



## Parámetros para la adopción de prácticas sostenibles en la producción audiovisual en Colombia: ¿qué cambios pueden implementar productores y entidades de fomento?

### *Autores*

Norma Cuadros González, Javier Machicado Villamizar, Elsa Johanna Llorente Buitrago

### *Resumen*

A medida que la crisis climática en todo el mundo gana más atención y los efectos se vuelven más graves y frecuentes, muchas industrias de todo el mundo han tomado medidas para volverse más sostenibles. Lamentablemente, este no es el caso de la industria audiovisual colombiana, donde las prácticas actuales ni siquiera se pueden comparar con las de otros países y simplemente no son suficientes. Esta investigación analiza el estado actual de la sostenibilidad en la producción de cine y televisión en el país, el nivel de conciencia sobre la implementación de prácticas sostenibles; así como los próximos pasos que deben dar los productores colombianos para impulsar mejores prácticas.

Con el objetivo de comprender la sostenibilidad más allá de las prácticas ambientales o verdes, este estudio incluye otras tres dimensiones; sociales, culturales y económicas, que son claves para comprender el impacto de una industria sostenible en su conjunto. Además, tener una visión de sostenibilidad en 4 dimensiones, de acuerdo con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), permite a las partes interesadas enmarcar este asunto y, por lo tanto, responsabilizarlos y comprometerse a realizar cambios.

La industria cinematográfica ya no puede considerar una discusión ambiental al margen de la justicia social, la protección del patrimonio cultural o la paridad de género, por lo que abordaremos esos temas juntos en esta investigación

### *Abstract*

As the climate crises around the world gains more attention and the effects become more serious and frequent, many industries around the world have taken actions to become more sustainable. Unfortunately, this is not the case of the Colombian audio-visual industry, where the current practices cannot even be compared to those of other countries and are simply not enough. This research analyses the current state of sustainability in film and TV production in the country, the level of awareness regarding the implementation of sustainable practices; as well as the next steps that must be taken by Colombian producers in order to foster better practices.

Aiming to understand sustainability beyond the environmental -or green- practices, this study includes three other dimensions; social, cultural and economic, that are key to comprehend the impact of a sustainable industry as a whole. Furthermore, having a 4-dimension sustainability vision, in accordance with the Sustainable Development Goals (SDG's), allows stakeholders to frame this matter and therefore, hold them accountable and committed to make changes.

The film industry cannot longer consider an environmental discussion apart from social justice, cultural heritage protection or gender parity, hence we will address those matters together in this research.



## Introducción

Los parámetros para la adopción de prácticas sostenibles en la producción audiovisual propuestos en este documento se plantean en torno a cuatro categorías fundamentales: ambiental, cultural, social y económica. El principal objetivo de esta guía es que productores de cine y televisión, así como las entidades de política en el sector audiovisual, conozcan las problemáticas e impactos de las producciones sobre estas categorías, para reducirlos, mitigarlos o compensarlos. El documento se estructura en tres partes. La primera sección plantea antecedentes que se configuran como una problematización sobre la sostenibilidad en la industria audiovisual a nivel global. La segunda sección propone las categorías analíticas según las cuales se definen las prácticas sostenibles de la producción audiovisual. La tercera parte presenta y organiza los hallazgos del trabajo de campo en torno a estas categorías. Finalmente, esta guía propone una lista de primeros pasos por seguir por empresas de producción en la búsqueda de prácticas más sostenibles.

El equipo de investigación fue integrado por Javier Machicado, cofundador y codirector de Lado B, economía creativa; Norma Cuadros, Magister en Negocios Internacionales y Cine de University of Exeter y The London Film School del Reino Unido, fundadora del Festival Internacional de Cine Ambiental Planet On; y Elsa Johanna Llorente Magister en Entretenimiento y Negocios Musicales de la Universidad de Berklee College of Music con experiencia en producción de festivales. Para sustentar este documento se realizaron una serie de entrevistas con productores de diferentes regiones del país, proveedores del sector y líderes en la discusión de sostenibilidad en el mundo. El objetivo de las conversaciones fue conocer qué se entiende por sostenibilidad, cuáles son las prácticas aplicadas en la industria nacional, cuáles son los desafíos y cómo deben ser enfrentados para alcanzar un sector consciente y comprometido con los retos ambientales, sociales, culturales y económicos locales y globales.

