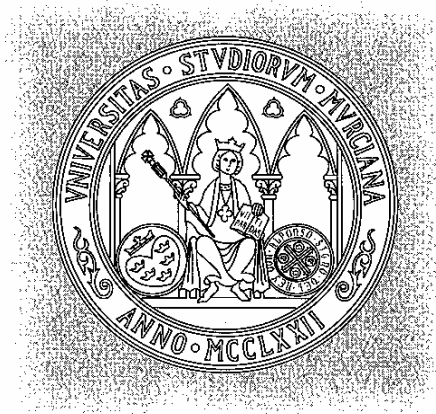


# UNIVERSIDAD DE MURCIA



*Facultad de Comunicación y Documentación  
Departamento de Información y  
Documentación*

---

## TESIS DOCTORAL

**FRANCISCO RABAL A TRAVÉS DE LA PRENSA**  
Análisis del tratamiento periodístico (1951-2001)

MIGUEL ÁNGEL BLAYA MENGUAL

---

### **Directores:**

Dr. D. José Vicente Rodríguez Muñoz

Dr. D. Pedro Guerrero Ruiz

**2007**

Son muchas las personas a las que tengo que agradecer, en mayor o menor medida, la colaboración y el apoyo recibido para que este trabajo de investigación periodística haya culminado cumpliendo las expectativas. Por eso, porque el número de ellas ha sido inmenso, no es factible una relación nominal.

Desde mi esposa y mis hijos, sufriendo pero respetando, mis cambios de humor, mis agobios y desasosiegos, hasta los directores de esta tesis, José Vicente Rodríguez Muñoz y Pedro Guerrero Ruiz, cuyo concurso en este tiempo de estudio, investigación y plasmación de teorías y resultados ha sido primordial. Y en medio de estos dos polos, una ingente cantidad de amigos y/o compañeros de trabajo y sociedad que han soplado sobre las velas de este barco para que llegara a buen puerto. Y ahí están quienes me han proporcionado muchísimos periódicos, revistas o páginas sueltas de cualquier publicación. O quienes han logrado obtener una calidad más que aceptable de un material viejo y deteriorado por el paso del tiempo; desde una fotocopia hasta un más técnico proceso de escaneado.

Es verdad que mientras algunos me prestaban a mí, personalmente, la ayuda y el apoyo, otros han aportado su contribución al objetivo de la investigación y, tal vez, más concretamente, para que la historia de séptimo arte y la sociedad en general no olviden a un hombre, Francisco Rabal, persona y actor, tan inolvidable como irreplicable.

También él tiene butaca en el palco de las gratitudes; sobre todo por haber sido el leitmotiv de un trabajo arduo y complejo, pero de una riqueza tal, que ha logrado potenciar la relación etérea existente entre el autor de la investigación y el protagonista de la misma.

Murcia, marzo de 2007

---

**Título:** FRANCISCO RABAL A TRAVÉS DE LA PRENSA. Análisis del tratamiento periodístico (1951-2001)

---

**Resumen:**

Esta investigación hemerográfica recoge el eco social de un personaje que ni pasó desapercibido por la sociedad, los escenarios y los platós, ni puede ser ignorado por la historia y anales del cine, el teatro y la interpretación en general.

El objetivo de evidenciar el tratamiento, siempre exquisito, que recibió Francisco Rabal por parte de periódicos y revistas se alcanza a través de métodos concretos de investigación social que, sin minusvalorar el análisis de contenido eminentemente cuantitativo, contempla la investigación de forma cualitativa, descriptiva e interpretativa.

Ofrece esta investigación una herramienta muy válida para quienes se sientan interesados en este tipo de análisis: la conjunción de periodismo y sociología para que el resultado ofrezca esa visión transversal que solamente aparece en el ámbito contextualizado de las Ciencias Humanas.

**Palabras clave:**

Hemerografía. Cine. Teatro. Tratamiento periodístico. Investigación social. Análisis: de contenidos, quasi cuantitativo, cualitativo, descriptivo e interpretativo. Comunicación no verbal. Mensaje icónico. Periodismo y Sociología. Ciencias Humanas. Francisco Rabal.

---

**Title:** FRANCISCO RABAL IN THE PRESS: An analysis of the actor's newspaper depiction (1951-2001).

---

**Abstract:**

This hemerographic work keeps track of the mark left by someone who would not go unnoted in society, stages and drama sets, nor can be ignored by history and, more specifically, cinema and drama annals.

The aim of disclosing the delicate way Francisco Rabal was depicted by newspapers and magazines was achieved through the use of social research specific methods. The study draws upon descriptive and interpretative tools, without underestimating the use of content analysis of mainly qualitative nature.

The research thus offers an invaluable tool for all those aiming at this type of analysis: journalism and sociology converge in an effort to yield an interdisciplinary view which can only be brought to life within the context of Human Sciences.

**Keywords:**

Hemerography. Cinema. Drama. Newspaper depiction. Social research. Content analysis. Quantitative and qualitative research. Descriptive tools. Interpretative tools. Journalism and Sociology. Human Sciences.

**I**

**Índice**

<b>I.- INTRODUCCIÓN GENERAL</b> .....	1
<b>II.- FINALIDAD, OBJETIVOS E HIPÓTESIS</b> .....	15
1.- Finalidad de la investigación .....	16
2.- Objetivos.....	19
3.- Hipótesis .....	23
<b>III.- MARCO TEÓRICO Y CIENTÍFICO DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN</b> .....	26
1.- Sociedad y comunicación de masas .....	28
1.1.- El poder de los medios de comunicación de masas.....	31
1.2.- Tipos de prensa .....	35
1.3.- Tipos de información.....	38
1.4.- Funciones y efectos .....	42
1.5.- Evolución del binomio prensa-sociedad de masas .....	48
1.6.- Fuentes documentales .....	51
2.- El mensaje como tal y desde la perspectiva hemerográfica .....	52
3.- Formas de comunicación .....	58
3.1.- La seducción de la palabra .....	59
3.1.1- El texto y sus formas: los géneros periodísticos.....	61
3.2.- La comunicación no verbal .....	69
3.2.1.- El valor de lo icónico .....	73
3.3.- La manipulación, algo inherente a la comunicación de masas.....	76
<b>IV.- JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	84
1.- El Perfil de un mito .....	84
1.1.- Teoría y fundamentos del mito .....	87
1.2.- Del desconocimiento del personaje al mito.....	89
1.3.- Su grandeza lo hizo leyenda .....	96
2.- Un tiempo, un país: Análisis de los ámbitos temporal y geográfico.....	104
2.1.- Los sesenta, años clave.....	107
2.2.- Parece comenzar el futuro .....	115
3.- Importancia e influencia social de la prensa.....	122
4.- Rabal en los medios de comunicación .....	125
4.1.- Actor y galán, dos epítetos no excluyentes .....	129
4.2.- La prensa “lo hizo suyo” .....	132
<b>V.- METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	136
1.- Investigación cualitativa.....	139
2.- Reflexiones sobre el análisis de contenido .....	145

3.- Documentos seleccionados .....	150
3.1.- Criterios de selección .....	151
4.- Análisis de prensa .....	155
4.1.- Establecimiento de categorías .....	163
4.1.1.- Tipo de prensa .....	164
4.1.2.- En qué página .....	165
4.1.3.- Inserción del nombre en los titulares.....	168
4.1.4.- La importancia del soporte gráfico .....	169
4.1.5.- Ámbito de distribución del medio.....	170
4.1.6.- La fuente última .....	171
4.1.7.- Calificativos y actitud hacia el personaje .....	171
4.2.- Las variables y su función .....	173
4.2.1.- Nombre y fecha del medio.....	175
4.2.2.- Tipo de información y periodicidad .....	176
4.2.3.- Extensión o superficie ocupada .....	177
4.2.4.- Géneros periodísticos más utilizados .....	177
4.2.5.- Estilos empleados .....	178
<b>VI.- EXPOSICIÓN E INTERPRETACIÓN DE DATOS. ANÁLISIS DEL TRATAMIENTO</b> .....	182
1.- Las categorías marcan la pauta.....	184
2.- La importancia clave de las variables .....	205
<b>VII.- CONCLUSIONES</b> .....	222
1.- Sobre la importancia social del poder mediático .....	224
2.- Acerca de la consecución de objetivos .....	225
3.- Respecto a la hipótesis .....	226
4.- Sobre la metodología .....	227
5.-Acerca de la reconstrucción del documento hemerográfico...228	
6.- Perspectiva general sobre la actitud de la prensa.....	229
<b>VIII.- ANEXOS</b> .....	232
Anexo I .....	233
Anexo II .....	234
Anexo III.....	235
Anexo IV.....	236
<b>IX.- BIBLIOGRAFÍA</b> .....	243

*La primera condición es la escrupulosa honradez en el trabajo científico no únicamente por lo que se refiere a la formulación de los resultados realmente obtenidos, sino al respeto por lo datos observados, no deformándolos nunca con fines apologéticos o demostrativos de la hipótesis que estamos interesados en comprobar. La honradez es el respeto a lo observado y a la decisión de no deformar jamás las observaciones en beneficio de nada ni de nadie”<sup>1</sup>.*

Sirva este texto de Felipe Pardinas para dejar constancia del marco ético en el que vamos a intentar la construcción de una estructura capaz de prestar consistencia a una sincera labor de investigación. Resume, condensado en muy pocas palabras, lo que nosotros acatamos como una exigible declaración de intenciones.

---

<sup>1</sup> PARDINAS, Felipe (1973. Octubre, 11ª ed.) *Metodología y técnicas de investigación en ciencias sociales. Introducción elemental*. México: Siglo XXI Editores, S.A. p. 6



# I

## Introducción general

Cuando acaba de quedar atrás el siglo XX, en el que la comunicación social -y con ella, su muy peculiar cultura de masas- ha demostrado su poder de influencia, sobre todo en cuanto a la conformación de una determinada opinión pública, el análisis de este fenómeno se presenta poco menos que como algo apasionante. Así lo entendemos en tanto que proporciona inmensas posibilidades de conocer las claves que mueven todos los aspectos de una sociedad; desde la cultura a la economía, de la industria al medio ambiente..., todo ello en el marco de las correspondientes políticas factibles de aplicar.

Y si en este apasionante universo de la comunicación masiva nos detenemos a contemplar el devenir, la trayectoria de una persona, de una figura, que, procediendo de la nada, alcanzó el estatus de leyenda y mito, nos encontramos ante una posibilidad de análisis e investigación que abre amplias perspectivas sobre los distintos y diversos elementos comunicativos.

Nada se descubre al afirmar que buena parte de la proyección que, hacia la sociedad, ejerce cualquier persona inserta en lo público descansa en el poder de los medios de comunicación. Del cartel que se adquiriera es muy responsable la prensa, que actúa al dictado de la relación establecida, pues dependiendo de la idea inicial que el protagonista tenga sobre ella, y de la posterior fluidez de relaciones, el mensaje transmitirá una u otra imagen.

*"A veces, los periodistas sois insistentes hasta la saciedad, pero es vuestro trabajo. Y esa apuesta mía, de siempre, por ayudar a mis compañeros he procurado hacerla extensiva a vosotros. Hay que facilitaros vuestro cometido",* me decía. Son palabras de Francisco Rabal que, de entrada, sientan las bases para comprender la facilidad que dio a la prensa para desarrollar su labor y el respeto con el que ésta siempre lo trató. Un permanente y fiel idilio, encendido y nunca apagado. Tampoco después de aquel triste 29 de agosto de 2001.

Cuando, en la dictadura, era “peligroso” ser comunista, ni siquiera la prensa más afín, por convencimiento o imposición, al régimen franquista orquestó campaña alguna para desacreditarlo o fomentar su desprestigio. La actividad de Rabal era tan evidente en aquellos momentos, que optaron, cuando menos, por mantener las formas. Excepcionalmente, y por imperativos superiores, lo obviaron o le hicieron un vacío publicitario, pero raramente optaron por el ataque sectario, tan al uso en aquellos años.

En sus inicios teatrales ya comenzó la prensa a destacarlo. Pero todavía no era tan importante como para que se estableciera relación alguna entre él y los críticos.

Tal vez uno de los primeros “guiños” desde el ambiente de las publicaciones periódicas, amén de especializadas, fuera el monográfico que le dedicó, en septiembre de 1958, la revista *Colección ÍDOLOS del Cine*. Era el número catorce en la relación preelaborada, y entre los trece primeros se encuentran los correspondientes a figuras como Lola Flores, Sofía Loren, Marilyn Monroe, Sara Montiel, Ava Gardner, Gina Lollobrigida, Marlon Brando o Vittorio de Sica. El siguiente al de Paco Rabal tenía como protagonista a Lucía Bosé, y se anunciaban en preparación los dedicados a Kim Novak, Lilián de Celis, Fernando Fernán Gómez, Gregory Peck, Brigitte Bardott... Eran 32 páginas, en formato cuartilla,

12x16 cm., dedicadas a su vida -familiar, cinematográfica y teatral-, alguna que otra anécdota y unos cuantos apuntes de actualidad.

El puesto que ocupó en esta relación ya es significativo de la importancia que, en los escenarios del cine y el espectáculo, a través de la citada revista, estaba empezando a adquirir.

Y, en la revista citada, ahondando en una de sus grandes virtudes (ya desde joven), tras el encabezamiento *"Un hombre sencillo"*, escriben: *"Sin embargo, sigue sin creérselo. Hace pocos días, en una entrevista publicada en la prensa, un prestigioso periodista le preguntaba si se consideraba como uno de los mejores actores internacionales del momento, y el gran Paco Rabal, grande por modesto, grande por actor, grande por sencillo y grande por hombre de bien, tuvo una contestación muy suya: echarse a reír. Así, como si el periodista le hubiera preguntado una necedad..."*.

Otra publicación de la década de los sesenta, *Noche y Día*, en este caso de periodicidad semanal y, al igual que la anterior, con sede en Madrid, dedicada casi exclusivamente, según reza en el subtítulo, a "cine, espectáculos y actualidades", entre 1960 y 1962 lo convirtió en protagonista de noticias, comentarios, secciones de opinión... Así, una crónica, *"Desde Méjico. La semana cinematográfica azteca"*, en los albores de aquellos años sesenta, comenta en uno de sus temas que *"... puede seguir satisfecho de su éxito artístico Paco Rabal, ya que su película "Azahares rojos" entró en su quinta semana*

*consecutiva de exhibición en el suntuoso cine Roble (...); tanto la crítica como el público en general hacen grandes elogios de Rabal...".* Y selecciona, entre una de esas críticas, la afirmación de que Paco Rabal puede ser considerado como el mejor galán del cine de habla castellana en la actualidad, por los diferentes matices y la magnífica expresión de la que hace gala en su difícil personaje.

En 1961 coincidió su cumpleaños con el fin del rodaje de *Viridiana* y su marcha a Italia para trabajar en la película "Tiro al piccione", con Guiliano Montaldo de director y acompañado en el reparto por Jacques Charrier, marido, entonces, de Brigitte Bardott. Francisco Rabal, instalado ya en su forma de ver la vida y entender los comportamientos sociales, lo celebró, según la citada publicación, ofreciendo una suculenta merienda a los periodistas madrileños y a un grupo de artistas.... Y la prensa, en respuesta a ese carácter abierto, que no era forzado por las relaciones públicas sino intrínseco a su naturalidad, le dedica su correspondiente espacio aunque teniendo que "pasar de puntillas" por la información sobre la película que iba a hacer en Italia, de contenido antifascista.

*"El primer actor del cine español, número uno del escalafón de nuestros galanes, Francisco Rabal, (...) se apunta a un éxito de repercusión mundial, que es nada más que una pequeña muestra de su valía extraordinaria".* Es un pie de foto, en la que aparece con la actriz argentina Elsa Daniel, y que bajo el titular Francisco Rabal en la

película "La mano en la trampa", publicaba en "Noche y Día", junio 1961.

Y otro titular de la misma publicación, en septiembre del mismo año, que no necesita más comentario: *"Francisco Rabal consigue un éxito clamoroso en el Festival de Venecia"*. Se refería a la película anteriormente citada, "Tiro al piccione", que pese a lo positivo que de ella opinaron, tanto en el festival como el propio Rabal, lógicamente no salió muy bien parada en la prensa española.

Eran normales las referencias a él como nuestro actor más internacional.

El 20 de enero de 1962, otra publicación madrileña, cuya cabecera no ha sido posible averiguar, bajo el título *"Francisco Rabal será el protagonista de "Autopsia de un criminal" y una foto del actor, comienza la información afirmando que "definitivamente, y después de múltiples conversaciones, en las que se barajaron los más famosos nombres de la cinematografía española, se ha llegado a un acuerdo en virtud del cual el gran actor español Francisco Rabal será el protagonista de la película..."*.

Un año después, el 6 de marzo de 1963, *La Verdad de Murcia* publica una entrevista, muy destacada en cuanto al tratamiento tipográfico, bajo el título *"Paco Rabal será en mayo José María el Tempranillo"*, en referencia a la película que iba a rodar con Carlos Saura, "Llanto por un bandido".

Demostrado queda, pues, que la prensa, sin hacer alusión alguna a su militancia comunista, tampoco lo proscribió. Además de que se prefirió explotar como triunfo del cine español el cartel que Francisco Rabal iba adquiriendo en el extranjero -amén de que hubiera sido peor silenciarlo ante el eco obtenido fuera de España-, tampoco le venía mal al sistema ir proyectando, de vez en cuando, un galán. Y durante aquellos años le tocó a él.

Sea por lo que fuere, la afiliación de Rabal al PCE no logró hacerlo desaparecer de la prensa escrita.

Simplemente para tener elementos capaces de proporcionar una idea real del trato nada deleznable que recibió, prácticamente siempre, por parte de revistas y periódicos, recordemos titulares como *"Paco Rabal, protagonista de la película "El eclipse", ovacionado en Cannes"*; *"Francisco Rabal, Medalla de Oro del Círculo de Bellas Artes"*; *"Paco Rabal rueda en Roma su película número cien"*.

Lo que sí influyó, y bastante, en la atención de los medios de comunicación para con el ya internacional actor de Águilas fue, en 1964, su firma en el llamado "manifiesto de los intelectuales". Aquello sí hizo daño en los intestinos del sistema, y éste, en atribución de sus competencias, influyentes, dilatorias o coercitivas sobre todo y casi todos, sí tendió sus tentáculos para que no se le diera tanta cancha. Ni siquiera como galán.



La llegada de los primeros aires de libertad propició el inicio del cine sin censuras ni cortapisas -en su mayoría, pseudoerótico-, y en el que no había sitio para un Rabal al que nunca gustó trabajar en este tipo de películas. Decidió apartarse un poco de las pantallas españolas y, evidentemente, las informaciones sobre él casi desaparecieron, aunque el trato de los medios de comunicación en las que aparecieron continuó siendo bueno, de respeto hacía una persona íntegra.

Al acercarse la década de los ochenta, y con ella el "efecto" Rabal y su posterior torbellino, el actor, no por otra cosa que por los buenos trabajos que, de nuevo, estaba comenzando a hacer, tanto en España como en el exterior, volvió a ver mimado su nombre y respetada su figura en páginas de periódicos y a través de emisoras de radio y TV.

Cuando, en 1990, ocho diputados que, en la cámara autonómica murciana, ocupaban sus escaños en los bancos conservadores del Partido Popular, se opusieron a su nombramiento de Hijo Predilecto de la Región de Murcia, el respaldo que recibió, tanto en la prensa regional murciana como en la de ámbito nacional, y lo mismo informativamente que en editoriales y artículos de opinión, no pudo ser más unánime. Pero si firme fue la respuesta en aquella ocasión, no menos "proRabal" se mostraron los medios de comunicación - también se sumaron al coro los de ámbito nacional ante las crónicas

de sus corresponsales- cuando lo invistieron Doctor Honoris Causa por la Universidad de Murcia. El despliegue de páginas impresas y tiempo dedicado en los medios audiovisuales fue de los que hacen época.

En 1999, en el marco de la visita que el entonces ministro Manuel Pimentel hizo a Águilas para entregarle a Francisco Rabal la Medalla de Oro al Trabajo, muchos fueron los medios de comunicación que se desplazaron, ex profeso, para dar cobertura a una información que escapaba a la vertiente artística del actor. Y otra vez páginas y más páginas; minutos y más minutos dedicados a ensalzar, en esta ocasión, casi setenta años de trabajo.

Y entre uno y otro de estos concretos momentos de climax informativo y de promoción, no faltaron noticias sobre rodajes, entrevistas a cerca de inminentes películas...Cualquier motivo era bueno para propiciar informaciones y comentarios sobre Rabal en el medio impreso, colocarle ante la cámara o acercarle el micrófono para que aquella inocente ironía le regalara los oídos a quien se prestara.

Periodistas y reporteros disfrutaban cuando tenían que hacerle alguna entrevista. Era agradable y sencillo...porque se hacía sola. No era necesario preguntarle, parecía saber lo que se buscaba y acertaba la pretensión. Además, tan humilde y asequible como si se tratara de un principiante que necesita "llevarse bien con la prensa".

*“La IX Semana de Cine de Madrid dedica una retrospectiva a Rabal”;*  
*“Rabal rueda una película en Cuba junto a su nieto Liberto”;* *“Rabal recitará en Barcelona los versos de la Generación del 27”;* *“Rabal plantó a Ava Gardner por Buñuel”;* *“Paco Rabal rueda “Dagon, su primera película fantástica”;* o *“Este país todavía huele a Franco”*. Son titulares, todos ellos a cuatro o cinco columnas, que aparecen en las páginas de diversos periódicos dando muestra del tratamiento, constante y mayoritariamente positivo, que siempre le ha dedicado la prensa.

*“En vida, hermano, en vida”*. Era el verso, repetido en cada estrofa de un poema que demandaba los halagos y elogios para el trayecto vital y no, como suele ocurrir con demasiada frecuencia, cuando la muerte despierta inspiraciones panegíricas.

A juzgar por el paseo dado sobre recortes de periódicos y revistas, algunos ya añejos, de color amarillento, en vida recibió Francisco Rabal toda clase de alabanzas y reconocimientos. Tal vez haya sido una de las pocas personas de proyección pública a las que nunca se le escatimaron loas y enaltecimientos. Tampoco el espacio necesario para la difusión de su imagen, artística y humana, que en los medios de la tierra que le otorgó el rango de predilecto se vio potenciada por su *murcianía* y *aguileñismo*, voces no reconocidas lingüísticamente pero de una más que evidente comprensión y connotación social.

Y si esto ocurrió en vida, a nadie debió extrañar la reacción y el despliegue mediáticos en torno a su muerte, así como los actos de recuerdo a su figura que fueron acaeciendo después, durante mucho tiempo. Programas especiales basados en entrevistas y/o tertulias radiofónicas y televisivas, películas en casi todos los canales de televisión y las muchas páginas que durante unos días le fue dedicando la prensa, española y extranjera, diaria o semanal, pusieron de relieve el cariño, el respeto y la admiración que siempre le habían profesado.

Al día siguiente de su fallecimiento (29-08-2001) extensos especiales monográficos dedicaron todos los periódicos regionales y de ámbito nacional, así como las principales cabeceras sudamericanas, que ya en sus primeras páginas, y en grandes titulares, fueron harto elocuentes: *"Muere Paco Rabal"*, *"La muerte de Paco Rabal deja a la región sin su mejor embajador"*, *"La muerte de Paco Rabal deja al cine sin uno de sus grandes mitos"*, *"Fallece durante un vuelo el mítico actor Paco Rabal"*, *"Adiós, milana bonita"*; *"Fallece a los 75 años el gran Paco Rabal"*.

Y en el interior, de todo. Desde información más o menos detallada hasta reportajes, entrevistas, opiniones y editoriales con titulares y encabezamientos como *"Adiós a un mito"*, *"De galán a genio"*, *"Profeta en su tierra"*, *"El cine pierde a su estrella"*, *"Amargo adiós del país a uno de los grandes del cine"*, *"Paco Rabal se fue volando"*, o

*“Conmoción en Águilas tras la muerte de su actor universal e hijo predilecto”.*

Ha sido, a través de un más que apasionante paseo por páginas de periódicos y revistas, el estudio de una muestra significativa del trato que, por parte de los medios de comunicación, siempre recibió Paco Rabal en un permanente reconocimiento a su figura artística y humana.

En este sentido, la tesis pretendía, en sus comienzos, configurar el estado de opinión mediática, a través de prensa escrita, sobre uno de los personajes más conocidos y populares del siglo XX en España.

Desde una perspectiva muy general se hace factible otros métodos de investigación social diferentes al análisis de contenido cuantitativo, estadístico, sin apartarnos, por ello, del rigor científico. Un enfoque cualitativo, descriptivo, interpretativo... puede ofrecer y concretar unos resultados más sensibles, humanos y sociales entendiendo por esto la conjunción de diversos y diferentes aspectos.

Y si en este marco se intenta desentrañar una figura como la de Francisco Rabal, tanto *per se* como a través de la imagen que de él ha transmitido la prensa durante cincuenta años, no cabe duda de que se está contribuyendo a la difusión de la vida y obra de una singular figura, portadora de muchos valores y única, tal vez, por su evolución humana, artística y social.

Todo ello teniendo siempre en cuenta el arduo quehacer que supone la localización de documentos y su posterior selección para disponer de una muestra lo suficientemente amplia, tanto en el tiempo como en el propio discurso de cada medio. Y esto es algo que se obviaría, evidentemente, si el objeto de estudio fuera una temática general en vez de un elemento concreto, inmerso en cualquiera de ellas.

