

4

Cine y televisión: relación entre la obligación de inversión y los compromisos de Responsabilidad Social Corporativa

Basilio Cantalapiedra Nieto¹ y Pablo Aguilar Conde².

Este trabajo propone el estudio de cómo las entidades dedicadas a la prestación de servicios de comunicación televisiva combinan su obligación legal de invertir un porcentaje determinado de sus ingresos, en la financiación anticipada de obras audiovisuales de cariz europeo y estatal, según recoge la normativa de la Ley General de Comunicación Audiovisual, con sus compromisos autoimpuestos siguiendo sus políticas de Responsabilidad Social Corporativa. Para ello se procede al estudio de caso del largometraje *Campeones*, película dirigida en 2018 por Javier Fesser y producida por Películas Pendelton, con el apoyo financiero de, entre otras, Telefónica y la cadena pública Radio Televisión Española. Este film obtuvo un considerable éxito, tanto de crítica como de taquilla. Este producto combina un objetivo comercial con una temática destinada a la visibilización de la problemática de un colectivo social. Por ello se convierte en un tipo de contenido proclive a ser utilizado por los prestadores de servicios de comunicación audiovisual como nicho que aúna las obligaciones autoimpuestas en las memorias de Responsabilidad Social Corporativa con las inherentes a su actividad, enunciadas por la normativa legal.

1. EL FILM CAMPEONES Y LA OBLIGACIÓN DE INVERSIÓN

La película *Campeones* es un largometraje español, producido en 2018 por las empresas Películas Pendelton, Morena Films y Rey de Babia AIE, junto a Movistar+ (Telefónica Audiovisual Digital), en coproducción con Radio Televisión Española (RTVE), siendo además realizada con el apoyo del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte y el Instituto de Crédito Oficial (ICO). Dicho film fue dirigido por Javier Fesser, también autor, entre otros títulos de películas como *El milagro de P. Tinto*, *La gran aventura de Mortadelo y Filemón* o *Camino*. El argumento del largometraje plasma en tono de comedia la peripecia personal de un entrenador profesional de baloncesto, interpretado por el actor

¹ Basilio Cantalapiedra Nieto es doctor *cum laude* por la Universidad de Burgos.

² Pablo Aguilar Conde es doctor *cum laude* por la Universidad de Burgos.

1. Javier Gutiérrez, obligado judicialmente a dirigir a un equipo compuesto por personas con
2. discapacidad intelectual, quienes acaban demostrándole una serie de valores éticos que
3. convierten al, inicialmente egoísta protagonista, en una mejor persona fruto del aprendi-
4. zaje y el compañerismo.

5. La película, distribuida por Universal Pictures, obtuvo una excelente acogida entre el
6. público, logrando 3.287.701 espectadores y una recaudación en taquilla de 19.008.149 €,
7. según datos del Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA, 2018).
8. En la 33ª edición de los Premios Goya de 2019, esta producción obtuvo 11 nominaciones,
9. logrando el premio a la mejor película del año, la mejor canción original y el Goya al
10. mejor actor revelación en la persona de Jesús Vidal, uno de los protagonistas de este film
11. coral, actor que en la vida real es una persona con discapacidad física y visual (como
12. consecuencia de la pérdida de agudeza visual grave por miopía magna) y que interpretaba
13. a uno de los jugadores del equipo, compuesto por personas con distintas problemáticas:
14. encefalopatía, síndrome de Down, trastorno general del desarrollo, síndrome de Noonan,
15. síndrome de Sotos, enfermedad de Bourneville y otras discapacidades psíquicas e intelec-
16. tuales, pero que a pesar de estas dificultades disfrutaban de otras habilidades y virtudes.

17. Por otra parte, la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovi-
18. sual, establece en su artículo 5.3 que los prestadores del servicio de comunicación audio-
19. visual televisiva, tienen la obligación de contribuir con el 5 % de sus ingresos devengados
20. en el ejercicio anterior (si la titularidad es pública se tratará del 6 %) participando en la
21. financiación anticipada de producción europea de películas cinematográficas, series y pe-
22. lículas para televisión, así como documentales y contenidos de animación. El 60 % de esta
23. obligación de financiación se dirigirá a productos realizados en alguna lengua oficial en
24. España. La financiación podrá hacerse mediante la participación directa en la producción
25. o con la compra de los derechos de explotación de dichos productos. Al menos el 60 % de
26. la obligación de financiar, y el 75 %, si el prestador del servicio es de titularidad pública,
27. deberá dirigirse a películas cinematográficas. Estas empresas televisivas además acometen
28. sus propias políticas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC), y para ello enuncian
29. sus compromisos formalmente adquiridos en sus memorias.

31. 1.2. Responsabilidad Social Corporativa y la Ley General 32. de Comunicación Audiovisual 33. 34.

35. Las licencias para el desempeño de la actividad de las empresas prestadoras del servi-
36. cio de comunicación audiovisual se otorgan en régimen de concesión administrativa, de-
37. biendo cumplir estas entidades con la normativa que regula dichas licencias. La existencia
38. de esta obligación para empresas como Radio Televisión Española o Movistar+ (Telefó-
39. nica), genera la necesidad de decidir en que tipo de producciones cinematográficas resulta
40. más coherente y eficaz invertir, tanto en el sentido económico de la palabra como en el de
41. implementar el cumplimiento de las obligaciones autoimpuestas en las memorias de RSC
42. por dichas entidades.

43. En este sentido, un largometraje como *Campeones*, un producto generado con voca-
44. ción comercial para las salas, combina dicho objetivo con una temática destinada a visi-

bilizar la problemática de un colectivo y su verdadera capacidad personal como cualquier otro miembro de la sociedad. Por ello se convierte en un tipo de contenido proclive a ser utilizado por los prestadores de servicios de comunicación audiovisual como nicho que aúna las obligaciones autoimpuestas en las memorias de RSC con las enunciadas por la normativa legal.