Consideramos que esta guía es de vital importancia para un sector que ha sido capaz de generar sentido a través de sus contenidos, pero que ha fallado en reconocer su impacto negativo en el ambiente, su falta de políticas que favorezcan la diversidad e inclusión social y sus desafíos para la viabilidad de muchas de las producciones más autorales. Entender otras facetas del impacto de una industria creativa que genera miles de empleos y aporta el 3,2% al PIB del país, debe ser el primer paso para lograr cambios que impacten de forma positiva nuestra relación con el entorno, la protección de especies, la mitigación del cambio climático, así como la inclusión de minorías y la creación de oportunidades para quienes históricamente no han podido acceder a la industria del cine y la televisión.

Esta guía es una oportunidad para pensar el sector como un catalizador para el cambio y la sostenibilidad a la que Colombia, como país, se ha comprometido en diferentes acuerdos internacionales. Quiere ser también un primer paso definitivo en la construcción e implementación de una verdadera agenda para la sostenibilidad del sector, de sus agentes y de sus prácticas, hoy en día inexistente en el país.

## Antecedentes

El común de la gente asocia la producción audiovisual con el aporte de sus historias a la construcción de la identidad y la sociedad de un país. Sin embargo, en los últimos años, la industria global se ha visto confrontada por preguntas sobre su impacto en el medio ambiente, relacionado con el uso intensivo de energías y materiales necesarios para cada producción o con el tratamiento de los



desechos y desperdicios que estas generan. Tanto a nivel local como mundial, se la cuestiona también por sus malas prácticas laborales, así como por su nivel de compromiso con la inclusión de minorías y la diversidad de los equipos creativos y técnicos. En Colombia, además, hay gran incertidumbre sobre la viabilidad económica de la producción de cine local, su capacidad de conexión con las audiencias y la sostenibilidad financiera de las empresas y agentes que la conforman.

A pesar de estos cuestionamientos, no se ha analizado el impacto ambiental de la producción de cine y televisión en el contexto colombiano. Se han hecho análisis someros sobre la representación femenina en la industria colombiana y poco se ha indagado y discutido sobre el papel de la diversidad tanto delante como detrás de la pantalla. Así mismo, las cifras y análisis de la economía del sector se enfocan en el volumen de la producción local, pero se conoce menos sobre los determinantes de la viabilidad financiera de las producciones y de las empresas que las realizan. En suma, no se han implementado indicadores cuantitativos y cualitativos que muestren la capacidad de transformación social, ambiental, económica y cultural que se requiere para que la producción audiovisual colombiana integre prácticas con una visión del desarrollo sostenible.

La ausencia de información y análisis de este tipo en Colombia parece ser sintomática de la falta de una visión integral sobre el aporte de las prácticas de producción a la sostenibilidad del sector audiovisual y a la sociedad como un todo. Hay, sin embargo, iniciativas incipientes pero inequívocas de cambio. Productores audiovisuales con distinto peso en el mercado están empezando a preocuparse por implementar mejores prácticas ambientales. Colectivos de mujeres trabajadoras del audiovisual en Colombia se organizan para mejorar, dignificar y lograr equidad en los espacios de trabajo. Las instituciones de política audiovisual empiezan a discutir el impacto de sus políticas sobre la viabilidad de la producción frente al mercado.

La industria local tiene una oportunidad para cambiar la forma como está operando actualmente y convertirse en una industria sostenible. En lo ambiental, es necesario generar cambios en la forma como se están produciendo los contenidos para responder a las necesidades de la crisis climática. A nivel internacional, las industrias creativas están trabajando por convertirse en un sector neutro en emisiones de carbono para el 2030, por lo que las producciones nacionales no pueden ser ajenas a esto y deben adoptar cambios que le permitan alcanzar estas mismas metas y así ser competitiva a nivel global.

