

Anexos

Anexo I. Impacto de la producción en el medioambiente, impacto de la huella de carbono.	2
Anexo II. Acciones y criterios del Sistema de Certificación de Green Film.	4
Anexo III. La Guía de Producción Sostenible.	6
Anexo IV. Los 10 Mandamientos de un rodaje sostenible.	7
Anexo V. Guía de rodaje sostenible.	7
Anexo VI. Guía de buenas prácticas.	8
Anexo VII. Entrevista a Mariona Huguet Llet Nostra	10
Anexo VIII. Entrevista a Judit García de Creast.	14

Anexo I. Impacto de la producción en el medioambiente, impacto de la huella de carbono.

Según la Alianza de Producción Sostenible (2021, p.2) “las películas grandes tenían una huella de carbono de 1081 toneladas métricas, las películas medianas tenían una huella de carbono de 769 toneladas métricas, mientras que las películas pequeñas tenían una huella de carbono de 391 toneladas métricas.”

Emisiones medias por función

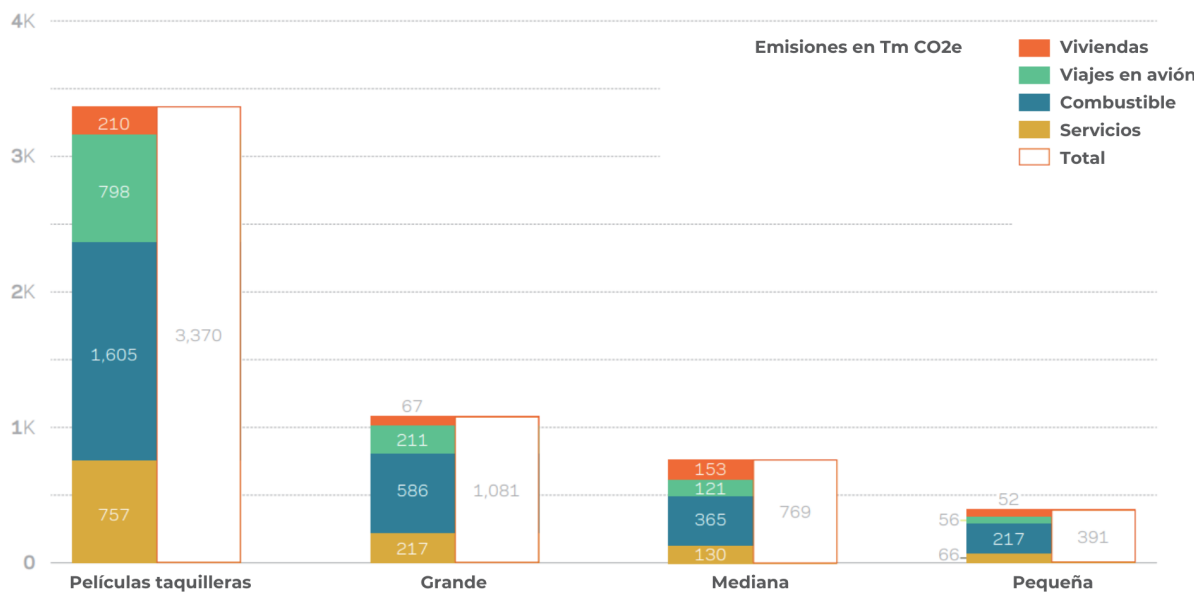


Gráfico 1: Emisiones promedio por característica
Fuente: Alianza de Producción Sostenible

Emisiones medias totales de una Película Taquillera

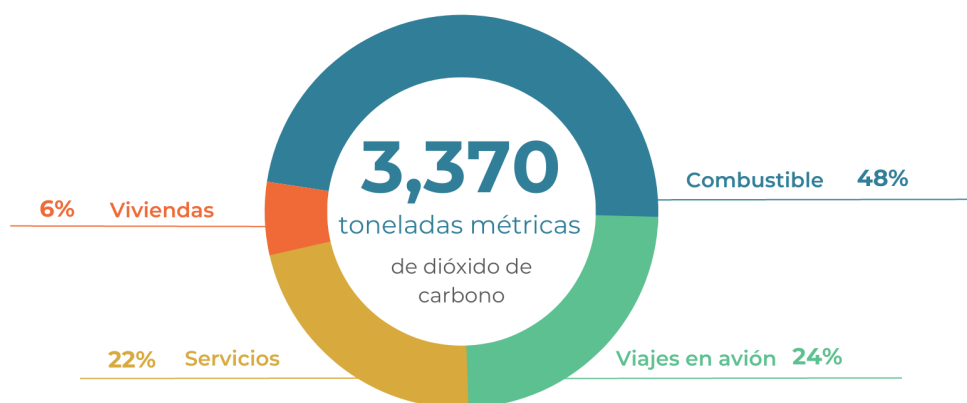


Gráfico 2: Emisiones totales promedio de una película taquillera
Fuente: Alianza de Producción Sostenible

El consumo de combustible representa casi el 48% de la huella promedio en la producción de éxitos de taquilla. Para todas las producciones cinematográficas, los viajes aéreos y los servicios públicos representan una huella de carbono general relativamente igual. En

general, la aviación y los servicios públicos representan aproximadamente el 24 % y el 22 % de la huella de carbono, respectivamente. Los lugares de alojamiento, como hoteles y casas, son los que menos CO2 emiten y representan solo el 6 % del éxito de taquilla. (Alianza de Producción Sostenible 2021, p.3)

En todos los largometrajes, el factor que más contribuyó fue el consumo de combustible. El combustible se utiliza principalmente en vehículos de producción y generadores. (Alianza de Producción Sostenible 2021, p.3)

