades audiovisuales en el entorno local en el que se desarrollan. Aunque la atención suele centrarse en la dimensión

medioambiental, debido a la problemática del cambio climático, las tres no solo están interrelacionadas, sino que son igualmente relevantes y necesarias (Bhattacharyya et al., 2021; Paz Gil et al., 2024).

En un periodo de tiempo muy breve —a veces un solo día—, un rodaje provoca un impacto significativo en cada una de las tres dimensiones: a nivel medioambiental, modifica el espacio adaptando el lugar a las necesidades del rodaje; consume abundantes recursos —por ejemplo, fuentes de energía para el transporte y la iluminación— y genera una cantidad muy importante de residuos. En el plano social, la población se moviliza activamente, la localización gana presencia o notoriedad en los medios de comunicación, o modifica el entorno inmediato de una determinada comunidad al ocupar el espacio público e interrumpir el tráfico, entre otras actuaciones. En el plano económico, un rodaje invierte considerables recursos materiales y humanos en el sitio elegido y reporta beneficios directos e indirectos a los proveedores y prestadores de servicios locales.

Según el informe Carbon Emissions of Film and Television Production (2021) de la Sustainable Production Alliance, la huella de carbono del sector audiovisual en Estados Unidos no resulta insignificante: las emisiones asociadas a la industria del cine y la televisión oscilan entre las 391 toneladas de CO₂ de una producción de bajo presupuesto y las 3.370 toneladas de las superproducciones. En el contexto europeo, el Informe Anual de la BAFTA - Albert (2023) señala que la producción de una hora de contenidos televisivos genera una huella de carbono de 16,6 toneladas de CO₂ y, lo que es aún más reseñable, ha aumentado en más de un 30% en el último año. El informe A Screen New Deal. A Route Map to Sustainable Film Production (Albert et al., 2020) ofrece datos y ejemplos muy ilustrativos: un solo día de producción de cine o televisión genera más huella de carbono que una persona durante todo un año o, dicho de otro modo, una sola hora de rodaje equivale al impacto medioambiental de un vuelo de Londres a Nueva York.

La denominada Agenda 2030, aprobada por la Asamblea General de las Naciones Unidas (25 de septiembre de 2015), es el plan de acción global en el que se basa cualquier industria que quiera ser sostenible (Lubowiecki-Vikuk et al., 2021). Todos los posibles modelos de negocio basados en la economía circular (Camacho-Otero et al., 2018; Corvellec et al., 2022), como pueda llegar a ser la industria audiovisual, debe tener en cuenta cada uno de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (European Commission, 2022; United Nations, 2025), y no solo los relacionados específicamente con la producción y el consumo responsables (Akehurst et al., 2012).

En este sentido, la industria cultural no puede mantenerse al margen de la sostenibilidad del propio sistema (KEA-European Commission, 2019) y la creación de contenidos audiovisuales presenta una clara vertiente político-social al depender de instituciones y equipamientos públicos en este ámbito concreto de la producción sostenible (Dickinson & Harvey, 2005).

Entre los diversos agentes implicados en la sostenibilidad de la industria audiovisual —productoras, instituciones, empresas de *ecomangement*, proveedores, plataformas de *streaming*, salas de cine, festivales etc.—, las film commissions ocupan un lugar destacado por su papel fundamental en la gestión de las localizaciones cinematográficas y su vinculación directa con el entorno urbano o rural.

Una film commission es un organismo público o privado cuyo principal objetivo es promover el atractivo de las producciones audiovisuales para un territorio concreto —país, región, ciudad, etc.—. En España, las distintas film commissions están vinculadas a uno de los tres niveles de la administración pública: estatal, autonómica o local, con las que, o bien colaboran estrechamente, o bien forman parte del propio organismo. A nivel nacional, por ejemplo, la Spain Film Commission o Asociación Española de Comisionados de Filmaciones, Cine y Televisión, fundada en 2001, es una organización sin ánimo de lucro que colabora con el gobierno español y otras instituciones regionales o locales. Las film commissions nacionales forman parte a su vez de otras redes supranacionales interconectadas, como la Association of Film Commission International (AFCI) o la European Film Commission Network (EFCN).

Las film commissions realizan las siguientes medidas específicas (Tabla 1): Creación de catálogos e inventarios de localizaciones en una zona o región determinada —espacios naturales protegidos, núcleos urbanos, infraestructuras, etc.—; coordinación y gestión de localizaciones en

un área geográfica particular; oferta de servicios especializados, proveedores cercanos, técnicos profesionales y, en definitiva, de todas las facilidades logísticas y materiales necesarias para el rodaje; promoción de su catálogo de localizaciones para competir internacionalmente en la captación de rodajes; la apertura de nuevos mercados y oportunidades de negocio para un país, ciudad o región; facilitación de marcos normativos sobre la legislación aplicable a la producción de una obra audiovisual en una dicha localización; vías de interlocución directa con la administración central, autonómica y local para impulsar la industria audiovisual en los diferentes territorios; actuación como intermediario para gestionar visados o permisos y agilizar los trámites burocráticos; asesoramiento a las distintas administraciones en la creación de un sistema eficaz de incentivos fiscales; fomento de la atracción del turismo audiovisual y las actividades de ocio complementarias relacionadas con las localizaciones de películas y series; colaboración con festivales y organizaciones locales para llevar a cabo actividades de marketing y elaboración de informes y estadísticas sobre el uso de localizaciones en producciones nacionales e internacionales.

Tabla 1. Acciones de sostenibilidad de las film commissions

Zonas	Medidas
Lugares de rodaje	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de catálogos y bases de datos de lugares de rodaje (espacios naturales protegidos, centros urbanos, infraestructuras, etc.) • Coordinación y gestión de las localizaciones cinematográficas
Servicios y proveedores	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios especializados, proveedores locales y directorio de técnicos audiovisuales profesionales • Mediación en la gestión de visados o autorizaciones y otros trámites burocráticos
Logística	<ul style="list-style-type: none"> • Puesta a disposición de las instalaciones y necesidades materiales para el rodaje
Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> • Promoción internacional de lugares de rodaje • Diálogo directo con las administraciones locales, autonómicas y nacionales • Colaboración con festivales y organizaciones locales • Informes y estadísticas. Valoración de resultados
Mercado y turismo	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de nuevos mercados y oportunidades de negocio para un país, ciudad o región • Refuerzo de la industria audiovisual en los distintos territorios • Asesoramiento a la administración pública sobre la creación de sistemas eficaces de incentivos fiscales • Fomento del turismo audiovisual y las actividades de ocio complementarias
Legislación	<ul style="list-style-type: none"> • Información sobre las normativas vigentes

Fuente: elaboración propia (2025)

Cada una de estas heterogéneas funciones de coordinación, promoción y estímulo implica la adopción de diferentes medidas medioambientales, sociales y económicas. En este sentido, un análisis detallado de las film commissions permitirá avanzar hacia una industria audiovisual más eficiente, innovadora y, sobre todo, sostenible.

2. Métodos

Las preguntas básicas de investigación de este estudio son: ¿Aplican las film commissions políticas sostenibles a las producciones que gestionan? ¿Qué medidas concretas se adoptan durante el rodaje? ¿Proporcionan herramientas o servicios para favorecer la producción sostenible? ¿Qué relaciones mantienen con los agentes audiovisuales directamente implicados en un rodaje (productoras, proveedores, etc.)? ¿Proporcionan información y formación valiosa sobre sostenibilidad? ¿A qué problemas se enfrentan actualmente y qué posibilidades de desarrollo y optimización tienen a corto, medio y largo plazo?