Sin embargo, la sostenibilidad ambiental debe ir de la mano con el mejoramiento de aspectos sociales y laborales, pues es desde allí donde se da prioridad al bienestar de las personas, a partir de medidas a favor de la inclusión y diversidad, que reconozcan además el papel de la mujer en las labores técnicas, creativas y gerenciales, y que cierren las brechas de oportunidades. Estas medidas deben acompañarse con el fortalecimiento de las capacidades para estructurar modelos viables de gestión en el sector y asegurar la permanencia en el tiempo de las productoras.

Si bien la producción y los agentes del audiovisual en Colombia han tenido un crecimiento evidente en los últimos años, la sostenibilidad del sector está en juego. Los estudios realizados en otros países demuestran que, al aplicar prácticas sostenibles en lo ambiental, social y cultural, se reducen costos y se genera mayor rentabilidad. Más allá del retorno económico, se trata de pensar un sector consciente de su responsabilidad frente a los objetivos del desarrollo sostenible. Por esto, es importante que los entes privados y públicos, en una lógica de corresponsabilidad, asuman



compromisos y exijan medidas que regulen y promuevan una industria audiovisual sostenible en el tiempo.

### Definición de las categorías de análisis

La noción de sostenibilidad aplicada a un agente del sector creativo, como una empresa audiovisual, se asocia a la de uno que logra colocar una oferta de valor mixto en la sociedad y en el mercado. Este valor mixto puede ser generado por una combinación de factores culturales, ambientales, sociales y económicos.

Una empresa sostenible reconoce la crisis ambiental global como una amenaza para la continuidad de su operación, es consciente del impacto de sus acciones en el entorno por lo que adopta prácticas que reduzcan, mitiguen o compensen los efectos negativos de su negocio. Sin embargo, la adopción de medidas no está limitado al oficio único de la producción audiovisual, sino que trasciende a través de la inclusión de mensajes que promuevan en su público objetivo hábitos, acciones y comportamientos en favor de la conservación y protección ambiental.

A nivel social, un agente creativo sostenible considera su papel en la construcción del tejido de la sociedad. Al interior de la empresa, lo hace dándole importancia a la relación y al trato con sus trabajadores, tanto en aspectos salariales como frente a la igualdad de oportunidades en una lógica de inclusión y diversidad.

En la dimensión económica, un agente creativo sostenible requiere de la organización efectiva de personas y recursos para sobrevivir y crecer en el tiempo. Estas características están asociadas generalmente con su modelo de negocio, el cual debe permitir financiar, crear, producir y circular sus bienes y servicios entre el público objetivo de manera efectiva y funcional.

En el ámbito cultural y creativo, los agentes del sector asumen riesgos como parte inherente de su actividad. En el mercado y la sociedad son los encargados de proponer, diversificar el abanico de símbolos, mensajes y contenidos a los que tiene acceso el público. Un agente creativo es sostenible si es consciente de la diversidad del país, de sus territorios, de sus habitantes y de todo aquello que la soporta.

### Árbol de subcategorías en el contexto nacional

Las siguientes subcategorías, asociadas a cada dimensión de la sostenibilidad de la producción audiovisual considerada en este estudio, resultaron relevantes porque reflejan puntos críticos en la operación de la organización, pero también porque hacen parte -o se cree que harán parte en un futuro próximo- de los requerimientos de los grupos de interés de las productoras locales: inversionistas, productoras extranjeras, sus propios equipos de trabajo, fondos públicos, etc.

Categoría	Subcategoría
Ambiental	Formación/conocimiento de la problemática Medición huella CO2 Viajes y Transporte Manejo de residuos



	Desperdicio de alimentos Uso de plásticos Uso de papel Uso de energía
Social	Inclusión y Diversidad Acoso laboral Acoso sexual Brecha salarial Paridad de género Proveedores locales
Cultural	Reconocimiento al patrimonio cultural y natural Utilización de recursos culturales de la región
Económica	Capacidades gerenciales (Formación en áreas específicas como: financiación, marketing y distribución) Diseño de estrategias financieras (dependencia de recursos públicos “soft money”) Rutas de diversificación de recursos de financiación

Unidos a la visión de las Naciones Unidas y a la Agenda 2030 sobre el desarrollo sostenible, la implementación de prácticas sostenibles en las dimensiones ambiental, social, económico y cultural en la industria audiovisual en Colombia trabaja directamente con 9 de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