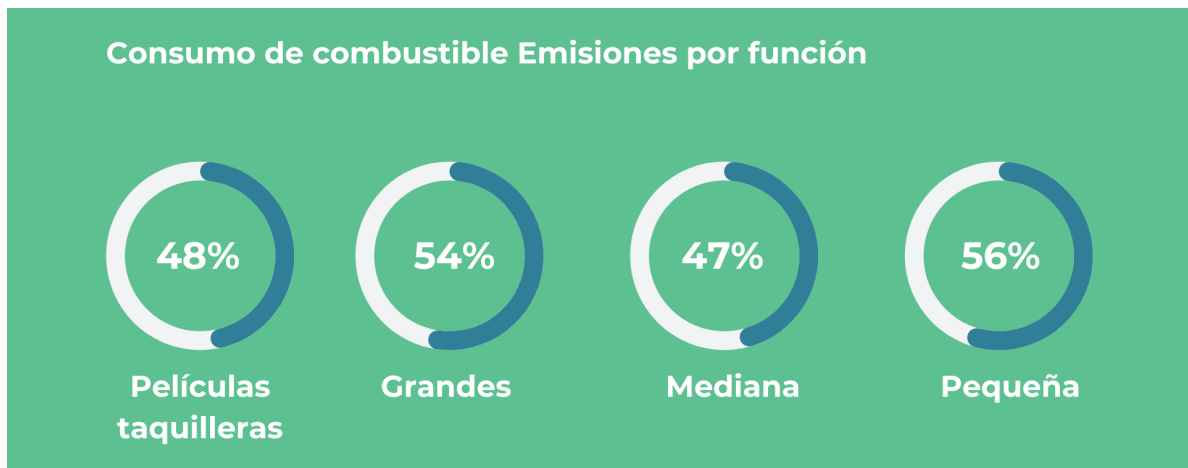


Gráfico 3: Emisiones de consumo de combustible por función
Fuente: Alianza de Producción Sostenible

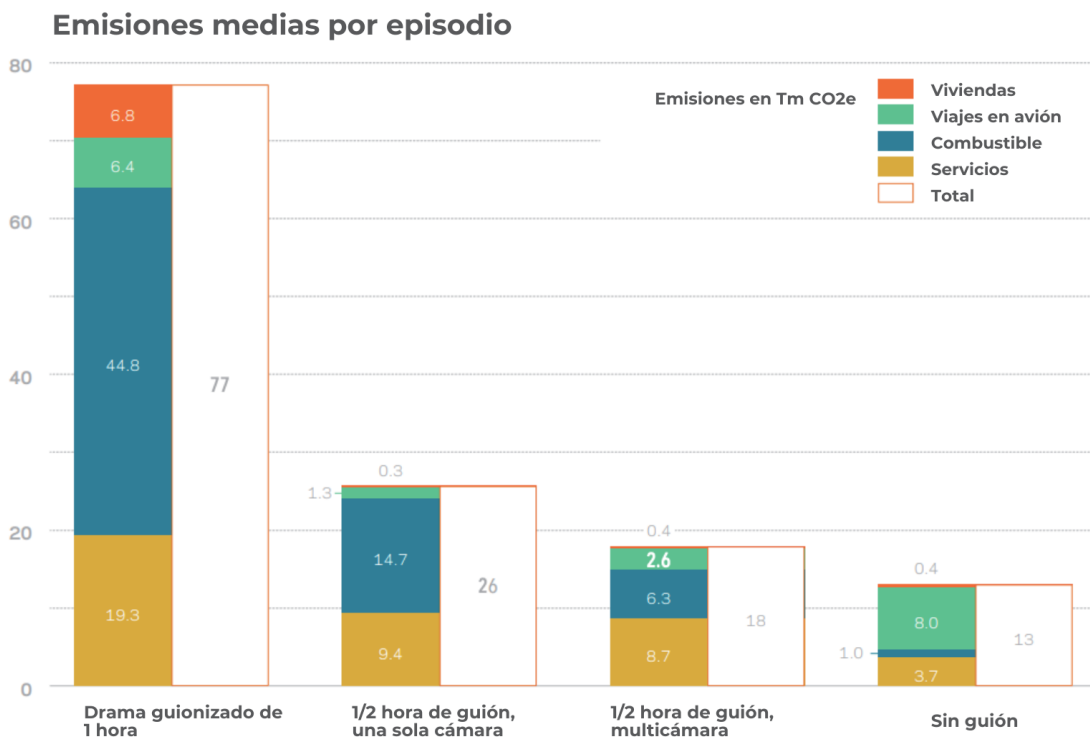


Gráfico 4: Emisiones promedio por episodio de series de televisión
Fuente: Alianza de Producción Sostenible

La huella de carbono de un programa de una sola cámara de media hora es de 26 toneladas, y la huella de carbono de una transmisión de una hora con varias cámaras tiene un promedio de 18 toneladas. La huella de carbono de los programas sin guion es de 13

toneladas. La diferencia en estos promedios no solo está relacionada con la duración del programa. Por lo general, es más probable que los dramas con guion de una hora de duración se filman más a menudo que los programas de una sola cámara de media hora. Además, el espectáculo multicámara de 1/2 hora se filma más rápido que el espectáculo de una sola cámara de media hora. (Alianza de Producción Sostenible 2021, p.4)

Anexo II. Acciones y criterios del Sistema de Certificación de Green Film.

Los requisitos previos obligatorios, es decir las acciones que se deben de llevar a cabo antes de comenzar el rodaje, que aparecen en el *Sistema de certificación para la producción cinematográfica sostenible* son los siguientes (Green Film, 2022):

- Plan de sostenibilidad, donde incluye el nombramiento de un responsable de la aplicación del protocolo llamado Green Film Manager, con mínimo dos años de experiencia en el ámbito de la gestión medioambiental y elaborar un plan de sostenibilidad.
- Optimización del transporte, implica nombrar a un Mobility Manager que elabore un Plan de Organización del Transporte.

En cuanto a los criterios, se dividen en:

1. Criterio A: Ahorro energético

Dónde la finalidad es reducir el impacto medioambiental, limitando al máximo las emisiones contaminantes. Para ello se recomienda:

CRITERIO A: AHORRO ENERGÉTICO		Puntuación
A1	Conexiones temporales a la red de distribución de electricidad	3
A2	Electricidad verde	3
A3	Luces LED	3

Imagen 1: Criterios para el ahorro energético
Fuente: Green Film

2. Criterio B: Transporte y alojamiento

En este caso la finalidad es reducir las emisiones contaminantes de los medios de transporte y organizar los desplazamientos. Por lo que se sugiere lo siguiente, siendo las opciones B2 y B3 las más sostenibles.