La relación de variables, tanto de forma cualitativa como cuantitativa, ha conformado un corpus teórico del que, como podrá verse en las fases investigadoras y sus conclusiones, se puede decir que resulta de un verdadero, sentido y riguroso aprecio personal, intelectual y profesional indiscutibles.

Esta investigación es, en definitiva, el eco social, a través de la prensa, de un personaje público cuya descripción fluye de algunos titulares biográficos sobre él: *"Un caso bastante excepcional"*, *"Una gloria vitalista"*, *"Actor de raza"*, *"Genio y figura"*...

## **II**

### **Finalidad, objetivos e hipótesis**

## **1.- Finalidad de la investigación**

Desde hace muchos años, aunque cada vez más y con mayor evidencia, los medios de comunicación de masas influyen sobremanera en las formas de pensar, comportarse y actuar de todo individuo inmerso en la llamada sociedad de la información y la comunicación.

Nos ha tocado vivir una época -que ha ido en espiral desde los años setenta del siglo pasado hasta nuestros días- marcada por los medios de comunicación de masas, sobre todo por cuanto el inmenso poder que tienen para influir sobre la opinión de la sociedad y, consecuentemente, su actitud hacia cualquier tema o persona. Por



ello, es interesantísimo, a la hora de estudiar estas actitudes cambiantes de la sociedad, investigar sobre las informaciones y su tratamiento *en y por* un medio de comunicación determinado.

La vía por la que los medios de comunicación encauzan el tratamiento de un determinado asunto tendrá mucho que ver con la idea que posteriormente adopte la sociedad y la respuesta que se produzca hacia el asunto en cuestión.

Vamos a analizar el tratamiento de la prensa hacia un objeto concreto, la figura de Francisco Rabal en todos sus aspectos: persona, actor, intelectual, militante de la izquierda..., convertido finalmente un mito al que la prensa agradeció sus formas de comportarse con ella dándole siempre un tratamiento cuasi exquisito.

Antes de proceder a un análisis determinado sobre una materia cualquiera hay que convenir en que el primer paso es el de escudriñar el material disponible en las fuentes seleccionadas.

Téngase en cuenta al respecto que mientras la RAE, en la vigésima segunda edición del *Diccionario de la Lengua Española*, apunta que escudriñar es "*examinar, inquirir y averiguar cuidadosamente algo y sus circunstancias*", la inmensa obra de Manuel Seco, Olimpia Andrés y Gabino Ramos, *Diccionario del Español Actual*, se muestra más explícita y otorga al verbo en cuestión las siguientes acepciones: "*Indagar o averiguar (algo oculto o no manifiesto)*"; y "*mirar o*

*examinar (algo o a alguien) con mucha atención para indagar o descubrir algo”.*

Y entre estos parámetros se encuentra el objeto de la presente investigación, que pretende -indagando en la prensa escrita y examinando muy detenidamente sus contenidos en torno a la figura de Francisco Rabal- analizar posteriormente el tratamiento que al internacional actor se le otorgó en los distintos medios de comunicación escrita. Y siempre, con excepciones muy puntuales, desde sus inicios en el mundo del espectáculo hasta el final de su vida, e incluso después, con una positiva actitud, generalizada, de los medios hacia cualquier aspecto de su personalidad.

Se trata de una figura importante y clave en algunas estructuras de la vida española durante la segunda mitad del siglo XX pero, como contrapunto, el volumen de material-muestra, al no constituir un tema de regular aparición en las páginas de los periódicos, sobre todo de los de información general, está compuesto por un considerable número de documentos hemerográficos de la más variada tipología a juzgar por la procedencia y estado de conservación de los mismos.

Los aspectos que invitan a convertir todo ello en objeto final de investigación, también antropológica, giran en torno a las raíces sociales del personaje, así como a la atención y deferencia que la prensa siempre tuvo con él.

Como consecuencia de lo anteriormente expuesto pretendemos que surja de nuestro trabajo un método y, en definitiva, un material de considerable utilidad para otras investigaciones similares.

## **2.- Objetivos**

Para lograr la finalidad objeto de esta investigación sintetizamos en los siguientes objetivos:

- 1) Estudiar la vida y la obra del personaje objeto de estudio a través de los medios de comunicación escrita.
- 2) Conocer y exponer los estudios relacionados con la información y la comunicación en el contexto de su evolución social.
- 3) Analizar y reflexionar sobre los estudios relacionados con Francisco Rabal.
- 4) Analizar el tratamiento en los medios de comunicación de los aspectos humano y artístico de Francisco Rabal.
- 5) Observar y determinar las categorías en el tratamiento, diverso y distinto, en la prensa sobre el actor.
- 6) Contrastar la relación actor-prensa desde una perspectiva artística.

Hay que partir de una premisa muy clara cual es la importancia de la prensa en la sociedad española de una nueva época, la que comenzó en los albores de los años cincuenta, sustituyendo a otra mucho más oscura y apologética de una guerra civil. Y al hilo de esa época, es obligado imbuirse en al análisis de los medios de

comunicación escritos en relación con la importancia, en cuanto al tratamiento, o que se le concedió a todo cuanto emanaba de la figura de Francisco Rabal en tanto que persona-hombre y actor.

En el marco de todo ello puede resultar muy interesante la constatación de la importancia que en un momento determinado, y paralelamente a su toma de posición de actor, adquirió el hecho de convertirlo en galán. Precisamente por ello, por lo necesaria que era su figura y por lo bien que el protagonista de este análisis supo introducirse -siempre lo logró, y sobre todo por su forma de ser- en el medio periodístico, quedará evidenciado el poco éxito que tuvieron sus detractores.

Y quedará demostrada, así mismo, la escasa receptividad a la consigna de no publicitar excesivamente su nombre, ni su imagen, tras conocerse su apuesta por una determinada ideología, diferente y contraria al pensamiento instalado en la mente de la clase dominante y totalitariamente establecido en amplias capas de la sociedad.

Una vez escudriñado el material hemerográfico disponible, extraído de la prensa en general (diaria y de otros tipos de periodicidad, de información general o contenido especializado), tal vez sea oportuno apuntar que todos los objetivos citados y comentados se podrían englobar en dos grandes grupos, generales y específicos. Y en ambos casos la finalidad no sería otra que, por una parte, analizar la realidad

o el momento sociológico y político de España durante las distintas etapas en las que pueden ser parcelados los documentos objeto de esta investigación, y, por otra, obtener unas conclusiones basadas en un análisis sobre todo, cualitativo.

Se trata de analizar, y demostrar, el poder de los medios de comunicación social, tanto en general como si se trata de algo individualizado, una persona más o menos pública y la proyección que *le permiten* los medios a través del tratamiento que otorgan a las informaciones inherentes a ella. Es evidente la no proliferación de este tipo de análisis de contenidos; y la estrategia de unificar aspectos de métodos ya existentes puede aportar formas, ideas y sugerencias para abrir el horizonte a otras investigaciones tan marcadamente sociológicas como la que nos ocupa.

Además, no deja de ser una importante finalidad adentrarse en el estudio de lo que significó, por cuanto a la primera etapa se refiere, aquel tipo de información, girando toda ella alrededor del mundo del espectáculo, en una sociedad reprimida y sin libertades ni para pensar.

Román Gubert, *“un lúcido exegeta de la cultura mediática”*, como lo califican en la revista a que hacemos referencia, declara que *“la industria cultural ha aprovechado frustraciones o esperanzas latentes en el ser humano, que están ahí larvadas, y las ha cultivado y excitado. El mito, la creencia, la fantasía prosperan*

*convenientemente reelaborados. El ser humano es un ser limitado, con frustraciones, expectativas, carencias, deseos latentes, prohibidos, reclusos... y lo que hace la industria cultural es alimentar esas latencias y además engordarlas, y es en este terreno abonado donde el mito prospera. Pero indudablemente, los mitos no surgen contra natura; nacen de necesidades, del cultivo de necesidades psíquicas latentes en el sujeto humano”<sup>2</sup>.*

De ahí que resulte, también, interesantísimo analizar la proclividad de la prensa hacia una figura tan marcada y significativamente contraria a lo establecido, como Francisco Rabal. Así pues, la propuesta no es otra que, en el marco general del poder que ejercen los medios de comunicación en la sociedad, analizar el tratamiento dispensado a una personalidad como la de Rabal.

Pero vamos a volcar todo el esfuerzo en analizar las formas, generalmente exquisitas, que siempre emplearon con él los medios de comunicación; por qué le dispensaron aquel cariño. Todo ello conforma lo que este análisis viene definiendo como tratamiento periodístico. En definitiva, una investigación que evidencie, por una parte, el poder de la prensa, tanto en un sistema carente de libertades como en una democrática libertad de prensa coartada solamente (¡) por la fuerza de un sistema en el que, más que las opciones políticas elegidas, es el dinero la fuerza que impone su ley. Y

---

<sup>2</sup> GUBERT, Román (2000). Declaraciones a la revista *Anàlisi*, nº 27. Barcelona. UAB. pp 167-181

por otra, las formas que ese poder adopta, en diferentes y determinados momentos, con una figura en sus facetas de persona y actor.

### **3.- Hipótesis**

En dos aspectos se conforma la hipótesis de la presente investigación:

- En primer lugar, el estudio del protagonista a partir de su origen de una de las capas sociales más desfavorecidas.
- En segundo lugar, del acceso de Francisco Rabal al escenario artístico, a través de su trabajo de actor, convirtiéndose en el mito que, en el tiempo, va reflejando la prensa.

La persona, el actor, su tiempo, el ámbito geográfico... La conjunción de muchos aspectos conforma un todo. Cada uno de los factores, características y marcos tiene un valor y aporta su función en tanto que elementos diferentes a los demás y complementarios entre sí.

Nuestra hipótesis, por tanto, se configura de la siguiente manera:

Observar la evolución de un personaje ya singular, Francisco Rabal Valera, por su procedencia y extracción social, que registró, asimismo, un desarrollo personal diferenciado de la evolución socialmente adecuada a los tiempos, y que nada más llegar a su faceta de actor, por ella y por el sendero recorrido desde sus orígenes, se convirtió en una vívida y viva fuente de información. Y ocurrió esto por dos aspectos básicos: por cómo era y lo que había llegado a ser, y

porque, a pesar de sus muchas dificultades, entró a formar parte del discurso social que el poder político encargó a la prensa durante las dos primeras décadas de la segunda mitad del siglo XX.

Sin duda alguna, la personalidad de Francisco Rabal -origen, imaginería del actor y circunstancias de su fallecimiento- le llevó, a través de los medios de comunicación, a ser considerado como imagen y figura míticas.

La proyección social de una persona -en este caso, el actor protagonista de esta investigación- depende del tratamiento que le concedan los medios de comunicación de masas.

Es la constatación de lo mantenido por Denis McQuail en el sentido de que *“en un sistema de comunicación masiva, las acciones de emisor y receptor están determinadas por su ubicación en el sistema social, considerado este como un todo”*<sup>3</sup>.

Conocida es la evolución -tan dura en sus primeros años como meteórica en los tramos medio y último de su existencia biológica- registrada en Francisco Rabal, una persona que *“surgió de la nada, llegó a ser mucho y murió siéndolo todo”*<sup>4</sup>.

Precisamente por ello, porque, de una u otra forma, hemos sido testigos de esa vertiginosa trayectoria, queremos contribuir a que se conozca, y valore, la procedencia social de la persona, el acceso,

---

<sup>3</sup> McQUAIL, Denis (1969): *Sociología de los medios masivos de comunicación*. Buenos Aires: Paidós. p. 81

<sup>4</sup> BLAYA MENGUAL, M.A. (2003): *Paco Rabal. Genio y figura*. Murcia: Nausícaä. p. XII



por propia vocación y perseverancia, al estatus de actor y la conversión de éste en un mito y, finalmente, la consecución de esa gloria en vida a la que solamente tienen acceso los genios, tanto desde la perspectiva personal como por el lugar que han llegado a ocupar en la sociedad.

Y todo ello al socaire de unos medios de comunicación, de una prensa, que lo hizo suyo desde los primeros compases en escenarios, estudios y platós; que decidieron ser el viento de popa a una conjunción de persona y actor que difícilmente podía pasar desapercibida por ser adalid de muchos valores sociales tan admirados y codiciados, tanto entonces como en la actualidad.



**Marco teórico y científico de la  
información y la comunicación**

Algo a tener muy en cuenta, porque se trata de una premisa básica e insoslayable para poder adentrarse e ir comprendiendo el contenido de esta investigación, es la ineludible relación entre sociedad y medios de comunicación social y/o de masas.

Son dos elementos tan estrechamente relacionados que casi podría aseverarse que no es posible la existencia de ninguno de ellos sin el concurso del otro. Si no hay una sociedad de masas no tienen sentido unos medios de comunicación masivos; y éstos no tienen razón de existir sin un receptor universal como es el formado por la sociedad de masas.

Los dos, a modo de eslabones encadenados en una relación causa-efecto, datan del siglo XIX aunque fuera el invento de la imprenta lo que propiciara el nacimiento de un receptor más numeroso y plural y no el de élite existente hasta el momento. Conforme fue extendiéndose, a semejanza de una mancha de aceite, la *galaxia Gutenberg* se pudo comenzar a hablar de auténticos medios de comunicación social. Y fue la evolución socioeconómica y laboral -revolución francesa, revolución industrial, etcétera- lo que dio pie a una nueva sociedad, a una numerosísima clase proletaria que se convirtió en destinataria y receptora de la información. Ahí fue cuando, de verdad, inició su camino hacia el futuro el fenómeno de la prensa de masas, de los medios de comunicación masiva.

### **1.- Sociedad y comunicación de masas**

Expuesta ya la relación existente entre el emisor -medios de comunicación de masas -y el receptor- sociedad plural, seccionada en grupos y roles de distinta y diversa consideración- se hace imprescindible fijar un principio a tener muy en cuenta: cada medio de comunicación de masas se dirige a un grupo social perfectamente definido, pero el filtro de cada uno de éstos, la caja negra del receptor o la parte de ésta que pertenece al sector consumidor de mensajes, puede provocar, y provoca, que cada individuo extraiga diferentes conclusiones a partir de la conclusión grupal.

No se trata, pues, de que los medios de comunicación de masas obren de hilo conductor entre sociedad y realidad, sino entre ésta y el elemento base de aquella, el individuo.

Si, en palabras de Gabriel Celaya, *“la poesía es un arma cargada de futuro”*, en la sociedad actual, llámese de la información, de la comunicación o del conocimiento, el arma y su correspondiente munición vienen representadas por las autopistas de la información.

La tenencia, el dominio, el control y el acceso a la información es la herramienta más poderosa de cuantas puedan existir.

Y, en esta coyuntura, los medios de comunicación de masas, mediante sus contenidos diarios y regulares, van modelando el devenir de un presente que, indudablemente, mediatizará el futuro.

Así, nos encontramos ante los efectos cognitivos de los medios de comunicación. Y, al respecto, cita la profesora Aladro Vico el pensamiento de Platón, al que le atribuye *“una concepción realista de los límites de la comunicación...”* porque para el filósofo griego *“el interés de las personas hacia determinados asuntos o ideas condicionaba enormemente su visión del mundo. Aquello que las personas creen que saben es el límite posible a la comunicación o transmisión de un mensaje”*<sup>5</sup>.

---

<sup>5</sup> ALADRO VICO, Eva (1999) *Teoría de la información y la comunicación efectiva*. Madrid: Fragua: pp 96-97

Y es que los medios son un elemento básico para que los receptores de la información que ellos transmiten consideren a esta como propia y la defiendan como algo suyo, con lo cual los controladores de los medios ya han logrado su primera meta: hacernos llegar lo que deseamos saber, canalizar lo que necesitamos conocer y convencernos de que es la noticia que nos dan lo que debemos recibir.

De hecho, no puede olvidarse, como ya han demostrado numerosos expertos en comunicación, que el individuo más normal, lo que siempre se ha llamado hombre de la calle, a lo que más expuesto está, y lo que más fácilmente se acomoda en su subconsciente, es a la publicidad que todos los días ve en su camino hacia el trabajo, lo que la radio o la televisión le cuentan en cualquier momento del día, la prensa que lee mientras, por ejemplo, toma café...

Sobre la tremenda importancia de la información, y de la relación existente entre ésta y la sociedad, Luka Brajnovic<sup>6</sup> sostiene que se trata de algo tan importante, o más, como cualquier necesidad vital humana. *“En la información -dice- se encuentra enredada la vivencia humana y el mundo, las actuaciones de personas y grupos, los fenómenos culturales y los sucesos provocados, los datos más complejos y los hechos más triviales, lo espiritual y lo material, lo histórico y lo hipotético...”*

---

<sup>6</sup> BRAJNOVIC, Luka (1991, 2ª Ed.) *El ámbito científico de la información*. Navarra: EUNSA, pp. 126-127

### 1.1.- El poder de los medios de comunicación de masas

Cuánto no se habrá podido llegar a escribir sobre aquella pseudo-creencia, de hace bastantes años, consistente en calificar a la prensa como el cuarto poder. *“Esta expresión -dice Oliver Burgerlín- parece particularmente desgraciada. Se puede hablar siempre (...) del poder de los mass media”, pero “si la prensa dispone de algún “poder”, éste no es comparable al ejecutivo, al legislativo o al judicial y, por consiguiente, no hay opción a calificarlo de “cuarto”, pues ¿ por qué debería pasar delante de tantos otros “poderes”, algunos muy anteriores a ella como el de las iglesias, o de otros evidentemente superiores como el de las empresas o del “capital” en general ?”<sup>7</sup>.*

Evidentemente, el comunicólogo francés plasmó su teoría mucho antes de que, por ejemplo, el *poder* de la prensa tumbara, con el caso Watergate, a todo un presidente de los Estados Unidos. Y mucho antes, también, de que la presión insistente de los medios de comunicación ejerciera su decisivo concurso antes y durante la invasión soviética de Afganistán. Y como estos dos ejemplos, muchos otros más actuales. Sin embargo, sí reconoce Burgerlin<sup>8</sup> que *“cualquier mensaje es capaz de ejercer una acción sobre su destinatario”*; y añade: *“si el remitente de la comunicación quiere obtener, precisamente, que el destinatario actúe en forma determinada, sólo puede conseguirlo transmitiendo un lenguaje (...)”*

---

<sup>7</sup> BURGERLÍN, Oliver (1974) *La comunicación de masas*. Barcelona: A.T.E. p. 216

<sup>8</sup> BURGERLÍN, Oliver (1974) *Op. Cit.* p. 201

*imperativo, es decir, especialmente concebido con vistas a modificar la acción de los demás*". También es válida esta exposición para aplicarla al cambio de la actitud del público con algo o alguien.

La prensa, como medio de comunicación social más antiguo, ejerce una función de conexión entre sus lectores y el acontecer diario en un marco determinado de la sociedad. Interpreta para aquellos los sucesos en cuestión, para la mayoría de receptores es la interpretación que estaban esperando, y para los *no iniciados* en la elección consecuente de un medio concreto es una puesta en escena con la intención de atraerlos hacia sus posturas.

Por ello, no es un descubrimiento aseverar que el poder de la prensa es más o menos evidente dependiendo del hábito lector de periódicos, de la posterior elección de éstos -algo, por otra parte, muy relacionado con el nivel cultural de una sociedad concreta- y de la fuerza social que sea capaz de ejercer un periódico reorientando a sus lectores hacia postulados diferentes a los que les decantaron para su elección.

De todo ello se deduce que más poder de influencia en la opinión pública tendrá un periódico cuanto mayor sea el número de lectores que pueda llegar a atesorar.

Y para eso, según la apreciación de McQuail,<sup>9</sup> *“los medios masivos, a pesar de ciertas restricciones, dirigen los mismos mensajes a todos y*

---

<sup>9</sup> McQUAIL, Denis. (1969) *Op. Cit.* p. 18



*constituyen una amenaza potencial para la autoridad y las normas de una estructura social rígidamente estratificada o sometida a un estrecho control”.*

Respecto de la cultura de masas, también McQuail defiende que es un concepto referido *“a toda una serie de actividades y objetos, tales como los entretenimientos, los espectáculos, la música, los libros, las películas; sin embargo, se le ha identificado con el contenido típico de los medios masivos de comunicación y en especial con el material espectacular de entretenimiento y ficción que proporcionan”.* *“La cultura de masas -continúa exponiendo- se distingue por dos características fundamentales: amplia popularidad y un especial atractivo para las clases trabajadoras en las sociedades industriales y la producción y difusión masivas. Igual importancia podría otorgarse quizás a una tercera característica: su diferencia con respecto a la cultura de la élite educada, puesto que son las normas de esta última las que se aplican a la literatura, la música y las artes visuales a fin de distinguirla de la cultura de masas”<sup>10</sup>.*

Es verdad que el poder que sobre el público receptor ejercen los medios de comunicación de masas no suele tener resultados instantáneos.

Es como la lluvia fina, que no anega campos y huertas pero que va introduciéndose en el subsuelo; y algo parecido es lo que, en la

---

<sup>10</sup> MCQUAIL, .Denis. (1969) *Op. Cit.* pp. 37-38

mayoría de las ocasiones, ocurre con la mediatización de la mente humana por parte de los mensajes que capta, procedentes de ese poderoso emisor colegiado y del que forman parte todos y cada uno de los medios masivos.

Pero no quiere decir esto que deba obviarse ese poder inmediato que, por otra parte, existe y se manifiesta en la toma de decisiones por parte del receptor con ese perfil que en psicología se le define como emotivo, activo primario.

Así nos lo plantean Lourdes Ortiz y Pablo del Río<sup>11</sup> cuando exponen, en su teoría sobre los medios masivos como portavoces de la ideología dominante, que éstos suponen *“el gran arma del poder para penetrar también en la vida privada del individuo, para sentarse con él en su butaca, para controlar más sus íntimas reacciones”*.

Trasladando todo este análisis, y su correspondiente teoría, al terreno de lo tangible -materializando, para su demostración, los dos primeros y grandes aspectos del universo del mensaje, del medio-, encontramos un necesario aspecto formal y un no menos importante fondo. Y si éste lo es gracias a la información, a la cantidad de mensajes en los que se desgajará aquel contenido, habrá que convenir en que para el receptor del mensaje, para el individuo que acude al kiosco decidido a comprar una publicación determinada,

---

<sup>11</sup> ORTIZ, Lourdes y DEL RÍO, Pablo (1977) *Comunicación crítica*. Madrid: Pablo del Río. Editor, pp 24- 25

lo que adquiere, el producto, es la prensa, ese contenido grosso modo que la caracteriza.

Ambos muestran unas variedades o tipologías dignas de resaltar, estudiar, analizar y, lógicamente, de tener en cuenta para la finalidad pretendida en nuestra investigación.

## **1.2.- Tipos de prensa**

El kiosco nos muestra una ingente cantidad de títulos y cabeceras, pero no resulta difícil agruparlas, por ejemplo, en tres grandes tipos de prensa: la de información general, la de información especializada y los magazines. Hace muchos años, en los primeros de la etapa investigada, también existía, como tipo de prensa, las publicaciones monográficas, a las que ya hemos hecho alguna referencia como, por ejemplo, *Colección Ídolos del Cine*.

Mientras que la primera variedad de prensa es aquella que agrupa y suministra la práctica totalidad de contenidos y mensajes, contados de la forma más inteligible y sin profundizar en concreciones, la especializada, o temática, es la encargada de ejercer de canal o medio de un determinado contenido informativo.

Por otra parte, el magazine es aquel tipo de prensa que intenta, como su nombre indica, ofrecer diversos contenidos, generalmente elaborados para que sea más extenso en el tiempo su valor de actualidad. Y finalmente, las publicaciones monográficas, actualmente no muy en auge pero que, dedicando cada número a

un tema o personaje, jugaron un importantísimo papel en la sociedad de los años cuarenta, cincuenta y sesenta.

Se trata de un tipo de prensa muy importante por cuanto que hace medio siglo sí que tenían su público y, girando todo en torno al perfil sociológico de la época, fue escenario de auténticas maniobras de lanzamiento popular de personajes de toda índole.

Evidentemente, cada cual tiene su público; tanto por el sector social al que sea capaz de llegar como por lo especializado de su contenido, y sin olvidar que siempre juega un importantísimo papel la comprensión de lo transmitido.

Aunque en la frontera entre prensa e información, en esta comprensión de lo transmitido -que es lo que finalmente va a decantar a la sociedad hacia uno u otro tipo de prensa- es donde aparece el lenguaje tal vez como principal elemento diferenciador.

Y de ahí que Luka Brajnovic pretenda explicarlo exponiendo que *“el mensaje informativo debe ser comunicable, es decir, suficientemente comprensible para los que lo reciben o necesitan. No obstante, mientras que el lenguaje científico (expresado en tecnicismos, signos, símbolos y señales) tiene un grupo relativamente reducido de destinatarios entendidos, los mensajes emitidos, o transmitidos y difundidos por los medios de comunicación social (los mensajes informativos dirigidos a un público amplio) deben ser comprensibles a*

*todos contando con circunstancias normales (cierta cultura, inteligencia y habituación)”<sup>12</sup>.*

Por lo que a la prensa de información general se refiere, el lenguaje utilizado es más conocido, de dominio público, más al alcance de la mayoría de la población lectora, no significando esto que haya de ser vulgar. En la época que nos ocupa, se trata de un público lector serio y culto.

Mientras tanto, la expresión de las publicaciones especializadas tiende a ser más propia del ámbito temático en cuestión y, dependiendo del público al que haya decidido dirigirse, los tecnicismos y la científicidad aparecen más o menos; o no aparecen.

