vinetur

# El turismo sostenible también se juzga detrás de la cámara: abren las inscripciones de los GreenWorking Awards 2026

Los GreenWorking Awards 2026 reconocen las campañas audiovisuales que convierten la sostenibilidad en el eje de la narrativa turística contemporánea

martes 21 de julio de 2026

ESCRITO POR LAIA ACEBES



Durante años, el debate sobre la sostenibilidad en el turismo se ha centrado en hoteles, transportes, certificaciones ambientales o gestión de destinos. Sin embargo, existe otro ámbito con una enorme capacidad para influir en la forma en que viajamos y entendemos el mundo: las imágenes. Cada campaña turística, cada vídeo promocional y cada historia audiovisual contribuyen a construir el imaginario de millones de viajeros y, con él, una determinada manera de relacionarse con los territorios.

Con esa premisa nacen los GreenWorking Awards 2026, unos galardones internacionales que buscan reconocer las producciones audiovisuales capaces de demostrar que la sostenibilidad no solo debe formar parte del mensaje, sino también del propio proceso creativo. Organizados por el International Committee of Tourism Film Festivals (CIFFT)y la agencia creativa española Normmal, los premios han abierto oficialmente su convocatoria internacional, con inscripciones gratuitas hasta el próximo 21 de septiembre.

La iniciativa celebra su segunda edición tras consolidarse como uno de los pocos reconocimientos especializados en evaluar tanto el contenido de las campañas como la forma en que han sido producidas. En un momento en el que la industria audiovisual revisa su impacto ambiental, los GreenWorking Awards ponen el foco en aspectos como la reducción de emisiones durante los rodajes, el uso eficiente de recursos, la selección de proveedores responsables o la minimización de residuos, sin renunciar a la creatividad ni a la capacidad de emocionar al espectador.

Los premios se estructuran en tres categorías. El GreenWorking Production Award distingue las mejores prácticas de producción audiovisual sostenible; el GreenWorking Message Award reconoce las campañas que transmiten con mayor eficacia valores vinculados a la sostenibilidad; mientras que el GreenWorking Global Award premia aquellas obras capaces de combinar ambas dimensiones en una única propuesta.

"El turismo es una de las industrias con mayor capacidad para influir en comunidades y ecosistemas de todo el mundo. Las historias que cuenta condicionan la manera en que millones de personas viajan y se relacionan con los destinos", señala Alexander V. Kammel, director de CIFFT, quien considera que reconocer las producciones que integran sostenibilidad y excelencia creativa supone un incentivo para impulsar una

transformación real en la comunicación turística.

La dimensión internacional del proyecto queda reflejada también en la composición del jurado, integrado por especialistas en sostenibilidad, turismo, marketing y producción audiovisual procedentes de organizaciones como ONU Turismo, el Global Sustainable Tourism Council (GSTC), la European Travel Commission, el European Climate Pact o Biosphere.

Para Alberto Fernández, consejero delegado de Normmal y presidente del jurado, esta segunda edición aspira a consolidar un cambio de paradigma: "Los GreenWorking Awards van más allá de premiar la excelencia; impulsan una nueva forma de comunicar el turismo, donde el cuidado del planeta tiene el mismo protagonismo que las historias que se cuentan".

En un contexto en el que los viajeros demandan cada vez mayor autenticidad, transparencia y compromiso ambiental, la sostenibilidad deja de ser un elemento accesorio para convertirse también en un criterio creativo. Los GreenWorking Awards nacen precisamente para reconocer esa nueva generación de producciones que entienden que la responsabilidad comienza mucho antes de que el espectador pulse el botón de reproducción.