La pregunta a realizarse es si la apuesta por este contenido cinematográfico (recordando que se trata de un producto con vocación comercial y en tono de comedia), se debe a su loable propósito de visibilizar la normalidad de un colectivo, el de aquellas personas aquejadas de discapacidad intelectual, y la necesidad de reclamar su pleno desempeño en la sociedad como ciudadanos y ciudadanas con todos sus derechos y deberes, o esto es tan solo un afortunado efecto colateral encontrado por las empresas prestadoras del servicio de comunicación televisivo. Una segunda cuestión sería preguntarse si el positivo resultado (comercial, de crítica y premios, e incluso de concienciación social) más que demostrar el éxito de una política global responsable por parte de las empresas televisivas, se trata de la prueba aislada de la falta de una estrategia uniforme de financiación de productos responsables socialmente, práctica global que podría acometerse acogiéndose a las excusas legales de la Ley General de Comunicación Audiovisual (LGCA) y las obligaciones adquiridas en las memorias de RSC de las empresas mediáticas.

1.3. El proyecto cinematográfico. Financiación y guion

Como en todo proceso en el que el eje es lo comunicativo, en el sector audiovisual intervienen el emisor y receptor, junto al canal por el que discurren los contenidos. Esto encuentra su equivalencia económica en lo cinematográfico en los tres eslabones esenciales de la industria: la producción como entidad responsable de generar los contenidos, la distribución que se encarga de hacer llegar dichos contenidos a las pantallas cinematográficas y, finalmente la exhibición que serían las salas en las que se proyecta la película. Para acometer la producción de un film se siguen unos trabajos repartidos en tres fases consecutivas: la preproducción (redactando el guion y preparando el proyecto), el rodaje y la postproducción como momento final. El producto cinematográfico es esencialmente un prototipo fabricado en función de los requerimientos y necesidades de cada producto en concreto (trama, presupuesto, casting..., etc.), aunque la creación de cada película siga un proceso conocido y aceptado como *know-how* por el colectivo de profesionales. Uno de los caracteres particulares de cada proyecto es la manera en la que se formula su financiación.

En España como en el resto de los países de la Unión Europea adquieren una esencial importancia para la financiación de los productos cinematográficos, tanto las instituciones del sector y las entidades financieras como, lo que es más relevante en este estudio, las cadenas televisivas (Cabezón y Gómez Urdá, 2004), dependiendo en gran medida la mayor parte de las grandes empresas productoras de las cadenas de televisión (Bustamante, 2004), tanto por ser potenciales clientes en los contenidos televisivos como para financiar los proyectos cinematográficos propios. Dicha financiación se apoya en tres bases fundamentalmente, además de la inversión propia de los productores. Estas son el contrato con

1. la empresa distribuidora, las ayudas y subvenciones públicas y la preventa de los derechos
2. de emisión a una cadena de televisión. En el caso estudiado es la última parte la que ad-
3. quiere importancia por su directa relación con la obligación para las empresas de televi-
4. sión de invertir un porcentaje de sus ingresos en la financiación de obras audiovisuales
5. pudiendo consistir tanto en la participación directa en la producción o en la compra de
6. los derechos de explotación de dichas obras, como figura en la Ley General de Comuni-
7. cación Audiovisual (2010). El 60 % de dicha obligación se aplicará a películas cinemato-
8. gráficas de cualquier género, siendo el 75 % cuando el prestador del servicio es de titula-
9. ridad pública. La estrategia de los grupos mediáticos deberá combinar su práctica
10. televisiva habitual con los compromisos existentes en relación al sector cinematográfico
11. (García Santamaría, 2016). Por ello toma importancia la definición legal de productor
12. independiente que, enunciada también en dicha ley, es descrito como la persona física o
13. jurídica que asume la iniciativa, coordinación y el riesgo económico de la producción de
14. un proyecto audiovisual, pues como mínimo el 50 % del cómputo anual deberá destinarse
15. a obras audiovisuales de productores independientes. Este último elemento es particular-
16. mente importante ya que no debe olvidarse que el cinematográfico es un sector que opera
17. bajo unas condiciones de claro riesgo económico, con un resultado comercial incierto en
18. la taquilla de las salas de cine, y que además se genera después del proceso de producción.
19. Por ello la obligación legal que tiene la televisión de apoyar financieramente al cine se
20. complementa con la necesidad que tienen las empresas productoras cinematográficas de
21. contar con su inversión financiera previa para poder acometer el desarrollo de los proyec-
22. tos (Cuevas, 1994). La falta de certeza acerca del resultado económico de un largometra-
23. je dificulta la pervivencia de las productoras, pues dependen no solo de su saber hacer,
24. añadiéndose el azar como variable a la ecuación (Álvarez Monzoncillo, 2004). La estruc-
25. tura empresarial está atomizada, aumentando la debilidad financiera de las empresas que
26. se ven obligadas a diversificar las fuentes de financiación (Álvarez Monzoncillo y López
27. Villanueva, 2007), estando obligadas a acometer un único proyecto en cada momento,
28. cuyo resultado permitirá la siguiente producción, en el caso de ser positivo. Así el 87,40 %
29. de las empresas productoras cinematográficas españolas participan solo en una película
30. en 2018 (ICAA, 2018).

31. El mundo que muestra una película es solo uno de entre los posibles y solo narrará lo
32. «que él mismo propone como real» (Casetti y Di Chio, 2009, p. 123). La visión y la pan-
33. talla comparten parámetros que los limitan tanto en el rodaje como en la exhibición, de-
34. limitando aquello que queda fuera de campo, no solo por las áreas no visualizadas del
35. plano, sino también por la acción dramática, personajes o diálogos que se excluyen de la
36. línea del relato. Aunque el marco limite la imagen, la convención cultural nos recuerda
37. que más allá de la pantalla se extiende el universo imaginario del guion (Aumont, 1997).
38. En este sentido, determinados colectivos son persistentemente olvidados y dejados fuera
39. del campo de los personajes protagonistas del cine español. Así las personas con discapa-
40. cidad intelectual no parecen merecer nunca alcanzar el rol protagónico, incluso a nivel
41. coral, que se propone en esta película.