En estos dos caudales bebe el correspondiente a la prensa de tipo magazine, si bien se nutre en mayor cantidad de la expresión más comprensible utilizada por la prensa de información general.

Sin embargo, el lenguaje utilizado por los monográficos no ha sido, ni mucho menos, homogéneo. En este tipo de prensa sí estaba claro el público hipotético receptor de cada tema, y mientras el lenguaje de las publicaciones dedicadas a astronomía, zoología o alguna otra ciencia solía ser pulcro y refinado, el utilizado para captar la atención popular con la vida de un actor o un cantante era mucho más asequible a la cultura que se le suponía al receptor.

---

<sup>12</sup> BRAJNOVIC, Luka, (1979) *Op. Cit.* p. 84

### 1.3.- Tipos de información

Con sus correspondientes diferencias, pues el tiempo va forzando la adaptación y el cambio, aunque éste suponga la adopción de una nueva forma de ver la actualidad, tanto hace cincuenta años como actualmente los tipos de información son los mismos, aunque en algunos casos hayan adoptado un mayor protagonismo unas manifestaciones sobre otras dentro de las mismas formas.

Así, dependiendo, sobre todo, de sus contenidos y las formas con que los presentan, nos encontramos con cinco tipos básicos de información: seria y/o culta, popular, rosa, sensacionalista y populista/sensacionalista.

Entendemos por seria/culta esa información que también se dio en llamar informativa e interpretativa y que presume de tener un público lector mínimamente acorde con su denominación, que suele gustar de la información en su justa extensión -ni mas amplia ni menos completa de lo que debe- pero, en cualquier caso, detallada y explicativa. También pretende este tipo de información ser denominada objetiva, pero no es finalidad de este estudio tratar sobre la inexistencia de esta cualidad.

Además, se rige por unas coordenadas que seccionan con todo el rigor posible los contenidos y, a veces, las formas de tratar las diferentes temáticas, y la encontramos en un tipo de diarios cuyo formato, que es lo primero que se percibe, obedece a la más pura

tradición anglosajona, sobre todo en cuanto a un equilibrio homogéneo de páginas y material informativo en general, algo también presente en los titulares, pues tampoco éstos están autorizados a desnivelar el reparto de espacios, ni en la página completa ni respecto de cada una de las informaciones. Estas características dominan la totalidad de la información, llegando a hacer posible que toda ella esté presidida por un diseño uniforme en la tipografía.

También este tipo de información se mostraba contrario a mezclar textos informativos con otros de opinión aunque es algo en lo que van cediendo, un poco forzados por la demanda y la evolución de preferencias.

Concluyendo, el medio que aporta este tipo de información suele alinearse con una determinada actitud ideológica, previamente adoptada, y que en sus formas, aunque haya marcado distancias con la sempiterna maquetación tradicional, no invade el terreno de los otros tipos de conjuntos o medios informativos.

Nos encontramos después con la información calificada de popular en su acepción más opuesta a lo que por ello entiende en el campo de la sociología. A los medios que llenan sus páginas de este tipo de información suelen acudir lectores ávidos de conocer -no les interesa formarse-, pero a través de noticias muy simplificadas y, a veces, alejadas de cualquier enfoque político o social. Por ello, al contrario

que los otros, o intentan esconder su identificación ideológica o, por el contrario, se muestran como abanderados de una apuesta, política, comercial o empresarial concreta.

Si ya el anterior tipo de información prefiere ser maquetada con formas que rompen el concepto de seriedad, cuando aparecen grandes titulares y una profusión fotográfica no precisamente usual, podemos comenzar a pensar que nos encontramos ante un tratamiento de la información eminentemente sensacionalista.

Sin embargo, no parece ser malo todo lo sensacionalista cuando especialistas de la comunicación como J. M. Casasús y Xavier Roig, citados por Jaime Guillamet<sup>13</sup>, definen estas formas de presentar la información diciendo que *"...son resultado de una popularización de la prensa diaria"*, caracterizados por *"una gran difusión, una enorme preocupación por la rapidez informativa, una ampliación de sus objetivos al campo del entretenimiento y la reducción drástica de la importancia de los temas políticos"*.

Pero tampoco en esta interpretación de la información podemos obviar una especie de *subtipo*, la denominada fórmula híbrida, compuesta por el espíritu comunicativo de la información seria plasmado en formas sensacionalistas anteriormente comentadas.

---

<sup>13</sup> GUILLAMET, Jaume (1988) *Conocer la prensa. Introducción a su uso en la escuela*. Barcelona: Gustavo Gili S.A. p. 35



Suelen utilizar grandes titulares e inmensas fotografías pero no cruzan la línea fronteriza hacia el terreno de lo fantástico en el contenido ni del desequilibrio en el continente.

En su favor puede aducirse que es un tipo de información que ha contribuido a frenar el descenso de lectores al haber logrado la presentación de un producto ameno que “engancha” con un tratamiento de la información convirtiéndola en textos fácilmente legibles; y acompañados, además, de mucha carga de opinión, género muy demandado en los últimos años en cuanto al agrupamiento, en la misma página, de una información -se supone que aséptica en la línea deseada por el consumidor- y el correspondiente punto de vista subjetivo sobre ella.

Tal vez el mayor y mejor exponente, en España, de este tipo de información fue *El Periódico de Catalunya*, primera publicación diaria de estas características, que nació, hace más de un cuarto de siglo, rompiendo todos los moldes anteriores.

Apuntemos que ese tipo de información al que se ha denominado populista/sensacionalista es aquel que, a diferencia del caso anterior, no ofrece información seria en envoltorio sensacionalista. Estos medios gustan ofrecer información escandalosa, llamativa, casi esperpéntica, en aquel tipo de molde.

Finalmente nos encontramos con la información rosa que, pese a lo que pueda pensarse, no es cosa de los últimos años ni ha llegado

auspiciada por la programación televisiva de similares características. Por lo que a la del formato impreso se refiere, se trata de un tipo de información concebida sólo y únicamente para consumo femenino, y cuya finalidad sí que ha cambiado. Hace medio siglo era su finalidad imponer, para adiestrar, la temática que debían leer quienes formaban el mayor sector económico-social, las amas de casa; y actualmente es parte, con una gran carga de morbo, del consumo desinhibidor presente en todas las clases socioculturales femeninas. Y, no lo olvidemos, por parte, también, de algunas del género masculino.

#### **1.4.- Funciones y efectos**

Una gran parte de la sociedad actual, un poco más preparada, no es tan pasiva como la de hace cuarenta o cincuenta años.

Lo que sí está demostrando es que *“los efectos de los mass-media sobre el público no guardan consecuencia ni están en relación directa con las intenciones del que comunica ni con el contenido de la comunicación”*<sup>14</sup>. Pero lo cierto es que un determinado mensaje produce en el público unos efectos, cuando menos, contaminantes, que, de aparecer con una frecuente regularidad, logran modelar la actitud del lector hacia donde se han propuesto. *“Productores y consumidores de la industria cultural se bañan en ese magma, ese*

---

<sup>14</sup> BERELSON, Bernard, citado por KIENTZ, Albert (1974) *Para analizar los mass media*. Valencia: Fernando Torres. Editor, p. 67

*caldo de cultura que los mass-media lanzan en ininterrumpidas oleadas*<sup>15</sup>.

Con este previo intento de situar la cuestión hay que anteponer, respecto de todas las posibles e hipotéticas funciones, la más básica y elemental de los medios de comunicación social cual es la de informar. Pero con ella, o producto de la misma, la de interpretar el mensaje recibido para, una vez reelaborado, servirlo de acuerdo a los intereses de cada emisor.

Otra de las funciones, aunque más de organización interna, es la que le impone el sistema, ser la voz pública de la cultura dominante para impedir que se produzcan grandes cambios que puedan trastocar los intereses del poder establecido.

Hay quienes le atribuyen una función de formación, muy puesta en cuarentena porque se opone, en medida muy considerable, a la anteriormente expuesta.

Y por último aparece la función de entretenimiento, generalmente con una finalidad altamente alienadora o contraria a culturizar, aunque este cometido queda al planteamiento y finalidad de cada medio.

En definitiva, todo ello supone una meta-función social cuya bondadosidad o maleficencia es parte de la filosofía más puramente mediática adoptada por cada cual.

---

<sup>15</sup> KIENTZ, Albert. (1974) *Op. Cit.* p.70

Esta, precisamente, es la que añade Ch. R. Wright<sup>16</sup>, a las tres funciones principales que Laswell atribuía a los medios de comunicación de masas: supervisión del ambiente, concordancia entre éste y la sociedad, y transmisión de la herencia social de una generación a la siguiente.

Wright las interpreta, en un alarde de síntesis acertada y clarividente, referidas siempre a la cultura de masas. *“La supervisión, dice, se refiere a la recolección y distribución de la información (...). En alguna medida corresponde a lo que es popularmente concebido como el manipulado de noticias. Aquí, como actos concomitantes, se incluye la interpretación de la información acerca del ambiente y la prescripción de la forma como reaccionar ante dichos sucesos. Popularmente, esta actividad es en parte conocida como editorial o propaganda”.*

Y continúa exponiendo Wright que *“la transmisión de la cultura se refiere a la comunicación de la información, valores y normas sociales de una generación a otra o de miembros de un grupo a aquellos que pasan a integrarlo. Habitualmente se la considera como una actividad educativa”.*

Finalmente, explica Wright que entiende la función de entretenimiento como *“actos de comunicación básicamente*

---

<sup>16</sup> WRIGHT, Charles R (1972, 3ª Ed) *Comunicación de masas*. Buenos Aires: Paidós, p. 15-16

*entendidos como diversiones, prescindiendo de todo efecto instrumental que pueda tener”.*

P. Lazarsfeld y R. Merton, citados por Ch. R. Wright en la misma obra, atribuyen otras dos nuevas funciones a los medios de comunicación de masas: conferir estatus y reforzar normas sociales; mientras que éstas están concebidas como el resultado de la distribución de mensajes moralizantes, lo de la adquisición de estatus no es otra cosa que cobrar reputación y prestigio en el seno del grupo en el que esté inmerso por el mero hecho de poseer información. *“Al concentrar sobre él el poder de los medios masivos, la sociedad a la que pertenece le confiere un alto estatus público”<sup>17</sup>.*

Claro, que también hay que tener en cuenta la dependencia de todo esto respecto del tratamiento que se le de; del manipulado, que no manipulación, a que sometan el hecho en cuestión. Al entrar en el campo de los efectos de los medios de comunicación de masas puede reaparecer la teoría de Laswell, *quien dice qué, por qué canal, a quien y con qué efectos*. Y nos encontramos con que, efectivamente, en la reflexión que sobre ello hace Burgerlin, es la quinta cuestión planteada<sup>18</sup>. Todo mensaje comunicado a un sector de la sociedad produce unos efectos, a veces impredecibles pero casi siempre estudiados en cuanto a los objetivos que pretende el comunicador. Y se experimentan en la conducta del receptor, tanto

---

<sup>17</sup> Ch. R. Wright. *Op. Cit.* pp 20-21

<sup>18</sup> BURGERLÍN, Oliver. (1974) *Op. Cit.* pp. 77-78

si es éste un elemento individual como si se trata de un grupo social; al primero le incidirá sobre el pensamiento y a la sociedad, sobre su proyección cultural.

De Fleur y Ball-Rokeach<sup>19</sup> hablan de efectos cognitivos, afectivos y de conducta. Y bien pudiéramos convenir con ellos, respecto del principio de atención selectiva, *"que las diferencias individuales en cuanto a la estructura cognitiva producen distintos modelos de atención al contenido de los medios"*.

Pero los efectos distan mucho de ser los mismos en las diferentes categorías sociales y sus correspondientes subculturas. Y esto es así porque los mensajes que interesan a un grupo no interesan a otro y, evidentemente, los efectos, tanto de ese mensaje en particular como del discurso en el que se haya insertado aquel, incidirá solamente en los adeptos a la especificidad del mensaje en cuestión.

Defienden, a este respecto, De Fleur y Ball-Rokeach que *"el principio de la atención selectiva consiste en que la estructura cognitiva, la pertenencia a una categoría y los lazos sociales significativos producen modelos de atención al contenido de los medios íntimamente conectados con los primeros"*.

Dos son las estrategias desde cuyas perspectivas puede observarse los efectos de los medios de comunicación de masas en la sociedad.

---

<sup>19</sup> DE FLEUR, M.L. y BALL-ROKEACH, S. (1982) *Teorías de la comunicación de masas*. Barcelona-Buenos Aires: Editorial Paidós, pp.257 y ss

Por una parte, la estrategia psicodinámica, consistente en la modificación, a través del mensaje, de los factores cognitivos para influir en el comportamiento mantiene que *“un mensaje efectivo tiene propiedades capaces de alterar el comportamiento psicológico de los individuos de forma tal que éstos responden abiertamente (hacia el asunto que está siendo objeto de persuasión) por medio de modos de comportamiento deseados o sugeridos por el comunicador”*<sup>20</sup>.

La otra perspectiva de observación de los efectos de los medios, o de la comunicación, es la que se ciñe a parámetros de tipo sociocultural y en ella se encuentran quienes defienden que el efecto registrado en un individuo puede llegarle a través de una modificación de las expectativas sociales. Esta teoría, de acción grupal por cuanto el convencimiento o el deseo de un individuo respecto de la pertenencia a un determinado rol social, basa su estrategia<sup>21</sup> en que el individuo puede cambiar de actitud si los medios de comunicación de masas, por ejemplo, imponen que algo o alguien deben ser admitidos o desechados por el grupo social de referencia. Aunque solamente sea por no entenderlo como social o políticamente correcto.

Estos dos tipos de efectos de la comunicación social se prodigaron mucho en el entorno, sobre todo puntual, de Francisco Rabal. Los medios de comunicación de masas reflejaron con tanta

---

<sup>20</sup> DE FLEUR, M.L. y BALL-ROKEACH, S. *Op. Cit.* pp 357-358

<sup>21</sup> DE FLEUR M. L. y BALL-ROKEACH, S. *Op. Cit.* pp 364-365

contundencia el cariño, el respeto y la admiración que sentían por el actor de Águilas, que cambiaron la actitud de muchísimos individuos que jamás se habían planteado nada parecido. Y no por otra razón que por pertenecer a grupos sociales muy alejados de aquel en el que se desenvolvía Rabal.

Y es que, a modo de síntesis, en la sociedad de masas, los medios de comunicación social pueden modelar la opinión pública. Y los mensajes que se vierten llegan, en un porcentaje o índice muy alto de ocasiones, a imponer pautas de comportamiento social provocando ansiedad entre quienes no pueden adoptar esos roles. A veces, de corte económico; a veces, de contenido eminentemente social.

### **1.5.- Evolución del binomio prensa-sociedad de masas**

Quienes escriben en los periódicos son personas, de alguna manera, *presas* del medio en el que insertan su trabajo. Y lo son porque cada medio tiene su público más o menos definido; sus lectores, que lo son porque se han identificado con la forma de servir la información, con ese penúltimo mensaje que emite el medio al interpretar, aunque sólo sea para informar, un determinado acontecimiento. Un grupo social compra un periódico, consume ese producto, porque es el que le va a transmitir lo que sus integrantes quieren leer; y para ese ciudadano ha de escribir el informador que lo haga a través de ese medio.

Con la imprenta aumenta la información, y su posterior demanda, que acabaría por convertirse en el almacén de lo que más tarde se



denominaría medios de comunicación de masas. Éstos adquirieron rápidamente el papel de transportadores de información en el seno de la sociedad, pues tenían como misión contar al ciudadano lo que acontecía a su alrededor.

Al principio, durante algún tiempo, la prensa se planteó dos grandes funciones en las que todo lo demás quedaba englobado: informar y culturizar. Y a este respecto dice Jaume Guillamet que *"consagró su utilidad social a medida que pudo servir a sus lectores primerizas noticias sin mucho retraso..."*, añadiendo que *"...obtuvo su primer reconocimiento de prestigio cultural cuando más que culturizar se propuso "ilustrar" de acuerdo con los patrones setecentistas"*<sup>22</sup>. Por eso nació de ella lo que posteriormente se dio en llamar "prensa especializada", con un nivel de conocimiento muy superior al de los periódicos generalistas.

Tanto una como la otra comenzaron a establecer unas relaciones con la sociedad cada vez más dependientes entre sí y con la realidad y postulados políticos de por medio. Claro, que como recuerda Guillamet, anteriormente citado, mientras que en otros países del continente europeo pudieron disfrutar de una considerable difusión periodística gracias a la libertad de imprenta, en España hubo de esperar hasta el siglo XIX para que aquella libertad diera pie a una mayor socialización de los periódicos existentes y ello a pesar

---

<sup>22</sup> GUILLAMET, Jaume. (1988): Op. Cit. pp. 123 y ss

de los vaivenes que no permitieron la consolidación de este derecho hasta el último cuarto del siglo XX.

No obstante, la sociedad fue accediendo cada vez más a la prensa y ésta fue adoptando cada vez más el papel de objeto de consumo para extensas capas sociales. Pudiera parecer innecesario advertir que estos movimientos de relación prensa-sociedad de masas no eran, precisamente, la fotografía real de toda la sociedad española a la que, de todas formas, algo va llegando al producirse la instauración de lo que posteriormente se conoció como *aldea global*.

Acerca de la generalización sobre el convencimiento de la auténtica fuerza social de los periódicos, apunta Guillamet<sup>23</sup> que *“es la etapa cumbre de un desarrollo histórico de tres siglos desde los primeros diarios y gacetas”* para añadir a continuación que *“en países como España y otros que no han podido gozar de largos periodos de libertad y estabilidad política, esa edad de oro se produce un poco como caricatura...”*.

En el ocaso del siglo XX, cuando acaba el tiempo marcado para esta investigación, la prensa parece haber perdido capacidad de influencia social en beneficio de medios audiovisuales. No obstante, aquella continua siendo el recurso de quienes, en niveles medios desde la perspectiva sociocultural, quieren estar informados de aspectos que otros medios no difunden o lo hacen muy brevemente.

---

<sup>23</sup> GUILLAMET, Jaume. (1998) *Op. Cit.* p. 24

## 1.6.- Fuentes documentales

Para realizar una investigación que analice y evidencie el tratamiento que la prensa escrita ha dado a una determinada persona -actor, torero, escritor, político, etc.- es necesario buscar, y encontrar, hasta agotar las fuentes. Y hay que recurrir a materiales que guardaron, y conservan, personas que sintieron, y sienten, una sensible debilidad por el individuo en cuestión, habiendo recogido -casi siempre indiscriminadamente y muchas veces sin referencia alguna a cabeceras y fechas- todo cuanto han encontrado y leído sobre esta persona -en nuestro caso, obviemos los perfiles de hombre y actor- definitivamente irreplicable.

Así, en lugar de iniciar un proceso de recuperación de información propiamente dicho, se ha procedido a la búsqueda de personas y archivos si por ello puede entenderse una carpeta o un sobre con recortes de periódicos y revistas, e incluso legajos de papeles.

También se ha consultado, evidentemente, material de hemeroteca, perfectamente catalogado en cuanto a publicaciones concretas se refiere, para analizar los bloques de páginas monográficas, bien acerca del tema elegido, bien sobre cualquier otro en cuyo desarrollo aparecen amplias referencias sobre la documentación buscada.

Pero ocurre con todos ellos lo mismo que con la prensa diaria, que diferentes documentos con el mismo contenido general transmiten un

mensaje distinto. Al hilo de este aspecto tal vez haya que convenir en la oportunidad de rescatar la teoría de Oliver Burgerlín acerca de que *“cada medio de comunicación de masas corresponde a un modo original de distribución de mensajes”*<sup>24</sup>.

## **2.- El mensaje como tal y desde la perspectiva hemerográfica**

Es este elemento un protagonista básico e imprescindible para que el proceso comunicativo resulte factible. No se trata de que sea algo a buscar sistemáticamente para completar el proceso. No. Más bien al contrario, surge el mensaje y, a partir de ahí, se construye el armazón de la comunicación.

Aclarado este aspecto, desaparece cualquier duda acerca de que el mensaje no es uno ni algo que está y permanece. Cualquier unidad informativa es portadora de muchos mensajes que, además, no son solamente lo que son, sino la multiplicación que de él hagan las connotaciones y denotaciones que cada individuo sea capaz de establecer.

Ese “qué” -segundo elemento del paradigma de Laswell- o información a transmitir puede ser objeto de modelación por parte del emisor, dependiendo de la intención que se tenga en cuanto a los efectos que se pretende lograr entre el grupo a quien va dirigido el susodicho mensaje. Y por otra parte, la información emitida a través de la prensa en un momento determinado conservará y

---

<sup>24</sup> BURGERLÍN, Oliver (1974) *La comunicación de masas*. Barcelona: A.T.E. p. 15

ampliará mensajes si, pasado el tiempo de actualidad, es contemplada sobre un documento hemerográfico que, como tal, constituye un universo de mensajes. Cada uno de estos documentos supone, en la práctica totalidad de los casos, una extraordinaria fuente de comunicación porque en él existirá, posiblemente, más de una información temática. Y dentro de cada una de ellas, infinidad de ítems que emiten un caudal de mensajes, denotativos y connotativos, no todos perceptibles por la variopinta masa social que tuvo acceso a ellos cuando fueron actualidad, ni por quienes después sean sus interesados e hipotéticos receptores.

Afirma Inmaculada Chacón que el proceso documental del discurso periodístico tiene dos funciones básicas: sancionar la verdad informativa y convertirla en verdad histórica<sup>25</sup>. Y es que el mensaje que aporte un documento hemerográfico es parte de la cimentación en la construcción social del pasado. Después, tras citar la afirmación de Wittgenstein<sup>26</sup> -*“los límites de mi mundo son los límites de mi lenguaje”*- expone la profesora Chacón que *“si el mundo está limitado por el lenguaje, entonces, la realidad la determina el propio lenguaje, pero la realidad pasada, el pasado, la determinan los recuerdos y los documentos, los recuerdos sólo determinan mundos*

---

<sup>25</sup> CHACÓN, Inmaculada *La mediación documental*. en *Cuadernos de Documentación Multimedia*. Nº 4. Junio 1995.

[www.ucm.es/info/multidoc/multidoc/revista/cuadern4/num4.htm](http://www.ucm.es/info/multidoc/multidoc/revista/cuadern4/num4.htm)

<sup>26</sup> WITTGENSTEIN, Ludwig (1973) *Tractatus logico-philosophicus* -Trad. Enrique Tierno Galván. Madrid: Alianza Editorial, p. 163

*concretos individuales, los documentos determinan la memoria colectiva, luego construyen la realidad pasada, el pasado”.*

Pero ante un documento de este tipo, esto es, en la consulta de un periódico atrasado o página de éste, nadie va a percibir los mismos mensajes a cuya influencia se sometieron sus primeros receptores. El tiempo transcurrido, poco o mucho, cambia toda la arquitectura de la comunicación; además de no ser el mismo receptor, también son diferentes el emisor y el medio. Y cualquier parecido o similitud entre el mensaje de entonces y el posterior es mera coincidencia.

Lo que socio-políticamente interesa en esta investigación, en el marco del análisis de los contenidos de los medios de comunicación, además del estudio de determinadas palabras es, según la teoría de Jacques Kayser, citado por A. Kientz<sup>27</sup>, el valor que adquiere una noticia según su ubicación en el contexto del periódico y su situación en una página concreta.

En este aspecto incide V. Morin, también citada por A. Kientz<sup>28</sup> al defender que una cosa es lo que se dice, y otra, muy distinta y no menos importante, cómo se comunica o transmite, hecho en el que también ejerce un importantísimo papel la compaginación.

Desarrolla Inmaculada Chacón<sup>29</sup> un auténtico despliegue de ideas y teorías en torno a todo este mundo del valor hemerográfico. *“En los*

---

<sup>27</sup> KIENTZ, Albert. (1974) *Op. Cit.* p.76

<sup>28</sup> KIENTZ, Albert. (1974) *Op. Cit.* p.76

*medios escritos -dice- existen signos convencionales que facilitan o dificultan su lectura: el número de columnas, la tipografía, el emplazamiento (página y situación en la página), las dimensiones del texto, las fotografías o gráficos que lo ilustran y las informaciones que lo rodean”.*

Y prosigue citando a Hernández Pérez, quien denomina “contexto de difusión” a las circunstancias en que se publica un artículo o noticia (...): *“una sección determinada dentro de un periódico, con una situación espacial concreta en una página (entrada, salida, cabecera...), y rodeada de otros artículos y noticias, pueden dar a la noticia un significado que pierde cuando se aísla de estos elementos”.*

Por eso, ante una página de periódico ya pasado, antiguo, o una reproducción gráfica de ella, se está ante un material, un documento, un cúmulo de mensajes en cuya concepción pudo influir *“la capacidad del periodista para comprenderlos y transmitirlos, el interés del periódico, incluso el espacio disponible”*<sup>30</sup>.