CRITERIO B: TRANSPORTE Y ALOJAMIENTO		Puntuación
B1	Vehículos Euro 5	1
B2	Vehículos Euro 6, híbridos, GNC, GLP y/o eléctricos	4
B3	Alojamiento: a menos de 10 km del set de rodaje	4
B4	Alojamiento: estructuras de alojamiento certificadas <small>EMAS o Etiqueta Ecológica Europea: 3 puntos ISO 14001 y otras certificaciones ISO 14024: 2 puntos</small>	máx 3

Imagen 2: Criterios para el transporte y alojamiento
Fuente: Green Film

3. Criterio C: Restauración

Garantizar una alimentación sana y de calidad reduciendo la producción de residuos y las emisiones del CO2. Para ello se propone:

CRITERIO C: RESTAURACIÓN		Puntuación
C1	Agua potable <i>red hídrica local: 4 puntos dispensadores de agua: 3 puntos</i>	max 4
C2	Suministro de alimentos <i>restaurantes: 4 puntos catering sin fiambreras o similares: 1 punto</i>	max 4
C3	Vajilla reutilizable	2
C4	Bebidas calientes en el set de rodaje	3

Imagen 3: Criterios para el ahorro restauración
Fuente: Green Film

4. Criterio D: Elección de los materiales

Hacer uso de materiales que sean respetuosos con el medio ambiente a la vez que no desperdiciarlos. Para ello las propuestas son:

CRITERIO D: ELECCIÓN DE LOS MATERIALES		Puntuación
D1	Proveedores y productos certificados <i>EMAS o Etiqueta Ecológica Europea: 3 puntos ISO 14001 y otras certificaciones de tipo I (ISO 14024): 2 puntos</i>	max 3
D2	Materiales reciclados o reutilizados	1
D3	Reutilización de la utilería	2
D4	Comunicaciones en papel	1

Imagen 4: Criterios para el ahorro elección de los materiales
Fuente: Green Film

5. Criterio E: Gestión de residuos

Durante todo el proceso, garantizar la gestión de residuos dando prioridad a la recuperación y al reciclaje.

CRITERIO E: GESTIÓN DE RESIDUOS		Puntuación
E1	Recogida selectiva	4

Imagen 5: Gestión de residuos
Fuente: Green Film

6. Criterio F: Comunicación

Concienciar al público sobre temas relacionados con la sostenibilidad medioambiental.

CRITERIO F: COMUNICACIÓN		Puntuación
F1	Difundir y Promover la Sostenibilidad <i>documento kit de prensa: 1 punto trailer/clip/backstage: 3 puntos iniciativa propuesta por la producción: 1 punto</i>	max 5

Imagen 6: Criterios para el ahorro energético
Fuente: Green Film

Anexo III. La Guía de Producción Sostenible.

La creación de una Guía de Producción Sostenible en el cine. En este aparece una breve introducción dónde se explica la importancia de integrar la sostenibilidad en los rodajes, como utilizar la guía, que es un departamento de sostenibilidad y su función. También se explica el funcionamiento de Eureka, una calculadora de huella de carbono que “se basa en información científica sobre Análisis de Ciclo de Vida (LCA) y ayuda a todo tipo de producciones audiovisuales, cubriendo preproducción, producción y posproducción para predecir los campos de impacto importantes durante la fase de planificación” (Promálaga, 2019, p.12). Finalmente, presenta una lista de las diversas medidas sostenibles que se pueden implementar en los diferentes departamentos de producción, dirección, transporte y logística, catering, localizaciones, estudio y decorado, iluminación y energía, equipos, vestuario, maquillaje y peluquería, posproducción y otras actividades y marketing, distribución y comunicación acompañada de dos columnas adicionales. La primera columna permite hacer un check cuando se ha llevado a cabo la medida, mientras que la segunda columna se destina a comentarios adicionales. Como por ejemplo podemos ver en el caso de catering.

CATERING		
MEDIDA	<input checked="" type="checkbox"/>	COMENTARIOS
A ser posible, comer en restaurantes locales que apoyen la economía de la zona/barrio.	<input type="checkbox"/>	
Elige un proveedor comprometido con el desarrollo sostenible. Si no, añade este criterio a tus convocatorias de licitación (compras, gestión de residuos, reducción de envases).	<input type="checkbox"/>	
Compras de productos desechables: evalúa tus necesidades para evitar el despilfarro.	<input type="checkbox"/>	
Para evitar el desperdicio de comida, comparte lo sobrante entre los miembros del equipo técnico o dónalo a una asociación local.	<input type="checkbox"/>	
No utilices platos o cubiertos de un solo uso; utiliza envases grandes y reutilizables (como botellas de agua) que se puedan personalizar para limitar los envases; elige bolsas reutilizables.	<input type="checkbox"/>	
Intenta que las comidas servidas tengan el menor impacto posible en emisiones de CO2. Promover un día de menú vegetariano a la semana.	<input type="checkbox"/>	
Realiza los menús utilizando productos de temporada, de productores locales o de comercio justo.	<input type="checkbox"/>	
Evita los "azúcares malos": ofrece bebidas naturales en sustitución de las gaseosas, y frutos secos (almendras, avellanas, nueces, albaricoques, higos, etc.) para mantener altos los niveles de energía del equipo de manera saludable (preferiblemente orgánica).	<input type="checkbox"/>	
No incluir en los menús pescado en riesgo de extinción.	<input type="checkbox"/>	
No utilizar cápsulas de café.	<input type="checkbox"/>	
Elige productos orgánicos y/o de comercio justo.	<input type="checkbox"/>	
Instala contenedores de separación de basura y coloca señales de reciclaje.	<input type="checkbox"/>	

Imagen 7: Check list por secciones
Fuente: Promálaga

Anexo IV. Los 10 Mandamientos de un rodaje sostenible.