ODS	Categoría
3 Salud y Bienestar	Social
5 Igualdad de Género	Social
8 Trabajo Decente y Crecimiento Económico	Social y Económico
9 Industria, Innovación e Infraestructura	Económico
10 Reducción de las Desigualdades	Social y Cultural
11 Ciudades y Comunidades Sostenibles	Todas las categorías
12 Producción y Consumo Responsable	Económico y Ambiental
13 Acción por el clima	Ambiental
17 Alianzas para lograr los objetivos	Todas las categorías

### Principales hallazgos según categorías y subcategorías de análisis

Categoría	Subcategoría	Hallazgos
Económico	Rutas de financiación diversificadas	La mayoría de las empresas de vocación independiente, especialmente en las regiones fuera de Bogotá, no tienen una estrategia para la diversificación de fuentes financieras de sus producciones y reconocen que deben desarrollar capacidades para comprometerlas. Sus proyectos apuestan por lo general a una o dos convocatorias nacionales (FDC) o regionales. En contraste, productoras de TV, de comerciales y las de mayor trayectoria en el cine, estructuran un esquema de costos acorde con el potencial de una diversidad de fuentes, incluyendo las audiencias mismas.
	Reconocimiento de audiencias y el diseño de estrategias de mercadeo	Algunas de las empresas de vocación independiente no toman decisiones conscientes del potencial de su mercado. Al estar enfocadas en la producción de sus contenidos no analizan sus nichos de público ni generan estrategias para alcanzarlos. Aunque estas funciones son también del resorte de los agentes de la distribución, estos acusan debilidades parecidas. Las productoras de TV y de comerciales, por su parte, estudian sus públicos objetivo, en función de lo cual proyectan sus contenidos. Además, se apoyan en la estrategia de promoción de los canales. Esto es fundamental para estas productoras, pues sus agentes de interés les exigen la rentabilidad de sus proyectos.
	Capacidades gerenciales	En las empresas de vocación cinematográfica independiente, en las que los objetivos artísticos priman sobre los económicos, se evidencia una falta de capacidades gerenciales que permitan proponer modelos de negocio diversificados, lo que no permite gestionar en el largo plazo el riesgo inherente a la producción de contenido propositivo y autoral. Los proyectos pueden ser viables, pero las empresas muchas veces no lo son.
Social	Derechos y prácticas laborales	En todo tipo de productoras audiovisuales entrevistadas, se admite la recurrencia de malas prácticas laborales: jerarquías tóxicas, maltrato y hostigamiento de superiores a empleados. En algunas producciones, se llega incluso al desconocimiento de los derechos laborales: exceso de horas de trabajo (muchas veces no remunerado), tiempos demasiado extensos de pago (sobre todo en comerciales) y precariedad laboral.

Acoso Sexual

Hechos recientes sobre acoso y abuso sexual en la industria audiovisual de Colombia han hecho que productoras, realizadoras y otras mujeres del sector se unan en torno a esta problemática para hacerla visible y encontrar soluciones que promuevan ambientes laborales seguros para ellas.

Pese a que existe hermetismo al interior de la industria para hablar de acoso sexual, algunos de los agentes del sector, en su mayoría independientes, reconocen una cultura permisiva dentro de la industria, donde comportamientos abusivos hacia las mujeres como: comentarios inapropiados, gestos o ser tocada con intenciones sexuales por un par, se han normalizado. Además, las mujeres víctimas de estas conductas no se atreven a denunciar por temor a ser despedidas o revictimizadas.

RECSISTERS, un colectivo de mujeres que trabajan en la industria audiovisual nació en 2019 como respuesta al acoso y abuso sexual que han sufrido las mujeres en el sector. Este grupo conformado por 11 mujeres realizó una encuesta a 147 mujeres sobre acoso sexual, y el 100% afirmó haber sido víctima de algún tipo de abuso o violencia sexual en su lugar de trabajo.

Pese a las estadísticas globales y los indicios de un problema de acoso sexual normalizado en la industria nacional, agentes del sector o instituciones gubernamentales han hecho caso omiso a las denuncias y no han tomado medidas para garantizar ambientes seguros para las mujeres.