Ahondando sobre este aspecto y desde la perspectiva hemerográfica, el mensaje es el universo que, ante los ojos de cualquier observador, presenta un documento; porque éste es,

---

<sup>29</sup> CHACÓN GUTIÉRREZ, Inmaculada (1999) *Tipología y fiabilidad de las fuentes documentales*. Introducción a la Documentación Informativa y Periodística. Sevilla: MAD. Antonio García Gutiérrez. Editor, p. 78-79

<sup>30</sup> GARCÍA GUTIÉRREZ, Antonio (1999) *Proceso documental y discurso periodístico*. Introducción a la Documentación Informativa y Periodística. Sevilla: MAD. Antonio García Gutiérrez, Editor, p. 215

además del medio que transporta un determinado número de ítems informativos, un mensaje en sí mismo necesario para que, en un momento determinado, alguien adquiera unos elementos de juicio que le aproximen a algo que sucedió o, cuando menos, a la forma en la que un determinado medio de comunicación interpretó y transmitió lo acontecido. Y es que, al tratarse de analizar el contenido de un mensaje, basta con aplicar a una transcripción unos determinados parámetros semióticos. Sin embargo, este documento iconográfico aporta algo más, y muy importante, como es el lenguaje de las formas y la inmensa polisemia que sugiere la comunicación no verbal.

Una cosa es elaborar una información en un momento determinado, con unas circunstancias sociales concretas y valiéndose del apoyo que le puede prestar una documentación no necesariamente hemerográfica, y otra, la realización de una investigación sobre el universo del mensaje y su valor en el tratamiento periodístico. Son muy similares en cuanto a sus bases científicas, pero diferentes en tanto que se elaboran con distinto material, se difunden por diferentes medios, tienen distintos receptores y, muy importante, difieren en el "para qué", en la finalidad u objetivo que se pretende.

Así, parece haber quedado claro que si el buen periodismo tiene que apoyarse en las causas pasadas que han influido en el hecho presente, o sea, en la documentación histórica para explicar la



actualidad, en un buen trabajo de innegable calado social con el que se pretende demostrar el por qué de un estatus adquirido por una persona relevante en un periodo cualquiera de tiempo, la investigación tiene que cimentarse en un extraordinario soporte documental, preferentemente hemerográfico.

No hay que olvidar que, como en un mercado de cualquier producto, es necesaria la existencia de una oferta y su correspondiente demanda.

Y muy pocos han expuesto esta perspectiva con la claridad que lo hace Oliver Burgerlín<sup>31</sup> al mantener que para que exista una verdadera circulación de mensajes en el mercado cultural *“es preciso que entren en los circuitos de una cierta acción social (...), que estos mensajes sean producidos y puestos en el mercado...”*.

Pero instalados en la estructura de mercado propiamente dicha, el producto en cuestión -la información convertida en documento- es hartamente más útil, y por ello mucho más demandado, cuanto mayor calidad tiene, mejor estructurado está y más ítems informativos recoge.

A cerca de este particular sostiene Coll Vinent<sup>32</sup> que un artículo de una publicación periódica, o parte de ella, adquiere en la perspectiva del tiempo un importante valor documental que

---

<sup>31</sup> BURGERLIN, O. (1974) *Op. Cit.* p. 25

<sup>32</sup> COLL-VINENT, R. (1978) *Teoría y práctica de la documentación*. Barcelona: A.T.E. pp. 39-40

*“arranca del hecho de que en él aparecen nombres propios y acontecimientos en el contexto mismo que se han producido y en el momento en el que tales hechos han sido protagonizados por los mismos nombres que aparecen en el artículo”.*

### **3.- Formas de la comunicación**

Resume Eva Aladro Vico<sup>33</sup> la definición de información aseverando que ésta no es otra cosa que *“el producto final de la comunicación, el que resulta de la suma progresiva de todos los elementos de la función comunicativa (...), aquello que mantiene con vida la comunicación”.*

Por otra parte debe aceptarse que son dos los enfoques desde los que se ha de contemplar la difusión de la información o mensaje a transmitir: el fondo y la forma, la información y su presentación o diseño, el contenido *per se* y su continente. Y si, por ello, se acepta la realidad del mensaje icónico de una información, debiera convenirse con Albert Kientz<sup>34</sup> en la teoría -apoyándose en la *Retórica de la imagen*, de Roland Barthes- de que sobre una imagen *“...el análisis estructural permite extraer de ella dos tipos de mensaje: el literal, lo que ella representa (denotación), y el mensaje simbólico, lo que ella sugiere, evoca (connotación)”.*

---

<sup>33</sup> ALADRO, Eva (1999) *Teoría de la información y la comunicación efectiva*. Madrid: Editorial Fragua. p. 30

<sup>34</sup> KIENTZ Albnert, (1974) *Op. Cit.* p. 30

Y abunda el sociólogo del Bajo Rin afirmando que *“el análisis de los mensajes que difunden los media permite (...) descubrir con precisión las actitudes, las tendencias y, finalmente, el espíritu que caracteriza a un diario (...)”*.

Hay que tener muy en cuenta, como advierte Yolanda Fernández Acevedo<sup>35</sup>, que el lenguaje, lejos de ser un producto, es un proceso psíquico, de lo que puede deducirse que el análisis y el estudio de este proceso lo es, también, de la psiquis humana.

### **3.1.- La seducción de la palabra**

Conscientemente, con premeditación, calca el titular de este apartado la denominación de una de las obras más reconfortantes sobre la fuerza del lenguaje por la utilización que se haga de los elementos que lo forman, las palabras.

Defiende Alex Grijelmo que es tan estremecedora la fuerza de las palabras que pueden, incluso, cambiar la percepción de lo nombrado *“mediante una leve modificación de su envoltorio: la palabra misma”*<sup>36</sup>. Tal vez sea la palabra el medio universal por antonomasia para llevar a cabo la comunicación, la información y las formas que pueden surgir dependiendo de cómo aglutinemos, conjuntemos y presentemos un determinado texto.

---

<sup>35</sup> FERNÁNDEZ ACEVEDO, Yolanda [En la revista *Claves*, Buenos Aires, mayo de 1999], citada por Alex Grijelmo (2001. 6ª edición. Marzo 200) *La seducción de las palabras*. Madrid: Taurus, p. 20

<sup>36</sup> GRILELMO, Alex (2001) *Op. Cit.* p. 101

En el mundo periodístico, incidiendo más en la información que en la teoría de la comunicación -terreno éste más propio de la lingüística y la semiótica-, la formación del texto, producto siempre del molde empleado, aboca en lo que se conoce como géneros periodísticos. Y si al igual que la utilización de unas palabras determinadas pueden cambiar muchísimos aspectos a la hora de recibir e interpretar el mensaje, también los géneros ejercen su función. Y con los ingredientes de la información que se tiene, de lo que se pretenda “vender”, o de a qué tipo de lector se va a dirigir, se puede optar por uno u otros géneros.

Tal vez un determinado conjunto de los ingredientes anteriormente referidos alcance mejor el objetivo planteado si, por ejemplo, se elabora como reportaje en vez hacerlo a modo de crónica; o tal vez sea mejor, por determinadas circunstancias, forzar una entrevista que elaborar una información aunque en ella podamos recurrir a declaraciones textuales de la misma persona a la que se le puede entrevistar.

Defiende al respecto Inmaculada Chacón Gutiérrez<sup>37</sup> que *“la estructura del discurso periodístico la determina el género a que corresponde: noticias, reportajes, crónicas, entrevistas, artículos de opinión, etc.”*.

---

<sup>37</sup> CHACÓN, Inmaculada. (1999) *Op. Cit.* p. 78

Un género u otro, dependiendo de la temática y sus características puntuales, puede seducir más o menos al público, hipotético lector, y, por consiguiente, cumplir más y mejor los objetivos básicos de cualquier información. Porque, como considera a lo largo de varios capítulos de su obra Luka Brajnovic<sup>38</sup>, si al final de todo el proceso de la información no hay un entendimiento más o menos generalizado del mensaje por parte del sector social elegido como receptor, la información, como tal, no existe.

### **3.1.1.- El texto y sus formas: los géneros periodísticos**

Para algunos estudiosos de la temática informativa, los géneros periodísticos vienen muy marcados por el protagonismo del autor en el desarrollo del texto. Es una forma de contemplar que se puede escribir informando, interpretando u opinando. Son los tres grandes géneros periodísticos aunque no falta quienes contemplen algún otro.

Comenzando por la información, tal vez sea conveniente, ante todo, romper la equivalencia, generalmente asumida, entre información y noticia. Porque es factible que una información pueda no ser noticiosa y, contrariamente, pueda deslizarse alguna que otra noticia en el contexto, por ejemplo, de un artículo de opinión.

Otra salvedad a tener en cuenta con la atención que merece viene determinada por la mezcla, en la misma página de prensa, de los dos géneros más opuestos en cuanto a objetividad/subjetividad como

---

<sup>38</sup> BRAJNOVIC, Luka (1991) *Op. Cit. Pp. 83-84*

son la información y la opinión. Esto, que difícilmente se hacía en periódicos y revistas durante las seis primeras décadas del pasado siglo XX, últimamente va siendo muy frecuente empleando la correspondiente variación tipográfica y/o de diseño para diferenciar la información de la opinión y que, así, el lector pueda captar el grado de parcialidad y objetividad que va a encontrar en cada texto.

Hechas estas salvedades es necesario arrancar con una importantísima premisa: *“La información, la interpretación y la opinión que encontramos en la prensa enriquecen nuestra visión de la actualidad. Son actitudes y géneros que se complementan pues cada uno desempeña sus propias funciones...”*<sup>39</sup>.

Por información se entiende el conjunto de datos que un autor recopila, estructura y redacta para transmitir un hecho o acontecimiento que, por su trascendencia, puede concitar el interés de la opinión pública. Y para ello, debe tener el género informativo su principal imperativo en la necesidad de ser lo más objetivo posible no influyendo en lo que realmente se trasmite y, por supuesto, no reflejando la postura personal del informador que se dispone a adoptar el papel de emisor.

---

<sup>39</sup> <http://iris.cnice.mecd.es/media/prensa/> [05.10.2005]

Así, el exponente más claro del género informativo es la *noticia*. Y ésta, en definición de Alex Grijelmo<sup>40</sup> “*es la esencia del periodismo, la materia prima,... todo aquel hecho novedoso que resulta de interés para los lectores a quienes se dirige el diario*”, para añadir a continuación que “*la noticia en estado puro viene dada siempre por un acontecimiento sorprendente, estremecedor, paradójico o trascendental y, sobre todo, reciente*”.

Cuando la noticia se ajusta a sus patrones estilísticos adquiere toda su rigidez en cuanto a las dificultades que ella misma presenta cuando el autor trata de introducir elementos, variables, distintos de sus más básicas esencias. Éstas vienen determinadas, primero, por las respuestas a las célebres seis W (en inglés), que traducidas en palabras al español son: *qué, quién, cómo, cuándo, dónde y por qué*; y en segundo lugar, por la aplicación de la teoría de la pirámide invertida para dar prioridad a los aspectos más importantes del texto. Bien es verdad que ésta ha dejado de ser *santo y seña* en la elaboración informativa pero, aunque sin la rigidez de antaño, suele ser un patrón muy a tener en cuenta.

En el otro extremo, opuesto al de la información, se encuentra el género de opinión, que si hace unos años solamente era el escaparate institucional, la línea ideológica -con todo lo que eso conlleva- de la empresa editora, después, con la incorporación de

---

<sup>40</sup> GRIJELMO, Alex (2002, Febrero, 9ª Edición) *El estilo del periodista*. Madrid: Taurus, p. 31

colaboradores, articulistas, columnistas más o menos fijos..., este género *“suele reflejar el auténtico talante de un periódico”* según A. Grijelmo<sup>41</sup>, que completa su teoría con el siguiente aserto: *“del estilo de articulistas y editorialistas podremos deducir cómo afrontan la realidad y las transformaciones sociales los dueños y responsables de esa publicación”*.

Muy sucintamente, podemos aportar algunas formas del género de opinión que aparecen, generalmente hoy más que ayer, en los diferentes medios impresos, sea cual fuere su periodicidad.

De todas las secciones, o páginas, que una publicación dedique a opinión u opiniones, la más emblemática por ser la más y mejor conocida en el marco de este género es el “editorial”, auténtico buque insignia oficial que traza las líneas maestras en cuanto a la postura del periódico y/o de la empresa editora respecto del tema considerado más importante y candente.

El abanico en cuanto a la autoría, nunca en primera persona y siempre sin firma, abarca desde el equipo o consejo editorial de las grandes cabeceras hasta los propios director o redactor jefe en los periódicos y revistas de pequeña implantación geográfica, pasando por situaciones como el encargo del mismo a alguien versado en el tema a tratar, que puede ser trabajador del medio, colaborador más o menos asiduo o personalidad de prestigio y ajena a la empresa

---

<sup>41</sup> GRIJELMO, Alex (2002) Op. Cit. p. 124



aunque, ideológicamente, cercana a ésta; en todos los casos, el definitivo visto bueno recae en la figura del director, auténtico vagón de enganche entre el producto periodístico y la empresa editora.

También hay otros tipos de editoriales más cortos, bastante breves y contundentes, que apuntan o tratan un tema de actualidad pero con poco alarde de datos y sin llegar a agotarlo.

Otra variante de este género, el "artículo de opinión", puede presentarse en forma de tribuna libre, comentario y columna, modalidad ésta que aparece últimamente con mucha regularidad en casi todas las secciones. Ninguna de las tres formas citadas, sobre todo esta última, están sujetas por un corsé estilístico, pues cada autor lo hace a su forma y manera de ver, analizar y opinar sobre el tema que se haya elegido. Lo que más caracteriza a los autores de este trabajo es el buen dominio del lenguaje y el conocimiento del tema para ofrecer una postura diferente y distinta, muy personal.

La otra gran perspectiva estilística que ofrece el género opinativo es la "crítica", un singular *"artículo de opinión que analiza, disecciona, desmenuza y elogia o censura -parcial o totalmente- una obra artística o cultural"*<sup>42</sup>. Al tratarse de un comentario de opinión pero interpretativo, también ha de mostrar informativamente el contenido sobre el que el autor va a descargar su crítica.

---

<sup>42</sup> GRIJELMO, Alex (2002): Op. Cit. p.132

La última posibilidad de opinar en un medio de comunicación encuentra cobijo en las "cartas de los lectores", textos, lógicamente, sin estilo alguno predeterminado y a los que suele dársele poca importancia. Si periodísticamente, en su inmensa mayoría, son piezas de escaso valor, no hay que menospreciarles el papel que pueden jugar en el tratamiento a un tema y, sobre todo, por lo que significa de implicación social en un momento y caso determinado.

Ahora, en medio de estos dos grandes polos, el informativo y el de opinión, aparecen otros géneros y subgéneros, otras formas de comunicar e informar. A saber, el reportaje, la entrevista y la crónica, todas ellas muy en boca de especialistas en información y comunicación por las implicaciones que cada cual les atribuye en el marco de las otras dos grandes parcelas de géneros anteriormente tratadas.

Suele nacer el reportaje de una noticia que ofrece tiempo para recrearse en ella o bien por no haber agotado todos los flecos que ofrecía cuando surgió; existe otra fuente, también de elaboración de reportajes, que viene ofrecida por la intemporalidad, el trabajo informativo sobre aspectos cotidianos que, por un motivo puntual o sin él, puede ser considerado interesante para un determinado grupo social.

Dice sobre el reportaje Alex Grijelmo<sup>43</sup> que *“es un texto informativo que incluye elementos noticiosos, declaraciones de diversos personajes, color y, fundamentalmente, la particularidad de tener carácter descriptivo”*.

Ofrece el reportaje la posibilidad de orientarlo hacia cualquiera de sus variantes: el “reportaje-informe”, pródigo en revistas especializadas y extraño de ver en publicaciones de información general, se muestra muy prolijo en datos, números y detalles de corte científico, con poca presencia de personas y anécdotas o comentarios en torno a ellas; y el *reportaje-perfil*, con declaraciones de terceras personas y no obligatorias por parte del personaje en cuestión, a lo que se suele añadir la inclusión de datos y anécdotas que lo hace ágil y ameno, además de proporcionar importancia social al protagonista. Tal vez pudiera asignársele la categoría de subgénero.

Más o menos en la misma franja que el anterior se encuentra, también, otro de los grandes géneros periodísticos, la entrevista, a caballo entre la información y la interpretación. Hay quien la entiende como un modelo concreto de reportaje, pero puede ser más acertado otorgarle categoría de género propio, tanto por los elementos que la caracterizan como por el abanico de posibilidades.

---

<sup>43</sup> GRIJELMO, Alex (2002) *Op. Cit.* p. 65

Este tipo de pieza periodística bien pudiera ser el género que mejor permite al entrevistado llegar al público, así como el que más posibilidades proporciona al lector para entrar en el mundo del entrevistado. Por ambas características se trata del género con mayores facilidades para proporcionar un tratamiento predeterminado al personaje entrevistado.

También en la entrevista puede encontrarse otros dos subgéneros. Por una parte, la "entrevista objetiva", la que le otorga el derecho a estar entre los géneros informativos, basada en el sistema pregunta-respuesta. Y lógicamente, opuesta a dar cabida a comentarios o descripciones del sujeto protagonista, y cuyo objetivo -según Alex Grijelmo<sup>44</sup>- consiste exclusivamente en trasladar información sobre las opiniones del entrevistado.

Diferente resulta la *entrevista-perfil*, muy similar, en cuanto a estructura, al reportaje de la misma característica, ya que ésta sí permite licencias periodísticas de corte interpretativo, introduciendo, además, "*descripciones sobre el propio personaje o la explicación de su trascendencia pública*", según exposición de Alex Grijelmo<sup>45</sup>. Y concluye éste autor distinguiendo entre los dos tipos de entrevista de la siguiente manera: "*Por lo general, en la entrevista objetiva (pregunta-respuesta) nos interesa el personaje en cuanto que experto en una materia, y esperamos de él opiniones sobre su actividad*

---

<sup>44</sup> GRIJELMO, Alex (2002) *Op. Cit.* p. 57

<sup>45</sup> GRIJELMO, Alex (2002) *Op. Cit.* pp.116-117

*profesional, social, política o artística. Si adoptamos el género de la entrevista-perfil será probablemente porque nos ha interesado más el personaje en sí, su trayectoria personal, su mundo interior”.*

Finalmente, por cuanto a la crónica se refiere, hay quienes la enmarcan directamente en géneros de opinión; quien le asigna la categoría de género interpretativo; y otros que la sitúan en un terreno con influencias informativas e interpretativas.

En esta última forma de verla se aposta Alex Grijelmo que la define como un texto periodístico que *“toma elementos de la noticia, del reportaje y del análisis. Se distingue de los dos últimos en que prima el elemento noticioso (...) y de la noticia porque incluye una visión personal del autor”*<sup>46</sup>

### **3.2.- La comunicación no verbal**

Sobre este tipo de comunicación, una forma más, y diferente, de transmitir información, mantiene Oliver Burgerlin<sup>47</sup> que *la función convincente puede estar también el mensaje no lingüístico*; y aunque este comunicólogo francés estaba refiriéndose a los gestos cuando conformó este aserto, también parece perfectamente extrapolable a cualquier mensaje icónico de la comunicación conocida como no verbal. Demostrado está el importantísimo cambio que ha ido experimentando la sociedad desde la cultura lectora a la visual. Y no porque antiguamente se transmitiera mensajes solamente por el más

---

<sup>46</sup> GRIJELMO, Alex (2002) *Op. Cit.* pp. 88-89

conocido canal de la palabra; también la comunicación no verbal hacía sus funciones..., pero muy pocos habían reparado en ello. Y porque no se había investigado, se ignoraba muchos de los descubrimientos puestos de manifiesto en los últimos años.

Hasta bien entrado el último cuarto del siglo pasado, en los periódicos no proliferaba la cultura fotográfica; era un elemento informativo bastante costoso y su calidad no alcanzaba un nivel medianamente aceptable excepto las realizadas a través de la técnica del huecograbado, de forma que, por costosas y escasa calidad, las páginas de medios impresos a penas utilizaban el soporte gráfico.

Poco a poco, entre el cada vez menor tiempo dedicado a la lectura y el empeño de los diseños periodísticos por hacer más atractivos sus productos han ido formando en el ciudadano esa cultura visual a la que hacemos referencia, tan implantada en la actualidad y que ha terminado por disuadir al lector del intento de detenerse ante una página desabrida en su confección: tipografía, fotografías, sumarios... Es la cultura visual.

Pudiera ser éste el punto de arranque de la teoría *mcluhaniana* acerca de que "el medio es el mensaje". Y abundan en ello R. Aparici y A. García Matilla<sup>48</sup> al plantear que cualquier individuo, en cuanto parte integrante de la sociedad y, más aún, expuesto a toda

---

<sup>47</sup> BURGERLIN, Oliver (1974): *Op. Cit.* p. 201)

<sup>48</sup> APARCICI, R y GARCÍA-MATILLA, A (1989) *Lectura de imágenes*. Madrid: Ediciones de la Torre, p.18

influencia de cultura de masas, *“recibe centenares de estímulos pero sólo es consciente de una parte de ellos”*.

La percepción selecciona solamente a los que han despertado su atención, y añaden que *“los medios de comunicación utilizan muchos estímulos en un solo mensaje, pero refuerzan ciertos aspectos que llaman la atención. Un individuo borra un gran número de estímulos y fija otros”*.

La psicología de la forma demuestra que ante un ambiente general compuesto por varios elementos, las personas no lo perciben todo en una unidad, sino que, contrariamente, captan todos y cada uno de los elementos separada e individualmente.

De la misma manera, ante la página de un periódico en la que aparecen distintos elementos (noticias, fotografías, publicidad, algún artículo de opinión, etc.) la más óptima percepción es la correspondiente a la panorámica de la imagen general; pero al captar simultáneamente cada parte de ella por separado, el interés del lector es factible de ser dirigido hacia donde interese al emisor del mensaje ejerciendo la más pura comunicación no verbal con su correspondiente dosis de manipulación.

¿En qué página?. ¿A cuántas columnas?. Tal vez sean estos los dos primeros mensajes connotativos que se ponen de manifiesto porque, en el marco de la ubicación, de las formas y el grafismo, son muchas las argucias y mecanismos para resaltar lo que se pretende que el

receptor capte con más facilidad y nitidez; son motivaciones psicológicas que ya están inventadas y solamente hay que descubrirlas y aplicarlas.

Cuando, a posteriori, alguien pretende encontrar en un periódico o revista una información que ha leído, y visto, anteriormente, lo que busca es una imagen. Sabe cual era su tamaño y tiene in mente la situación que ocupaba en el marco de la página.

No es extraño oír la expresión de que tal noticia está *en la página de la izquierda, en pequeño, abajo y en la parte de la derecha*. Tal vez no se recuerda el título de la información en cuestión, pero se tiene muy claro dónde encontrarla.

Esto viene a demostrar la importancia del papel que desempeña la memoria retiniana, imprescindible para analizar el mensaje que trasmite la forma, el diseño, la maquetación y compaginación de una plana de periódico, convertida después en documento hemerográfico. *“La vivencia de la forma de una figura -dice David Katz<sup>49</sup>- representa una unidad que no puede ser modificada de ordinario por el que la vive. Cuanto más fuerte es la forma, más fuerte es la resistencia que opone a injerencias externas”*.

Una determinada información, cuyo mensaje verbal queda *en segunda fila*, va a hacer que el lector perciba uno u otro mensaje connotativo, subliminal, dependiendo de su ubicación en página par

---

<sup>49</sup> KATZ, D. (1967) *Psicología de la forma*. Madrid: Espasa Calpe, S.A, p. 50



o impar; del lugar que ocupe en ese continente general: a la derecha, a la izquierda, de entrada, de salida...; de la amplitud que tenga, sobre todo más en columnas que en líneas; y del apoyo gráfico o fotográfico que pueda acompañarla.

Tras todo lo investigado y expuesto es obvio, además, que si en los mensajes, que utilizan como medio la lengua, la gramática, tiene una gran importancia la imperatividad, concebida como herramienta para modificar acciones, también la comunicación no verbal adquiere su parcela de poder. El impacto de un gran titular, con un despliegue tipográfico no habitual, lleva consigo un mecanismo psicológico de claras connotaciones imperativas.

### **3.2.1.-El valor de lo icónico**

Para comenzar apuntando el gran edificio de la información y la comunicación con la importancia que cobra lo iconográfico en la prensa, tal vez pudiera bastar apuntando la idea de Aparici y García Matilla<sup>50</sup> cuando afirman que los niños son muy vulnerables a los mensajes icónicos porque las imágenes les transmiten un fortísimo sentimiento de realidad. Y tal vez esto tenga mucho que ver con el aserto de que una imagen vale más que mil palabras.

En estos tiempos, en los que el periodismo gráfico se ha hecho imprescindible y ya no se concibe una página de información sin, al menos, un par de elementos icónicos (fotografías, infografías,

---

<sup>50</sup> APARCICI, R y GARCÍA-MATILLA, A (1989) *Op. Cit.* P. 49

diagramas...), no menos importante es la imagen de esa página de prensa en la que hay que cuidar muchísimo la distribución de titulares, cuerpo de la tipografía, textos, elementos gráficos...

Esto no es otra cosa que el mensaje de la maquetación. *“La importancia que un periódico otorga a una noticia está relacionada directamente con su maquetación, ésta tiene por objeto principal que el mensaje resulte más claro y más atractivo. Para conseguirlo necesitan captar la atención del lector, consiguiendo el interés visual necesario para que sus ojos no se aparten de la página”<sup>51</sup>.*

Una de las grandes diferencias entre dos periódicos de la misma cabecera pero separados en el tiempo por, más o menos, cuarenta años, es la organización para la percepción. Ésta viene dada por la distribución de titulares, textos, fotografías y cualquier otro componente, sobre todo gráfico, de la página, como pudiera ser la publicidad. Estructurando la percepción de forma más sencilla se puede lograr más de un objetivo. A saber, que el mensaje principal de cada información tenga mayores posibilidades de encontrar receptor; que el hipotético lector y/o receptor se sienta motivado y *atraído hacia la lectura* de todos los demás contenidos; o que pueda destacar la información que más interese, *sin aplastar* a las demás.