42.
43.
44.

2. METODOLOGÍA

La metodología que se sigue toma como base inicial el film *Campeones*, con el análisis filmico del mismo estudiando los personajes como modelos metafóricos del colectivo real de personas aquejadas de discapacidad intelectual y del resto de personajes que participan en la historia, como abanico de los posibles modelos de conducta ante los primeros. Se estudiará la posible adecuación de lo narrado a los objetivos plasmados por las cadenas en sus memorias de Responsabilidad Social Corporativa (RSC).

La segunda fase del estudio acomete la investigación sobre las producciones cinematográficas financiadas mediante la participación de las empresas prestadoras del servicio de comunicación televisiva intervinientes (Radio Televisión Española y Telefónica) para valorar si un tipo de producción como el film *Campeones* es un instrumento utilizado con criterio reiterativo por dichas entidades, en su búsqueda del cumplimiento de los objetivos sociales presentes en sus memorias de RSC. El estudio de las producciones participadas se confronta con el análisis de dichas memorias y de los objetivos autoimpuestos en ellas. Además, se han analizado los convenios colectivos de ambos grupos empresariales.

Finalmente se estudia la concordancia del discurso social planteado en el film *Campeones* con el del resto de producciones cinematográficas financiadas por las dos empresas televisivas en el último ejercicio, con el objetivo de encontrar si se sigue una política uniforme en el cumplimiento de sus obligaciones legales de inversión (según enuncia la Ley General de Comunicación Audiovisual [LGCA]) o si este film se trata tan solo de un caso aislado en sendos prestadores del servicio televisivo. La percepción de los espectadores de un film como *Campeones*, sobre situaciones sociales no tratadas habitualmente en producciones cinematográficas comerciales, puede permitir un cambio de actitud hacia las mismas, más allá de la mera recaudación en taquilla, por los efectos que los films tienen en el público (Casetti, 1989).

3. DESARROLLO

3.1. Análisis del film *Campeones*

El film *Campeones* comienza uniendo en el mismo espacio a dos personajes que luego van a compartir vivencias, aunque el rol de superioridad de un personaje sobre el otro vaya a alterarse. Marco Montes, segundo entrenador de un equipo de baloncesto profesional, el Estudiantes Movistar, es multado por incumplir el periodo de estacionamiento regulado por Marín, un discapacitado intelectual altamente hipocondríaco, pero igualmente responsable, que acabará siendo su pupilo en el equipo baloncestístico. Las protestas de Marco, en posición de inferioridad ante la autoridad que representa Marín, son contrarrestadas con lógica y educación por el personaje supuestamente «discapacitado» dando una primera lección de las muchas que seguirá recibiendo Marco al ingresar en su nuevo entorno, aunque ninguno de ellos sepa en ese momento que van a compartir vivencias. El balanceo del poder se desplaza a quien luego va a ser uno de los pupilos del entrenador. El entrenador Marco Montes, interpretado por Javier Gutiérrez, está aquejado

1. de un problema concreto en su vida personal, su indecisión para asumir la responsabilidad de
2. la paternidad junto a su pareja, Sonia, y su alejamiento de ella por este motivo, llegando
3. incluso a regresar a vivir junto a su madre.

4. El primer bloque de la película sitúa a Marco en su situación profesional y sentimental
5. previa al encuentro con sus «campeones», empezando a dibujar sus discapacidades
6. personales, aquellas no reconocidas ni clasificadas como tales por la sociedad, cosa que sí
7. ocurre con sus futuros pupilos. Así, en el tiempo muerto de un partido oficial, tras mirar
8. al hueco en la grada en el que habitualmente se sentaba su pareja, muestra su incapacidad
9. para ser partícipe de un grupo de trabajo, con el agravante de tratarse de un deporte en
10. equipo como el baloncesto, agrediendo al primer entrenador de su escuadra ante la mira-
11. da estupefacta de todo el estadio. Esto provocará su despido. El colapso profesional, uni-
12. do al sentimental, le lleva a incumplir de nuevo las normas, conduciendo irresponsable-
13. mente tras haber bebido alcohol y siendo detenido por la policía, de nuevo la figura de
14. autoridad, y llevado ante una jueza que le condena a tutelar y entrenar a un equipo de
15. baloncesto compuesto por discapacitados intelectuales, lo que a la larga será su salvación
16. como personaje. El sobrino de la jueza, aquejado de síndrome de Down, forma parte de
17. un equipo de baloncesto en una asociación gestionada por el personaje de Julio que, ante
18. los comentarios de Marco sobre la supuesta anormalidad de sus futuros jugadores, cuan-
19. do se incorpora obligadamente a su nueva labor, le responde con una pregunta que sinte-
20. tiza la idea global del film, ¿quiénes somos normales? *Campeones* propone la idea de la
21. igualdad de los personajes protagonistas, la imperfección, la incapacidad acompaña a la
22. ciudadanía de formas muy diversas, y una taxonomía basada en la «discapacidad intelectual»
23. frente a la ausencia de discapacidad supuesta del resto es, cuando menos, discutible.
24. Por ello el tratamiento desde el guion del grupo de discapacitados no se apoya en una
25. mirada condescendiente sobre ellos, sino que les muestra tal y como son, activos, atrevidos
26. y positivos, pero también seres que sufren y que tienen problemas y miedos, pero luchan
27. por vivir y seguir adelante como el resto de la ciudadanía. Así, no se acude a la solución
28. fácil de esconderles dentro del grupo, sino que se les individualiza como personas inde-
29. pendientes que son. Ocho personajes conforman el equipo de jugadores de *Campeones*.
30. Estos son Marín, un hipocondriaco que trabaja como vigilante del *parking* regulado,
31. mientras Benito que lo hace en la cocina de un restaurante. No tiene familia y se organiza
32. la vida solo. Fabián vive en un piso tutelado junto a tres compañeros y trabaja en un taller
33. de jardinería. Jesús lo hace en un centro ocupacional, aunque en su tiempo libre lidera un
34. grupo de música. Paquito es el sobrino de la jueza aquejado de síndrome de Down. Sergio
35. es una persona que mantiene una relación sentimental, teniendo episodios de ausencias en
36. los que queda paralizado. Manuel es un personaje muy callado y cariñoso, especialista en
37. hacer malabarismos con el balón. Juanma trabaja en un centro de acogida de animales.
38. Sufre pánico al agua a causa de un accidente en el que siendo niño estuvo a punto de
39. ahogarse. Por ello no se ducha y mantiene una escasa higiene personal, pero Julio le defi-
40. ne como alguien en que su problema es el miedo, no el olor. A ellos se suma la única
41. mujer componente del equipo, Collantes, una joven descarada y malhumorada, capaz de
42. enfrentarse a cualquiera. Por último, el personaje de Román, antiguo jugador del equipo
43. nacional paralímpico que no quiere participar en el equipo de baloncesto. Este personaje
44. es remedo de una persona real, Ramón Torres, «Ray», que como el protagonista del film