Inclusión y Diversidad

Hablar de diversidad e inclusión con agentes del sector audiovisual, en su mayoría, es entendido como la participación de mujeres detrás de cámaras, la cual se percibe como una participación paritaria, con alta representatividad de las mujeres en roles como producción y gerencia al interior de las organizaciones. Sin embargo, de acuerdo con el estudio más reciente realizado por Proimágenes (2018), la industria del cine está muy lejos de alcanzar la paridad de género con tan sólo el 25% de mujeres directoras y 23% guionistas. En el caso de televisión, no existen datos sobre la participación femenina.

Si bien la diversidad e inclusión contempla dar oportunidades a las mujeres para aspirar a cargos en los que tradicionalmente no han participado, tener equipos diversos también hace referencia a las diferentes razas, etnias e identidades de género. En este sentido no existen estudios que indiquen la participación de minorías en la industria nacional.

Para los agentes del sector, la inclusión de razas, etnias o personas LGBTQ está directamente ligada con las capacidades y el acceso a formación profesional de las minorías. Sin embargo, algunos agentes del sector han desarrollado programas de formación no formal para capacitar a sus trabajadores en oficios específicos. Sin embargo, no existen iniciativas o políticas internas dirigidas que promuevan y garanticen la inclusión de los grupos subrepresentados, así como tampoco tienen medidas de seguimiento o comunicación efectiva dentro de su organización para generar una industria diversa e inclusiva.

Es importante resaltar que las productoras regionales, en su mayoría independientes, tienen una mayor conciencia y motivación para ser incluyentes y diversas. Su cercanía con otras poblaciones, marginadas históricamente, muestran mayores índices de inclusión y diversidad en sus equipos de trabajo, así como en la selección de contenidos.



<p>Brecha Salarial</p>	<p>En Colombia, no hay estudios que revelen cuál es el porcentaje de la brecha salarial en la industria audiovisual. Sin embargo, los estudios realizados en otros sectores estiman que la media de la brecha entre hombres y mujeres es del 17%. Agentes del sector, grandes productores, señalan que no existe brecha salarial pues tienen políticas internas que abordan este tema y garantizan que todos quienes son contratados tienen las mismas condiciones salariales sin importar su identidad de género. Sin embargo, estas medidas no son reconocidas o adoptadas en todos los agentes que intervienen en la producción audiovisual, quienes reconocen que existen diferencias salariales pero desconocen las razones y el porcentaje de la misma. Tal como lo observó Luckman en Australia, en Colombia existe una cultura de contratación del personal según sus contactos dentro de la industria, lo cual incrementa la inequidad y falta de diversidad en las producciones de cine y televisión.</p>
<p>Paridad de género</p>	<p>En Colombia, en 2018, apenas el 23% de los directores de cine y el 25% de los guionistas eran mujeres. Este estudio, que se hizo con base en los proyectos que aplicaron a las convocatorias del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico, revela que las historias son contadas principalmente por hombres. En los cargos técnicos, hay también un desbalance a favor de hombres formados en la práctica. Las mujeres parecen relegadas a cumplir funciones en las áreas administrativas y de gestión, donde hay relativa paridad. Dentro de las productoras, hay conocimiento de esta disparidad y, aunque hay políticas de no discriminación, pocas productoras toman medidas específicas para identificar, formar e incorporar mujeres en las distintas áreas. La disparidad en la formación de mujeres en habilidades creativas y técnicas es también un problema de la política pública. En todo caso, las medidas a favor de la paridad de género en las producciones se dan por la conciencia del problema al interior de algunas productoras, pues los agentes de interés no hacen exigencias al respecto. La sanción social y las buenas prácticas propiciadas por iniciativas como el decálogo de las RecSisters empiezan a cambiar el panorama de género en el sector.</p>