El objetivo de esta investigación es, por tanto, conocer y evaluar las principales acciones llevadas a cabo por film commissions en las tres dimensiones de la sostenibilidad con la finalidad de potenciar una producción audiovisual más respetuosa con el medio ambiente, que genere bienestar social para el conjunto de los ciudadanos y que sea económicamente viable.

Para ello, se han analizado las acciones de sostenibilidad de todas las film commissions que operan en España, agrupadas en la asociación Spain Film Commission (<https://www.shootinginspain.info/en/>). La red está formada por 47 film commissions pertenecientes a ayuntamientos, comunidades autónomas y otros organismos públicos y privados (Tabla 2).

Tabla 2. Film commissions españolas - Spain Film Commission

Comunidad Autónoma	Provincial/municipal
Andalucía Film Commission	Carmona Film Office Málaga Film Commission Málaga Film Office Sevilla Film Office
Aragón Film Commission	Monegros Film Zaragoza Film Office
Asturias Natural Paradise Film Commission	
Cine canario	
Cantabria Film Commission	
Castilla-La Mancha Film Commission	
Castilla y León Film Commission	Ávila Film Office Burgos Film Commission Salamanca Film Commission Segovia Film Commission Segovia Film Office Soria Film Commission Valladolid Film Commission
Catalunya Film Commission	Barcelona Film Commission Sitges Film Office Terrassa Film Office
Extremadura Film Commission	
Illes Balears Film Commission	Ibiza Film Commission Mallorca Film Commission Menorca Film Commission
La Rioja Film Commission	
Navarra Film Commission	
Región de Murcia Film Commission	
	Melilla Film Commission
	Bilbao Bizkaia Film Commission San Sebastián-Guipúzcoa Film Commission Vitoria-Gasteiz Film Office
	Alicante Film Office Benidorm Film Office Film Valencia Peñíscola Film Commission

Valencia Film Office
Film Madrid
Madrid Film Office
Ourense Film Commission
Pontevedra Province Film Commission
Santiago de Compostela Film Commission
Vigo Film Office

Fuente: elaboración propia (2025)

Los materiales analizados fueron los documentos públicos facilitados por las 47 film commissions y film offices: sitios web, informes y catálogos de actividades. El análisis se realizó entre octubre de 2024 y febrero de 2025 e incluyó todo el contenido suministrado por cada film commission en relación con las acciones y medidas de sostenibilidad que se describen a continuación.

El modelo de análisis propuesto incluye los siguientes elementos: averiguar si una film commission o film office concreta cuenta con una política de sostenibilidad explícita; determinar si disponen de un catálogo de buenas prácticas, directrices oficiales, recomendaciones, una lista de proveedores o calculadoras de huella de carbono para rodajes sostenibles; y evaluar la labor de formación, comunicación y asesoramiento que llevan a cabo con productoras, organizadores de festivales y mercados audiovisuales.

Los objetivos específicos de la investigación de estas asociaciones proporcionan un mapa completo de las medidas sostenibles que se están aplicando actualmente para describir prácticas innovadoras y eficientes, identificar problemas y lagunas en un ámbito sostenible particular y sugerir opciones de crecimiento y mejora en áreas específicas de la producción audiovisual sostenible.

El estudio de caso (Yin, 1994) es el procedimiento metodológico adecuado para aplicar el modelo propuesto de análisis de la sostenibilidad de las film commissions. La muestra de análisis —las 47 asociaciones que operan actualmente en España— nos permite, como afirma Yin (Wimmer y Dominick, 1996), estudiar un fenómeno actual en su contexto real, donde las fronteras entre el fenómeno y su contexto no están claramente trazadas, como es el caso de estas organizaciones público-privadas activas que pertenecen a un tejido industrial y comercial más amplio. A saber: las film commissions locales están vinculadas a las regionales, que a su vez están vinculadas a asociaciones nacionales e internacionales.

Del mismo modo, McDonald y Walker (Albert Gómez, 2006) entienden esta técnica como una forma de estudiar un caso en acción, es decir, como un proceso, como una actividad metodológica en constante actualización, ya que las film commissions —como todos los agentes de la industria audiovisual— son organizaciones que evolucionan constantemente, generan nuevas estructuras y formas de organización, cambian su asignación dentro de las administraciones públicas —consejos, órganos consultivos, etc.—, amplían sus funciones o asumen nuevos papeles en la cadena de valor de la producción, la distribución y la exhibición audiovisuales. El estudio de caso, por su utilidad en la búsqueda de relaciones entre sistemas, componentes, características, factores y procesos, así como por su capacidad para visualizar y comparar las tendencias emergentes, es el procedimiento metodológico que permite introducir satisfactoriamente una perspectiva interpretativa idónea para una investigación empírico-inductiva de carácter cualitativo como la presente. En otras palabras, favorece la observación y evaluación de un campo en constante evolución, como es la contribución de las film commissions a la sostenibilidad de los rodajes cinematográficos.

Para facilitar la organización y sistematización de este análisis de variables muy heterogéneas y abiertas, en el siguiente apartado se presentan los resultados clasificados a partir de las diferentes propuestas en los ámbitos medioambiental, social y económico para, a continuación, abordar las cuestiones a debatir y las líneas de trabajo que deberían implementarse para el desarrollo de la producción audiovisual en términos de sostenibilidad organizativa.

3. Resultados

3.1. Diseñar políticas de sostenibilidad

De las 47 organizaciones analizadas, 20 tienen una sección o división específica dedicada a estrategias, acciones o medidas de sostenibilidad (42,55%), lo que significa que la mayoría —27 film commissions (57,45%)— no hacen referencia explícita actualmente a la sostenibilidad entre los principales servicios y propuestas de valor que ofrecen (Tabla 3).

Tabla 3. Film commissions con políticas de sostenibilidad

Film commissions	Número	Porcentaje
Con medidas sostenibles	20	42.55%
Sin medidas sostenibles	27	57.45%

Fuente: elaboración propia (2025)

Existen ciertas diferencias entre las film commissions que aplican algún tipo de medida sostenible, como se constata a continuación (Tabla 4). Las que cuentan con un decálogo de medidas sostenibles suman un total de 12 film commissions (25,53%): Andalucía Film Commission, Aragón Film Commission, Asturias Paraíso Natural Film Commission, Barcelona Film Commission, Benidorm Film Office, Catalunya Film Commission, Extremadura Film Commission, Málaga Film Office, San Sebastián-Gipuzkoa Film Commission, Valencia Film Office, Vigo Film Office y Vitoria-Gasteiz Film Office.

Del mismo modo, solo 8 organizaciones (17,02%) incluyen una guía de buenas prácticas de sostenibilidad: Barcelona Film Commission, Cantabria Film Commission, Catalunya Film Commission, Film Madrid, Málaga Film Office, Región de Murcia Film Commission, Valencia Film Office y Vitoria-Gasteiz Film Office.

En cuanto a la disponibilidad de una calculadora de huella de carbono, 4 film offices (8,51%) utilizan esta herramienta de medición medioambiental: Andalucía Film Commission, Málaga Film Commission, Málaga Film Office y Vitoria-Gasteiz Film Office incorporan la calculadora diseñada por Promálaga (<https://www.promalaga.es/proyectos-europeos/green-screen/>).

Respecto a la disponibilidad de un servicio de asesoramiento específico para productoras, solo la Málaga Film Office y la San Sebastián-Gipuzkoa Film Commission ofrecen explícitamente esta prestación (4,24%). Asimismo, la Málaga Film Office es la única (2,12%) que dispone de una base de datos de proveedores sostenibles o respetuosos con el medio ambiente y de un sello de certificación propio.

Por último, en el apartado de organización de actividades de formación y difusión en materia de sostenibilidad, 5 film commissions realizan acciones de este tipo (10,63%): Barcelona Film Commission, Catalunya Film Commission, Film Madrid, Madrid Film Office y San Sebastián-Gipuzkoa Film Commission.