Los 10 mandamientos para un rodaje sostenible, es un documento que contiene una lista de 10 mandamientos los cuales se refieren a diferentes aspectos involucrados en la producción audiovisual, sobre los cuales se puede aplicar medidas sostenibles. Los 10 mandamientos que expone son el guion, los proveedores, el equipo, el hospedaje, la compensación, los espacios, el transporte, reduce, reutiliza y recicla, la comunicación y la evaluación. De cada uno de ellos se proporcionan consejos para que el rodaje pueda llegar a ser más sostenible, como en el caso del hospedaje “Escoge hoteles o alojamientos cerca de la principal localización de rodaje. Da preferencia a hoteles sostenibles, con una política medioambiental concreta o que calculen su huella de carbono” (Promálaga, 2021).



Imagen 8: 10 mandamientos de un rodaje sostenible

Fuente: Promálaga

Anexo V. Guía de rodaje sostenible.

La guía de rodaje sostenible, una guía práctica sobre la producción audiovisual sostenible. Según Promálaga “Esta guía ha sido concebida como un hilo conductor para ayudarte a ti y a tu equipo a tomar decisiones eco-friendly durante vuestro proyecto audiovisual” (2019, p.3). En esta guía entre otros hay una check list por secciones (producción, transporte y catering, estudio y decorado, iluminación y energía, equipos, vestuario y maquillaje, posproducción y otras actividades) para calcular el impacto del rodaje dónde incluye consejos para orientar a las productoras.

Finalmente, aparece un listado con casos de éxito para inspirar a los profesionales del sector, como en el caso de Fresco Film “una services malagueña que trabaja con producciones internacionales en España, Islas Canarias y Portugal” (Promálaga, 2019, p.12). Una de sus medidas ha consistido en la plantación de 200 árboles en la zona de Barruecos (Cáceres), para compensar la huella de carbono producida durante el rodaje de Juego de Tronos (Promálaga, 2019, p.12).

Anexo VI. Guía de buenas prácticas.

La Guía de Buenas prácticas presenta las evidencias con ciertos criterios que se deben de cumplir para conseguir el sello verde que certifica la sostenibilidad del proyecto audiovisual (Academia de Cine, 2021).

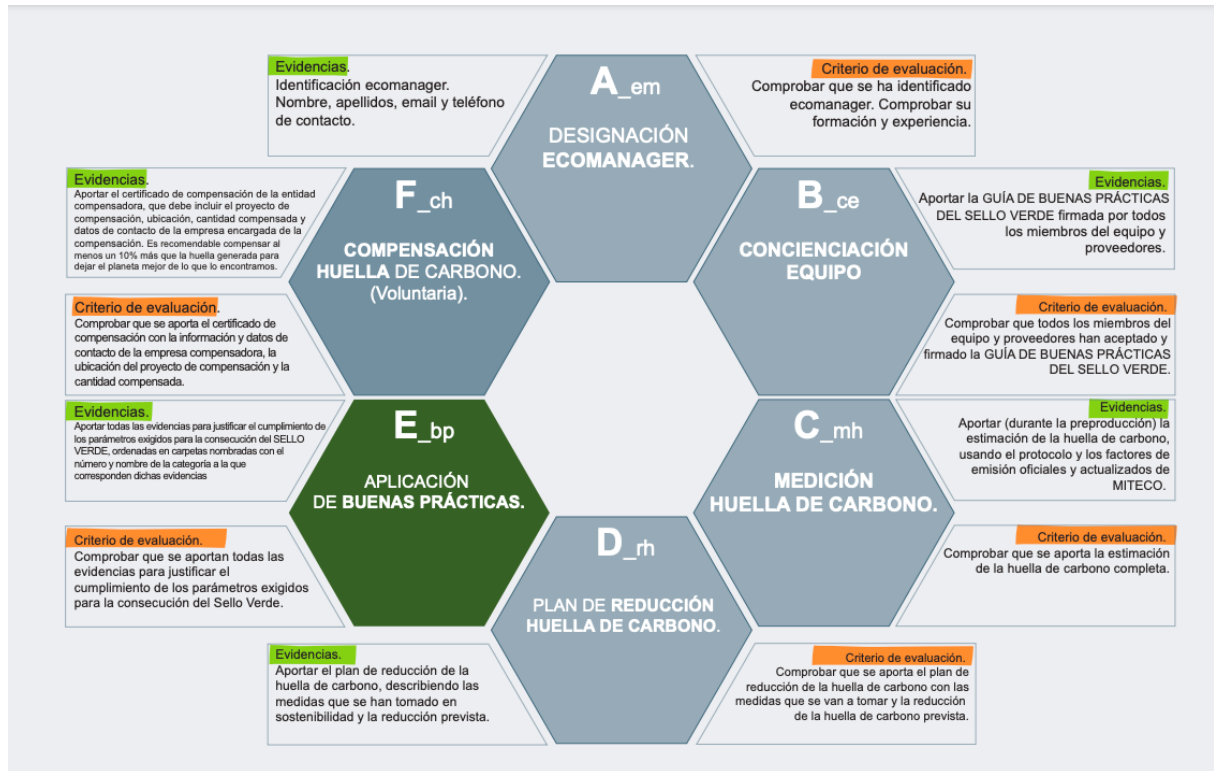
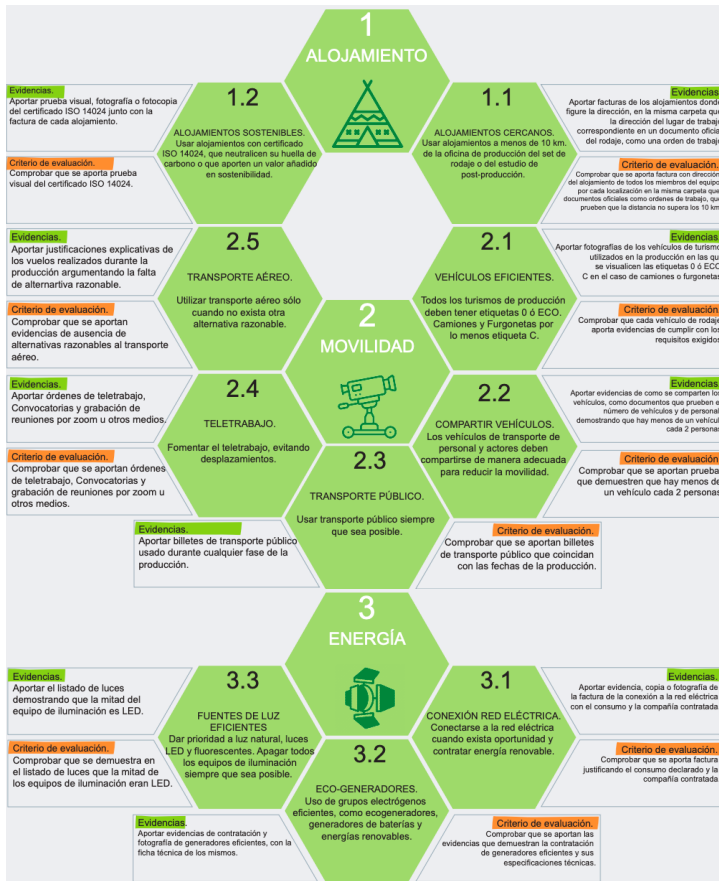