Así pues, no cabe más que reincidir en el tema tras haber quedado demostrado que la fotografía, como elemento iconográfico, supone

---

<sup>51</sup> CHACÓN, I. (1999) Op. Cit. p. 79

un soporte importantísimo para cualquier mensaje que se pretenda transmitir. Es más, se convierte en una información complementaria que comunica lo que el texto no es capaz de explicar.

Posiblemente, la fotografía de un niño que, jugando, ha introducido la cabeza entre los barrotes de una reja, o de su misma cuna, y no puede sacarla, emitirá mucha más información que un gran párrafo de literatura periodística intentando explicar el suceso. Esa misma fotografía, acompañando a su correspondiente información, se convierte en el elemento protagonista de la página.

Otro ejemplo. La imagen de un atleta saltando con la pértiga, acompañando a una información de última hora sobre la medalla obtenida por ese mismo atleta -o por otro, si en la fotografía no se le puede identificar- juega un papel ilustrativo, aunque la foto en cuestión sea de archivo, no actual.

También la imagen fotográfica puede *simbolizar*, por ejemplo en el marco social, los desequilibrios y la explotación infantil si logra positivizar a un niño ejerciendo la mendicidad; o puede jugar un cuarto papel, el documental, mostrando una toma panorámica, o un trozo de un plano urbano, para situar e identificar en qué puntos de una ciudad se producen atascos de tráfico debido a unas obras.

He aquí los cuatro papeles básicos (*informativo, ilustrativo, significativo y documental*) que puede llegar a interpretar una fotografía en un medio de comunicación impreso. Y qué decir de las

connotaciones factibles de ejercer por la fotografía de un personaje - como el de nuestra investigación- dependiendo de si está solo, acompañado, en primer plano, en grupo, etc.

Todo va en función del *mensaje protagonista* que se pretenda difundir; porque, por ejemplo y en el marco de esta investigación, a un titular informativo de *Francisco Rabal arrojado por sus compañeros* le aportará más fuerza una panorámica de gran grupo con el protagonista que un plano medio con cuatro o cinco personas. Y si la información es que *el ministro impone la medalla del trabajo a Francisco Rabal*, tal vez la mejor fotografía fuera un primer plano que recogiera el momento de la imposición.

### **3.3.- La manipulación, algo inherente a la comunicación de masas**

Algo a tener muy en cuenta, para que el desarrollo de este apartado sea coherente y ajustado a una realidad que creemos incuestionable, es que ni la objetividad ni la libertad absolutas existen cuando de comunicación de masas se trata. Ineludible, a la hora de elaborar cualquier análisis en este campo, o tras haberlo hecho, es la premisa de que toda publicación defiende, siempre, sus intereses. Y estos pueden ser tan variados como interesados. Siempre habrá un interés que mediatice la información; si no es gubernamental, porque no exista el filtro de la censura previa, lo será de cualquier otra índole, desde comercial hasta político-ideológica, pasando por la

percepción que el autor de una información determinada tenga al respecto.

También los lectores hacen valer sus intereses (para cada cual, el mejor periódico es el que le informa de lo que quiere saber y en la forma que más le gusta), pues no hay que olvidar que por ellos fluctúan las ventas, de éstas depende la publicidad, y con este capítulo de ingresos está relacionada la vida y/o continuidad de la publicación. Apostilla a este respecto Jesús María Vázquez<sup>52</sup> que *“es ingenuo pensar en medios de comunicación social totalmente libres cuando se ignora los múltiples condicionamientos en que éstos se desenvuelven: presiones de grupos minoritarios; contenidos disfuncionales narcotizantes; concentración e intereses económicos; oligopolios de la información”*.

Muchas son las ocasiones en las que los intereses de la empresa periodística, en definitiva, de la publicación en sí, coinciden con los de sus lectores, y puede que sea por aquello de que para cada individuo, el mejor periódico es el que le cuenta lo que él quiere leer. Pero en otras, y no pocas, es el lector el que no acaba de entender un cierto posicionamiento, y se debe a que, lógicamente, no conoce las presiones, de todo tipo, que llegan a conseguir la *remodelación* y el cambio de un posicionamiento que se creía instaurado. Esto es

---

<sup>52</sup> VAZQUEZ, J. M. (1990) *Manipulación. Información*. Madrid: Instituto de Sociología Aplicada, p. 20

algo intrínseco al repaso cronológico de documentos hemerográficos, sobre todo de carácter temático.

Apunta Charles Wright<sup>53</sup> que una de las funciones que Laswell atribuía a los medios de comunicación, y a la que definía como persuasión, no es otra cosa que el manipulado de la noticia; y esa supervisión puede comenzar, de hecho, comienza, en el mismo momento que inicia su estructura y modelado la información en cuestión.

Las dos formas de comunicación contempladas anteriormente tienen su protagonismo en el eslabón manipulador de la cadena informativa. A través de la lengua y de las formas iconográficas pueden alterarse los mensajes y todo lo que gira alrededor de ellos. La valoración y el tratamiento no es otra cosa que una manipulación.

Y nadie como el intelectual Hans Magnus Enzensberger -poeta, ensayista, fundador y director de revistas, documentalista cinematográfico...- para definir esta manipulación democrática a la que, según su teoría, no escapa ningún medio de comunicación.

Razona su posicionamiento aseverando que *"etimológicamente, el término manipulación viene a significar una consciente intervención técnica en un material dado. Si esta intervención es de una importancia social inmediata, la manipulación constituye un acto político. Este es el caso de la industria de la conciencia"*. Y añade que *"toda utilización de los medios presupone una manipulación. Los más*

---

<sup>53</sup> WRIGHT, Charles R. (1972) *Op. Cit.* p.16

*elementales procesos de la producción, desde la elección del medio mismo (...), no son más que intervenciones en el material existente. Por lo tanto, el escribir, filmar o emitir sin manipulación no existe*<sup>54</sup>.

A través de la palabra, empleando un vocabulario determinado, o extrayendo del todo uno trozo concreto, se elabora el mensaje de forma más o menos comprensible; y si se utilizan sinónimos con connotaciones diferentes, puede influirse en el lector de la forma que, premeditadamente, se haya decidido hacerlo. Cuántas veces el lector no habrá sido sorprendido, y confundido, al captar un mensaje en un titular y observar, después, que en el texto no aparece.

Como auténtico motor, canal y medio de transmisión en la comunicación humana, destaca, lógicamente, el lenguaje tradicional, el del verbo. Y si importante se demuestra para el proceso comunicativo, no menos lo es para la argucia de la manipulación a favor de unos determinados intereses.

Aunque se suele trabajar en tres frentes -la información en prensa y su protagonismo en la sociedad; la manipulación propiamente dicha; y el control de la sociedad a través de la prensa-, lo cierto es que todos tienen su desarrollo en la realidad social del ejercicio de la manipulación.

---

<sup>54</sup> ENZENSBERGER, Hans Magnus (1974, 2ª ed) *Elementos para una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Anagrama (Cuadernos), p. 25

También Inmaculada Chacón sitúa en tres vertientes el poder manipulador del lenguaje: *“por su uso, por su forma y por su contenido. Por su uso, porque es un instrumento de mediación social; por su forma, porque las reglas que se utilizan para conseguir un “estilo periodístico” están orientadas a hacer que el lector crea en el autor del texto, son estrategias persuasivas que conducen a la manipulación; por su contenido, porque el léxico utilizado por la Prensa está controlado por la ideología y por la escala de valores morales de la Empresa Editora. Los medios utilizan una serie de códigos éticos y estéticos en el uso del lenguaje, estos códigos conforman la realidad de acuerdo a ese lenguaje, luego adaptan la realidad a sus códigos y eso es lo que transmiten, manipulando al lector”*<sup>55</sup>.

Tal vez sea uno de los principales ejes el del binomio información-desinformación. Al ofrecer información se está proporcionando al público lector, tras haber sido tamizada por diferentes filtros, la información que conviene y enfocada, lingüísticamente, hacia el nivel de entendimiento-conocimiento que interesa al conjunto de los poderes fácticos de cada medio.

Y si de lo que se trata es de ofrecer desinformación, ésta no es fortuita; no ofrecer unos datos es algo fríamente premeditado y,

---

<sup>55</sup> CHACÓN, Inmaculada *La mediación documental. Cuadernos de Documentación Multimedia*. Nº 4. Junio 1995.  
[www.ucm.es/info/multidoc/multidoc/revista/cuadern4/num4.htm](http://www.ucm.es/info/multidoc/multidoc/revista/cuadern4/num4.htm) [15.10.2005]



como consecuencia, esa ocultación se convierte en información manipulada.

Acerca de la desinformación y las modalidades del discurso persuasivo, tal vez sea enriquecedora la reflexión sobre el posicionamiento que la *Revista Orto*<sup>56</sup>, hace respecto de su catalogación como " *el conjunto de técnicas (intoxicación, creación de noticias falsas, maniobras de distracción hacia temas secundarios, ocultación de información, limitaciones a la investigación independiente) empleadas por la autoridad estatal u organismos afines para orientar la opinión de un público receptor y aspirar con ello a influir en su comportamiento...*" para añadir que, además, se inspira en un principio pragmático que busca manipular audiencias, grupos humanos o círculos específicos.

"*Cuando es necesario -abunda la citada publicación- la desinformación adquiere la dimensión de una auténtica guerra psicológica (...)*" que " *comparte las mismas características del discurso persuasivo al que pertenecen la información periodística (persuasión cognoscitiva), la propaganda (persuasión ideológica) y la publicidad (persuasión comercial)*". De todo ello depende el mensaje que se emite...y el que se recibe, que no necesariamente han de coincidir.

---

<sup>56</sup> N° 117, Sep-Oct 2000: *La estrategia de la manipulación: la desinformación gubernamental como arma de guerra.*  
[www.geocities.com/or4521/manipulacion.htm](http://www.geocities.com/or4521/manipulacion.htm) [15.10.2005]

Es más, cada uno de los elementos de la cadena, lo que se conoce por *caja negra*, modifica el mensaje inicial o emite el suyo propio. Desde el que elabora la noticia hasta el que la recibe; aquel la puede cambiar si es de agencia, o elaborar a su gusto si es propia.

Y concluye el artículo citado de la Revista Orto exponiendo que *“la omnipresencia del discurso persuasivo en la sociedad contemporánea es innegable y garantiza, a través de los mass-media, la prevalencia de determinados significados contruidos jerárquicamente por las principales instituciones de control y coacción socio-comunicativa: la empresa, los partidos políticos y las iglesias, en su papel de pilares del orden social. Vivimos, por tanto, inmersos en el discurso persuasivo al que estamos permanentemente expuestos, aunque hayamos rutinizado tanto su presencia que casi no nos demos cuenta de su proximidad”*.

Indudablemente, si la lingüística presta el juego que hace de la manipulación un arma valiosísima en el concierto de las actitudes sociales, también hay que reparar en la importancia persuasiva que puede llegar a alcanzar el lenguaje de las formas, la percepción visual.

Y si en la actualidad no influye el maquetador porque su clásica figura ha desaparecido, hace unos años sí que ejercía un inmenso papel manipulador, que modificaba el mensaje hasta puntos insospechados. Actualmente, el diseño preestablecido le ha quitado

protagonismo al filtro de la compaginación al establecer casi todos los detalles: a cuántas columnas ha de ir, a qué cuerpo van a entrar los títulos; en una o más líneas; el color en aquellos y en los recuadros, caso de ser posible; el soporte gráfico o infográfico,... O sea, y en ambos casos, una parte del mensaje no verbal que manipula y altera la información a transmitir.

Abunda en el tema Albert Kienz<sup>57</sup> al afirmar que *“el análisis de los mensajes permite descubrir con precisión las actitudes tendenciosas y, finalmente, el espíritu que caracteriza a un diario...”*, añadiendo que *“en definitiva, podrá deducirse su intención manipuladora y la estrategia que desarrolla”*.

Pero concluye, y como eslabón final de la cadena es algo a tener en cuenta, que en el análisis, tanto de documentación hemerográfica como de publicaciones actuales, queda demostrado que cada medio manipula la información al dictado, sobre todo, del mensaje que buscan sus lectores. Y también en este aspecto es rotundo cuando defiende que *“al recorrer las páginas de un diario (...) es posible, a la vista de sus contenidos, hacerse una idea aproximada de sus lectores, adivinar algunas de sus características (sexo, edad, nivel sociocultural, tendencias políticas, etc.), e incluso (...) intentar un planteamiento psicoanalítico. Dime lo que lees y te diré quien eres...”*.

---

<sup>57</sup> KIENZ, A. (1974) *Op. Cit.* p.63

# IV

## Justificación de la investigación

No son muchas las investigaciones realizadas sobre el tratamiento que la prensa escrita ha dado, o da, a una personalidad. A partir de la proliferación de las Facultades de Ciencias de la Información, profesores y alumnos comenzaron, utilizando como herramienta el análisis de contenido, a investigar el comportamiento de los medios de comunicación con temas generales y de tan regular aparición en las páginas impresas de periódicos y revistas como la educación, la sanidad, un determinado régimen político, una contienda militar, etc. Lo hacían, y se sigue haciendo, a partir de la base de un muestreo elaborado y trabajando sobre él.

Además, tampoco son muchos los que se han dedicado al análisis de contenidos en prensa para investigar el trato recibido por una persona, ya sea político, deportista, actor...

Al tratarse de algo tan específico, de irregular aparición en los medios de comunicación, el periodo de tiempo ha de ser amplísimo si se pretende obtener unos resultados minimamente creíbles, fiables y científicos. Por ello, el filtro depurador de la muestra no puede ejercer

su cometido con el mismo rigor que si fuera una temática tratada con mucha frecuencia.

A través de Internet puede encontrarse mucha información, pero fuera de un marco tan básico para este tipo de investigaciones como es el continente original. Esta información digital proporciona lo que se dijo o se escribió, pero no cómo se dijo o se presentó, con la correspondiente connotación de la transmisión visual.

En definitiva, este análisis o investigación se justifica en el convencimiento de que si importante es el fondo de un texto periodístico del género que fuere, no menos lo son los mensajes que la forma o comunicación no verbal de ese mismo texto son capaces de emitir.

### **1.- El perfil de un mito**

No se trata de elaborar una biografía, sino de dibujar el perfil de un personaje irreplicable, aquel devenir que lo fue convirtiendo en mito, para que ejerza la fuerza de un apoyo imprescindible a esta investigación en torno al reflejo de su figura en las páginas de periódicos y revistas.

Tal y como ha quedado apuntado anteriormente, en la figura de Francisco Rabal no puede observarse por separado ninguno de los elementos que conforman la totalidad: el hombre, el actor, el ídolo elevado a la categoría de mito, la leyenda... Porque hablar de Rabal es hablar del hombre deseado por mujeres e imitado -y envidiado- por hombres, del actor idolatrado, de la figura mitificada...

Algo muy interesante y necesario es explicar la arquitectura básica del mito para, después, modelándola con las mil y una características y detalles de la figura del personaje investigado, poder demostrar dos aspectos importantes: que, efectivamente, adquirió categoría de mito, y que la fluidez bidireccional entre el personaje y la prensa fue un elemento determinante para la adquisición de ese estatus.

### 1.1.- Teoría y fundamentos del mito

Contrariamente a lo que algunas corrientes filosóficas defienden respecto de la estrecha relación existente entre el mito y la ideología, hay situaciones, como la que nos ocupa, en las que el mito surge en circunstancias no demasiado proclives para espejos ideológicos.

Tal vez sea oportuno comenzar con la exposición del psicólogo clínico Gustavo Sapere<sup>58</sup> en el sentido de que *“al tiempo que ciertas diferencias de la realidad son dignas apenas de una atención pasajera, otras mantienen invariable su exigencia de representación (...) y es en ellas donde encarna el mito con mayor consistencia”*.

Dos de los ejes en los que abunda esta teoría descansan en los binomios representados por la *vida* y la muerte y lo propio y lo ajeno. Así, en el caso que nos ocupa, la trayectoria circular entre el punto de partida y el final, entre el levante y el poniente, abarca una vida idolatrada, mítica, de leyenda, que no es fruto de un momento de auge; ni siquiera de una trayectoria profesional.

Es la suma de muchos perfiles concretos -algunos, impropios en su conjunción- que dieron lugar a un metarretrato.

Respecto del otro eje, defiende Sapere que es en esa dualidad formada por el yo y los otros donde se verifica la mítica.

Pero hasta en este aspecto psicológico fue singular el proceder de nuestro personaje ya que una de las características de esa proyección personal es la revelación de la intimidad, y esto es algo a lo que Francisco Rabal nunca accedió ni jamás se prestó.

*“En cuanto a los poderes mediáticos (...), participan de la mitología del tiempo y del lugar, pero a la vez contribuyen a su emergencia, reforzamiento o modificación”*<sup>59</sup> y continúa explicando el autor que aquellos, los poderes mediáticos, a la vez que dependen de la

---

<sup>58</sup> SAPERE CHAVIT, G. (2000) Revista *Anàlisi* N° 24. Barcelona. pp. 110-111

<sup>59</sup> SAPERE CHAVIT Op. Cit. p. 114)

evolución y el comportamiento en los mitos, también los modulan porque han de ofrecer a su público lo que éste demanda, pero en un discurso íntegramente reinterpretativo.

La teoría del también psicólogo clínico Rollo May sobre el mito tal vez sea menos concreta y doméstica, aunque mucho más rica y globalizadora.

Apunta sobre su necesidad social<sup>60</sup> que, en muchas ocasiones, los problemas de la gente son atribuibles a la carencia de un mito que les proporcione la firmeza y el autodominio necesarios para afrontar consecuentemente el día a día. Y asienta su exposición en la seguridad de que *“un mito es una forma de dar sentido a un mundo que no lo tiene”*<sup>61</sup>.

Pero aunque generalmente se tiende a entender el universo del mito en el marco de las archiconocidas nociones clásicas, la mayoría de los patrones que sobre esto nos muestra la filosofía y la psicología son perfectamente adaptables al mundo de los ídolos humanos y reales, tanto pasados como contemporáneos.

Siempre se ha apoyado la condición humana en todo tipo de mitos, y *“cualquier individuo pretende -de hecho, debe pretenderlo si quiere permanecer cuerdo- conferir cierto orden y coherencia a la corriente de sensaciones, emociones e ideas que fluyen a su conciencia desde el interior o el exterior. Cada uno de nosotros está obligado a hacer por sí solo lo que en épocas anteriores hacían la moral, la familia, la Iglesia y el Estado; es decir, formar los mitos según los cuales poder dar cierto sentido a la experiencia”*<sup>62</sup> porque *“...estamos hambrientos de héroes que actúen como modelos, como norma de acción,*

---

<sup>60</sup> MAY, ROLLO (1998) *La necesidad del mito: la influencia de los modelos culturales en el mundo contemporáneo*. Barcelona: Paidós (Paidós contextos; 8), pp. 12-13

<sup>61</sup> MAY, ROLLO 1998, Op. Cit. p. 17

<sup>62</sup> MAY, ROLLO 1998, Op. Cit. p. 30



*como ética en carne y hueso”, para concluir afirmando que “un héroe es un mito en acción”<sup>63</sup>.*

No hay que olvidar el hecho -muy común en las sociedades sometidas a formas de gobierno de corte absolutista- de que la ciudadanía, para aislarse, relativamente, de su oscuro entorno se deja llevar por los sueños que le permite ser lo que anhela. *“El héroe – dice a cerca de esto Rollo May- resume en sí mismo nuestras aspiraciones, nuestros ideales, nuestras creencias. En el sentido más profundo, ha sido creado por nosotros; nace colectivamente como nuestro mito. Esto es lo que hace tan importante el heroísmo: refleja nuestro sentido de la identidad, a partir del cual se moldea nuestro propio heroísmo”<sup>64</sup>.*

## **1.2.- Del desconocimiento del personaje al mito**

Un elemento fundamental en el proceso de mitificación de una persona es su origen social. Pesa mucho el hecho de que un personaje lo haya alcanzado todo procediendo de la nada cuando llega el momento de modelar el perfil de un mito para inmortalizarlo posteriormente. Y en el caso de este hombre, tema de nuestra investigación, la primera partida ya estaba ganada; prueba de ello es que siempre se argumentó –también porque él lo llevó y mantuvo muy a gala- su nacimiento, y posterior desarrollo, *“en el seno de una familia pobre y analfabeta, esa clase que ahora, eufemísticamente, se le llama de extracción social desfavorecida (...), en un ambiente de carencias y necesidades hasta que la vida acabó sonriéndole”<sup>65</sup>.*

Pero desde aquellos inicios hasta su último suspiro la evidencia no es otra que la trayectoria propia, solamente, de una persona, en palabras de Concha García Campoy, *“tan grande como humilde”<sup>66</sup>.*

---

<sup>63</sup> MAY, ROLLO 1998, *Op. Cit.* p. 52

<sup>64</sup> MAY, ROLLO (1998) *Op. Cit.* P.53

<sup>65</sup> BLAYA MENGUAL, M.A (2003) *Paco Rabal. Genio y figura*. Murcia: Nausicaä, p.17

<sup>66</sup> GARCÍA CAMPOY, CONCHA; artículo-prólogo *Rabal y el universo* en PACO RABAL. GENIO Y FIGURA/ Miguel Ángel Blaya, 2003

Trabajó en todo lo que le fue surgiendo con la única meta de colaborar económicamente en la subsistencia familiar, y su itinerario laboral preartístico fue imprimiendo en él esos rasgos, necesarios primero e imprescindibles después, para que en las bases más elementales de la sociedad fuera formándose la idea de una persona a la que la vida, en sus primeros años de niño y adolescente, no le regaló nada.

A este aspecto de Rabal se refiere Carlos Boyero<sup>67</sup> cuando le reconoce *“el instinto depredador del que emerge de las sombras y de la miseria para buscar su lugar en el sol”*.

Incide también en esto Pedro Guerrero cuando asevera que en el análisis *“de los mitos a través del actor Francisco Rabal (que es también la historia social y cultural de los últimos cincuenta años en España) encontramos una lectura de orígenes (1929-1936) que irá conformando el mito Rabal desde sus propias raíces. El mito, en este caso, tiene un pasado verdaderamente enraizado, popular, en una antropología histórica que, como ya sabemos, le hace creíble como actor de raza en su comienzo histórico”*. Y añade que *“le ayudan en esa conformación mitológica la Cuesta de Gos (Águilas, en Murcia), lugar de nacimiento donde su padre trabajaba como minero, hasta su llegada a Madrid, el paso por la Guerra Civil y la condición proletaria de su familia, para entender desde cualquier análisis su personal ascensión popular como mito”*<sup>68</sup>.

Al mismo tiempo, su obsesión por saber y conocer lo predispuso a aprender de todo aquel que pudiera enseñarle algo: desde los maestros que tuvo, asistiendo a la escuela después del trabajo, hasta

---

<sup>67</sup> BOYERO Carlos (1992); capítulo *Él, que tantos hombres ha sido* en *FRANCISCO RABAL*. Murcia. Fimoteca Regional de Murcia: Editora Regional de Murcia: Empresa Pública Regional. Edición a cargo de Joaquín T. Cánovas. [1ª ed.]. p. 48)

<sup>68</sup> GUERRERO RUIZ, Pedro (2004) artículo *La imaginaria mítica de un actor total: Francisco Rabal* en la revista *Cine y literatura. El teatro en el cine*. Murcia: J.D. Vera Méndez y A. Sánchez Jordán, Eds. pp 279 y ss.

los compañeros, familiares y demás personas a quienes iba imitando, y copiando, lo que más le gustaba.

Todo aquello era una inversión social de cara al futuro, pues si en aquel momento no tenía más importancia -era uno más entre los muchos jóvenes que tuvieron que ir haciéndose a sí mismos-, si la adquirió, y en grandes proporciones, cuando comenzó a abandonar el estatus privado. Entonces, la sociedad, a través de los medios de comunicación, valoró en su justa medida un pasado tan agreste.

El último escalón, antes de introducirse en escenarios y platós pero con la idea fija puesta en ellos, fue su contratación como obrero en los entonces recién inaugurados Estudios Chamartín. Tenía 16 años y unas ganas inmensas de llegar a la meta que se había propuesto; y pensó que lo más importante era aprenderse todos los guiones de todos los personajes y así, llegado el momento de cualquier sustitución o doblaje, previsto o fuera de guión, estaría en perfecta disposición para ello. No se equivocó.

Le avalaba una ambiciosa juventud veinteañera y ya comenzaron a fijarse en él. Unos porque daba el *tipo de guapo* y ya comenzaron a pensar en el lanzamiento de un apuesto galán; y otros porque, a corto plazo, inmediato más bien, ofrecía los rasgos faciales provincianos, aires de hombre rudo, pueblerino y cateto, figura ésta muy socorrida en los guiones cinematográficos hasta los años sesenta y casi setenta.

Poco tiempo estuvo merodeando alrededor de escenarios y platós y a disposición de lo que fuera menester con tal de ir adentrándose en el mundo que anhelaba. En los dominios del celuloide, a partir de "María Antonia La Caramba" (Arturo Ruiz-Castillo, 1950) y, sobre todo, "La honradez de la cerradura" (Luis Escobar, 1950) comenzó a ocupar un lugar preferente entre críticos, productores y, evidentemente, público.