Tabla 4. Resumen de la sostenibilidad de las film commissions

Film commission	Sección de Sostenibilidad	Decálogo	Buenas prácticas	Calculadora de carbono	Servicio de asesoramiento	Actividades de difusión	Proveedores EcoFriendly	Sello
Andalucía Film Commission	Sí	Sí	No	Sí	No	No	No	No
Aragón Film Commission	Sí	Sí	No	No	No	No	No	No
Asturias Natural Paradise Film Commission	Sí	Sí	No	No	No	No	No	No
Barcelona Film Commission	Sí	Sí	Sí	No	No	Sí	No	No

Benidorm Film Office	Sí	Sí	No	No	No	No	No	No
Cantabria Film Commission	Sí	No	Sí	No	No	No	No	No
Catalunya Film Commission	Sí	Sí	Sí	No	No	Sí	No	No
Extremadura Film Commission	Sí	Sí	No	No	No	No	No	No
Cine Madrid	Sí	No	Sí	No	No	Sí	No	No
Illes Balears Film Commission	Sí	No	No	No	No	No	No	No
Madrid Film Office	Sí	No	No	No	No	Sí	No	No
Málaga Film Commission	Sí	No	No	Sí	No	No	No	No
Málaga Film Office	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No	Sí	Sí
Región de Murcia Film Commission	Sí	No	Sí	No	No	No	No	No
San Sebastián-Gipuzkoa Film Commission	Sí	Sí	No	No	Sí	Sí	No	No
Sevilla Film Office	Sí	No	No	No	No	No	No	No
Soria Film Commission	Sí	No	No	No	No	No	No	No
Valencia Film Office	Sí	Sí	Sí	No	No	No	No	No
Vigo Film Office	Sí	Sí	No	No	No	No	No	No
Vitoria-Gasteiz Film Office	Sí	Sí	Sí	Sí	No	No	No	No
Total	20	12	8	4	2	1	1	5
Porcentaje sobre 20	100%	60%	40%	20%	10%	5%	5%	25%
Porcentaje sobre 47	42.55%	25.53%	17.02%	8.51%	4.24%	2.12%	2.12%	10.30%

Fuente: elaboración propia (2025)

A pesar de la importancia de las políticas sostenibles promovidas por el Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA), dependiente de la Secretaría de Estado de Cultura, o por la Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de España —promotora del Sello Verde—, la sostenibilidad ambiental, económica y social aún no está integrada de forma plena y estructural en el conjunto de las film commissions que operan en nuestro país. Proyectos como Green Screen Interreg Europe (2020), realizado en el marco de la Unión Europea, también subrayan este hecho y abogan por la inclusión del tejido institucional, económico y social para alcanzar el objetivo común de una producción audiovisual más sostenible.

El análisis realizado no es más que una instantánea de la situación actual. En un sector tan dinámico como el audiovisual, en constante cambio, es necesario seguir la evolución tanto de las film commissions que persiguen políticas sostenibles como de las medidas concretas adoptadas de forma innovadora. En Estados Unidos, Reino Unido y Francia, por ejemplo, una de las principales tareas de las film commissions es poner a disposición de las productoras de cine y televisión una base de datos de proveedores sostenibles —equipos técnicos, catering, movilidad, etc.—. Se trata de un valioso instrumento para las productoras de cine y televisión, mientras que en España solo existe actualmente una film commission que ofrezca esta inestimable ayuda.

3.2. Medidas de sostenibilidad: directrices, recomendaciones y herramientas

Las buenas prácticas, recomendaciones y herramientas que conducen a una mejora significativa en el ámbito de la sostenibilidad audiovisual de las film commissions estudiadas pueden encuadrarse en las 13 categorías siguientes: localización, movilidad, energía, alojamiento, proveedores, empleo, consumo, restauración, reducción, reutilización y reciclaje, compensación, evaluación, comunicación y formación.

Destaca el gran número de medidas incluidas en cada apartado, así como su carácter abierto, transversal y dinámico: las acciones destinadas a minimizar el impacto de los rodajes, reducir la huella de carbono u obtener un certificado o sello de calidad se amplían con el desarrollo de la

concienciación sobre los problemas medioambientales, económicos o sociales asociados a cualquier producción cinematográfica o televisiva.

3.2.1. Localización

El objetivo general que debe guiar el trabajo en espacios naturales o decorados construidos es intentar dejar el lugar tal y como era antes del rodaje (Tabla 5). A la hora de investigar y seleccionar las localizaciones, primero hay que recopilar toda la información posible sobre la naturaleza, las características —narrativas, estéticas, técnicas, etc.— y la normativa medioambiental que se aplique en ese sitio en particular. Para rodar con confianza, es esencial conocer bien las leyes territoriales a las que están sujetas, por ejemplo, las zonas protegidas. Del mismo modo, la gestión de los permisos de rodaje debe estar vinculada a un plan de sostenibilidad elaborado de antemano.

En segundo lugar, hay dos factores que deben tenerse en cuenta al planificar la selección de localizaciones interiores o exteriores: emplear el menor número posible de ellas y que estén lo más cerca de se pueda unas de otras.

En tercer lugar, es necesario evaluar los efectos nocivos derivados del impacto antes del rodaje. Anticiparse a los problemas medioambientales, sociales o económicos es el mejor punto de partida para idear medidas preventivas que minimicen desde el principio muchas de las consecuencias indeseables que pueden derivarse del desarrollo de una producción en un entorno rural o urbano.

Al mismo tiempo, deben adoptarse medidas específicas para la duración del rodaje: identificación de posibles elementos sensibles —flora, fauna, patrimonio cultural, etc.—; se señalarán y delimitarán las zonas afectadas por el rodaje para no perturbar el ecosistema; se evitará la generación de ruidos y la contaminación lumínica excesiva. Controlar y reducir la contaminación acústica, medir los decibelios y buscar alternativas menos molestas y dañinas; se establecerán cauces de comunicación con las instituciones y servicios públicos —administración municipal, policía, etc.—, ciudadanos, vecinos o usuarios de la zona para interferir lo menos posible en su vida cotidiana; en entornos naturales protegidos como bosques, desiertos o hábitats marinos, se debe mantener un contacto constante con asociaciones o gestores especializados en cada contexto para conocer y seguir las indicaciones exactas; apostar por armar infraestructuras resilientes y trabajar con decorados reutilizables que puedan servir para otras producciones audiovisuales en el futuro y el uso de madera certificada (SFC) para la construcción de los decorados.

Este primer punto está relacionado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible número 11 (ciudades y comunidades sostenibles), 12 (consumo y producción responsables), 13 (acción por el clima), 14 (vida bajo el agua) y 15 (vida en la tierra).

Tabla 5. Medidas de localización sostenible

Exploración	Conocimiento de la legislación territorial vigente, de la normativa medioambiental y de la gestión de las autorizaciones de rodaje
Planificación de la ubicación	Minimizar el número de emplazamientos y su proximidad entre sí
Evaluación preliminar	Evaluación previa de las posibles repercusiones negativas del rodaje en la dimensión medioambiental, social y económica y diseño de medidas preventivas
Acciones específicas	Conservación de la flora y la fauna, minimización de las molestias causadas por el rodaje, comunicación con las partes locales interesadas, reutilización de decorados
Reducción del ruido y la luz	Control de la contaminación acústica y lumínica

Fuente: elaboración propia (2025)

3.2.2. Movilidad

La organización de la logística de transporte es uno de los aspectos decisivos del rodaje sostenible (Tabla 6). Optimizar los desplazamientos para que sean lo más eficientes posible es esencial para una producción sostenible. Las prácticas más extendidas son: organizar cuidadosamente un plan de movilidad del equipo para evitar en general los desplazamientos redundantes, irregulares o descoordinados; compartir vehículos, elegir los de mayor capacidad y administrar que lleven la carga completa de pasajeros en cada viaje; priorizar los medios de transporte en función de sus emisiones contaminantes o de su impacto en la huella de carbono —por ejemplo, es preferible el tren al avión—; elegir vehículos híbridos o eléctricos, facilitar información sobre el transporte público o los servicios de alquiler de bicicletas o patinetes.