Imagen 9: Las buenas prácticas del sello verde
Fuente: Academia de Cine

También se presentan las evidencias y criterios a cumplir en las diferentes buenas prácticas (alojamiento, movilidad, energía, material, residuos y catering) que se consideran esenciales en una producción audiovisual.



Con evidencia se refiere a la documentación requerida para demostrar que un proyecto cumple con los estándares de sostenibilidad establecidos. Tales evidencias pueden ser, por ejemplo, informes de auditoría ambiental, facturas que confirmen la compra de materiales sostenibles, billetes de transporte público usado durante la fase de producción, fotografías que muestren el uso de energías renovables, etc.

Imagen 10: Las buenas prácticas del sello verde
Fuente: Green Screen

Anexa VII. Entrevista a Mariona Huguet Llet Nostra

1. Heu considerat la responsabilitat social en el rodatge de l'anunci? Heu treballat amb comunitats locals o grups d'interès per a maximitzar l'impacte positiu del projecte?

No hem considerat com a tal la idea de fer un rodatge responsable. Però ja ens surt. No tenim un criteri de fer un rodatge responsable, perquè hi ha molts criteris que ja coincideixen amb la pròpia marca.

2. Heu avaluat la sostenibilitat del rodatge de l'anunci? Heu utilitzat algun sistema de certificació o heu mesurat la seva petjada de carboni? Des de quan?

No, encara tot just estem amb la petjada del producte. Estem treballant a través de blockchain, una nova línia de treball. Primer hem de fer tot el que estigui envoltat a la llet el més sostenible possible. I quan haguem treballat i dimensionat tot això anirem a altres "flequillos". No dic que el rodatge sostenible serà l'últim, però segurament serà de les últimes coses que farem. Després de la llet venen els envasos.

Però també són uns valors que ens són fàcils d'aplicar, perquè ja et dic com que som petits i a més a més a la pròpia empresa som ramaders, els ramaders i ramaderes són molt sostenibles.

3. Compteu amb un ecomanager (un encarregat d'implementar el pla de sostenibilitat i les bones pràctiques en sostenibilitat en la producció) o teniu a una persona nomenada que es dediqui a la planificació de mesures sostenibles en el rodatge?

Jo soc persona sensibilitzada amb això i estic especialitzada a comunicar la sostenibilitat i implementar sistemes de Responsabilitat Social Corporativa. Però ara ho estem començant a implementar. El que estem fent ara diguéssim en termes de responsabilitat social corporativa és posar noms a les coses. La RSC fa anys que existeix. Estem ordenant.

4. Consideres que hi ha informació suficient per a aplicar pràctiques de sostenibilitat en la producció d'anuncis? Resulta fàcil implementar aquestes pràctiques?

Clar, si tens aquesta sensibilitat ja ho saps. Tema de reciclatge. Tema de separació. D'això depèn ja si més o menys hi penses. Però sobretot, clar que separen, a més a més a tot arreu ja està separat i les empreses també estan obligades a fer-ho.

5. Quins beneficis consideres que aporta el fet d'aplicar pràctiques sostenibles en el rodatge dels vostres anuncis? I quins desavantatges?

En el nostre cas, són les tres potes, social; amb el tema del vincle amb el territori dels grups d'interès, començant pels mateixos ramaders i començant pels nostres consumidors finals i l'economia propera. Econòmicament, també tenim beneficis perquè gastem menys, si tots van amb un sol cotxe, la producció també surt més econòmica segurament. I després medi ambientalment l'impacte es redueix també. Però bé que es fa sense tenir consciència, ho fem perquè som així.

Tenint en compte els següents paràmetres, per al rodatge de l'anunci Triem "Aprop": <https://www.youtube.com/watch?v=M1Sr-em0R20>

Localització i transports

6. Quina és la ubicació del set de rodatge?

Aquest anunci el vam fer a l'Empordà, a la Bisbal d'Empordà que és on tenim les oficines de la cooperativa més gran que hi ha a Llet Nostra, que és la de ramaders del Baix Empordà. Hi havia dues localitzacions; la granja i la Bisbal. El restaurant, els carrers i la plaça de l'Ajuntament de la Bisbal. I després de la mateixa granja, veuràs que hi ha un passadís central, hi ha uns camps i alguna localització més de la mateixa granja.

7. Quins han estat els vehicles utilitzats per al transport de les persones al set del rodatge? (transport públic, transport privat, cotxes híbrids, elèctrics o de gasolina)

Els actors són clients de Llet Nostra, compra Llet Nostra i són gent d'allà que està identificada o són parents, o són ramaders o són famílies de ramaders. Utilitzem aquesta estratègia de comunicació on els mateixos ramaders són els actors protagonistes dels anuncis i les comunicacions.

Per tant, les produccions audiovisuals se'ns coincideix, buscar productora de proximitat, lloc a prop de casa, fer servir gent de casa.