Por lo que a su inmersión histriónica se refiere, ahí están, para dar fe de ello -de él dijo Tamayo que era "*un actor total*"- obras como "El coronel Bridau", basada en una novela de Balzac; "La vida es sueño", de Calderón de la Barca; la obra de Shakespeare, "Otelo"; "Julio César", con Nuria Espert de compañera sobre las tablas; "El anticuario"; "El mercader de Venecia", "El águila de dos cabezas", "La cena del Rey Baltasar"; "La muerte de un viajante, de Arthur Miller; "Las brujas de Salem"; "El Tenorio", con Concha Velasco...

Alternaba platós y escenarios y no tardó mucho aquel incipiente actor, que apuntaba *muy buenas maneras*, en ser convertido en galán, etiqueta y realidad sobre las que el guionista cartagenero Pedro Beltrán escribió que "*... en sus comienzos irrumpió en escenarios y pantallas gracias a su apostura viril, su voz personal y conmovedora, su mirada (...). Todo esto hizo que fuera un galán indiscutible. Apasionaba a las espectadoras y despertaba en los espectadores una admirativa envidia; sin duda cumplía todos los requisitos del galán*"<sup>69</sup>.

Explotaron, y explotó él mismo, su figura de galán, como recuerda Julio Pérez Perucha, hasta el punto de "*figurar en cabecera de cartel cuando tan sólo hacía una composición gozosa ("La pícaro molinera", León Klimowski 1955), o sobria ("La noche y el alba", José M<sup>a</sup> Forqué, 1958)*"<sup>70</sup>.

Aquella España en blanco y negro que comenzaba a desperezarse en el último tramo de los años cincuenta también empezó a asumir la internacionalidad del actor. Las publicaciones de la época se encargaron de hacer llegar a la población los movimientos europeos de aquel joven al que comenzaron a calificar como el actor-galán más internacional del cine español. Y de paso, fue adquiriendo esa

---

<sup>69</sup> BELTRÁN Pedro (1992); capítulo *Mi amigo Paco*. En *Francisco Rabal*. Murcia: Filmoteca Regional de Murcia: Editora Regional de Murcia: Empresa Pública Regional. Edición a cargo de Joaquín T. Cánovas.-[1<sup>a</sup> ed.]. p. 76

<sup>70</sup> BELTRÁN Pedro (1992) *Op.Cit.* p. 77

categoría de extraño ídolo exclusivamente como símbolo varonil para el público femenino de la época. Fueron años en los que convivieron los retratos del galán, del actor y del ídolo-hombre.

El actor reconocido y el ídolo artístico ya comenzaban a perfilarse. Había trabajado con el gran director italiano Gillo Pontecorvo en la coproducción italo-franco-alemana "La grade strada azzurra" (1957, cuyo título, en castellano, fue "Prisionero del mar").

Escribe Pedro Guerrero<sup>71</sup> que el mito Rabal *se desencadenó en 1958, con su protagonismo en el gran film de Buñuel, "Nazarín". Y después, "Sonatas" (Juan A. Bardem, 1959); la mexicana "Azahares rojos" (Alfredo B. Crevenna, 1960); la italiana "Morte di un bandito" (Giuseppe Amato, 1961); o la coproducción hispanoargentino "La sed" (Lucas Demare, 1961), premiada en el Festival de San Sebastián de aquel mismo año.*

Todas ellas fueron colocando a Francisco Rabal en un estatus que solamente fue el prólogo del éxito internacional de "Viridiana" (Luis Buñuel, 1961- Palma de Oro en Cannes-) que en España, por presiones vaticanas, registró el efecto contrario y fue terminantemente prohibida al tiempo que nuestras autoridades le negaron la nacionalidad española al film.

En su hermosa y poética obra sobre la persona con la que le unió mucho más que una inquebrantable amistad, escribe Pedro Guerrero: *"En 1964, en pleno conflicto de huelgas en la minería asturiana, Rabal firmó un manifiesto, con otros 102 intelectuales y artistas, en el que se interpelaba al Gobierno sobre los casos de tortura que se estaban cometiendo en Asturias, y, a partir de ahí, tuvo graves problemas con los productores; incluso queda su nombre vetado en algunos medios periodísticos y en TVE (...). El ministro de*

---

<sup>71</sup> GUERRERO RUIZ, Pedro (2004) *La imaginaria mítica de un actor total: Francisco Rabal* en la revista *Cine y literatura. El teatro en el cine*. Murcia: J.D. Vera Méndez y A. Sánchez Jordán, Eds. pp 279 y ss.

*Información y Turismo, Alfredo Sánchez Bella, prohibió que trabajara Rabal en el Teatro Español, donde iba a hacer Otelo, a pesar de tener el contrato ya firmado...". "Pero Francisco Rabal -añade- es un actor ya muy conocido. Había actuado en "El Eclipse", de Michelangelo Antonioni..."*<sup>72</sup>.

A continuación, para que interviniera en sus películas, fuera como protagonista o no -Paco llenaba la pantalla aún sin protagonizar la escena-, requirieron su trabajo directores como Damiano Damiani ("La rimpatriata", 1963); Visconti ("La strega bruciata viva" -La bruja quemada viva-, 1967); Alessandro Blasetti ("Simón Bolívar", 1968); o Enzo E. Castellari ("El largo día del águila", 1969).

*"Entre el segundo trabajo con Buñuel ("Viridiana". 1961) y el tercero, y último, ("Belle de jour" .1967), (...) hizo "Setenta veces siete" (1962), otra vez en Argentina, con Torre-Nilsson; "Noche de verano" (1962. Jorge Grau), galardonada como Mejor Película en el Festival de Cine de Valladolid, en 1963; "El conde Sandorf" (Georges Lampin. 1963); "Le gros coup" (Jean Valère. 1963); "La otra mujer" (Francois Villier. 1964); "Maria Rosa" (Antonio Moreno. 1964), Cuarto Premio en el apartado de Mejor Película según el SNE; la coproducción argentino-alemana "Intimidación en los parques" (Manuel Antin. 1964); "María Chantal contra el Dr. Ka" (Claude Chabrol, 1965); "El último rey de los incas" (Georg Marischka. 1965); o "La religiosa" (Jacques Rivette. 1966) ..."*<sup>73</sup>.

El ídolo estaba ya consolidado y el mito comenzaba a vislumbrarse. Pero, sin embargo, el hombre fiel y amante de sus orígenes no dejó de ser él mismo. Y al respecto, como llegó a escribir Oti Rodríguez Merchante <sup>74</sup> , *"lo que antes se percibe de Francisco Rabal, a quien*

<sup>72</sup> GUERRERO RUIZ, P. (1992) *Francisco Rabal, un actor de raza*. Murcia: Empresa Pública Regional Murcia'92, p. 69

<sup>73</sup> BLAYA MENGUAL, M.A (2003) *Op. Cit.* pp.75-76

<sup>74</sup> RODRÍGUEZ MERCHANTE, Oti (1992) capítulo *La arboleda perdida: breve visita con Asunción Balaguer*, en *Francisco Rabal. Op. Cit.* p. 40

*todo el mundo conoce, admira y quiere es que ni la fama ni el cine han conseguido arrebatarle el olor a persona”.*

Tampoco lograron apagarlo los derroteros por los que se comenzó a mover el cine español en torno a la desaparición del dictador Franco y lo que para el cine había supuesto su mandato.

Pero antes de que aquella explosión de pseudolibertad sexual obligara a Rabal a hacer un alto en el camino y, posteriormente, trasladarse a Italia, todavía realizó en España algunos trabajos dignos de reseñar como, por ejemplo, “Goya, historia de una soledad” (Nino Quevedo, 1970), o “La leyenda del alcalde de Zalamea” (Mario Camus, 1972).

Al hilo de esta última coproducción televisiva hispanoitaliana, recordó Manolo Marinero<sup>75</sup> que durante su rodaje se convenció de que, junto con Fernando Fernán Gómez y Manuel Alexandre, era Francisco Rabal uno de los tres mejores actores del cine español, con una personalidad que fue, posteriormente, impermeable a todas las modas y nuevas formas.

La vuelta de Italia y su recuperación por el cine español, cuando la década de los ochenta apenas había pasado la página prólogo, supuso para Francisco Rabal la andadura que le haría cruzar el puente desde el terreno ídolo al nuevo universo mítico. Había asumido ya, tiempo atrás, el cambio de galán a actor-ídolo, y era el momento de hacer un nuevo traslado y asentarse en una dimensión mucho más amplia.

Fue el público quien le otorgó la aureola de mito, aunque no repentinamente. A decir de Carlos Boyero<sup>76</sup> fue *“traspasando la categoría de comediante para ingresar en la mitología popular más*

---

<sup>75</sup> MARINERO, Manolo (1992) *Con vino de Pozo Estrecho* en *Francisco Rabal*. Op. Cit. p. 56

<sup>76</sup> BOYERO, Carlos (1992) *Él, que tantos hombres ha sido* en *Francisco Rabal*. Op. Cit. p. 48

*sólida*". A esta entrada puede bastarle, como pasaporte, el apunte de algunas interpretaciones magistrales como las de Ricardo Sorbello en "La colmena" (Mario Camus, 1982), Ginés "de Bullas" en "Truhanes" (Miguel Hermoso, 1983), Gabino en "Sal gorda" (Fernando Trueba, 1884) o Rocabruno en "Epílogo" (Gonzalo Suárez, 1984).

### 1.3.- Su grandeza lo hizo leyenda

La mayoría de los directores que lo solicitaron para sus películas destacaron sus cualidades humanas, la facilidad con la que simplificaba lo difícil y hacía importante lo sencillo, su carácter proclive a cualquier papel, grande o de colaboración... Y tanto aquellos mismos cineastas como otras personas que lo trataron, bien por motivos laborales, bien más íntimamente, han puesto de manifiesto su negativa, siempre, al divismo propio de quienes alcanzan la gloria en vida.

La mitificación definitiva y su conversión en leyenda tal vez vinieron de la mano de *Azarías* en "Los Santos Inocentes" (Mario Camus, 1984), sin olvidar el trampolín que le supuso el protagonismo de "Juncal" (Jaime de Armiñan, 1985). Los medios de comunicación no regatearon loas y parabienes, y puede que a ello se debiera la menor repercusión de interpretaciones igualmente magistrales: *Abel*, en "Padre Nuestro" (Francisco Regueiro, 1985); la del valleinclanesco *Max Estrella* en "Luces de Bohemia" (Miguel Ángel Díez, 1985); *César*, en "La hora bruja" (Jaime de Armiñán, 1985); el político anciano de "Los paraísos perdidos" (Basilio Martín Patino, 1985); la de "*e/ Muecas*", en "Tiempo de Silencio" (Vicente Aranda, 1986); la extraordinaria humanidad que le imprime al *señor Cayo*, dirigido por Antonio Jimenez Rico en 1986; el papel de *Pedro Gaillo* en "Divinas palabras" (J. L. García Sánchez, 1987); o la interpretación de un coronel de la Guardia Civil en "El aire de un crimen" (A. Isasi Isasmendi, 1988).



La mayoría de estos personajes son catalogados por Carlos F. Heredero<sup>77</sup> como *"...galería de criaturas a las que Francisco Rabal ofrecía un motor y una plataforma generadores de insospechadas posibilidades de comunicación con los espectadores"*.

En 1989, antes de entrar, prácticamente, en la última década de su vida, tres películas hizo, y ya no por imposición de las circunstancias, sino porque quiso, y le apeteció: un corto pero buen trabajo con Almodóvar (*"Átame"*, 1989), mejor película en los premios de Fotogramas, interpretando a Máximo Espejo, un director de cine en silla de ruedas debido a una parálisis; el protagonista, Domingo, en *"La Blanca Paloma"* (Juan Miñón, 1989), que a la postre recibiría también un premio en el Festival de Figueira de Foz; y un papel no protagonista en *"Barroco"*, película enmarcada en los actos del V Centenario, coproducida entre TVE y el Instituto Cubano de las Artes y la Industria Cinematográficas, dirigida por Paul Leduc.

*"También se enmarca en este bloque "L'autre" (1990. Bernard Giraudeau), otra de las películas que nunca se estrenó en España, pero que su proyección en el Festival de Cine de Gijón, en su edición de 1990, le supuso el premio al Mejor Actor. Sobre esta película recoge Pedro Guerrero, en su libro "Francisco Rabal, un actor de raza", la crítica que de ella se hizo en la prensa francesa: "Ha resultado una extraordinaria producción, sobre todo por la interpretación de Paco Rabal", añadiendo más adelante que "...los registros del francés de Paco Rabal y su excepcional actuación la convierten en una de las mejores películas francesas de los últimos tiempos". No en vano, hasta una decena de premios a su interpretación recogió el universal actor aguileno allende nuestras fronteras"*<sup>78</sup>.

---

<sup>77</sup> HEREDERO, CARLOS F (1992) *Tiempo de madurez en Francisco Rabal*. Op. Cit. p. 102

<sup>78</sup> BAYA MENGUAL, M. A. (2003) Op. Cit. pp. 88-89

Otro escalón más en su proceso de mitificación, comenzando a consolidar el estatus de leyenda, le llegó interpretando a *Antonio* en "El hombre que perdió su sombra" (Alain Tanner, 1991), trabajo que le reportó la consideración de Mejor Actor en el Festival de Montreal (Canadá).

Inmediatamente después, en 1992, coincide en las pantallas de televisión, en dos canales diferentes, un nuevo trabajo con Jaime de Armiñan, "Una gloria nacional" (por la que obtuvo, otra vez, el Premio Fotogramas al Mejor Actor de TV) y otra serie, esta de Miguel Hermoso, "Truhanes", que si bien impidió que la primera alcanzara los niveles de Juncal -mérito para ello no le faltaba-, la popularidad del actor se elevó a cotas inimaginables.

Supone una más que considerable dificultad escarbar en su filmografía para elegir, entre la treintena de trabajos correspondiente a los últimos años, las interpretaciones que más y mejor pudieron coadyuvar al fortalecimiento del mito y su transformación en leyenda.

A pesar de ello, y por diversos y variados enfoques, hacemos una selección de las que pudieron suponer un considerable jalonamiento hacia el definitivo estatus.

Por su raigambre popular y otros detalles que nada tienen que ver con el tema que nos ocupa, aparece el film de Josefina Molina, "La Lola se va a los puertos" (1992), con Rocio Jurado como protagonista femenina; y tal vez, más que por la película en sí, con una paupérrima distribución, por lo que esos otros detalles le supusieron de publicidad en los medios de comunicación.

Entre la avalancha de nuevas interpretaciones a las órdenes de un amplio abanico de directores -españoles, extranjeros, veteranos, jóvenes...- exigen ser destacadas "Así en el Cielo como en la tierra" (José Luis Cuerda, 1994), una auténtica joya del surrealismo, el esperpento y la irreverencia; "Felicidades Tovarich" (Antonio Ezeiza,

1995); o "El palomo cojo" (Jaime de Armiñán, 1995). Seguirían después, las cuatro en 1997, "Pequeños milagros (Eliseo Subiela), "Le jour et la nuit (Bernard Henri-Levi); "La novia de media noche", adaptación de Antonio Simón y Lino Braxe sobre un guión escrito por Luis Buñuel y José Rubia Barcia nunca realizado; y "Pajarico" (Carlos Saura), galardonada en los Encuentros de Cine Español en Nantes (Francia), con una interpretación digna de cualquier premio.

La última escena, en la que el viento arranca el sombrero al protagonista, Paco, sentado en un sillón de mimbre frente al mar, está cargada de connotaciones, de mensajes tan dulces como premonitorios.

Acababa de ver, en Murcia, el preestreno de esta película cuando hizo unas declaraciones que le supondrían, a la postre, otro paso hacia la leyenda:

*"Aunque no me pienso jubilar porque siempre habrá alguna película en la que haga falta un viejo, también es verdad que una vez cumplido el sueño de hacer "Goya" con Carlos Saura, ya puedo jubilarme...o morirme". (...). "Y se quedó tan tranquilo, tan sereno, aunque la mente, adivinada a través de sus ojos, pareció volar hacia el futuro. Seguro que pensando en Goya y, tal vez, con la secuencia final de Pajarico tan reciente (acababa de verla), transportándose al ocaso de la vida"<sup>79</sup>.*

Hasta que llegó ese día tan soñado por él de trabajar con Saura -dijo siempre el director aragonés que si no protagonizaba Francisco Rabal al pintor, él no hacía la película- en la reconstrucción de los últimos días de Goya en Burdeos, hay que hacer otro esfuerzo de selección; y recordar la extraordinaria interpretación de Papá Basilio en "El evangelio de las maravillas" (Arturo Ripstein, 1998), una inclemente crítica social; y el film de nacionalidad noruega, práctica y

---

<sup>79</sup> BLAYA MENGUAL, M. A. (2003) Op. Cit. P. 90

tristemente desconocido, "Water easy reach" -Un día bajo el sol-, dirigido por Bent Hammer en 1998.

1999, con "Goya en Burdeos", tal vez supuso el último beneplácito en el pasaporte de Francisco Rabal hacia el universo de la leyenda. La extraordinaria respuesta del público y la crítica recibida en los medios de comunicación le reportó, tanto a la película como al protagonista, un éxito de los que *hacen época*, así como el Premio Goya a la Mejor Interpretación Masculina.

Después, ya para terminar, pues fue durante su último año y medio de vida, corta pero perfecta fue su interpretación de "Lázaro de Tormes" (José Luis García Sánchez, 2000); inmenso estuvo el bis a bis que mantuvo con Federico Luppi en "Divertimento" (José García Hernández, 2000), un thriller psicológico de una desorbitada crudeza física y mental; y tierna y emotiva su intervención en la película cubana "Las noches de Constantinopla" (Orlando Rojas, 2000), entre otras cosas porque la protagonizaba su nieto Liberto.

Llegó a vivir Francisco Rabal un tiempo en el que, a diferencia con el imperativo de simple manutención que lo envolvió para hacer su peor cine, no podía ni sabía negarse a casi nada; por corto e insignificante que fuera el papel, siempre que le gustara el personaje, considerara *buena gente* al director y demás protagonistas, o cualquier otra decisión personalísima, lejos, ya, de intereses mercantilistas, le costaba trabajo despreciar un ofrecimiento. Y en esta coyuntura no quiso la historia que se le precipitara el final sin que el portentoso Rabal interviniera en un género nunca frecuentado por él. Le interesó, a sus más de setenta años, entrar en un mundo desconocido para él, y aceptó formar parte del reparto de "Dagon" (Stuart Gordon, 2001), una película de terror y estilo macabro basada en un cuento de H. P. Lovecraft. Dijo haber aprendido aspectos del cine que no sabía, y en la seguridad de que *"nunca es tarde, siempre se aprende algo"*.

Y seguidamente, quién sabe si para contrarrestar las características de la anterior, tampoco puso muchos obstáculos para aportar su ya mítica figura a la que, a la postre, sería su último trabajo, "Alla rivoluzione sulla due cavalli" -"A la revolución en un Dos Caballos"-, un film de Mauricio Sciarra basado en una novela de Marco Ferrari que relata los días de la Revolución de los Claveles en el vecino Portugal. La aventura de querer vivir de cerca los acontecimientos revolucionarios, trasladándose para ello en un símbolo tan *progre*, automovilísticamente hablando, como era aquel coche, fue premiada con el Leopardo de Oro en el Festival de Cine de Locarno. Junto a Adriano Giannini -hijo de Giancarlo Giannini-, y la actriz francesa Gwenaëlle Simon, el español Andoni García, en declaraciones a *El País* el 26 de abril de 2002, aseguraba no poder reprimir las lágrimas cada vez que veía la primera escena que comparte con Rabal, al que se mostraba muy agradecido, tanto por lo que aprendió como por el apoyo de un actor consagrado que siempre ejerció la ayuda a los jóvenes actores que empiezan; *"fue toda una lección la que me dio"*, acabó declarando aquel novel actor.

*"...Y es que Paco, tal vez marcado, también, por lo que él pasó en sus primeros intentos y sus comienzos, en lo positivo y en lo no tanto, siempre estuvo dispuesto a colaborar con el compañero, a prestar su apoyo, moral, de tablas y económico si llegaba el caso, a quienes intentaban adentrarse en ese mundo del cine o el teatro. En definitiva, a quien lo necesitara. No pedía Paco datos personales ni afiliación alguna para volcarse en ayudar a un colega. "No tengo capacidad de envidia, rencor ni competitividad. Hay que trabajar para el compañero", declaraba en una entrevista concedida al periódico "La Opinión", de Murcia, el día 9 de marzo de 2000"*<sup>80</sup>.

---

<sup>80</sup> BLAYA MENGUAL, M.A. (2003) *Op.Cit.* p. 96

Tampoco tuvo nunca inclinación alguna a la competitividad ni, mucho menos, al rencor. Siempre sugería el nombre de un compañero cuando no podía aceptar algún papel que le ofrecieran, bien fuera por estar comprometido o por no creerse capacitado para la ocasión, como le ocurrió cuando rechazó trabajar en "French connection". Consideraba que su dominio del inglés no era el adecuado, y advirtió a los responsables sobre el acierto que tendrían si le ofrecían el papel a Fernando Rey.

Otro detalle a tener en cuenta, y todo esto va sumándose hasta otorgarle esa categoría humana y esa grandeza de muy difícil parangón, fue su incansable trabajo en la denuncia permanente sobre el olvidado y la desatención que envolvía a las gentes de su profesión, a quienes concedían pensiones irrisorias después de haber pagado tantísimos impuestos. "*Yo, afortunadamente* -dijo en más de una ocasión-, *puedo seguir y sigo trabajando, pero quienes no pueden... Es injusto, se mire por donde se mire*". Son actitudes que, primero, lo convirtieron en ídolo y mito, y después, propias solamente de quien se ha ganado un sitio en el universo de la leyenda.

Llegado el momento de reconocer y aceptar que la mitificación tiene un fortísimo componente popular, resulta difícil elegir un trabajo *causa-efecto*. El certificado de leyenda, por ídolo inmerso en la popularidad, tal vez lo expidieron, *al alimón*, el pendenciero truhán, el viejo torero Juncal, la encarnación de aquella gloria nacional y la magistral ternura del inocente Azarías. Y a la vez, desde la perspectiva de actor, mito y genio, los registros de los últimos años que, entre otros muchos, más evidenciaron su valía, pueden ser los ya apuntados anteriormente de "El hombre que perdió su sombra", "L'autre", "Así en el cielo como en la tierra", "Le jour et la nuit", "Pajarico", "El evangelio de las maravillas", "Goya en Burdeos" o "Divertimento".

Y es que estos dos subaspectos del mito son ramas que cuelgan del mismo tronco. "*El triunfo de Paco Rabal ante las cámaras* -escribe

Pascual Vera- *proviene de haber asumido de un modo íntimo y completo el transcurrir del tiempo y los estragos originados por él reconvirtiéndolos en excelencia*"<sup>81</sup>.

Si anteriormente, explotando su característica voz, también dedicó tiempo a la poesía y gravó discos recitando a sus poetas preferidos (Alberti, García Lorca, Miguel Hernández, Antonio Machado...), durante la época de explosión del cine pseudoerótico, insulso y ramplón -años 1975/1977-, además de retomar su perfil de rapsoda, se dedicó a algo que también le gustaba como era el colocarse detrás de una cámara. En aquellos años están registrados sus cortometrajes "Mis encuentros con Dámaso Alonso y sus poemas" (1976), "Rafael Alberti en Roma" (1976), "Funerales de arena" (1976) y "Por tierras de España: Antonio Machado" (1977).

Además, durante muchos años, al final de su vida, acompañado por su esposa, Asunción Balaguer, paseó por toda la geografía española el espectáculo "Queridos poetas" en su empeño por divulgar y acercar a la gente la obra poética de sus autores predilectos, para él, inigualables e irrepetibles, añadiendo a los de la otra etapa anterior los nombres de Pablo Neruda, José Martí, José Hierro, José Agustín Goytisolo y, haciendo patria chica, como siempre, a Eloy Sánchez Rosillo, Pedro Guerrero o Vicente Medina.

En definitiva, otro jirón en el alma mítica de esta inconmensurable figura que, si de añadir otro detalle se trata, no hay que olvidar que su trayectoria le hizo acreedor al reconocimiento de Doctor Honoris Causa por la Universidad de Murcia en el año 1995; se convirtió, así, en el primer actor que jamás accedió a un claustro de similar cualificación y consideración, a lo que respondió con una tan humana como grande y sencilla lección magistral compuesta en octosílabos.

---

<sup>81</sup> VERA, P. (1992) *Un antigalán que cautiva en Francisco Rabal. Op. Cit. p. 114*

Después de todo lo expuesto, y demostrado, estamos en condiciones de asegurar que a la figura -entendiendo por ello el cómputo de galán, actor, persona, genio, ídolo...- de Francisco Rabal se ajusta perfectamente, como si de un calco se tratara, a la definición que sobre el también mito Pedro Infante aparece colgada en uno de los muchos hilos de la red: *"... es leyenda, realidad mitificada, vivencia e historia colectiva, cinta cinematográfica de múltiples finales, novela aún no escrita, tragicomedia no representada, página no cerrada, biografía no autorizada, poema inconcluso, herida no cicatrizada,... imagen de colores diversos, hechizo generacional, sentimiento masificado"*<sup>82</sup>.

## **2.- Un tiempo, un país: análisis de los ámbitos temporal y geográfico**

El espacio de tiempo seleccionado para esta investigación es el que comprende la práctica totalidad de la vida artística del personaje estudiado, el actor Francisco Rabal.