fue medalla de oro en los Juegos Paralímpicos de Sidney 2000, aunque se les desposeyó del título, al cometerse fraude pues solo dos de los componentes del equipo nacional podían participar legalmente en unos juegos paralímpicos. El personaje llega al extremo del intento de suicidio. No se fía de los entrenadores. La historia de Ramón Torres fue retratada en el documental *King Ray* y, para la ficción, es la semilla de la que surge *Campeones*.

El film sigue la estructura habitual de las películas deportivas, reflejando el inicio de la relación y el proceso de conocimiento entre el entrenador y su nuevo equipo. Tras ello el periodo de entrenamiento y adecuación de los jugadores hasta convertirse en un grupo de potenciales campeones. Una secuencia de montaje traslada la evolución partido a partido del equipo, con el paralelismo de films que tratan otros deportes como el boxeo o béisbol, mostrando incluso la típica imagen de un panel en el que el nombre del equipo «Los amigos» va ascendiendo en la clasificación, hasta llegar al último partido que decidirá el Campeonato de España FEDDI, siendo el grupo la revelación del torneo. La forma de narrar el definitivo encuentro también imita el modelo de los films deportivos, manteniendo la emoción del resultado hasta un postrero lanzamiento final ejecutado por Benito, de espaldas desde medio campo como en los entrenos. La cámara lenta muestra con emoción el fallo que impide el triunfo final del equipo.

Tras haber cumplido con el castigo impuesto por la jueza (incluso más tiempo del que le correspondía), a Marcos le ofrecen el puesto de segundo ayudante en la selección española, junto a Carrascosa, su antiguo jefe. Una gran oportunidad profesional que explica a Julio, pero Marcos decide no despedirse de sus pupilos, cerrando ese periodo de su vida. Pero tras salir de las instalaciones sin mirar atrás, en un plano en que le sigue la cámara en su camino de reingreso en la sociedad profesional, se percata de que todos sus «campeones» han ido tras él, preguntando a su entrenador si se va sin despedirse de ellos. El último encuentro muestra de un lado al grupo que quiere agradecer a Marcos su labor, el hecho de que ha sido una buena persona con ellos y que les ha convertido en un equipo, aunque no han tenido mucho tiempo para encarrilarte del todo y salvarle de su propia discapacidad como persona «supuestamente» normal. El optimista final refleja la satisfacción de sus jugadores, a los que ha tratado como personas, y la propia de Marco y su reconocimiento de la gran ayuda y aprendizaje disfrutado con sus pupilos. Los créditos finales recogen los planos individuales de cada uno de los actores discapacitados, los verdaderos protagonistas de la historia, al ritmo de la canción de Coque Malla *Este es el momento*. La última imagen del rodillo final agrupa en un plano conjunto al equipo al completo.

Marco, depositario metafórico de la identidad de la ciudadanía con el mismo pensamiento, disfruta de un proceso de aprendizaje gracias a su colaboración con el equipo de discapacitados intelectuales, proceso inesperado para el protagonista, que de su individualismo y egoísmo inicial discurre hasta una satisfactoria y gratificante sensación de pertenencia a un equipo en su doble forma: la propia de la escuadra baloncestística y la de su vida personal en pareja junto a Sonia, su esposa, de la que se está alejado al principio del film por su huida del compromiso con la paternidad, y junto a la que acaba con el objetivo común de tener descendencia.

El valor del trabajo en equipo es trasladado en el largometraje tanto desde el punto de vista deportivo profesional como el amateur como gestor del grupo de «Los amigos»,

1. pero de igual forma aplicándose a la vida personal en pareja de Marcos y Sonia, la que
2. incluso se incorpora al grupo deportivo como conductora de la autocaravana en la que se
3. desplazan a los partidos. El arco de transformación del personaje de Marco tiene su mo-
4. mento álgido en el cruce de reproches mutuos de la pareja. Sonia le reprocha su perma-
5. nente huida describiéndole como un Peter Pan, mientras él la acusa de ser una actriz
6. fracasada que ha acabado siendo una simple dependienta en la tienda de su suegra. A partir
7. de ese momento conflictivo, el entrenador protagonista empieza a crecer y a asumir sus
8. defectos intentando resolverlos.