8. S'ha utilitzat un transport col·lectiu o cadascun va ser amb el seu vehicle propi?

Part de la producció venia de Barcelona, però venien amb un sol cotxe.

Allotjament

9. Ha estat necessari l'allotjament de l'equip tècnic de producció o dels actors i actrius?

No va fer falta perquè busquem aproximar el producte a la realitat del productor i, per tant, els actors, són els nostres propis ramaders o clients de Llet Nostra.

Material de rodatge

10. El material per a gravacions és llogat, comprat, reutilitzat?

Els materials de gravació són llogats. Les productores són productores "petitones" en el qual moltes vegades el que es fa és llogar. I segons el que es necessita es lloga.

11. El vestuari i decorats, són reutilitzats, llogats o comprats?

Vestuari, el porten ells. Se'ls hi demana que no vagin amb marques comercials, en el cas dels ramaders que aquell dia portin el "mono" net per a la gravació. Si regalem samarreta o qualsevol cosa i la tenen aquell dia que la portin si no amb qualsevol altra cosa. I, per tant, que se sentin el més còmode possible, perquè de fet busquem aquesta espontaneïtat, aquesta proximitat i la proximitat es treballa a partir que un sigui ell mateix.

12. Heu utilitzat materials sostenibles en la producció de l'anunci? Podries proporcionar exemples? (paper reciclat, bateries recarregables, atrezzo reutilitzat, materials de construcció sostenibles: fusta certificada; teixeis/panells solars; formigó reciclat).

Tot el paper és reciclat. Les bateries recarregables per descomptat. Atrezzo són els envasos mateixos de Llet Nostra. No fem cap mena de decorat. El màxim que fem és demanar al pagès que ens mogui una bala de palla cap aquí o cap allà.

Il·luminació i energia

13. Per a la il·luminació i els equips electrònics, quin tipus d'energia feu servir? Feu servir generadors de combustible? O feu servir altres maneres de generar energia com a bateries portàtils, xarxa elèctrica, energia solar...?

14. En el cas de la il·luminació, quin tipus d'il·luminació feu ús, focus led o un altre tipus de focus amb bombetes?

Restauració

15. Com gestioneu els menjars? El personal menja en restaurants, contracteu un servei de càtering?

Algun rodatge, la producció l'he fet jo mateixa. Doncs jo me'n vaig anar a buscar a una cooperativa ecològica, vaig anar a compra el dinar i després vam dinar a la mateixa granja, en un moment amb plats allà a la granja mateixa.

16. En el cas que sigui servei de càtering, és un proveïdor compromès amb el desenvolupament sostenible? Els utensilis i recipients són reutilitzables o d'un sol ús?

Sí, ja que el proveïdor va ser una cooperativa ecològica i aquestes solen enfocar-se en pràctiques de producció i sostenibilitat que minimitzin el seu impacte ambiental. Són reutilitzables.

Residus

17. Com heu gestionat els residus generats durant el rodatge? Heu implementat pràctiques de reciclatge i compostatge?

Tema de reciclatge. Tema de separació. Clar que separen, a més a més a tot arreu ja està separat i les empreses també estan obligades a fer-ho.

18. Heu tingut en compte la reducció de plàstics d'un sol ús, com a ampolles, piles o embalatges?

19. S'ha hagut d'imprimir algun guió o fulla de rodatge s'ha usat paper reciclat?

Sí, el paper que s'utilitza és reciclat.

Presentació de la marca Llet Nostra. Missió visió i valors.

Llet nostra és una empresa en la qual la seva missió és ajudar al sector ramader comercialitzant els seus productes. Llet nostra és una empresa que es va crear l'any 2003 a partir que cooperatives ramaderes van decidir vendre's ells mateixos la llet.

Llet Nostra és una empresa creada, per tant, els seus propietaris són ramaders, cooperatives. Són propietaris, però a la vegada són els proveïdors. Ells mateixos es compren. Som ramaders, tenim aquesta marca comercial, que és Llet Nostra, que el que fa és comercialitzar aquesta llet. Pel que fa a l'estructura empresarial Llet Nostra, compra la llet a les cooperatives, agafa aquesta llet, busca una indústria, lloga una indústria perquè li faci els envasos i aquests envasos Llet Nostra els comercialitza i busca gent que li compri a través dels canals de distribució.

La missió de Llet Nostra, com et deia, era vendre, produir i comercialitzar llet de Catalunya, per a Catalunya, per tant, el nostre àmbit és totalment català i a més a més, sempre procurem que tota la producció es faci dins el territori català. Aquí hi ha un element en el qual posem el tema dels nostres valors, de divinitzar l'economia catalana. Podríem portar, per exemple, a fer envasar, si una altra empresa ens ofereix uns preus més econòmics, potser podríem decidir envasar a fora de Catalunya. Cosa que no fem, sinó que ho fem amb els envasadors d'aquí a Catalunya.

Amb el tema mediambiental Llet Nostra precisament té l'avantatge que en ser ramaders, els ramaders, si no cuiden el seu entorn, si no cuiden les seves vaques, no tenen producció. Per tant, el seu ADN ja diu que ha de cuidar el medi ambient, de fet les actituds mediambientals, està comprovat que tenen una repercussió econòmica. Moltes vegades, si

tu vigiles no consumir molta electricitat, no consumir aigua, no consumir subministraments. Automàticament baixos costos.

Llet Nostra està ara amb un pla que es diu Llet Nostra Més, en el qual està ordenant totes aquestes coses que dèiem del tema de sostenibilitat. I bàsicament són cinc línies d'actuació. És fomentar i ajudar que les explotacions ramaderes siguin sostenibles i que tinguin projecció al futur. També ajudar a gestionar el seu negoci i la formació. Que siguin atractius perquè hi hagi un relleu generacional, aplicar temes de medi ambient. També hi ha el tema que en tota la cadena de valor hi hagi una alta reducció de l'impacte mediambiental del CO₂. Això vol dir que hem d'anar treballant tota la cadena de valor als nostres proveïdors, també que siguin persones sensibles. Després també el tema d'igualtats, que estem treballant en què no hi hagi discriminació ni per gènere, ni per origen, ni per motius de sexe, etc.