Aunque llevaba ya algunos años inmerso en el mundo del cine y, sobre todo, del teatro, es en los primeros compases de la década de los cincuenta del pasado siglo cuando los medios de comunicación -en aquellos momentos, solamente la radio y la prensa- empezaron a hacerse eco de un emergente actor, muy joven, con un físico *que podía dar juego* y con unos rasgos faciales rudos pero muy singulares, a la vez que atractivos. No resulta descabellado elucubrar acerca del tándem que prensa y productores de teatro y cine pudieran haber llegado a formar para ir *fabricando* al galán que todos los regímenes políticos como el español de entonces desean tener *para distracción de las masas*. Y concluye esta trayectoria temporal en el año 2001, coincidiendo con la muerte del actor.

---

<sup>82</sup> [www.geocities.com/arp\\_ialc/bio.html](http://www.geocities.com/arp_ialc/bio.html). Actualizada en 20-12-02 por Abrahán Romero Porras. Puebla. México. [23.12.2005]



La perspectiva sociológica, en la que pueden quedar globalizadas la prensa, la cultura, la política y la sociedad, fue testigo de muchos cambios aunque no correspondientes con las etapas.

Precisamente en 1951 se inicia el último tramo de lo que Amando de Miguel<sup>83</sup> calificó como Era Azul, *“un último momento –aclara- de relativo despegue económico animado por el deshielo internacional y matizado por el inicio de la dependencia económica y militar de España respecto de Estados Unidos”*.

Era la época en la que, también, empezaba a moverse el tejido social, aunque no con la misma intensidad, evidentemente, en toda la geografía nacional. En muchas zonas rurales y periféricas la población se limitaba a vivir el día a día. El bajo nivel cultural, propio del analfabetismo imperante, tanto funcional como auténtico, así como una preocupante desmotivación política y hasta sociocultural, proporcionaban el oportuno caldo de cultivo para que el aparato ideológico del Estado encontrara receptores-consumidores de todo tipo de propaganda.

Mientras tanto, en otros lugares más populosos, con más volumen de clases obreras y más actividad de intelectuales y células democráticas, comienza a sentirse que algo está empezando a evolucionar. En este año 1951, a modo de banderazo de salida, la huelga general de Barcelona, llamada *del tranvía*, abrió el camino a las posteriores de Euzkadi, Navarra, Asturias... Y cinco años después comenzó a moverse el tejido universitario.

*“La acción opositora más significativa fue la de la universidad de Madrid de febrero de 1956. La petición de elecciones democráticas de los representantes para un futuro Congreso Nacional de Estudiantes acabó en enfrentamientos violentos entre éstos y falangistas. El gobierno tomó una serie de medidas para acabar con*

---

<sup>83</sup> DE MIGUEL, A. (1975) *Sociología del franquismo*. Barcelona: Euros. (Col. España Punto y Aparte), p. 33

*la protesta: la Universidad fue cerrada, los dirigentes de los alumnos, detenidos, se declaró el estado de excepción en todo el país, y el ministro de educación, Joaquín Ruiz Jiménez, fue cesado por demasiado "liberal". Aunque todas estas acciones fueron sofocadas, mostraron la existencia de la oposición de una parte de los españoles, así como la de pequeñas organizaciones contrarias al franquismo que, con el tiempo, cristalizarían en los nuevos sindicatos y partidos políticos democráticos"<sup>84</sup>.*

Apunta, además, José Emilio Castelló que aquellos hechos constituyeron el germen del Frente de Liberación Popular -el *Felipe*-, una especie de partido político clandestino que llegó a funcionar hasta el año 1961, formado mayoritariamente por universitarios como José María Maravall, Julián Campo, Joaquín Leguina o Narcis Serra, y cuyos principales dirigentes hubieron de ser defendidos por el que fuera ministro de la CEDA, José María Gil Robles.

La maniatada prensa, los medios de comunicación escritos, base de este trabajo de investigación, obraba al dictado del miedo a la censura previa (no hay peor censura que la autocensura) y, sobre todo, de las consignas emitidas desde los despachos nacionales, regionales y locales de la Delegación Nacional de Prensa. En las páginas de todos los periódicos tuvieron sus responsables -en unos casos, con gusto; en otros, por imperativo legal- que propagar, por ejemplo, la firma de los acuerdos económicos y militares con Estados Unidos, hecho que nos situaba de lleno, y ante los ojos de toda la órbita norteamericana, en la más furibunda actitud anticomunista. Tampoco escatimaron los periódicos, diligentes y sumisos a la consigna recibida, primeras planas a la firma del Concordato con la Santa Sede. Y contrariamente, no se exteriorizó tanto -o nada- la

---

<sup>84</sup> CASTELLÓ, José Emilio (1978) *España siglo XX. 1939 - 1978*. Madrid: Anaya. Biblioteca Básica de Historia: pp. 35-36

actitud beligerante de los países del Este, o de México, que persistían en la continuidad del cierre de sus embajadas.

La única vía de apertura que era capaz de vislumbrar el régimen, ya con gobierno tecnocrático desde 1957, era la económica. Sabían que a la inmensa mayoría de la población se le podía seguir teniendo sustraída cuando menos si al alimento emocional que se les proporcionaba con los espectáculos y sus protagonistas se le añadía un poco de calidad y cantidad en el otro, en el estrictamente culinario. *Pan y circo*. La gente, sobre todo la de menos nivel cultural y más baja clase social, había aprendido a *vivir a sus ídolos*. Y los mitos del fútbol como Di Stéfano, Zarra, Marcelino...; Aparicio, El Litri, Antonio Ordóñez..., en el mundo taurino; Lola Flores, Gloria Lasso, Luis Mariano... en compañías de revistas y canción española; o, en teatro y cine, Carmen Prendes, Fernando Rey... les proporcionaban una forma más de ir pasando el tiempo.

En aquel abanico de hombres y mujeres que levantaban ilusiones, y pasiones, ya se había hecho un hueco Francisco Rabal, un nuevo y prometedor valor de las artes escénicas pero, sobre todo, para beneficio del estatus sociopolítico y cultural, un *porte de galán* que el sistema no estaba dispuesto a desaprovechar.

## 2.1.- Los sesenta, años clave

Así, los sesenta tuvieron *“como principal característica un espectacular crecimiento de la economía española, que entró en un rápido proceso de modernización y transformación (...)”* frente al inmovilismo político, *“que continuó la defensa acérrima de sus postulados y el inmovilismo total que no hizo sino que alejar cada vez más la España oficial, anclada en la guerra, de la España real, inmersa en la modernización y en la aproximación a Europa”*<sup>85</sup>.

---

<sup>85</sup> CASTELLÓ, José Emilio. (1978) *Op. Cit.* Pp. 38-39

Del análisis de Ángel Benito<sup>86</sup> podemos extraer, por ejemplo, que en los últimos quince años del régimen franquista se encontraba la sociedad española ante *“un periodismo en el que la falta de libertad, atemperada pero todavía presente desde el poder político, obliga a los medios a refugiarse en las informaciones deportivas y de sociedad, a un crecimiento desmesurado de la información de sucesos y a unos altísimos porcentajes de espacios publicitarios”*. Y fue, precisamente, en los albores de este lustro y medio cuando el Gobierno, con Sánchez Bella –sucesor de Fraga Iribarne- al frente del ministerio de Información y Turismo, decidió acabar con el diario “Madrid”, según Ángel Benito, *“la más brillante muestra de oposición crítica al Régimen..., que entre los años 1966 y 1971... se esforzó por incorporar a nuestro país a la mentalidad democrática europea”*.

Como la evolución de la historia, y de la sociedad, es algo imparable, a una vida, en este caso, segada, le sucede otra. Y en 1963 el sector ciudadano que estaba ya comenzando a tomar posiciones contestatarias se encontró en los kioscos con una nueva publicación, *Cuadernos para el diálogo*, que nació a sabiendas de lo que le esperaba en un momento de auge represivo en cuanto a censura de prensa y en un rebrote de autoritarismo dictatorial en lo político. En poco tiempo se convirtió esta revista en *buque insignia* de la intelectualidad democrática, lo que hizo de ella punto de mira gubernamental y sobre la que recayeron constantes sanciones.

En abril de 1964 se organizaron unos esperpénticos fastos para conmemorar los *25 años de paz*; un cuarto de siglo desde que acabara la Guerra Civil Española y el funcionamiento del Estado hasta entonces -y después, mientras perduró, también- tuvo uno de sus principales bastiones en la prensa, y en la utilización que de ella hicieron desde los resortes del poder.

---

<sup>86</sup> *La prensa bajo el régimen de Franco, en 50 años en la vida de España. I Parte*. Ed. Información y Prensa S.A. para Diario 16, pp. 454-455. Madrid

Algo muy importante, y a tener en cuenta para esta investigación, es la Ley de Prensa de 1966, la tristemente recordada *“Ley Fraga”*. Lo que *se vendió* en el interior y se expuso en el escaparate del exterior, como un carpetazo a la censura previa, a las consignas o a las sanciones administrativas y de cierres, no resultó ser otra cosa que un texto legal que entreabría la puerta de la permisividad, que no la de la autorización ni de la libertad, y cuyo exponente más represivo fue aquel célebre artículo segundo, donde se dice que *“La libertad de expresión y el derecho a la difusión de informaciones reconocidos en el Art. 1 no tendrán más limitaciones (...) que el respeto a la verdad y a la moral; el acatamiento de la Ley de Principios del Movimiento Nacional y demás Leyes Fundamentales; las exigencias de la defensa nacional, de la seguridad del Estado y del mantenimiento del orden público y la paz exterior; el debido respeto a las instituciones y a las personas en la crítica de la acción política y administrativa; la independencia de los Tribunales y la salvaguarda de la intimidad y del honor personal y familiar”*.

Muy clarificadora resulta la exposición de Amando de Miguel<sup>87</sup> cuando escribe que *“la época previa de la censura representaba una auténtica mordaza, un muro de silencio. Los años de vigencia de la “Ley Fraga” han supuesto un rosario de multas y suspensiones bastante airadas y aireadas. El sistema a partir de ella es dejar hablar mientras no se rocen los temas intocables, no definidos por la ley sino por las reglas no escritas del juego político: se puede criticar a la RENFE, pero no a la Sección Femenina; a los clérigos, pero no tanto a la moral tradicional; al funcionamiento de la Administración mientras no se mencionen los más altos cargos; al ejercicio del poder siempre que se respeten los “principios”. Como es natural, no se puede hablar del Ejército o de la Guerra Civil más que en términos encomiásticos. (...). El poder para “hacer cosas” de las familias que componen el*

---

<sup>87</sup> DE MIGUEL, A. 1975, *Op. Cit.* pp. 77 y 78

*Régimen es muy débil y condicionado, pero conserva una inmediata facultad de hacer valer su opinión para vetar cualquier actitud contraria a sus intereses. Esta actitud se hace patente en el cumplimiento de la Ley de Prensa. El Ejército no conseguirá fácilmente que se eleve el presupuesto militar, la Iglesia no encontrará fácil colaboración estatal en poner en práctica ciertas doctrinas posconciliares, los Sindicatos clamarán vanamente por ser autónomos, los falangistas no podrán llevar adelante sus propósitos "revolucionarios", pero cualquiera de estos grupos o instituciones puede acceder de modo inmediato al Director General de Prensa para que aplique tajantemente el "artículo segundo" cuando crean heridos sus sentimientos, sus intereses. Es un extraño poder punitivo o vindicativo el que se concede a las instituciones clave del sistema".*

Decía Emilio Romero, en un artículo insertado en el Diario "Pueblo" del día 24 de junio de 1971, que tras la Ley de Prensa de 1966, los periódicos se abrieron "a la voz de las minorías pensantes, y de la opinión pública..." ya que anteriormente, hecho, por otra parte, lógico, "a falta de un pluralismo político reconocido en el país, se manifestaba éste en los periódicos".

A la sazón, tras haber transcurrido un tiempo durante el que "a la Ley de Prensa siguió la Ley de Secretos Oficiales, más dos estados de excepción y una proliferación de secuestros y expedientes dirigidos contra determinados medios informativos", el Diario "Pueblo", en el número del día 10 de diciembre de 1971 insertó, contra el ya ex ministro del ramo, un editorial durísimo pero muy explicativo de lo que había sido, durante un largo periodo de tiempo, el devenir de la prensa española. Este texto, reproducido por A. de Miguel<sup>88</sup>, exponía esta más que áspera crítica: "La gestión del señor Fraga Iribarne al frente del Ministerio de Información y Turismo, y en lo que se refiere a la Prensa, se caracterizó precisamente por la abundancia de

---

<sup>88</sup> DE MIGUEL, A. 1975, *Op. Cit.* p.347

*conflictos con los medios informativos. Careció de la más elemental capacidad negociadora con empresas y directores, y fue en su tiempo cuando se alcanzó la más alta cota en la suspensión de periódicos y revistas... Ha sido en la época del señor Fraga como ministro cuando se han instruido más expedientes a los medios informativos... No parece que la gestión del señor Fraga se caracterizase precisamente por un sentido aperturista, propicio a la negociación y al entendimiento de las circunstancias que condicionan la profesión periodística. Ni fue tampoco el hombre público abierto a la crítica y con gusto por el contraste de pareceres y de opiniones, que ahora propugna con carácter de urgencia y con profundidad revisionista".*

Pero en aquellos años sesenta, además de lo que para la sociedad suponía esta Ley de Prensa, la de Secretos Oficiales y el aire represivo que se respiraba en el ambiente, la creación de grandes focos industriales fue formando en la reivindicación democrática a muchos trabajadores. No en vano, fue entonces cuando tuvo lugar el nacimiento de la organización sindical con tintes de auténticos movimientos obreros.

Y con el turismo, que descubrió en España un destino tranquilo, apacible y barato, no solamente entró la destrucción de entornos naturales de inmenso valor medioambiental, sobre todo en el litoral, con una construcción salvaje pero permitida por las autoridades; también introdujo aire fresco en cuanto a otras formas de vivir más libres y participativas.

Los movimientos universitarios, que vivían un poco agazapados desde 1956, volvieron a desempeñar el protagonismo que les correspondía para asombro de los dirigentes del régimen, *"sorprendidos por estas movilizaciones ya que la mayoría de los estudiantes pertenecían a las*

*clases sociales elevadas o medias*<sup>89</sup>. Huelgas, manifestaciones y declaraciones sobre la necesidad de retornar a la vida democrática dieron a los campus universitarios un ambiente de conflicto casi permanente.

También la Iglesia abandonó un poco su papel de apoyo ciego al sistema y, con el cardenal Tarancón como abanderado, comenzó a reclamar la necesidad de un marco de libertades.

Todo comenzó a evolucionar a una velocidad superior a la que hasta entonces, en el ecuador de los sesenta, había experimentado la sociedad española. Pero también la conflictividad reivindicativa comenzó a entrar en una espiral sin freno, a lo que la respuesta de las autoridades fue el despliegue de una represión desorbitada.

Era un negarlo todo y luchar contra todos: trabajadores, estudiantes, intelectuales, Iglesia... Hasta entre los mismos componentes de la estructura del Estado -y por contagio, de las demás administraciones- comenzaron a surgir diferencias protagonizadas por la *bunkerización* de unos y la *tibia postura* de otros hacia posiciones más acordes con la realidad social.

Reincidiendo en la postura de que tal vez lo más importante para una investigación como ésta sea la relación cultura-sociedad, también hay que repetir que existe tal dependencia entre ellas, sobre todo de la primera respecto de la segunda, que, aún apoyado en todos los aspectos de la realidad social ya comentados, el marco en el que se desenvuelve el tema objeto de estudio es éste, el que contempla el estado de la cultura en el seno de una sociedad y la actitud de ésta respecto de iniciativas culturales.

Efectivamente, las relaciones entre ellas, *“el peso de la estructura económica y las relaciones sociales sobre la realización de la cultura, plantean la estrecha conexión que existe entre los problemas sociales*

---

<sup>89</sup> CASTELLÓ, J.E. 1978 *Op. Cit.* p. 46



*y las cuestiones culturales. La sociedad tradicional (...) había tipificado, legalizado e institucionalizado la desigualdad a partir de una deformación cultural... De esta forma, el analfabetismo y la ignorancia eran garantías de la armonía, de la misma forma que, posteriormente, las peculiares encarnaciones de la cultura técnica planteaban la conformación de la moderna sociedad de masas en provecho de los privilegios de una minoría. En uno y otro caso, las dificultades a la exposición de la cultura, a la comunicación de los conocimientos y a la transmisión de las ideas, se vinculan directamente con la permanencia de las peculiares estructuras económicas clasistas”<sup>90</sup>.*

No es difícil percatarse de que en *Cuadernos para el diálogo*, aquella reivindicativa revista dirigida por el que había sido ministro de Educación, Joaquín Ruiz Jiménez, cesado por demasiado liberal con ocasión de las revueltas universitarias de 1956, se escribía sobre realidades sociales pero disfrazándolas de teoría, sin identificar lugares y personas.

Continuaba Antoni Jutglar con otra descripción más esclarecedora aún sobre la sociedad (española de la época) y su postura ante el hecho cultural: *“La arquitectura de los barrios obreros (...), los defectos de la escuela pública, las publicaciones baratas, el cine, la TV, etc, todo un complejo panorama de ambientes, servicios y formas de vida, defectuosos y pobres, no contribuyen a la promoción cultural de la clase obrera, que descubre la estrecha relación de la precariedad de su condición con el peso de las estructuras socioeconómicas”.*

Esta era la auténtica realidad cultural de los años cincuenta y sesenta, que empezó a verse afectada por un avance social que,

---

<sup>90</sup> JUTGLAR, Antoni. *Pueblo y cultura*, en *Cuadernos para el Diálogo*. Agosto-Septiembre 1965, p. 18

irremediablemente, se hizo con la presidencia del último suspiro del Estado franquista.

Fue precisamente aquella clase media la que comenzó a darse cuenta de que había algo más por lo que poder interesarse, poniendo de manifiesto un estado de descontento y de rebeldía que contribuyó a cambiar el mapa de la estructura social española. Tal vez muestre fehacientemente aquella realidad la exposición de Félix Santos<sup>91</sup> aseverando que quedaba *“definida por los más recientes cambios sociales, por el incremento cualitativo (...) de los diversos sectores (...) que engrosan las clases medias, incremento derivado del proceso de industrialización y de urbanización, por el creciente índice de salarización de muchos profesionales y por la aparición de muchas actitudes de dinamismo, disconformidad y protesta reveladas por estos grupos sociales...”*.

Más que en aquella España no sólo rural sino, también, *pequeño-urbana* a la vez que periférica, en la sociedad industrial y cosmopolita de las capitales de provincia y ciudades medianamente grandes comenzaba a incrementarse la vitalidad de esas capas sociales que hasta hacía bien poco tiempo sólo eran receptoras de mensajes periodísticos manipulados y manipuladores.

La rabia, casi siempre contenida, flotaba en el ambiente cuando la gente se enteraba -porque, efectivamente, habían comenzado a enterarse de muchas cosas- de situaciones tan burdas como que la película de Luis Buñuel, *“El discreto encanto de la burguesía”* (1974), había conseguido el Oscar a la Mejor Película Extranjera, y las cortapisas gubernamentales impidieron que se realizara en España, como quería el director aragonés. Y, tras tener que rodarse en la vecina Francia, evidentemente, fueron para los galos todos los parabienes.

---

<sup>91</sup> SANTOS, Félix Santos. Presentación del monográfico *Clases medias en España* en *Cuadernos para el Diálogo*. Extraordinario N° XXXIX, marzo 1974

Todo seguía bajo control y lo que en un principio comenzó a ser denominado como apertura no lo fue tanto porque donde más acto de presencia hizo fue en el campo sexual del erotismo más ramplón, aunque deslumbrante en una sociedad tan secuestrada durante casi cuatro décadas. Los kioscos comenzaron a llenarse de revistas con fotografías femeninas simplemente atrevidas porque la tijera censora nunca bajó la guardia de su moralidad.

No obstante, la ciudadanía se estaba haciendo mayor de edad; tal vez se había hecho ya. Pero es necesario tener siempre presente, para que nadie pueda llamarse, más que a engaño, a confusión, que cuando se habla de la sociedad -sobre todo por parte de los grandes medios- la referencia es a lo que, desde lo más avanzado de la misma, se conoce; y no hay que perder de vista aquel sector social, amplísimo entonces y considerable todavía, de ubicación periférica, tanto en pequeños pueblos y ciudades como de esencia rural- porque no toda ella había desaparecido con la industrialización y/o los Planes de Desarrollo. También a este porcentaje de españoles le estaba llegando el aire de los nuevos tiempos que se avecinaban, pero ni por asomo a la misma velocidad que a la España de medianas y grandes ciudades.

## **2.2.- Parece comenzar el futuro**

La efervescencia social registró una considerable evolución tras la muerte del dictador Franco. La prensa continuó siendo el *parlamento de papel* y desempeñando un protagonismo político y cultural imprescindible en el escenario de una sociedad que estaba ya, desde hacía tiempo, apostando por el futuro.

1976 es el año de la libertad de expresión, la pluralidad informativa y el respeto a las otras culturas, diferentes a las de siempre, a las que, desde el interés centralista, siempre nos habían ocultado. Aquel año

nacieron tres periódicos llamados a convertirse en algo muy importante de la sociedad española.

El más madrugador fue *Avui*, el primer diario en lengua catalana desde que acabara la guerra civil, que eligió para su llegada a los kioscos una fecha tan catalana, social y culturalmente, como el día 23 de abril, festividad de San Jordi.

Si emocionante fue el recibimiento de aquel medio y muy considerable la repercusión social posterior por lo que para el ejercicio de libertades culturales suponía, no menos importante fue el segundo alumbramiento, de nombre *El País*, (4 de mayo) y auspiciado, ejerciendo de padres, por un grupo intrínsecamente informativo compuesto por periodistas, editores e intelectuales en general.

*“En una línea progresista, abiertamente laica e, incluso, anticlerical, rompe tabúes, y polemiza sobre el conjunto de valores, atrayendo a un sector de la sociedad española que empieza a gozar de la libertad de expresión”<sup>92</sup>.*

Y el tercero de referencia, *Diario 16*, que, casi un año después de la muerte de Franco –concretamente el 18 de octubre-, irrumpió en los kioscos al ritmo de un mensaje tan compartido por la sociedad democrática del momento como fue la canción “Libertad sin ira”, composición del grupo Jarcha, que estuvo sonando durante toda su campaña publicitaria. Caló en la gente aquel mensaje e influyó en su posterior aceptación y difusión.

El público fue reorientando sus preferencias y, con una prensa sin ataduras -en el marco de libertades a las que podían aspirar los medios de comunicación social-, los periódicos y revistas comenzaron una nueva etapa a la que no todos pudieron ni supieron adaptarse.

---

<sup>92</sup> *La prensa bajo el régimen de Franco, en 50 años en la vida de España. II Parte.* Ed. Información y Prensa S.A. para Diario 16, p. 565. Madrid

Todo era un juego a muchas bandas, algo así como una materia interdisciplinar. Entraba en liza el cambio que estaba registrando la España social y cultural; unas zonas a más velocidad que otras, pero toda ella, al fin y al cabo, queriendo estar en la órbita del vibrante acontecer que, día a día, iba *presentando sus credenciales*; también, en este escenario, tenía su parte de protagonismo la renovación tecnológica que tuvieron que acometer muchos medios impresos. Y como algo intrínsecamente unido a esto último, el poder del capital que proporcionó la posibilidad de tales innovaciones fue introduciéndose en los organigramas de aquellos y reclamando su parte de poder en los mismos.

Unos buscaban la rentabilidad informativa; otros, la de tipo económico; otros, la de carácter político... Y muchos de los problemas llegaron en cuanto hubo quienes aspiraban a más de una de estas rentabilidades.

Tal vez uno de los momentos más álgidos de la prensa en estos cincuenta años, por lo que al protagonismo ejercido se refiere, tiene lugar el 23 de febrero de 1981, coincidiendo con el intento de golpe de estado. Para los medios de comunicación y para la sociedad en general, que, tras haber *mascado* la vuelta a tiempos pasados y no precisamente mejores, ve en directo, sin que nadie se lo cuente, el importantísimo papel, decisivo, de los medios de comunicación.

La unánime postura de la prensa democrática contra la agresión al sistema de libertades, difundida por ediciones especiales de los más importantes e influyentes diarios, así como de algunos otros de ámbitos geográficos más restringidos, es algo a no olvidar fácilmente por quienes lo vivieron. La democracia supo sortear aquel envite; la sociedad ve cómo nada ni nadie podía interrumpir su firme caminar hacia el futuro; *“pero los medios de comunicación consiguen a su vez*

*otra victoria trascendental: ganarse la credibilidad de los españoles*<sup>93</sup>.

Cuatro elementos vienen apareciendo sistemáticamente en este capítulo desde sus inicios: medios de comunicación, y más concretamente la prensa, sociedad, cultura y política. Entre los cuatro soportan el peso del ambiente reinante en el marco temporal de referencia, y entre todos ellos hicieron posible que en el tiempo de conexión entre los años ochenta y noventa dejara la prensa de ser patrimonio central, un *megaemisor* al socaire del poder político y económico de la capital de España.

La irrupción de empresas periodísticas ubicadas en la periferia del Estado fue básica en la distribución de influencias porque detrás de cada una de ellas había gente, mucha gente, un considerable sector de la sociedad que estaba otorgando sus preferencias a otro tipo de información.