Cultural	Reconocimiento de la diversidad y uso del recurso local	<p>Cuando las producciones -principalmente las de TV y comerciales- se realizan en contextos rurales, naturales o étnicos, es posible evidenciar malas prácticas en relación con los recursos: abuso laboral con los locales, destrucción del entorno natural, entre otros. En general, las producciones comerciales trabajan sin un reconocimiento y uso respetuoso del patrimonio cultural y natural. Las productoras independientes, especialmente las de documentales, son la excepción e incorporan voluntariamente prácticas de uso consciente de recursos naturales, comunitarios y culturales. Con todo, los agentes de interés rara vez exigen prácticas respetuosas con el recurso local. Finalmente, respecto de la producción de símbolos y contenidos audiovisuales por parte de las comunidades, la política pública hace una apuesta en 2020 a través de las convocatorias del FDC para que las comunidades étnicas narren desde sus propias voces.</p>
Ambiental	Desconocimiento de la crisis climática global	<p>Colombia es uno de los países firmantes del Acuerdo de París (COP21), lo cual ha hecho que se adopten políticas nacionales para la reducción y mitigación de emisiones de CO2. Bogotá recientemente declaró la emergencia climática para tomar medidas urgentes que reduzcan el impacto ambiental en la ciudad. Sin embargo, la industria audiovisual colombiana en general, no se reconoce a sí misma como un agente generador de emisiones de carbono, lo cual incrementa la dificultad para adoptar prácticas sostenibles ambientalmente.</p> <p>Si bien los productores son conscientes de la discusión global para reducir las emisiones de carbono, estos reconocen desconocimiento de la problemática dentro de la industria, su impacto en el ambiente y las posibles soluciones y/o alternativas para ser aplicadas.</p> <p>La falta de personal experto y capacitado en temáticas ambientales al interior de las organizaciones, así como la poca oferta de educación no formal especializada en producción verde representan barreras para sensibilizar a los equipos de producción y en consecuencia reducir de forma efectiva el impacto ambiental.</p>

Medición huella de carbono

No existen mediciones específicas sobre la cantidad de CO<sub>2</sub> que emiten las producciones de cine y televisión realizadas en Colombia en los últimos 10 años; si bien algunos productores han realizado pilotos, estos no han logrado la rigurosidad y continuidad suficientes para estimar la huella de carbono promedio de una producción hecha en el territorio nacional. Adicional a esto, las mediciones y estimaciones nacionales publicadas por el IDEAM no contemplan a la industria audiovisual o creativa como un sector emisor de CO<sub>2</sub>, por lo que tampoco hay evidencia a nivel nacional sobre el impacto específico que la industria genera.

Algunos de los grandes productores de televisión nacional han realizado mediciones de huella de carbono indicando que un canal de televisión emite en promedio 2.004,37 toneladas de CO<sub>2</sub> anualmente (Sentido Verde, 2018).

Pese a no tener datos que señalen los principales problemas ambientales relacionados a la producción audiovisual, existen prácticas comunes en la industria que han sido adoptadas en diferentes producciones como: reducción del uso de botellas plásticas desechables, uso de papel reciclado, separación de residuos en la fuente y reciclaje.

Sin embargo, estas prácticas no están estandarizadas al interior de las organizaciones y como resultado derivan en una serie de acciones puntuales, aisladas y sin continuidad, convirtiéndose en prácticas esporádicas de bajo impacto, bajo nivel de compromiso por parte del equipo de producción e insostenibles en el tiempo.

Uso de Energía (eléctrica, combustibles fósiles, transporte aéreo y terrestre)	<p>Si bien la tendencia global indica que el consumo de energía es el principal componente de las emisiones de CO2 generadas por la industria del cine y la televisión, en Colombia no hay datos que indiquen si esta tendencia ocurre de la misma forma en las producciones locales. Sin embargo, algunas de las principales productoras del país realizan mediciones anuales de emisiones GEI, las cuales han identificado que el uso de plantas eléctricas (Diesel) aporta 260.01 toneladas de CO2, mientras 707,88 toneladas corresponden a energía suministrada por terceros (Sentido Verde, 2020), también se estima que las emisiones de CO2 por una hora de transmisión de televisión nacional equivale a 0,229 toneladas, según reportó Caracol Televisión en sus mediciones de 2018.</p>
--	--

Manejo y Disposición de Residuos

Tanto productores independientes como comerciales coinciden en la importancia de adoptar prácticas para el manejo de residuos durante sus producciones, así como la disminución de estos. En general, la industria audiovisual en Colombia ha tomado medidas que le permitan reducir el uso de plásticos e icopor; sin embargo, estas medidas dependen de la disponibilidad de materiales alternativos por parte de proveedores y del costo que esto signifique para una producción; en este sentido, las producciones han adoptado el uso de vasos, menaje o botellas reutilizables cuando no representa un incremento en costos de producción, o existen los recursos para hacerlo. En este sentido, no hay evidencia de una práctica sostenible aplicada de forma consistente en el sector, sí de iniciativas aplicadas en algunas de las producciones realizadas en Colombia.