Este segundo apartado está relacionado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible número 7 (energía asequible y limpia), 11 (ciudades y comunidades sostenibles), 12 (consumo y producción responsables) y 13 (acción por el clima).

Tabla 6. Medidas de movilidad sostenible

Viajes	Plan de movilidad no redundante, organización de pasajeros
Medios de transporte	Clasificación por emisiones contaminantes/huella de carbono, transporte público

Fuente: elaboración propia (2025)

3.2.3. Energía

El consumo de energía es otro aspecto fundamental de cualquier rodaje (Tabla 7). Son muchas las medidas que se pueden adoptar en cada área o departamento de una producción audiovisual: Favorecer fuentes de energía renovables o sistemas certificados; contratar empresas que comercialicen electricidad limpia; tener en cuenta los puntos de luz para un rodaje eficiente en función de la localización; apagar equipos tecnológicos como cámaras, micrófonos o especialmente fuentes de luz cuando no se estén utilizando, así como evitar dejar equipos eléctricos en espera y desconectar cargadores de la red; utilizar generadores eficientes, luces LED de bajo consumo y baterías recargables; introducir cargadores solares siempre que sea posible y reducir al máximo el uso de aire acondicionado o calefacción; designar a una persona responsable de vigilar el cumplimiento de estos hábitos energéticos o realizar actividades de concienciación sobre eficiencia energética con acciones de formación y comunicación.

Este tercer bloque está vinculado a los Objetivos de Desarrollo Sostenible número 7 (energía asequible y limpia), 9 (industria, innovación e infraestructuras), 11 (ciudades y comunidades sostenibles), 12 (consumo y producción responsables) y 13 (acción por el clima).

Tabla 7. Medidas de energía sostenible

Fuentes de energía o proveedores	Dar prioridad a las fuentes renovables, certificadas o limpias
Planificación de la iluminación	Uso energéticamente eficiente de los campos de luz
Dispositivos tecnológicos	Apagar los aparatos cuando no se utilicen, desenchufar los cargadores y utilizar consumibles eficientes o cargadores solares
Acondicionamiento	Reducir el uso del aire acondicionado y la calefacción
Supervisión	Nombrar a un supervisor y llevar a cabo medidas de formación y comunicación sobre eficiencia energética

Fuente: elaboración propia (2025)

3.2.4. Alojamiento

Elegir viviendas, hoteles o cualquier tipología de alojamiento cercano a las principales localidades, platós, etc. es el primer paso para que el numeroso equipo humano que realiza una película pueda pernoctar o residir de forma sostenible el tiempo que dura un rodaje; optar por hoteles que cumplan las normas medioambientales exigidas, dispongan de certificaciones oficiales y cuenten con una política de sostenibilidad que incluya el cálculo de la huella de carbono, entre otras medidas concretas, también son esenciales (Tabla 8).

Este cuarto punto está relacionado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible número 9 (industria, innovación e infraestructuras), 11 (ciudades y comunidades sostenibles) y 12 (consumo y producción responsables).

Tabla 8. Medidas de alojamiento sostenible

Ubicación del alojamiento	Alojarse cerca de los lugares de rodaje
Elección de alojamiento	Cumplimiento de criterios medioambientales, sociales y económicos

Fuente: elaboración propia (2025)

3.2.5. Proveedores

También es importante tener en cuenta las numerosas empresas y profesionales que intervienen en una producción audiovisual (Tabla 9). En este sentido, es mejor optar por proveedores locales; exigir a las empresas o profesionales contratados que los equipos o servicios ofrecidos cuenten con una certificación o política medioambiental establecida; y evaluar la actuación de los proveedores una vez finalizado el rodaje en materia de compras, gestión y tratamiento de residuos, indemnizaciones, etc.

Este quinto apartado está vinculado a los Objetivos de Desarrollo Sostenible número 8 (trabajo digno y crecimiento económico), 9 (industria, innovación e infraestructuras), 10 (reducir las desigualdades), 11 (ciudades y comunidades sostenibles) y 12 (consumo y producción responsables).

Tabla 9. Medidas de sostenibilidad de los proveedores

Selección de proveedores	Favorecer a los agentes locales, elegir proveedores con certificados de sostenibilidad
Evaluación de proveedores	Compras, gestión, tratamiento de residuos, limpieza, etc.

Fuente: elaboración propia (2025)

3.2.6. Empleo

Considerar el impacto social y económico de una producción audiovisual es prioritario (Tabla 10). Para que una producción sea sostenible, entre sus objetivos fundamentales debe figurar garantizar un medio de vida digno a los técnicos y artistas; fomentar la igualdad de oportunidades en la contratación, derechos laborales y salarios ofrecidos; la inclusión de grupos desfavorecidos y la promoción de puestos de trabajo acordes con la cualificación de los profesionales del sector audiovisual; en particular, es muy importante lograr la plena igualdad de género y fomentar que más mujeres trabajen en los departamentos técnicos, tradicionalmente más masculinizados; cumplir las leyes, los acuerdos y los convenios colectivos y esforzarse por mejorar las condiciones específicas de los trabajadores —combatiendo la precariedad y la discontinuidad—; en el ámbito de la salud, es obligatorio el pleno cumplimiento de todas las medidas sanitarias y la normativa sobre riesgos laborales.

Este sexto bloque está vinculado a los Objetivos de Desarrollo Sostenible número 3 (buena salud y bienestar), 5 (igualdad de género), 8 (trabajo digno y crecimiento económico), 9 (industria, innovación e infraestructuras), 10 (reducción de las desigualdades) y 16 (paz, justicia e instituciones sólidas).

Tabla 10. Medidas de empleo sostenible

Igualdad de oportunidades	Inclusión de personas de grupos desfavorecidos en los equipos técnicos y artísticos
Legislación	Cumplimiento de convenios y acuerdos, mejora de las condiciones laborales
Salud	Seguimiento de la normativa sobre riesgos laborales, medidas preventivas, etc.

Fuente: elaboración propia (2025)

3.2.7. Consumo

Uno de los elementos más destacados de cualquier rodaje es el gasto ingente de equipos y consumibles muy heterogéneos (Tabla 11). En este ámbito, deberían establecerse criterios para la adquisición de equipos producidos de forma sostenible, incluyendo certificados de responsabilidad ambiental de escaso o nulo impacto ambiental; evitar la compra de equipos o materiales de difícil amortización y que puedan ser alquilados; fomentar la digitalización y reducir el uso de soportes impresos y material de oficina en general, que pueden ser sustituidos por sistemas y plataformas electrónicas para la creación de guiones, planes de trabajo, órdenes de rodaje, etc. Si hay que utilizar papel, que sea reciclado o ecológico, así como es preferible utilizar tintas de impresión de origen vegetal; reducir los envases de plástico y consumibles de difícil reutilización; en definitiva, para cada departamento técnico-artístico, se deben proponer alternativas más sostenibles —detergentes biodegradables para el vestuario, productos ecológicos para maquillaje y peluquería, etc.— que eviten el uso desenfrenado de envases altamente contaminantes.

Este séptimo apartado está vinculado a los Objetivos de Desarrollo Sostenible número 8 (trabajo digno y crecimiento económico), 9 (industria, innovación e infraestructuras), 12 (consumo y producción responsables) y 13 (acción por el clima).