9. Otro valor expuesto en el film es la lucha contra los propios miedos. El del jugador
10. Juanma al agua, se supera en grupo cuando se ve incitado por Marco a sumergirse en una
11. ducha para «salvar» la vida de un ratón que pulula por las pobres instalaciones de la
12. asociación. Un objetivo mayor aboca al personaje a superar su miedo, ante la mirada y
13. apoyo en equipo de todos sus compañeros. Pero el aprendizaje del protagonista sigue
14. cuando Marco, que tiene fobia a entrar en los ascensores también por una mala experien-
15. cia infantil, es empujado al interior de uno de ellos por todos sus jugadores, entrando en
16. masa dentro del habitáculo y provocando que se detenga e incluso caiga. El grupo ha
17. aprendido esa terapia de choque de su entrenador, y la aplican en este caso para que el
18. mismo supere su propio miedo. Aunque los miedos no son solamente físicos, sino que se
19. relacionan con las carencias personales de los personajes. Marco fue abandonado por su
20. padre siendo niño y eso es lo que también incide en su huida del compromiso con la pa-
21. ternidad. Pero quizá el valor más reseñable que aporta este largometraje es el del respeto
22. al otro, independientemente de sus características como persona. La forma inicial que
23. tiene Marco (y su madre) de describir a sus futuros pupilos es con términos como subnor-
24. mal, mongólico en lugar de discapacitados intelectuales (incluso aludiendo a la existencia
25. del día del subnormal), confrontándolo con la supuesta «incoherencia» de llamar gay a lo
26. que él siempre denominó como «maricón». Es decir, el personaje acompaña la falta de
27. empatía con un colectivo se repite cuando la aplica al resto de grupos que no son como
28. él. Frente a ello, Marín da la solución cuando dice que «algunos me llaman tonto, pero
29. eso es porque no me conocen». Pero es particularmente Julio, el responsable de la asocia-
30. ción, quien comienza a adiestrar al entrenador protagonista mediante sus conversaciones,
31. explicándole la lucha de los chicos por ser independientes en su día a día, ya que «se
32. cuidan solos, aunque pueden comportarse de manera rara al sacarlos de su ambiente». El
33. film muestra la falta de conocimiento de Marco respecto de la problemática del discapa-
34. citado intelectual, pero insiste en ser una metáfora de buena parte de la sociedad. En el
35. viaje de vuelta en autobús público de su primer partido en Cuenca, la felicidad de los
36. jugadores por su victoria es exteriorizada con un comportamiento que molesta al conduc-
37. tor quien acaba expulsándoles, tras los desafortunados comentarios de algunos de los
38. viajeros afirmando que no son normales, ante lo que los jugadores responden que sí lo
39. son, pero lo que ocurre es que tienen distintas capacidades. Algunas de ellas se aplican en
40. el mismo viaje cuando, interrogando a Marco sobre su vida personal y sus relaciones, le
41. hacen ver sus propias inseguridades y discapacidades, a pesar de su supuesta normalidad.

42. Las enseñanzas de los jugadores hacia su entrenador son numerosas. Desde en uno de
43. los partidos en el que los contrincantes son, en palabras de Marco, «muy malos» y deben
44. salir a «machacarles», a lo que Collantes se opone afirmando que «hay que salir a ganar,

no a humillar», a los comentarios de Román diciendo que ve a Marco bajito, pero no para el baloncesto (aprovechando la escasa estatura física del actor Javier Gutiérrez) o al mismo personaje de Román que, viendo uno de los partidos junto al primer entrenador de Estudiantes y refiriéndose a Marco enuncia que «está aprendiendo, la discapacidad la va a tener siempre, pero nosotros le estamos enseñando a manejarla». Román también, al contar a Marco en la playa, en el tramo final del metraje, su propia historia de superación a partir del atropello de un motociclista borracho (no debe olvidarse que Marco es precisamente castigado por hacer lo mismo conduciendo su vehículo al inicio del film). Estas enseñanzas siguen con Marín que, al escuchar como Marco señala el riesgo en el embarazo que la edad de Sonia implica para ser madre, dice a su entrenador que entiende que no quiera tener un hijo como ellos, aunque a él sí le gustaría tener un padre como él. Pero el colofón se produce tras la derrota final, en la que ante la mirada sorprendida del vencido entrenador, el público y ambos equipos celebran con igual alegría e intensidad el resultado final, ya que como afirman los chicos «subcampeón es mejor que campeón» al igual que un submarino es mejor que un marino. Las inmensas lecciones de vida de los jugadores, valientes personajes interpretados por personas que realmente cuentan con sus propias discapacidades, es lo que genera un valor añadido global en el producto cinematográfico *Campeones*. La ficción se entremezcla con la realidad en este film que lanza el positivo mensaje de que «estando juntos vamos a ganar» ya que ellos nunca van a abandonar a su entrenador, no como hizo su propio padre. Así, el actor Jesús Vidal, que interpreta a Marín y ganó el premio Goya al mejor actor revelación, extiende el discurso del film al suyo propio al recibirlo reclamando «inclusión, diversidad, visibilidad». No debe olvidarse que el tono positivo del largometraje, a pesar de su vocación reivindicativa, se apoya en el permanente humor con que afrontan sus conflictos los jugadores del equipo (se trata de una comedia con intención social) y en lo musical apoyado en la canción de Coque Malla, también premiada en los Goya, *Este es el momento* que cierra los créditos pero es usada de igual forma en las secuencias en las que se van acumulando las experiencias compartidas por todo el elenco, incluyendo a los personajes de Sonia y Julio. La puesta en escena del director, Javier Fesser, continúa con el estilo habitual de sus anteriores producciones, en las que el uso del gag visual en los planos no tiene miedo de permitir la sobreactuación de algunos de los personajes para engrandecer sus acciones, favoreciendo algunos excesos alejados de la norma que resultan tan visualmente atractivos como útiles para el desarrollo de la historia. Debe destacarse en cuanto a la gestión del proyecto que se contó en el mismo con una figura como la asesora de inclusión, adecuada para el mismo, y que muestra el cuidado con el que se trató el tema.