En el cas de fer un rodatge, precisament nosaltres seríem un cas que sense voler hem sigut sostenibles. O sigui, nosaltres, a l'hora de fer una producció, som sostenibles en nivell econòmic, mediambiental i social, també podem dir, perquè ho portem a l'ADN. Perquè moltes vegades és el camí que ens fa sostenibles econòmicament a més a més. Què vol dir això, per exemple? Llet Nostra només té cinc treballadors, un gerent, una cap de màrqueting, dos comercials i una atenció al client. Tots els altres som autònoms i el criteri de contractació són persones del territori i a més a més, estructures petites, perquè som més àgils i el pressupost és més barat. També, es basa en relacions de llarga durada. Jo, per exemple, soc externa i ja fa més de deu anys que estic treballant amb ells. Quant a línia de comunicació Llet Nostra com a diferenciació, amb altres marques de llet, el que volíem era ressaltar un producte propi del territori.

També hi ha un tema que hem vist, que és que el món ramader s'està desvinculant molt, cada vegada més del món agrupat. De manera que suposo que des de la ciutat es veuen els ramaders com la caricatura d'una persona sense estudis, de persona que va amb barret de palla, amb una camisa de quadres i a més a més que no baixa de seixanta anys. Nosaltres volíem canviar tot això i a més a més, també són persones que moltes vegades se senten desprestigiades, arran d'aquí ja fa anys, vam començar a agafar la línia en el qual es posava en valor al ramader (això és com una campanya de comunicació externa i interna). Posàvem al ramader com a protagonista, això vol dir que els protagonistes dels nostres anuncis, de les nostres comunicacions són els mateixos ramaders. Així hem aconseguit dues coses. Donar una frescor, veuràs el to de la comunicació, que és molt proper. És una cosa molt propera i tot plegat perquè és el que tenim, són els nostres ramaders i es nota que són ramaders i els hem escollit. Això també ens ha ajudat a fomentar l'autoestima d'ells i crear un vincle també amb la marca. Perquè fins ara, en el seu moment hi havia la gent del camp i els de l'oficina. Nosaltres com a oficina, ens quedava molt lluny i, per tant, en aquesta línia de comunicacions ens hem apropat i, per tant, hem entès més la seva feina i viceversa. Per tant, la comunicació interna, aquesta campanya també l'ha fomentat, per tant, l'aspecte social de la responsabilitat social corporativa també s'ha treballat a través de la comunicació. Això també ens ha aportat que a l'hora de fer les produccions, les localitzacions i tot plegat és el territori.

Anexo VIII. Entrevista a Judit García de Creast.

1. ¿Puedes hablarme un poco sobre ti y tu trayectoria profesional?

Estudié arqueología en la Universidad de Barcelona y, posteriormente, realicé un máster de Gestión Cultural en la UOC. Al realizar unas prácticas sobre Marketing Digital en una editorial, quise formarme de ello y realicé otro máster de Marketing y Comunicación Digital en IMF Smart Education, escuela en la que pude postular para formar parte de Creast hasta día de hoy.

2. ¿Qué te llevó a interesarte en tu área de trabajo actual?

El cambio climático es un factor del que se habla continuamente y, al ver que Creast trabaja para solucionarlo (en parte porque tampoco nosotros podemos remediarlo todo), hizo que me interesara mucho.

3. ¿Podrías describir tu área de trabajo en la industria audiovisual y explicar en qué consiste tu labor?

Mi labor es como la persona de cuentas de una agencia de publicidad, me encargo de la gestión de los clientes, desde que entran para hacer su producción sostenible hasta que les entregamos las compensaciones (tenemos un acuerdo con Saving the Amazon y, por cada tonelada emitida por producción, se planta un árbol en el Amazonas).

4. ¿Cuánto tiempo llevas trabajando en la implementación de prácticas sostenibles en el sector audiovisual?

En Creast llevo desde febrero del 2022, por lo que un año y 3 meses.

5. ¿Cómo se diferencian las producciones sostenibles de las producciones convencionales?

Al fin y al cabo, cuando vas a un rodaje ya ves perfectamente si se implementan medidas de sostenibilidad o no. Hay muchas productoras que están concienciadas con el medio ambiente y ponen de su parte para que su producción tenga el mínimo de emisiones. Pero también nos encontramos otras producciones en las que esto es totalmente diferente y esto conlleva en un aumento de las emisiones de CO₂eq.

6. ¿Cuáles son algunos desafíos específicos que enfrenta la producción audiovisual sostenible y cómo los abordan?

Yo creo que el desafío principal es la concienciación que tenemos que trabajar hacia los clientes. Como bien digo, hay muchos que la sostenibilidad ya la llevan dentro, pero hay otras personas que no y cuesta hacerles ver que, si implementas medidas de reducción de la huella, ayudan a no generar tantas emisiones de CO₂eq.

7. ¿Cuáles son las prácticas sostenibles más importantes que deberíamos implementar en el sector audiovisual?

Creast mide 7 categorías: movilidad, energía, alojamientos, catering, agua, materiales y residuos. De estos 7, las categorías que suelen tener más emisiones son: movilidad, energía y materiales. Por ello, es importante mencionar estas 3 medidas de sostenibilidad, una por cada categoría de las que destacan. Para la movilidad, es importante intentar usar vehículos con etiqueta ECO o 0 emisiones. De esta forma, las emisiones se reducen mucho. En cuanto a la energía, hay una gran diferencia con el uso de ecogeneradores y generadores convencionales, por lo que los ecogeneradores son una gran medida de reducción de la huella. Por último, es importante alquilar cualquier material frente a la compra, ya que también se reducen considerablemente las emisiones.

8. En un rodaje, ¿Cuáles son las medidas medioambientales más difíciles de aplicar?

Justamente dos de las que comento antes son las que suelen ser más difíciles: añadir vehículos híbridos y eléctricos al rodaje y uso de ecogeneradores. Al final, estas dos

medidas suelen tener un extra-coste sobre el presupuesto de la producción, por lo que esto incide en su implementación.