En cuanto a residuos sólidos y de alimentos se evidencia desconocimiento acerca de las alternativas disponibles en el mercado para disponer adecuadamente de los residuos, donar los alimentos a bancos de alimentos en el país o incluir alternativas vegetarianas o veganas en los menús del equipo de producción y talento. En este sentido, los proveedores que tienen alternativas para reducir el uso de plástico e icopor señalan que la falta de presupuesto de las producciones es el mayor obstáculo para adoptar mejores prácticas.



## ¿Qué sigue?

Los resultados de esta investigación tienen el valor de identificar puntos críticos y delimitar un campo de trabajo general para la adopción de prácticas sostenibles en el sector audiovisual. Los pasos por seguir planeados en este sentido, sin embargo, distan todavía de configurarse en una agenda que involucre a las empresas productoras del sector y a sus entidades de fomento para generar verdaderos impactos en las metas de desarrollo sostenible en plazos específicos. Con la idea en mente de avanzar en la construcción de esta agenda, se pueden trazar por lo menos cuatro líneas de trabajo futuro que invoca esta investigación.

La primera está relacionada con el conocimiento necesario para informar la toma de decisiones entre los agentes sectoriales. Por ejemplo, el sector debe contar con mediciones continuas y confiables de la huella CO2 generada por sus producciones, que permitan comparar su importancia frente la de otros sectores y países y evaluar cómo evoluciona en el tiempo. El sector tampoco ha hecho una evaluación de las condiciones de la mano de obra que participa de sus procesos de producción. Esta serviría no sólo para conocer aspectos relacionados con la formación de capacidades internas necesarias para la competitividad sino también para hacer observancia de los derechos laborales, prácticas de inclusión de género y minorías, entre otros aspectos. Las líneas base de formación son fundamentales para priorizar las acciones con mayor incidencia en la sostenibilidad sectorial.

Mención aparte merece la línea de trabajo en formación de capacidades para la sostenibilidad. Parte fundamental de los hallazgos tienen que ver con el desconocimiento de los equipos de trabajo del audiovisual no solo de los aspectos relacionados con la sostenibilidad, sino con la forma para potenciar prácticas que lleven a ella. Poder diseñar esquemas de producción menos apoyados en transportes impulsados por combustibles fósiles, hacer reutilización de materiales para los sets de grabación, fortalecer competencias en mujeres y minorías, desarrollar habilidades en gestión y mercadeo, entre muchas otras, hacen parte de una agenda necesaria para el desarrollo de capacidades para las prácticas sostenibles y el fortalecimiento de la competitividad sectorial. Las redes de conocimiento intrasectoriales pueden ser un poderoso vehículo para este fin, dado que las debilidades encontradas en algunas productoras son las fortalezas de otras.

La parte más dura de la agenda tiene que ver con la regulación y los incentivos necesarios para el desarrollo de prácticas sostenibles. Esta línea incluye desde la formulación de estándares, criterios e incluso condicionantes en los fondos de financiación audiovisuales para la adopción de buenas prácticas, hasta la estructuración de incentivos económicos directos para el mismo fin. Esto último es fundamental, en vista de la reticencia inicial del sector a asumir costos adicionales en la adopción de prácticas más sostenibles. Un ejercicio comparativo de medidas regulatorias y de incentivos a nivel internacional permitiría evaluar los mecanismos más idóneos para el diseño de la agenda local, en función de sus puntos más críticos.