Tabla 11. Medidas de consumo sostenible

Equipamiento	Favorecer la compra o el alquiler de equipos certificados y amortizables fabricados de forma sostenible
Procesos	Reducir el uso de medios impresos y material de oficina, digitalizar los procesos de preproducción
Materiales	Selección de artículos biodegradables y reutilizables

Fuente: elaboración propia (2025)

3.2.8. Catering

En este ámbito se puede llevar a cabo un número considerable de acciones relevantes (Tabla 12): elegir establecimientos de restauración locales con un enfoque sostenible —productos de proximidad y de temporada, reducción de residuos, uso de envases o vajillas biodegradables o reutilizables—; moderar el consumo de carne y favorecer la cocina local; limitar el uso de cafeteras de cápsulas y preferir alquilar cafeteras eléctricas o automáticas y termos para mantener las bebidas calientes o frías; en cuanto a la gestión eficiente del consumo de agua, un recurso natural especialmente costoso y escaso, la huella hídrica merece una mención aparte: planificar cuidadosamente el suministro y la disponibilidad de agua potable conectándose a la red pública de agua o abasteciéndose de proveedores locales que certifiquen el origen y la calidad higiénica del agua; proporcionar al equipo técnico y artístico botellas o cantimploras ecológicas de agua del grifo que puedan aprovecharse durante todo el rodaje, evitando las botellas de agua de uso individual y colocando dispensadores de agua por todo el plató; no verter residuos en el inodoro; favorecer el uso de productos de limpieza ecológicos o biodegradables que reduzcan la contaminación del agua con sustancias contaminantes; o instalar reductores de presión en los grifos y reducir el caudal en cisternas y fregaderos.

Este octavo apartado está vinculado a los Objetivos de Desarrollo Sostenible número 2 (hambre cero), 3 (buena salud y bienestar), 6 (agua limpia y saneamiento), 12 (consumo y producción responsables) y 13 (acción por el clima).

Tabla 12. Medidas de aprovisionamiento sostenible

Alimentación	Selección de empresas de kilómetro cero o sostenibles
Nutrición	Reducción del consumo de carne, uso de productos locales, cocina respetuosa con el medio ambiente
Agua	Reducción de la huella hídrica, planificación del suministro y disponibilidad de agua potable, uso de reductores de presión y caudal
Utensilios de cocina	Uso de artículos reutilizables, botellas, recipientes, etc.
Limpieza	Uso de productos biodegradables o respetuosos con el medio ambiente

Fuente: elaboración propia (2025)

3.2.9. Reducción, reutilización y reciclado

La elaboración de un plan integrado de gestión de residuos es una de las tareas clave de una estrategia de sostenibilidad audiovisual (Tabla 13): organizar y controlar la separación de residuos mediante la creación de puntos de reciclaje estratégicos y selectivos con contenedores accesibles y diferenciados de acuerdo con la normativa vigente; contratar a una empresa de gestión de residuos cuando el rodaje genere residuos especialmente nocivos o peligrosos; alquilar, prestar o reutilizar materiales usados para decorados, vestuario, etc.; compartir, vender o donar los recursos sobrantes a asociaciones o particulares para futuras producciones audiovisuales; limitar la compra de productos desechables o compostar los residuos orgánicos.

Este noveno apartado está vinculado a los Objetivos de Desarrollo Sostenible número 6 (agua limpia y saneamiento), 7 (energía asequible y limpia), 9 (industria, innovación e infraestructuras), 12 (consumo y producción responsables) y 13 (acción por el clima).

Tabla 13. Medidas de gestión sostenible de residuos

Residuos	Colocación de puntos estratégicos de reciclaje selectivo, puesta en marcha de empresas especializadas en el tratamiento de residuos peligrosos, generación de compost
Dirección artística	Alquilar o prestar materiales, donar recursos sobrantes, limitar los productos de usar y tirar

Fuente: elaboración propia (2025)

3.2.10. Compensación

Una de las medidas más eficaces que se pueden adoptar es compensar las emisiones de CO₂ o el impacto medioambiental generado durante el rodaje a través de asociaciones, instituciones, fundaciones, ONG o empresas especializadas. La huella de carbono es compensable a través de proyectos de reforestación en el lugar mismo del rodaje o contactando con agentes públicos o privados para conocer las soluciones específicas que se pueden aplicar en un área o zona concreta —entornos forestales, medio marino, etc.— para preservar el ecosistema de fauna o flora, para financiar acciones de formación o comunicación, para donar recursos materiales o excedentes alimentarios o para restaurar el patrimonio cultural, por citar solo algunos ejemplos (Tabla 14).

Este décimo punto está vinculado a los Objetivos de Desarrollo Sostenible número 4 (educación de calidad), 10 (reducir las desigualdades), 11 (ciudades y comunidades sostenibles), 12 (consumo y producción responsables), 13 (acción por el clima) y 17 (asociaciones para alcanzar los objetivos).

Tabla 14. Medidas de compensación

Medio ambiente	Acciones concretas para mantener o restaurar el entorno forestal y marino, etc.
Social	Actividades de formación y comunicación, restauración del patrimonio cultural
Económico	Donación de recursos materiales o excedentes alimentarios

Fuente: elaboración propia (2025)

3.2.11. Evaluación

En un proceso dinámico y tan complejo como la aplicación de un plan de sostenibilidad en el sector de la producción audiovisual es necesario evaluar los resultados obtenidos, no solo para valorar correctamente el alcance de las medidas adoptadas, sino también para utilizarlos como referencia para la validación y aplicación de mejoras en futuras producciones (Tabla 15). Entre las principales medidas en este ámbito, cabe destacar las siguientes: incorporar a un eco-mánager o eco-consultor para el seguimiento continuo del plan de sostenibilidad; evaluar la huella de carbono antes y después del proceso de producción mediante una plantilla u hoja de cálculo; crear una lista de control de indicadores lo más exhaustiva y detallada posible para analizar todas las áreas y departamentos de una producción; contratar una consultoría o auditoría externa si fuera necesario; adquirir diferentes certificados y sellos de sostenibilidad; y destinar recursos para mejoras, incentivos y métodos innovadores en los modelos de sostenibilidad audiovisual.

Este undécimo apartado está vinculado a los Objetivos de Desarrollo Sostenible número 1 (erradicar la pobreza), 2 (hambre cero), 3 (buena salud y bienestar), 5 (igualdad de género), 6 (agua limpia y saneamiento), 7 (energía asequible y limpia), 8 (trabajo digno y crecimiento económico), 9 (industria, innovación e infraestructura), 10 (reducir las desigualdades), 11 (ciudades y comunidades sostenibles), 12 (consumo y producción responsables), 13 (acción por el clima) y 17 (alianzas para lograr los objetivos).