Todos los films son cribados en la edición, usando las elipsis como técnica, asumiendo que el espectador sabrá completar los tramos temporales elididos (Chatman, 2013), como la parte correspondiente a la vida en común de Marco y Sonia, o la futura relación del entrenador con sus antiguos pupilos, aunque la imagen cinematográfica sólo conozca el tiempo presente. Esto facilita hacer coincidir en la mente del espectador varios espacios inherentes al cine, que repercuten simétricamente en el dispositivo del consumo del relato. Por un lado, el espacio profilmico que se encuentra ante la cámara, con su contiguo, el espacio de rodaje (propio de la entidad que genera el contenido). Desde la vertiente del consumo, la superficie de la pantalla y su corolario, la sala de cine como espacio del es-

1. pectador (Gaudreault y Jost, 2001). En *Campeones* el espacio propio de los personajes
 2. protagonistas, aunque sea ficticio, provoca una empatía mayor en el espectador tanto por
 3. el reconocimiento social de las situaciones que en él ocurren como por la credibilidad que
 4. sugiere la intervención de los actores que el espectador entiende como realmente aqueja-
 5. dos por una discapacidad intelectual.

3.2. Las otras apuestas de las cadenas

10. Tanto Telefónica como RTVE invirtieron durante 2018 en otros films, cumpliendo con
 11. la normativa marca por la legislación vigente. Existen dos formas posibles para hacerlo, una
 12. mediante la precompra de los derechos de emisión de los films y la segunda, participando
 13. directamente en la producción del proyecto, correspondiéndoles consecuentemente un por-
 14. centaje sobre la propiedad de los mismos. Esta segunda posibilidad es la apuesta que empe-
 15. zó a tomar RTVE en 2018, siendo el film *Campeones*, junto a *La gran aventura de los Lunnis*
 16. *y el libro mágico*. los primeros proyectos de ficción en los que participa directamente en su
 17. producción. Por otra parte, participó en 41 largometrajes de ficción y
 18. 30 documentales durante 2018 según informa su web. Pero para hallar datos fiables, debe
 19. acudir a la fuente del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, en la que aparecen los
 20. largometrajes producidos durante 2018, ya que la información sobre las cantidades y pro-
 21. yectos cinematográficos de los que se ha procedido a precomprar los derechos de emisión es
 22. sumamente opaca, tanto en el medio público como en el privado. En las tablas (4.1, 4.2 y
 23. 4.3) siguientes se aportan los datos extraídos de la fuente ministerial sobre los largometrajes
 24. en los que ha participado en la producción RTVE y Telefónica (mediante diversas empre-
 25. sas). Dado que el objetivo del estudio es detectar si existe una línea editorial uniforme en
 26. cuanto a los productos fílmicos en los que invierte cada una de las entidades, respecto de su
 27. política de Responsabilidad Social Corporativa, se han tomado también los datos de los
 28. films exhibidos durante 2018 en los que han participado sendas empresas.

TABLA 4.1

Producciones participadas por Sociedad Mercantil Corporación de Radio Televisión Española (SAU)

Título	Año	Dirección	% RTVE	Productora principal
<i>Campeones</i>	2018	Javier Fesser	1 %	Rey de Babia AIE (97 %)
<i>Oscuro y Lucientes</i>	2018	Samuel Alarcón	34,72 %	Tourmalet Films SL (65,28 %)
<i>La gran aventura de los Lunnis y el libro mágico</i>	2019	Juan Pablo Buscarini	5 %	Caléndula Films AIE (94,5 %)
<i>Morir para contar</i>	2018	Hernán Zin	59,91 %	Underdog Films SL (25,09 %)
<i>El barman de las estrellas</i>	2018	Eva Vizcarra	35,73 %	Endora Producciones SL (64,27 %)
<i>¡Ay Carmen!</i>	2018	Fernando Méndez-Leite	53,6 %	Abordar SL (46,4 %)

TABLA 4.1 (continuación)

Título	Año	Dirección	% RTVE	Productora principal
<i>Eugenio</i>	2018	Xavier Baig; Jordi Rovira	33,56 %	Rec Videoproduccions SCP (53,22 %)
<i>Experiment Stuka (Experimento Stuka)</i>	2018	Rafael Moles; José Andreu	20,5 %	Suica Productions SL (79,5 %)
<i>Josep Renau, el arte en peligro</i>	2018	Eva Vizcarra; Rafael Casañ	4,8 %	Endora Producciones SL (81,3 %)
<i>Hollywood rueda en España 1955-1980</i>	2018	Francisco Rodríguez	13,56 %	Sateco Documentalia SL (76,92 %)
<i>U-topos. No lugar. La utopía guaraní-jesuitica</i>	2018	Vicente Pérez	21,89 %	Tiempos Dificiles Films SL (78,11 %)

Fuente: ICAA

En la tabla 4.1 se enuncian los films en los que ha tomado parte RTVE como entidad coproductora durante 2018, año de producción de *Campeones*, con su porcentaje de participación. Se incluyen los nombres de quienes dirigen y el de la productora con mayor peso porcentual.

TABLA 4.2

Producciones participadas por Telefónica Audiovisual Digital SL.

Título	Año	Dirección	%Telefónica	Productora principal
<i>Campeones</i>	2018	Javier Fesser	1 %	Rey de Babia AIE (97 %)
<i>¿Qué te juegas?</i>	2018	Inés de León	1 %	Ajedrez para tres AIE (98 %)

Fuente: ICAA

La tabla 4.2 aplica el mismo criterio que en la anterior para Telefónica. La escasez de datos obliga a usar los datos de las películas exhibidas durante 2018, aunque el año de producción sea anterior. Los mismos se aportan en la tabla 4.3.

TABLA 4.3

Producciones exhibidas en 2018 con participación de Telefónica

Título	Año	Dirección	%Telefónica
<i>Tadeo Jones 2. El secreto del rey Míndas</i>	2017	Enrique Gato/David Alonso	20 %
<i>Oro</i>	2016	Agustín Díaz Yanes	10,43 %
<i>Jota</i>	2016	Carlos Saura	60 %

TABLA 4.3 (continuación)

Título	Año	Dirección	%Telefónica
<i>A cambio de nada</i>	2015	Daniel Guzmán	10 %
<i>Requisitos para ser una persona normal</i>	2015	Leticia Dolera	15 %
<i>Las aventuras de Tadeo Jones en 3D</i>	2012	Enrique Gato	26,20 %

Fuente: ICAA.