Finalmente, todo lo anterior pasa por un trabajo de sensibilización a nivel de las instancias de toma de decisiones, tanto públicas como privadas, sobre la sostenibilidad del sector y los desafíos que suponen sus prácticas. Esa sensibilización debe llevar a posicionar la solución a esos desafíos como parte de las agendas de trabajo. Hoy en día, los esfuerzos aislados de parte de una que otra productora están lejos de constituir una estrategia para llegar a unas metas en plazos específicos. Más allá de ser un asunto reputacional, esta agenda puede ser un elemento clave para la competitividad futura del sector frente a su mercado interno y el internacional.



## BIBLIOGRAFÍA

Albert. (2020). a screen new deal.

ASOMEDIOS (2016). Estudio de Inversión Publicitaria Neta Revistas - Radio – Televisión – Publicidad Out Of Home 3° Trimestre y acumulado año 2016.

British Academy of Film and Television Arts BAFTA (2020, Mayo 15). BAFTA's Sustainability Efforts Mayo 15, 2020, de <http://www.bafta.org/about/sustainability>.

Caracol Televisión . (2018). Reporte Corporativo Emisiones GEI y Huella de Carbono .

CCBLab (2019, Enero 28). Eco-Friendly Practices in the Film Industry. Recuperado Mayo 15, de <http://lab.cccb.org/en/eco-friendly-practices-in-the-film-industry/>

Communities through Multi-Party Collaboration. Recuperado Septiembre 4, 2020, de <https://www.iccr.org/sites/default/files/ICCRsBuildingSustainableCommunities.pdf>

ICRR (2011, Junio 6) ICCR'S Social Sustainability Resource Guide, Building Sustainable

INTERNATIONAL LABOUR ORGANIZATION ILO (2014). Employment relationships in the media and culture industries. GDFMCS/2014. Geneva.

J. Emerson & S. Bonini (2005). Maximizing Blended Value – Building Beyond the Blended Value Map to Sustainable Investing, Philanthropy and Organizations. The William and Flora Hewlett Foundation.

Lado B (2020). Plan de acción para el cierre de brechas de servicios conexos a la producción audiovisual entre la industria local y una industria aspiracional como referente competitivo en este caso la ciudad de México D.F. [Documento no publicado]. Cámara de Comercio de Bogotá.

Lauzen, M. M. (2019). The Celluloid Ceiling: Behind-the-Scenes Employment of Women on the Top 100, 250, and 500 Films of 2019.

Ministerio de Cultura de Colombia MINCULTURA (2017). Anuario estadístico del cine colombiano.

Motion Picture Association of America MPAA (2018). A comprehensive analysis and survey of the theatrical and home entertainment market environment (THEME) for2018.

Mumbrella. (11 de February de 2020). Mumbrella. Obtenido de 21.8% gender pay gap in radio, TV and film reflects danger of 'predominantly male, middle-aged, white workforce', says new study: <https://mumbrella.com.au/21-8-gender-pay-gap-in-radio-tv-and-film-reflects-danger-of-predominately-male-middle-aged-white-workforce-says-new-study-616647>

Naciones Unidas. (2019). Cultura y Desarrollo Sostenible.

Sentido Verde. (2019). Acompañamiento Ambiental Yo Me Llamo 2019



Stephen Follows (2014, Julio 22). What percentage of a film crew is female?. Recuperado Mayo 15, de <https://stephenfollows.com/gender-of-film-crews/>

UNESCO (2020, Mayo 19). La UNESCO y los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Recuperado Mayo 19, 2020, de <https://es.unesco.org/sdgs>.

UNESCO (2020, Septiembre 4). Indicadores de Cultura I 2030). Recuperado Septiembre 4, 2020, de <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373570>

UNESCO (2020, September 4) Culture in the Post – 2015 Sustainable Development Agenda. Recuperado Septiembre 4, 2020, de <http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/images/Post2015SustainableDevelopmentAgendaENG.pdf>

UNESCO. (2012). UN SYSTEM TASK TEAM ON THE POST-2015 UN DEVELOPMENT AGENDA.

University of California Los Angeles. (2006). Sustainability in the Motion Picture Industry.

USA TODAY. (20 de February de 2018). USA TODAY. Obtenido de How Common is Sexual Misconduct in Hollywood: <https://www.usatoday.com/story/life/people/2018/02/20/how-common-sexual-misconduct-hollywood/1083964001/>

USC Annenberg . (2018). Inclusion Rider Template.