Tabla 15. Medidas de evaluación de la sostenibilidad

Inicial	Huella de carbono, lista de control, selección de indicadores, asignación de recursos
Final	Huella de carbono, alcance de las medidas aplicadas, certificados o etiquetas de sostenibilidad
Continuo	Seguimiento continuo (eco-mánager, eco-consultor, <i>green runner</i> o auditoría externa), plan de sostenibilidad, lista de control

Fuente: elaboración propia (2025)

3.2.12. Comunicación

Sobre la base de un plan general de sostenibilidad —objetivos, estrategias y medidas concretas— es importante desarrollar una política de comunicación con herramientas que faciliten la aplicación de las medidas durante el rodaje y sirvan de modelo para producciones posteriores (Tabla 16): en primer lugar, en el ámbito de la comunicación interna dirigida al equipo técnico-artístico del propio rodaje, se pueden diseñar carteles o infografías de sensibilización y formación, y distribuir documentos informativos —memorandos, gráficos, listas de hábitos sostenibles, etc.— para que los miembros de los distintos departamentos se impliquen en las tareas sostenibles que repercutan en cada uno de ellos. Por otro lado, en el marco de la comunicación externa, se pueden difundir las mejores prácticas en los medios de comunicación y divulgar ideas e iniciativas innovadoras de otros agentes del sector audiovisual —productores, plataformas, proveedores, festivales, etc. Dar a conocer la experiencia adquirida y compartir los resultados obtenidos son acciones de marketing mucho más eficaces que otro tipo de campañas menos funcionales. Estas acciones pueden incluir la organización de conferencias, seminarios o talleres, la producción de contenidos audiovisuales complementarios —reportajes, entrevistas, anuncios— o la participación en festivales y otros eventos cinematográficos y televisivos. Algunas

de las acciones de comunicación más utilizadas son: la elaboración de dossieres de prensa en los que se enumeran las medidas medioambientales adoptadas; comentar las prácticas sostenibles durante las presentaciones de estrenos o ruedas de prensa; la producción de contenidos audiovisuales específicos (*making of*, tráiler, *teaser*); o compartir el resultado de la actividad sostenible en las redes sociales, así como informar por cualquier canal disponible el proceso diario de rodaje, postproducción, etc.

Este duodécimo bloque está relacionado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible número 4 (educación de calidad), 9 (industria, innovación e infraestructuras), 10 (reducir las desigualdades), 12 (consumo y producción responsables), 16 (paz, justicia e instituciones sólidas) y 17 (asociaciones para alcanzar los objetivos).

Tabla 16. Medidas de comunicación sostenible

Comunicación interna	Información, formación y sensibilización
Comunicación externa	Difusión en los medios de comunicación, cooperación con otros agentes del sector audiovisual, creación de carpetas de prensa
Acciones de marketing	Organización de conferencias y actividades abiertas, participación en festivales y otros eventos, producción de contenidos adicionales específicos (<i>making of</i> , tráilers, <i>teasers</i> , etc.)

Fuente: elaboración propia (2025)

3.2.13. Formación

Por último, es importante contar con un modelo de formación para la sostenibilidad, tanto para el equipo técnico-artístico de una determinada producción como, a largo plazo, para la puesta en marcha de planes académicos e itinerarios de aprendizaje para los futuros profesionales de los medios de comunicación (Tabla 17). Este proceso didáctico es fundamental en un campo en constante evolución que requiere una formación especializada y cualificada para adquirir las competencias profesionales necesarias para afrontar los nuevos retos de sostenibilidad del futuro. Desde el guion —elaboración de mensajes, difusión de valores— hasta la postproducción —costes energéticos, flujos de trabajo, amortización de equipos—, pasando por todos los procesos y áreas técnicas y creativas, el conjunto heterogéneo de agentes que componen una producción audiovisual deben adquirir los conocimientos, competencias y habilidades para crear películas y series cada vez más sostenibles en un entorno tecnológico altamente disruptivo —inteligencia artificial, energías renovables, etc.—.

Este último apartado está vinculado a los Objetivos de Desarrollo Sostenible número 4 (educación de calidad), 5 (igualdad de género), 8 (trabajo digno y crecimiento económico), 9 (industria, innovación e infraestructura), 10 (reducir las desigualdades), 12 (consumo y producción responsables), 16 (paz, justicia e instituciones sólidas) y 17 (alianzas para lograr los objetivos).

Tabla 17. Medidas de formación para la sostenibilidad

Guion	Elaboración de mensajes, difusión de valores, etc.
Postproducción	Costes energéticos, flujos de trabajo, amortización de equipos, etc.
Todas las áreas técnicas y creativas	Adquisición de conocimientos, destrezas y habilidades que incorporen la sostenibilidad en todos los procesos

Fuente: elaboración propia (2025)

4. Implicaciones prácticas y políticas públicas

Dado que las localizaciones cinematográficas generan un importante valor económico para el lugar donde tiene lugar la producción (Roger-Monzó, 2022), hay que destacar las implicaciones prácticas específicas que la ubicación geográfica de un rodaje conlleva tanto para las políticas públicas como para el sector privado.

En primer lugar, el sector público puede beneficiarse de determinados impuestos o tasas derivados de los rodajes y, además, desarrollar una certificación oficial para producciones sostenibles que se aplique a todas las películas rodadas en España. Como resultado, esta apuesta por una identidad sostenible podría reforzar la marca España y posicionar al país como referente internacional de sostenibilidad audiovisual, atrayendo no solo inversión internacional sino también turismo cinematográfico.

En segundo lugar, las film commissions españolas están bien posicionadas en materia de asesoramiento sobre sostenibilidad (es el país europeo con mejores prácticas incluidas en la Red Europea de Film Commissions, 2025), pero aún presentan un gran margen de mejora. Aunque algunas iniciativas aparecen en el Green Screen Project de la Unión Europea (<https://projects2014-2020.interregeurope.eu/greenscreen/good-practices/>), puede incrementarse la apuesta por la inclusión de las dimensiones institucional, económica y social en la producción audiovisual sostenible. En este sentido, se abren diversas oportunidades de mercado: desde la oferta de servicios de asesoramiento específicos para las productoras hasta la creación y puesta a disposición de bases de datos de proveedores sostenibles, siguiendo el ejemplo de Estados Unidos o el Reino Unido, o la creación de una etiqueta o sello español estandarizado para identificar las producciones sostenibles.

En tercer lugar, las empresas del sector privado pueden perfilarse como proveedoras de servicios o bienes sostenibles para cumplir los requisitos de las medidas de rodaje verde mencionadas en el apartado 3.2 y ser consideradas proveedoras preferentes de estas producciones. Por otro lado, esto también puede repercutir en la oferta general de dichos entornos para la vida cotidiana o los servicios turísticos.

Por último, en el marco de la cooperación público-privada, también podemos incluir propuestas de educación y comunicación, como la formación de profesionales locales del audiovisual, la colaboración con centros educativos, la creación de cursos de especialización (Victoria, 2015) o el diseño y desarrollo de diferentes actividades relacionadas con las producciones sostenibles y su papel en la preservación y puesta en valor del patrimonio cultural y los recursos naturales del país.

5. Debate y conclusiones

Las film commissions asumen un papel cada vez más importante en la cadena de procesos diversos necesarios para la realización de una producción audiovisual. Además de gestionar localizaciones y facilitar recursos y procedimientos administrativos, logísticos y técnicos para los rodajes de cine y televisión, cada vez asumen más funciones en materia de turismo, conservación del patrimonio y difusión cultural.

Por consiguiente, las film commissions desempeñan un papel esencial en la aplicación de medidas de sostenibilidad medioambiental, social y económica en la industria audiovisual.

Un análisis detallado de la labor de las 47 film commissions que trabajan actualmente en el ámbito de la sostenibilidad a nivel local, provincial y regional es necesario no solo para evaluar el presente, sino también para afrontar el futuro inmediato de las producciones sostenibles.

En esta primera aproximación a las acciones que están llevando a cabo las film commissions en materia de sostenibilidad fílmica y televisiva, se pone de manifiesto que estas organizaciones se encuentran todavía en una fase muy embrionaria. Las iniciativas, tanto a nivel de objetivos o estrategias generales como a nivel de medidas o acciones concretas —guías de buenas prácticas, asesoramiento, etc.— son todavía incipientes y dispersas.

Las film commissions, por ejemplo, tienen aún mucho camino por recorrer en lo que respecta a la coordinación de sus actividades entre sí y con otras instituciones, asociaciones o empresas del ámbito de la sostenibilidad. La voluntad de integrar prácticas sostenibles en la producción audiovisual es evidente, pero esta intención transformadora no se manifiesta en gran parte de la cartera de rodajes o servicios ecológicos que podrían ofrecer.