Las sinopsis de los films permiten reflexionar de manera distinta sobre sendas empresas. En cuanto a RTVE su política común ha sido la de coproducir proyectos documentales, mayoritariamente pertenecientes al género histórico. El visionado de los productos no posibilita deducir la existencia de una variable añadida a la toma de decisiones que esté relacionada con los compromisos plasmados en las memorias de RSC. A lo sumo, y respecto a la ficción, junto a lo ya mencionado sobre el film *Campeones*, la apuesta por un largometraje dirigido al público infantil (*Los Lunnis*) sugiere un interés en generar contenidos para el público infantil (target particularmente defendido en el medio público tanto en su memoria de RSC como en su Código de Autorregulación), aprovechando además personajes propios de la parrilla televisiva. El mismo destinatario infantil es el de algunas de las producciones participadas por Telefónica (*Tadeo Jones*), aunque la comercialidad de la saga del personaje sugiere que el interés está motivado sobre todo por los éxitos de taquilla previos. El resto de producciones de Telefónica, cubren géneros diversos que no facilitan extraer conclusiones definidas sobre una posible política uniforme de producción. Así *¿Qué te juegas?* es un largometraje en tono de comedia y sin aparentes ambiciones sociales. Es remarcable que el film *Campeones* es amortizado por una doble vía por Telefónica. El equipo al que pertenece inicialmente el entrenador es el Estudiantes Movistar, y durante las secuencias que transcurren en el campo la presencia de la marca se multiplica en las camisetas e instalaciones. El *product placement* es consecuente con la acción y publicita la imagen de la marca de Telefónica, Movistar, en un film en el que además figuran en los agradecimientos el Club Movistar Estudiantes y la Fundación Estudiantes.

3.3. Cumplimiento de la normativa

Los dos medios estudiados tienen un carácter esencial contrapuesto, uno es privado y otro público. Este último cariz obliga a la Corporación RTVE a regirse por una normativa específica, compartiendo con Telefónica los compromisos adquiridos como Responsabilidad Social Corporativa. RTVE se compromete asimismo a cumplir con el Código de Autorregulación de Contenidos Televisivos e Infancia dirigiéndose en su programación «a todos los segmentos de audiencia, edades y grupos sociales, incluidas las minorías con discapacidades» (Ley 8/2009), lo que sugeriría que fuese aplicado también a la producción de los contenidos en los que intervenga. La Ley 17/2006 de la radio y la televisión de ti-

tularidad estatal, define que el servicio público de radio y televisión del Estado «tiene por objeto la producción, edición y difusión de un conjunto de canales de radio y televisión con programaciones diversas y equilibradas para todo tipo de público (...) promover el pluralismo, la participación y los demás valores constitucionales, garantizando el acceso de los grupos sociales y políticos significativos». En su artículo 25 se definen los principios de producción y programación, que deberá atender «especialmente a los colectivos sociales que requieran una atención específica hacia sus necesidades y demandas, como la infancia y la juventud». Esta tarea de servicio público debe extenderse a cuestiones de relevancia para la mayoría de la población o para determinados colectivos, al tiempo que se evitará cualquier forma de discriminación por causa de discapacidad.

El Primer mandato marco a la Corporación RTVE, que prevé el artículo 4 de la Ley 17/2006 establece que su actividad se regirá por los principios de pluralismo, dando «cabida a todas las opciones y opiniones presentes en la sociedad española», reclamando además la defensa de los derechos de las personas con discapacidad. En las líneas estratégicas de producción se equilibrará al máximo el uso de sus recursos propios y el cumplimiento de las cuotas correspondientes a los productores independientes, apoyando «la creatividad y la producción audiovisual impulsando la industria cinematográfica española a través de la compra de derechos y/o la coproducción de cortos, largometrajes, *tv movies* y documentales de autor y series de animación de productores independientes». RTVE adquirirá la propiedad intelectual de las obras cinematográficas, evaluando su solidez industrial a través de una mesa de valoración que los objective.

Los prestadores del servicio de comunicación televisiva deben asumir la normativa legal recogida en la Ley General de Comunicación Audiovisual, dentro del régimen de concesión, autorizado por el estado, en el que desempeñan su actividad. Al no haberse generado aún el informe sobre el año 2018, se inferirán los datos del Informe sobre el cumplimiento en el ejercicio 2017, de la obligación de financiación anticipada de la producción europea de películas cinematográficas, películas y series para televisión, documentales y series de animación (CNMC, 2019). El control se aplica tanto al prestador público (RTVE), como a los prestadores de comunicación electrónica que emiten canales y/o contenidos sometidos a la obligación (Telefónica). Globalmente los prestadores del servicio en 2017 invirtieron 410,19 millones de euros en obra audiovisual europea, un 52,41 % más que el año previo. El aumento proviene mayormente del crecimiento de la inversión en series (40,47 %). En cuanto a la financiación obligatoria en obras europeas, Telefónica tuvo una obligación de financiación conjunta de 17.978.166 €, excediéndose en 41.233.575 €. Por su parte RTVE estaba obligada a financiar un importe mínimo de 22.089.770 €, sobrepasándole en 91.170.449 € y siendo el prestador que mayor inversión realizó (113,26 millones de euros) aunque, siguiendo la tónica de los últimos periodos medidos, destaca el mayoritario peso de la inversión en series (el 81,15 % del total).

En cuanto específicamente a la inversión en cine, ambas empresas están muy próximas en cuanto a sus datos. La LGCA establece un mínimo del 60 % en la obligación de financiación en películas cinematográficas, ascendiendo al 75 % cuando la titularidad es pública (RTVE). La cifra global del conjunto de televisiones fue de 84,29 millones de euros, solo ligeramente superior a la del periodo anterior (75,62 millones de euros). Individualizando, RTVE se excedió en su obligación en 1.208.509 €, invirtiendo un total de 17.775.837 €.