9. ¿Hay recomendaciones de proveedores locales y sostenibles para servicios de producción y suministros?

Si. Por ejemplo, los catering muchos ya implementan medidas de sostenibilidad, como por ejemplo incluir menús vegetarianos en las dietas del equipo o usar una cafetera de café molido en vez de cápsulas.

10. ¿Qué otras acciones sostenibles se pueden llevar a cabo en el sector audiovisual en general? (no solo en el ámbito de la producción/distribución audiovisual).

A parte de las medidas de sostenibilidad de reducción de la huella, una acción sostenible que también incluye Creast es la compensación de aquellas emisiones que no se han podido evitar con las medidas de reducción de la huella. En este caso, plantamos árboles con la organización Saving the Amazon.

11. ¿Cómo podemos medir el éxito de la implementación de prácticas sostenibles en nuestra producción audiovisual? Creast incluye en sus informes una slide de reducción donde se indican todas las medidas de sostenibilidad aplicadas por categoría y se realiza una comparativa de: si no se hubieran aplicado estas medidas, la huella habría sido esta, pero como se han aplicado, finalmente la huella ha sido esta. Entonces, de todas estas medidas de reducción se indica un valor final que son los kg CO₂eq que se han reducido en su totalidad y el % de reducción.

12. ¿Qué costes podríamos esperar para la implementación de estas prácticas y cómo podríamos equilibrar la sostenibilidad con la rentabilidad del proyecto?

En el caso de los ecogeneradores, aunque sea un importe pequeño de alquiler por día, Al final lo que se paga es el doble que un generador convencional. Las cifras serían 90€ de un generador convencional frente a 120€ por dos ecogeneradores (estos tienen menos potencia que un generador convencional, por lo que se tendrían que alquilar dos).

13. ¿Se tiene que destinar mucho más dinero para crear un rodaje sostenible?

No tiene por qué. Hay medidas de reducción de la huella que no implica un extra coste, como por ejemplo: compartir vehículos entre los miembros del equipo y no ir una persona en un coche, teletrabajar (y así evitar el desplazamiento de las personas), ubicar los alojamientos cerca del lugar de rodaje (y así evitar viajes en taxi, coche, etc).

14. ¿Por qué existe la percepción de que hacer un rodaje sostenible es más costoso?

Porque es cierto que para implementar algunas medidas en concreto, como contratar los ecogeneradores o alquilar vehículos eléctricos/híbridos, tiene un extra-coste, pero, como bien digo, no tienes por qué implementar estas medidas y puedes priorizar el tren frente al avión, compartir vehículos, etc.

15. ¿Qué buenas prácticas y casos inspiradores que conozcas destacarías del sector audiovisual?

Buenas prácticas como tal mencionaría todas aquellas producciones que han incluido el uso de ecogeneradores (realmente son pocas las producciones donde se han implementado), y casos inspiradores como tal destacaría una productora que tanto en su oficina como en todas sus producciones incide mucho en la sostenibilidad y están muy comprometidos.

16. ¿Qué beneficio tienen las empresas que aplican medidas de sostenibilidad a parte de la reputación social y ser responsables con el medio ambiente? ¿Cuáles son los argumentos que se les da a las empresas para que apliquen las prácticas sostenibles en sus procesos?

En el caso en que se trabaje con Creast, por cada producción se les da un sello de carbono neutral (se compensan las emisiones que se han emitido plantando árboles. Es decir, el planeta se deja igual de lo que estaba antes del rodaje). Aparte, si se realiza la corporativa, cada cliente se les incluye dentro del programa de CNNOW (Climate Neutral Now), donde pueden usar el sello oficial. A las empresas se les insiste mucho con el tema de actuar para vivir en un mundo mejor y se les hace un acompañamiento desde que entra un cliente hasta que se entrega la compensación.

17. ¿Qué incentivos tienen las empresas audiovisuales para implementar prácticas sostenibles en todos los procesos de la obra audiovisual?

En publicidad no hay incentivos, pero en cine y ficción sí.

18. ¿Está nuestro país implementando medidas sostenibles en el sector audiovisual al mismo ritmo que otros países europeos o vamos más rezagados?

No todos los países están al mismo nivel ni mucho menos, podemos encontrarnos países que están por encima de España, como podrían ser los nórdicos, pero España poco a poco va implementando más medidas de sostenibilidad y más normativas (como los vehículos ECO y 0 emisiones) que permiten que se reduzcan más las emisiones del país.

19. ¿Y el sector publicitario, es sensible a la práctica de medidas sostenibles en sus producciones audiovisuales?

Todo depende de la productora que participe, que al final es quien produce ese spot publicitario. Hay muchas productoras que son muy sensibles a aplicar medidas de reducción con el fin de emitir las menores emisiones posibles, pero, como he dicho antes, hay una gran labor de concienciación hacia todas aquellas productoras que todavía les falta un empujón para que implementen medidas de sostenibilidad.

Referencias Anexos

- Academia de Cine. (2021). Guía de Buenas Prácticas. Obtenido de <https://www.academiadecine.com/pdfs/guia-de-buenas-practicas-del-sello-verde/>
- Alianza de Producción Sostenible. (2021). *Emisiones de Carbono de la Producción Cinematográfica*. Obtenido de <https://www.greenproductionguide.com/wp-content/uploads/2021/04/SPA-Carbon-Emissions-Report.pdf>
- Green Film. (2022). Sistema de certificación para la producción cinematográfica sostenible. Obtenido de <https://www.green.film/wp-content/uploads/2022/07/Green-Film-Sistema-de-certificacion-2022-ES.pdf>
- Promálaga. (2019). *Guía de Rodaje Sostenible*. Obtenido de <https://www.promalaga.es/wp-content/uploads/Guia-Green-Screen.pdf>
- Promálaga. (2019). *Guía de Producción Sostenible*. Obtenido de <https://www.promalaga.es/wp-content/uploads/Guia-Produccion-Sostenible-anexo.pdf>
- Promálaga. (2021). *10 Mandamientos de un Rodaje Sostenible*. Obtenido de <https://www.promalaga.es/wp-content/uploads/10-mandamientos-WEB.pdf>