En términos de sostenibilidad, Málaga, San Sebastián, Vitoria, Madrid y Barcelona son las que más iniciativas han puesto en marcha y, en este sentido, sirven de referencia para otros territorios con un volumen de producción similar o inferior.

Por otro lado, las film commissions urbanas llevan a cabo acciones más sostenibles en mayor medida que las rurales, incluso en zonas especialmente protegidas, y de forma más explícita y organizada. La cuantía de los fondos asignados a las film commissions varía mucho en nuestro país y es un factor clave para entender por qué algunas cuentan con numerosas herramientas sostenibles —planes integrales, guías, decálogos de buenas prácticas, calculadoras de huella de carbono, asesoramiento individual o aulas de formación— y otras se limitan a aplicar medidas puntuales.

Sin embargo, la conciencia de que la sostenibilidad es un elemento esencial de cualquier producción audiovisual está muy extendida entre el conjunto de las film commissions. Por este motivo, están poniendo en marcha programas, instrumentos y medidas para mitigar el impacto medioambiental y los problemas socioeconómicos que pueden causar los rodajes. Además, la producción sostenible puede convertir estos retos medioambientales, laborales o cívicos en una oportunidad para mejorar en cada una de las tres dimensiones de la sostenibilidad. La concienciación o sensibilización de los diferentes colectivos implicados es el primer paso para avanzar en esta dirección y extender la sostenibilidad a todas las film commissions, ya sean de ámbito nacional, regional o local.

Las dificultades a las que se enfrentan los agentes implicados en una producción audiovisual, incluidas las film commissions como principales responsables del entorno cinematográfico, son múltiples y urgentes.

En primer lugar, los diferentes recursos económicos y estructuras corporativas de las empresas productoras: desde grandes grupos internacionales hasta pequeñas empresas o Agrupaciones de Interés Económico (AIE) locales centradas en una obra concreta. La aplicación de medidas de sostenibilidad lleva asociados costes financieros considerables, y los requisitos de sostenibilidad deben adaptarse tanto a las obras de gran presupuesto como a las propuestas de menor envergadura con un alcance financiero y económico mucho menor.

La diversidad de las producciones individuales —presupuesto, formato, género, requisitos técnicos/artísticos— también es un hándicap. Cada película o serie es un prototipo único, por lo que es muy difícil utilizar los recursos o conocimientos de un proyecto para otro —reutilización de materiales, experiencia con la sostenibilidad, etc.—.

Asimismo, la alta movilidad y la falta de estabilidad profesional de los equipos técnico-artísticos impiden la generación continua de un caudal de conocimientos y experiencias duraderas que mejoren los hábitos sostenibles de los diferentes departamentos de producción, escenografía, iluminación, etc. Muchas de las acciones relacionadas con el consumo o el reciclaje se llevan a cabo desde hace años en los rodajes, pero de forma no sistemática ni escalable.

Las film commissions están a la vanguardia, y su posible influencia directa en otros agentes —productoras, organizadores de festivales— está resultando crucial para innovar y optimizar procesos, por ejemplo, a la hora de crear bases de datos de proveedores sostenibles que trabajen en una zona geográfica concreta.

La falta de normalización de métodos, sistemas, procedimientos, herramientas, sellos o certificados es otra de las dificultades más evidentes. La falta de parámetros comunes que permitan una evaluación comparativa de la sostenibilidad de cada producción en relación con criterios normalizados resulta cara e ineficaz.

En la actualidad, existen índices, certificaciones y sistemas para medir la sostenibilidad como Albert (Reino Unido), Peach (Estados Unidos), Green Film (Italia) o el Sello Verde (España), entre otros. El proyecto Green Screen de la Unión Europea es un intento de estandarizar diferentes métodos y herramientas —como las calculadoras de huella de carbono— para que se apliquen los mismos requisitos a cada producción y, por tanto, se puedan aplicar medidas más eficaces y sostenibles en el tiempo.

Además, la falta de una legislación global específica también perjudica la sostenibilidad de unas producciones audiovisuales cada vez más internacionales y transfronterizas, que deben adaptarse

a cada situación o entorno geográfico. En materia legislativa, las film commissions juegan un importante papel asesorando a las productoras sobre las diferentes normativas que se aplican en cada territorio y, en el caso de España, en colaboración con las administraciones públicas, buscan armonizar protocolos y establecer pautas comunes de marcos jurídicos de sostenibilidad.

Sin embargo, los diferentes actores del ecosistema audiovisual son muy conscientes de que el futuro de la producción audiovisual será sostenible o no será y, en este sentido, existen buenas perspectivas para la aplicación y consolidación de medidas innovadoras.

La sostenibilidad es también un factor de motivación y cohesión para los muy diversos perfiles profesionales que forman parte del sector audiovisual. El compromiso activo del equipo de trabajo, desde el inicio mismo de la producción, es uno de los elementos más valiosos que garantizan el éxito de una producción sostenible.

Las administraciones públicas también están avanzando significativamente con incentivos fiscales, subvenciones o ayudas para implantar medidas de sostenibilidad. Del mismo modo, las plataformas de *streaming* o los canales de televisión están aumentando los requisitos de sostenibilidad para que una producción pueda ser emitida o difundida por ellos. Si no cumplen sus estándares, son rechazadas.

Otro aspecto importante es la urgente necesidad de formación especializada y cualificada. Todos los departamentos implicados en la producción audiovisual necesitan adquirir conocimientos y competencias avanzadas en el campo de la sostenibilidad medioambiental, social y económica.

Este aprendizaje debe plantearse desde un punto de vista multidisciplinar e incluir materias tanto de las ciencias ambientales o técnicas como de las ciencias sociales, económicas y humanas. Además de los contenidos específicos de cada departamento de producción —iluminación, vestuario, etc.—, por ejemplo, los profesionales de la postproducción —fase del proceso de creación de una película o serie cada vez más relevante que el propio rodaje— deben formarse en opciones sostenibles en la elección de equipos informáticos, procesos de trabajo, consumo energético, etc.

Cuanto más nos adentramos en el enorme número de acciones que se llevan a cabo en un plató de cine para ser más sostenibles, más imperiosa se hace la necesidad de formular programas educativos multidisciplinarios —dirigidos conjuntamente por universidades y empresas— para impartir estos conocimientos especializados y dinámicos.

Aunque la inclusión de la sostenibilidad como modelo de gestión en el sector audiovisual está aún naciendo y, por tanto, está sujeta a múltiples y rápidas transformaciones, esta investigación exploratoria ofrece un punto de partida fundamental para analizar el desarrollo ulterior de la sostenibilidad audiovisual a través de agentes clave como son las film commissions. Otras investigaciones arrojarán sin duda nueva luz sobre un sector vibrante, dinámico y convergente.

Por último, también hay que hacer hincapié en la importancia de comunicar y dar a conocer las acciones de sostenibilidad que lleva a cabo cada producción audiovisual. No hay mejor campaña de sensibilización que poner de relieve la cantidad de medidas sostenibles que pueden aplicarse en cualquier producción cinematográfica, independientemente de su presupuesto o alcance.

Las film commissions son conscientes del papel comunicativo que pueden desempeñar para que las futuras producciones hagan frente a la emergencia climática, reduzcan la contaminación y los residuos o combatan el efecto invernadero, aboguen por mejores condiciones laborales que permitan largas trayectorias profesionales, logren una igualdad efectiva de oportunidades o un impacto positivo en la ciudadanía, el turismo o la cultura de los pueblos, o generen las condiciones económicas adecuadas para crear riqueza y apoyar el crecimiento sostenible de la industria audiovisual.