1. Del total de la obligación de financiación destinada a películas cinematográficas el 60 %
2. ha de dirigirse a films realizados en alguna de las lenguas oficiales en España. Ambas
3. empresas superan claramente el cumplimiento de sus obligaciones. En el caso de RTVE,
4. se excede por 6.315.540 € alcanzando un total de 16.255.937 €, y en el de Telefónica lo
5. superó por 5.249.420 € llegando a invertir 10.653.550 €.

6. Estas entidades deben cumplir con la obligación de destinar un porcentaje de sus in-
7. gresos a la financiación anticipada de producciones cinematográficas, en las formas des-
8. critas en la Ley. Este compromiso podría conjugarse con los objetivos que las entidades
9. se autoimponen en los objetivos incluidos en sus memorias de RSC. Hay que recordar que
10. una de las características de la RSC es su voluntariedad, razón por la cual debemos re-
11. flexionar sobre si la financiación de esta producción tiene un carácter de compromiso con
12. los grupos de interés y en concreto con las personas con discapacidad o es sólo una obli-
13. gación de financiación impuesta y que en este caso en concreto coincide con un guion y
14. una presentación que incluye a personas con discapacidad intelectual y/o física.

15. Así para tener una primera visión de la RSC de las empresas financiadoras, hemos
16. revisado su información corporativa a través de sus páginas web, destacando, entre otros,
17. los siguientes aspectos. Telefónica incluye su política de RSC tanto del informe integrado
18. de gestión 2018 como a través de las actividades y el informe anual 2018 de Fundación
19. Telefónica; mientras que RTVE lo hace sólo a través de su política de RSC. Dentro del
20. informe integrado de Telefónica sí podemos apreciar por ejemplo el reconocimiento del
21. tratamiento específico del empleo para colectivos vulnerables o en riesgo de exclusión
22. social, y como Fundación Telefónica incluye dentro de sus líneas de actividad, la educa-
23. ción, la empleabilidad, la cultura digital y el voluntariado. Por su parte, RTVE incluye una
24. memoria de RSC, con campañas de responsabilidad social corporativa, sensibilización
25. hacia diferentes colectivos, voluntariado y solidaridad. Sin embargo, nos gustaría destacar
26. la tardanza en la actualización de los datos y parece que la diferencia que manifiesta la
27. empresa entre cifras económicas y datos sociales, pues en septiembre de 2019, los datos
28. económicos de 2018 sí están disponibles pero los únicos datos accesibles de RSC hacen
29. referencia a 2017.

30. Tras el análisis de los convenios colectivos de los dos grupos empresariales televisivos
31. intervinientes en el film, en pos de detectar si la supuesta responsabilidad social corpora-
32. tiva tiene reflejo en alguna campaña que favoreciera la integración laboral de las personas
33. con discapacidad; no se ha encontrado demasiada coincidencia en este ámbito. RTVE sólo
34. incluye ayudas por discapacidad física, intelectual o sensorial mientras que Telefónica
35. incluye tan solo, dentro de la acción social, aspectos relacionados con plan de pensiones
36. y teletrabajo.

4. CONCLUSIONES

37.
38.
39.
40.
41. Tomando como objeto de estudio el aclamado film *Campeones*, dirigido por Javier
42. Fesser, se estima que el mismo es un producto tipo que, en lugar de ser un modelo habi-
43. tualmente utilizado por las empresas televisivas participantes (Radio Televisión Española
44. y Telefónica) como producciones socialmente responsables y acordes con los objetivos

autoimpuestos por dichas empresas, no olvidando el carácter público de una de las entidades, constituye un caso técnicamente aislado en las muestras estudiadas.

En cualquier caso, se remarca que este trabajo no pretende la homogeneización de las producciones cinematográficas en un único sentido, como un monopolio del discurso social, sino más bien mostrar que el ejemplo aislado no puede ser usado por dichas empresas como argumento de marketing de una supuesta política socialmente responsable en esta faceta de su actividad económica.

BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez Monzoncillo, J. M. (2004): La industria cinematográfica: enfermedades crónicas e incertidumbres ante el mercado digital. En E. Bustamante (coord.): *Comunicación y cultura en la era digital* (pp. 107-140). Barcelona: Gedisa.
- Álvarez Monzoncillo, J. M. y López Villanueva, J. (2007): *La situación de la industria cinematográfica española: políticas públicas ante los mercados digitales*. Madrid: Fundación Alternativas.
- Aumont, J. (1997). *El ojo interminable*. Barcelona: Paidós.
- Bustamante, E. (2004). Televisión: errores y frenos en el camino digital. En E. Bustamante (coord.): *Comunicación y cultura en la era digital* (pp. 213-264). Barcelona: Gedisa.
- Cabezón, L. A. & Gómez Urdá, F. G. (2004). *La producción cinematográfica*. Madrid: Cátedra.
- CNMC (Comisión Nacional del Mercado de la Competencia) (2019). Informe sobre el cumplimiento en el ejercicio 2017 de la obligación de financiación anticipada de la producción europea. Madrid: CNMC.
- Casetti, F. (1989). *El film y su espectador*. Madrid: Cátedra.
- Casetti, F. y Di Chio, F. (2009). *Cómo analizar un film*. Barcelona: Paidós.
- Chatman, S. (2013). *Historia y discurso. La estructura narrativa en la novela y en el cine*. Barcelona: RBA.
- Cuevas, A. (1994). *Las relaciones entre el cinema y la televisión en España y otros países*. Madrid: Consejería de Educación y Cultura.
- García Santamaría, J. V. (2016). *Los grupos multimedia españoles. Análisis y estrategias*. Barcelona: Editorial UOC.
- Gaudreault, A. & Jost, F. (2001). *El relato cinematográfico*. Barcelona: Paidós.
- ICAA (Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales) (2018). *Boletín Informativo 2018*. Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.
- Ley 17/2006, de la radio y la televisión de titularidad estatal, de 5 de junio.
- Ley 8/2009, de financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española, de 28 de agosto.
- Ley 7/2010, General de la Comunicación Audiovisual, de 31 de marzo.