De hecho, la mayoría de estas film commissions están vinculadas a los sectores del turismo y al desarrollo de los municipios o ciudades en las que se encuentran. Teniendo en cuenta que sus funciones y áreas de trabajo a veces se solapan, se plantea la cuestión de si no sería más eficaz poner en común algunas de sus competencias —por ejemplo, en el ámbito normativo—, liberando así recursos económicos y humanos que podrían utilizarse para desarrollar, aplicar y supervisar políticas audiovisuales sostenibles con el fin de reforzar la competitividad del sector y dotarlo de

la infraestructura y la consolidación necesarias para convertirlo en punta de lanza a escala internacional en materia de sostenibilidad fílmica y televisiva.

La protección del planeta, el bienestar o la salud de los trabajadores y la conservación del patrimonio cultural son un valor añadido inestimable para la industria audiovisual en su conjunto. Los tres pilares de la sostenibilidad —planeta, personas, beneficios— pueden formar parte de cualquier proyecto audiovisual, desde el guion hasta la proyección en salas o plataformas, pasando por el rodaje, la distribución o las campañas de marketing.

Países enteros se han convertido en platós de rodaje. Ciudades y entornos naturales compiten por las mejores localizaciones cinematográficas. La sostenibilidad puede ser el elemento clave para la valorización de las producciones audiovisuales en una determinada zona. O las film commissions y el desarrollo medioambiental, social y económico van de la mano, o habrá lugares mucho más sostenibles para rodar tu película o serie de televisión.

6. Agradecimientos

Esta investigación se ha llevado a cabo en el marco del proyecto «Nuevas narrativas interactivas e inmersivas para promover la economía circular y la innovación social a través de la comunicación científica y la ciencia ciudadana desde la Escuela» (eCOMCIENCIA), financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación del Gobierno de España (referencia PID2021-127019OB-I00).

Referencias

- Akehurst, G., Afonso, C., & Gonçalves, H. (2012). Re-examining Green Purchase Behaviour and the Green Consumer Profile: New Evidence. *Management Decision*, 50(5), 972–988. <https://doi.org/10.1108/00251741211227726>
- Albert, BFI, & Arup (2020). *A Screen New Deal. A Route Map to Sustainable Film Production*. <https://www.arup.com/insights/a-screen-new-deal-a-route-map-to-sustainable-film-production/>
- Albert Gómez, M. J. (2006). *La investigación educativa. Claves teóricas*. McGraw-Hill.
- Álvarez-Monzoncillo, J. M. (2024). *La competitividad del ecosistema audiovisual español*. McGraw-Hill.
- BAFTA (2023). *Albert Annual Review*. <https://wearealbert.org/2024/08/06/bafta-albert-releases-2023-annual-review>
- Beeton, S. (2001). Smiling for the Camera: the Influence of Film Audiences on a Budget Tourism Destination. *Tourism, Culture and Communication*, 3(1), 15–25. <https://doi.org/10.3727/109830401108750661>
- Beeton, S. (2005). *Film-Induced Tourism*. Channel View Publications.
- Bhattacharyya, J., Dash, M. J., Hewege, C., Makam, S. B., & Lim, W. M. (2021). *Social and Sustainability Marketing: A casebook for reaching your socially responsible consumers through marketing science*. Routledge.
- Camacho-Otero, J., Boks, C., & Pettersen, I. N. (2018). Consumption in the Circular Economy: A Literature Review. *Sustainability*, 10(8), 2758. <https://doi.org/10.3390/su10082758>
- Corvellec, H., Stowell, A. F., & Johansson, N. (2022). Critiques of the Circular Economy. *Journal of Industrial Ecology*, 26(2), 421–432. <https://doi.org/10.1111/jiec.13187>
- Croy, W. G. (2010). Planning for Film Tourism: Active Destination Image Management. *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 7(1), 21–30. <https://doi.org/10.1080/14790530903522598>
- Dickinson, M., & Harvey, S. (2005). Film Policy in the United Kingdom: New Labour at the Movies. *The Political Quarterly*, 76(3), 420–429. <http://doi.org/10.1111/j.1467-923X.2005.00701.x>
- European Audiovisual Observatory (2024). *Yearbook 2023/2024 - Key trends*. <https://www.obs.coe.int/en/web/observatoire/publications>
- European Commission (2022). *The EU blue economy report 2022*. Publications Office of the European Union. <https://data.europa.eu/doi/10.2771/793264>
- European Film Commissions Network (2025). *Green Filming. EUFCN engagement in sustainable filming*. <https://eufcn.com/green-filming/>
- Evans, C., Julian, I., & Simon, F. (2020). *The Sustainable Future of Video Entertainment from Creation to Consumption*. Futuresource Consulting.
- Green Screen Interreg Europe (2020). *Greening the creative industries: improving policy practices for the European Audiovisual industry*. <https://projects2014-2020.interregeurope.eu/greenscreen/>
- KEA-European Commission (2019). *Impulse paper on the role of cultural and creative sectors in innovating European industry*. <https://doi.org/10.2873/509380>
- Heitmann, S. (2010). Film Tourism Planning and Development—Questioning the Role of Stakeholders and Sustainability. *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 7(1), 31–46. <https://doi.org/10.1080/14790530903522606>
- Huerta-Viso, P. J., Llorca Abad, G., & Canós-Darós, L. (2024). Film-Induced Tourism, Destination Branding and *Game of Thrones*: A Review of the Peñíscola de Cine Project. *Sustainability*, 16(1), 186. <https://doi.org/10.3390/su16010186>
- Lopera-Mármol, M., & Jiménez-Morales, M. (2021). Green Shooting: Media Sustainability, A New Trend. *Sustainability*, 13(6), 3001. <https://doi.org/10.3390/su13063001>
- Lubowiecki-Vikuk, A., Dąbrowska, A., & Machnik, A. (2021). Responsible Consumer and Life-Style: Sustainability insights. *Sustainable Production and Consumption*, 25(1), 91–101. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2020.08.007>
- Márquez-Ballesteros, M. J., García-Moreno, A. E., & Boned Purkiss, J. (2021). Investigaciones audiovisuales para una ciudad creativa y sostenible. En J. Sierra & J. Gomes (eds.), *Audiovisual e Industrias Criativas. Presente e Futuro*. McGraw Hill, 649–664. <https://hdl.handle.net/10630/25899>
- Martínez Puche, A., & Martínez Puche, S. (2010). El cine como soporte de promoción turística del territorio en un contexto globalizado. *Siranda*, 1(3), 157–173.

- Osácar, E. (2022). Las iniciativas de turismo cinematográfico vinculadas al CETT. En J. Nieto-Ferrando, A. del Rey Reguillo & E. Martín Fuentes (Coord). *Turismo inducido por el audiovisual*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 111–131. <https://doi.org/10.52495/c4.emcs.6.p88>
- Paz Gil, I., Prado Román, A., & Prado Román, M. (2024). *Sostenibilidad organizacional*. Pirámide.
- Roger-Monzó, V. (2022). Audiovisual Industry in Spain: Analysis of Sustainability Transitions. *VISUAL REVIEW. International Visual Culture Review*, 12(4), 1–13. <https://doi.org/10.37467/revvisual.v9.3768>
- Sustainable Production Alliance (2021). Carbon Emissions of Film and Television Production. <https://greenproductionguide.com/in-action/#pg-2660-6>
- United Nations (2025). *Sustainable Development Goals*.
- Victory, J. (2015). Green Shoots: Environmental Sustainability and Contemporary Film Production. *Studies in Arts and Humanities*, 1(1), 54–68. <https://doi.org/10.18193/sah.v1i1.6>
- Wimmer, R. D., & Dominick, J. R. (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación, una introducción a sus métodos*. Bosch.
- Yin, R. (1994). *Case Study Research: Design and Methods*. Sage Publications.