Según Antonio Franco, director de *El Periódico de Catalunya*, este fenómeno *“tuvo una indudable importancia política (de cada diez diarios que se vendían fuera de Madrid, únicamente dos pertenecían a empresas de la capital de España), pues refleja un equilibrio de fuerzas cada vez menos centralista...”* , exponiendo, además, que *“desde un punto de vista ideológico, la prensa española supo aprovechar su buen momento comercial para crear un ancho abanico ideológico que proporcionase a los lectores pluralidad política y diversidad temática. Aunque a lo largo de 1990, el latiguillo más habitual de algunos columnistas se refería a una mala relación entre la prensa y el poder político, el problema más tangible para los periodistas y los medios de comunicación fue la inseguridad jurídica derivada de la mala situación del aparato español de justicia” (...).* *“Por otra parte -añade-, un amplio sector de los profesionales de los*

---

<sup>93</sup> *La prensa bajo el régimen de Franco, en 50 años en la vida de España. II Parte.* Ed. Información y Prensa S.A. para Diario 16, p. 745

*medios informativos coincidía con el amplio sector de la sociedad preocupado por el amarillismo creciente de los medios y por la falta de seriedad y de responsabilidad que se detectaba en la prensa. Como el Gobierno expresó en determinado momento su preocupación por estos temas, el debate quedó politizado. Pero cada vez eran más los periodistas españoles partidarios de una autorregulación voluntaria y constructiva de su derecho a la libertad de expresión*<sup>94</sup>.

Y en la recta final del tiempo que marca el fin del periodo de investigación, vísperas de ese mágico túnel que unió un siglo con otro y un milenio con el siguiente, la situación es, si no opuesta, sí radicalmente diferente. Frente a las consignas de antaño, represoras y alienantes además que de obligada inserción y/o cumplimiento por parte de todos los periódicos, los lectores de este tiempo final también son destinatarios de unas cargas de persuasión consumista de toda índole, desde comerciales hasta político-ideológicas, pasando por mensajes destinados a cambiar actitudes sociales, culturales...

La diferencia estriba en que al no ser única ni de obligada inserción, el consumidor de medios capaz de detectar estos productos puede elegir, entre una más que considerable oferta; puede elegir la influencia que mejor se le adapte (para cada individuo, el mejor periódico es aquel que le proporciona lo que él quiere leer); y quienes no son conscientes de ello forman, como siempre, esa inmensa bolsa ciudadana movida de un lado para otro por el poder de distintos intereses.

La prensa tiene un poder -diferente para muchos-, y cuando lo utiliza con algo o con alguien, en la inmensa mayoría de las ocasiones logra sus objetivos.

---

<sup>94</sup> FRANCO, A (1990) *Prensa española: la batalla regional*, en *Anuario de los hechos-1990*. Difusora Internacional S.A. Barcelona 1991, pp. 224-225

Llegados al final de este capítulo, por coherencia, tanto con sus directrices generales como con la postura adoptada ante el mismo, no parece ociosa la referencia a algunas reflexiones de Juan Luis Cebrián<sup>95</sup>, primer director de *El País*, el diario de mayor tirada y difusión en España desde que saliera a la calle en 1976.

Decía el citado autor que "*...la radio, la televisión, la informática y los sistemas digitales son posteriores en muchos años a la prensa, y, sin embargo, ésta sigue imperando sobre el universo de la opinión pública*", aún reconociendo que "*cada vez menos*". "*...los profetas del siglo XXI –añade– nos anuncian la desaparición del soporte papel (...) mientras comprobamos que disminuye el número de jóvenes que leen periódicos o aumenta el de los que prefieren consultarlos en la red, gratis...*", y argumenta al respecto que "*los diarios, en menos de 200 años, han pasado de ser el único medio de comunicación de masas, en el sentido moderno de la acepción del término, a convertirse en uno más, importante en cuanto a prestigio intelectual y moral, pero progresivamente menos relevante en cuanto al acceso de los miembros de una colectividad. Y, sin embargo, ahí siguen, desempeñando un rol central en la identificación colectiva de las gentes, en la socialización de ideas y costumbres*".

Respecto del marco geográfico, debe quedar meridianamente claro que entre las formas de comunicación de los años cincuenta y las que rigen en nuestros días hay un abismo. Frontera entre dos siglos, cualquier semejanza puede parecer casi extraída de la irrealidad.

En el panorama de todo lo relacionado con la generación y difusión de la información se encuentra la desorbitada diferencia existente entre los años que marcan el inicio de este estudio hasta la espiral actual que lo absorbe todo, lo globaliza todo y hace posible que

---

<sup>95</sup> Juan Luis Cebrián (2001) *Deseos de aniversario en El País de nuestras vidas. 1976-2001*. Especial 25 años, suplemento de El País N° 1284, 6 de mayo de 2001, p. 377



prácticamente todo tenga incidencia en cualquier punto del planeta.

Durante buena parte de la primera mitad del periodo analizado, la prensa llegaba a muchos pueblos uno o dos días después de la fecha de *salida*. Y en muchos rincones ni siquiera se conocían, porque no se distribuían, algunas publicaciones.

En el umbral de la frontera entre las décadas de los setenta y los ochenta, el ritmo evolutivo de la comunicación emprendió una aceleradísima carrera que, dejando atrás las que en su día fueron importantísimas autopistas de la información, la asentó en la actual sociedad de la información.

Todo lo anteriormente expuesto no tiene otra finalidad que el intento de presentar de forma comprensible el marco geográfico, también llamado espacial, que delimita esta investigación.

Pero es la proyección que comenzó a cobrar la figura de Francisco Rabal la que, verdaderamente, impone la adopción de unos límites geográficos que se extienden desde la más pequeña realidad local –siempre periférica– hasta la perspectiva más centripeta, distribuidora y difusora de la información a escala nacional e internacional.

Y en esa nueva era de distribución de la información resultaron importantísimas –entre las fuentes que en otro apartado se analizan– las agencias de prensa. Resulta singular su labor de transporte rápido de una mercancía que, cada vez más, ve como se acorta su tiempo de caducidad.

“...Un poco de todos sitios, un tanto universal”<sup>96</sup>, ciudadano del mundo decía sentirse Francisco Rabal. Y abierta a todas las procedencias se muestra esta investigación. En primer lugar, porque, ante la dificultad de encontrar archivos temáticos, se aceptó todo el material encontrado, fuere del lugar que fuere. Y, además, porque al

---

<sup>96</sup> BLAYA MENGUAL, M. A. (2003) *Op. Cit*, pág. 116

haberse convertido su imagen en algo tan mítico, desde el rincón más inesperado -sobre todo en los últimos años- llegaban informaciones sobre él, sus películas, sus premios...

### **3.- Importancia e influencia social de la prensa**

En la actual sociedad de la información, los medios de comunicación han adquirido tal poder, en lo que a la modelación de la opinión pública se refiere, que este trabajo cobra otra característica cual es la de mostrar la validez -primero, solamente informativa y después, también democrática- de algo tan público como es la prensa; el tratamiento que hagan de cualquier información dice mucho sobre la respuesta que observamos en la calle y la opinión al respecto que vaya formándose.

Teniendo en cuenta que según Denis McQuail <sup>97</sup> -citando a D. Lerner, V. Farace y un estudio de la UNESCO- *“la difusión de los medios masivos se halla altamente correlacionada con varios índices de desarrollo: alfabetización, urbanización, ingresos per cápita, industrialización...”* y se ha comprobado que *“en los países desarrollados existe una estrecha relación entre el uso de los medios masivos y las actitudes, la conducta y la información que se posee con respecto al cambio social”*, puede aceptarse que tal vez estos aspectos influyeron sobremanera en el régimen de los años 50-60; por ejemplo, la censura no excesivamente dura hacia la oposición al sistema político establecido que ya dejaba entrever Francisco Rabal, galán que, por serlo, *le hacía su papel a la política social de la época*.

Cuantas veces quiera un ciudadano dirigirse a la Administración ha de hacerlo por el conducto legalmente establecido: en letra impresa o caligráfica porque lo que no está escrito, simple y sencillamente, no está. Y esto mismo es lo que ocurre con los contenidos de la prensa -o de cualquier otro medio de comunicación-, que si no dan cuenta de

---

<sup>97</sup> MCQUAIL, D. (1969) *Sociología de los medios masivos de comunicación*. Buenos Aires: Paidós, p. 17

un hecho acontecido es como si nunca hubiera ocurrido. Sucede, como queda apuntado en otro capítulo, que al no completarse el paradigma noticia-emisión-recepción el primer componente, lo acaecido, desaparece y nos encontramos ante la no percepción social de un hecho que ocurrió pero que para la opinión pública no existe.

El periodo que nos ocupa -1951-2001- fue testigo de dos regimenes diferentes en cuanto a la libertad de expresión y, por ende, dos formas de ser en todo cuanto concierne a la prensa.

La primera, si se quiere, dividida, a su vez, en distintas etapas que mayormente lo fueron en la propaganda y publicidad de sus *adelantos* porque, en realidad, la libertad y el dirigismo siguieron siendo los mismos: la una, inexistente; el otro, pertinaz.

*“El Caudillo (...) jamás pregunta por nada; vive feliz al parecer ignorando el ambiente, la opinión pública y muchos asuntos, y se limita a creer sólo lo que le dicen sus ministros”.* Pertencen estas palabras a los apuntes, en febrero de 1955, de Francisco Franco Arias-Salgado, primo y secretario del dictador, recogidas por Juan F. Fuentes y Javier Fernández Sebastián,<sup>98</sup> para quienes denotan *“una realidad incontestable: que el franquismo supuso, al menos hasta los años sesenta, la anulación de todo vestigio de opinión pública, sustituida por una monolítica verdad oficial creada a base de censura y consignas”.*

Pretendía el régimen que la sociedad *no preguntara nada ni se preguntara nada. Y, además, que se limitara a creerse lo que escribían y trasmitían los medios de comunicación, todo ello en consonancia con la importancia que se le daba en aquellos momentos a la política informativa, producto de la cual se configuró, en la remodelación que el dictador hizo en su Gobierno, en 1951, un*

---

<sup>98</sup> Fuentes, Juan F. y Fernández Sebastián, Javier (1997) *Historia del periodismo español*. Madrid: Ed. Síntesis, p.256

Ministerio de Información y Turismo. Anteriormente, todo lo relacionado con la prensa y la información había estado adscrito, primero, a la Secretaría General del Movimiento y, más tarde, al Ministerio de Educación.

Después -para sustituir a la de 1938- vendría la tantas veces anunciada Ley de Prensa, que no vio la luz hasta 1966, con Fraga Iribarne de ministro del ramo. Pero lejos de cerrar el *ojo avizor*, el nuevo ordenamiento, más de escaparate hacia el exterior que para la realidad interna, obligó a los responsables a liberalizar, dentro de un orden, la política informativa; y por ello, a vigilar más detenidamente el ejercicio de la profesión. La prensa seguía siendo algo importantísimo para manipular la información factible de ser difundida y, consecuentemente, influir en la opinión pública.

También es verdad que no siempre lo consiguieron y que comenzó a fallarle al régimen esa ingerencia con la que siempre había incidido en la prensa para usar en su propio beneficio la influencia social de los medios de comunicación.

A partir del último suspiro de los sesenta, cuando se inició una transición que acabaría, en 1975, con la muerte del general Franco, la mediatización de la información y el beneficio de la influencia fueron entrando en cuarentena... La influencia seguía siendo la misma, pero la explotación de ésta por parte del poder político comenzaba a quedar circunscrita a los medios afines y controlados desde los órganos ministeriales.

La segunda etapa, democrática y de libertades, aunque éstas, a veces, sean *vigiladas*, no es muy distinta en lo que a influencias se refiere. Nada tiene que ver con la anterior en cuanto a los beneficios de esta injerencia en la sociedad, pues los beneficiarios comenzaron a ser varios: grupos políticos, empresas -deportivas, artísticas, culturales...-, etc.

Sí hay que matizar, sobre todo en lo referente a los últimos años de este periodo, que también la influencia se ha pluralizado y es mucha la que ha perdido la prensa en beneficio de esos contenidos *rosas* y *sensacionalistas* en el medio televisivo.

Para concluir con este escenario general de la incidencia social de la prensa, basta con añadir y resaltar el poder adquirido por grandes empresas periodísticas debido, no a otra cosa que a la influencia que han llegado a tener entre determinadas capas sociales que, posteriormente, influyen, a su vez, en otros sectores.

#### **4.-Rabal en los medios de comunicación**

Varios son los autores que coinciden en que los protagonistas del mundo del espectáculo, lejos de levantar o promover envidias, enarbolan un medio de vida que se convierte en válvula de escape para los ciudadanos ante las presiones sociales, llegando, imaginariamente, claro, a convivir y relacionarse con actores, cantantes, futbolistas toreros... Pero ese mundo fantástico, ese sueño tan asentado en un amplio sector de la sociedad, necesita de los medios de comunicación para llegar a sus receptores.

Y la prensa no escatimó esfuerzos y espacio en el tratamiento de la figura de Francisco Rabal. Además de cualquier detalle que pudiera ser noticia, a falta de esta recurrían a la figura humana. Llegar a donde había llegado procediendo del estrato social del que procedía se convirtió en algo mágico, en una especie de *material de archivo* al que recurrían, con mucha frecuencia, para hacer más extensa una noticia *fresca* que tal vez no daba para más de quince o veinte líneas de una columna.

Son muchísimos los documentos de hemeroteca que demuestran el enfoque periodístico hacia su figura (persona y actor) destacando su origen social, su sencillez, la ausencia total de vanidad...

En un estudio sobre la presencia de los temas culturales en la prensa chilena<sup>99</sup> se advierte de que el tratamiento que resulte por parte de un medio respecto de un tema (actividad o persona) estará estrechamente relacionado con la intención del periodista.

Y hablan los autores de este estudio sobre las tres intenciones que pueden darse: la cognitiva, cuando solamente se pretende informar; la afectiva, cuando lo que se quiere es, además de informar, motivar al lector hacia una posición determinada; y, finalmente, la volitiva, que va más lejos y a lo que aspira es a que el receptor de la información actúe de una determinada forma sobre el mensaje recibido.

También apuntan algo muy importante y a tener en cuenta: la labor connotativa que el autor del texto haya querido incorporar para que, consciente o inconscientemente, el lector identifique, en este caso, a la persona objeto de la información con un perfil determinado o una descripción metafórica concreta.

Esta es otra de las características que intentamos demostrar. En un porcentaje elevadísimo, la práctica totalidad de los documentos hemerográficos analizados se enmarcan en las dos últimas intenciones, la afectiva y la volitiva.

Desde otra perspectiva, más espaciada en el tiempo, observa Eva Aladro el tratamiento periodístico. Y mantiene el principio de que *“la información sumada multiplica su valor”* porque -y esto es lo que esta autora denomina *concepto cuántico de la información-* *“dos datos sumados multiplican exponencialmente su valor en el mundo informativo”*<sup>100</sup>.

Este fenómeno fue el que presidió y registró la emergente figura de Francisco Rabal; su valor social se vio multiplicado a base de sumar

---

<sup>99</sup> <http://facom.udp.el/CEM/grl/investig/tratcult/tratcult.htm> [ 07.10.2005]

<sup>100</sup> ALADRO VICO, Eva (1999) *Teoría de la información y la comunicación efectiva*. Madrid: Editorial Fragua, p. 35

reseñas sobre cualquier actividad suya una semana tras otra, un día tras otro... Y si a esto se le añade los perfiles afectivos y volitivos de la mayoría de las referencias...

También confiere la profesora Aladro<sup>101</sup> una importancia especial a la ley de la información que contempla la desaparición de ésta cuando, cumplida su función, se convierte en materia que servirá para otra nueva información. En el caso de la presente investigación también este aspecto tiene fácil demostración; son muchas las ocasiones en las que aparecen encadenadas varias noticias sobre un mismo tema, desde la que anuncia el próximo rodaje de una película hasta el estreno en España de la misma habiéndose publicado antes el inicio del rodaje, las abruptas condiciones de los escenarios naturales, la interrupción del mismo por algún aspecto personal del actor, la terminación de la película, su presentación en un festival...

Pero para que este guión vaya cumpliéndose juega un papel imprescindible e importantísimo la relación que establezca el personaje con los medios. *"A veces, los periodistas sois insistentes hasta la saciedad, pero es vuestro trabajo. Y esa apuesta mía, de siempre, por ayudar a mis compañeros he procurado hacerla extensiva a vosotros. Hay que facilitaros vuestro cometido"*<sup>102</sup>. Estas palabras de Rabal pueden ayudar a comprender la relación fluida que siempre procuró tener con los medios de comunicación para que estos pudieran cumplir con su cometido. Se trata de algo que va ya en la persona, en el carácter, y aquellos supieron valorar esa postura, incluso hasta el punto de verse envueltos en una espiral que escapaba al exclusivo perfil laboral.

Presumía Rabal de esta buena relación y con mucha naturalidad lo plasma en su autobiografía al comentar uno de los accidentes de tráfico que tuvo. Cuenta que acudieron a la clínica muchos

---

<sup>101</sup> ALADRO VICO, Eva (1999) *Op. Cit.* p. 36

<sup>102</sup> BLAYA MENGUAL, M.A (2003) *Op. Cit.* p. 147

periodistas y que todos fueron muy gentiles, menos uno, de *El Alcázar*, que, con una actitud totalmente negativa "... *tomó una foto mía, me dibujó sobre el rostro una cicatriz enorme... y puso, en letras no menos enormes, el siguiente título (poco más o menos porque también es cosa de olvidar): 'Paco Rabal se quedará cojo y manco. Vean su rostro descompuesto y roto, sin remedio'. (...) Los demás me trataron con objetividad y cariño*". Y destaca una entrevista que le hizo Bobby Deglané en *Radio Madrid*, "*estupenda, reivindicativa y muy generosa*", añadiendo a continuación que "*al día siguiente, nuestro entonces ministro de Información y Turismo, Fraga Iribarne prohibió toda aclaración a la infamia de "El Alcázar" e incluso que se hablara de mí en los periódicos y medios de difusión*"<sup>103</sup>.

Anteriormente, cuando se conoció, por una entrevista que le hizo un periódico francés, su afiliación al Partido Comunista de España, ni siquiera la prensa más afín al régimen franquista emprendió campaña alguna contra él; como mucho, intentaron obviarlo durante un poco tiempo, pero nada más.

Sin embargo, lo que sí repercutió en la postura de los medios de comunicación fue su inclusión, junto a Tierno Galván, Laín Entralgo, Aranguren, Bergamín, Aleixandre...- entre los firmantes del *manifiesto de los intelectuales*, una queja por la represión que las Fuerzas de Orden Público estaban ejercitando contra la huelga de la minería asturiana. La respuesta del régimen fue utilizar toda su influencia y artes coercitivas para que ni siquiera como galán apareciera en los medios de comunicación. "*Esta coyuntura, que no fue tal sino bastante duradera, y la asiduidad con la que Paco comenzó a trabajar en cinematografías extranjeras se notó en una prensa que sin llegar a "olvidarlo", comenzó a prodigarse bastante menos en sus informaciones y comentarios respecto de él*"<sup>104</sup>.

---

<sup>103</sup> RABAL, P. Y CEREZALES, A. (1994) *Si yo te contara*. Madrid: El País-Aguilar; pp 267-268

<sup>104</sup> BLAYA MENGUAL, M.A. (2003) *Op. Cit.* p. 151



Después, y más aún a partir de la nueva situación política, durante toda su carrera la prensa siguió teniendo en él la imagen de una persona afable, sencilla y acogedora, características que los medios de comunicación agradecieron y utilizaron para relanzar, con más fuerza si cabe, los grandes éxitos cinematográficos y televisivos de los últimos veinte años de su carrera.

#### **4.1.- Actor y galán, dos epítetos no excluyentes**

Ocurrió con la imagen del Francisco Rabal galán que, codiciado por diversas cinematografías extranjeras, a la vez que triunfador en ellas, al sistema le interesaba vender aquellas imágenes, aquellos mensajes iconográficos del guapo y, además, buen actor como algo propio, como un descubrimiento y un triunfo del sistema.

No había tardado mucho la prensa en hacerse eco de la aparición de Francisco Rabal en escenarios y platós, y aunque las primeras oportunidades le llegaron muy mediatizadas por sus rasgos faciales y aspecto varonil, las páginas de periódicos y revistas se dividieron. Unos glosaron al actor; otros, al galán. Todo dependía de los tipos de prensa e información pues no solían tener el mismo concepto, en directa relación con sus lectores, una publicación especializada y seria y otra populista y frívola aunque de temática teatral, cinematográfica y de espectáculos. Y entre las publicaciones de información general, pues también dependía del sello más o menos serio, más o menos populista que imprimieran a sus páginas de sociedad, espectáculos y similares. Lógicamente, también jugaba su papel el autor del texto y lo que, deliberada o inconscientemente, pretendían transmitir.

Podemos decir que hasta mediados de los sesenta los dos epítetos se repartían las referencias a Francisco Rabal si bien estuvo más generalizado el que le otorgaba tratamiento de actor.

Por avalar lo apuntado con algún ejemplo digamos que la revista *Triunfo* raramente incidió en el perfil de galán; en un número de esta revista, correspondiente a enero de 1956, se refiere a él informando de que había sido proclamado “*mejor actor de cine de 1955, el actor de cine más interesante y segundo mejor actor de teatro*”, apostillando el autor de la información que “*ese muchacho sencillo y abierto, cordial y sano (...) es el que en dos años se ha situado en primera fila nacional como actor de teatro y en primerísimo lugar como astro de nuestra pantalla*”.

Esta misma revista, en el número fechado el 4 de diciembre de 1957, bajo una gran fotografía de Rabal en portada, a toda plana, lo califica como “*nuestra gran figura cinematográfica*”.

Como “*gran actor de cine*” se refiere a él, en una página completa, un número de 1956 de la revista *Fotogramas*, especializada en cine y también poco dada a tratarlo de galán.

En la publicación, también especializada, *Primer Plano*, un número del año 1951, con tres fotografías que invitan a pensar en el galán, se refiere a Francisco Rabal como “*todo un actor*”; y en otro número de fecha 20 de enero de 1952, lo califica de “*revelación y revolución del cine español*”, así como de “*actorazo de mucha, muchísima categoría*”.

Las referencias al actor murciano “nacido en una aldea minera de Águilas” eran constantes en toda clase de medios de comunicación, concretamente y sobre todo en los diferentes tipos de prensa. Grandes espacios, páginas completas, alguna que otra doble página, portadas de las revistas más leídas...

Tal vez fue la publicación de periodicidad mensual *Ídolos del cine* la primera que dedicó su extenso monográfico a Francisco Rabal. Fue concretamente en su número 14, de septiembre de 1958, y para poder juzgar la importancia y relevancia, tanto social como

periodística, del actor objeto de esta investigación, apuntemos que los trece anteriores fueron copados por figuras de la talla de Sofía Loren, Marilyn Monroe, Sara Montiel, Ava Gardner, Lola Flores, Gina Lollobrigida, Marlon Brando, Victorio de Sica... Y tras él, para situarlo en la relación de prioridades, iban a ocupar las páginas de aquel monográfico Fernando Fernán Gómez, Lucía Bosé, Brigitte Bardott, Kim Novack...

Como ejemplos de lo que se relata en las 32 páginas de tamaño 12 por 16 cm. entresacamos, por ejemplo, un texto referido a una de sus grandes interpretaciones teatrales: *“Edipo, piedra de toque donde tantos actores de talla internacional han visto, como Ícaro, derretir sus alas de cera, sirvió para consagrar definitivamente a este muchacho sencillo que tres días antes estaba vendiendo caramelos y empalmando cables”*. Y hablan de él como *“grande por modesto, grande por actor, grande por sencillo...”*.

1961. Ya es más que conocido el paso dado por el actor en cuanto a su afiliación política. Y la prensa, lejos de proscribirlo aunque, lógicamente, no haciéndose eco de ello, continuó tratándolo muy bien aún expuestos quienes escribían sobre él a ser censurados y prohibidos. Un ejemplo de esto lo tenemos en uno de los codirectores de esta tesis, Pedro Guerrero, que sufrió la prohibición de sus colaboraciones en el diario Línea, de Murcia, por orden expresa del Gobernador Civil de turno. Pero esto ocurría más abiertamente en la prensa de provincias; la de ámbito nacional, la que podía vender y explotar los éxitos de Rabal en el extranjero como un triunfo del cine español, gozó de más permisividad. O de menos vigilancia y censura.

En marzo de ese año, al coincidir el final del rodaje de *“Viridiana”* y su marcha a Italia para trabajar con Montaldo en *“Tiro al piccione”*, aprovechó el día de su cumpleaños para invitar a los periodistas y comunicarles estas dos noticias. La prensa, en reconocimiento a esa forma de ser y actuar en sociedad, le dedicó el espacio que fue

necesario, aunque no haciendo mucha referencia a la futura película por su contenido antifascista. Y unos meses después, en junio, la revista Noche y Día, especializada, según su auto-denominación, en “cine, espectáculos y actualidades”, lo define como “primer actor de cine español, número uno del escalafón de nuestros galanes”.

Otro documento, seleccionado de forma aleatoria, correspondiente al diario *La Verdad*, de Murcia, del 6 de marzo de 1963, con gran despliegue de espacio y tipográfico, encabeza una entrevista al actor con el título *Paco Rabal será en mayo José María el Tempranillo*, anunciando así la película que iba a hacer con Carlos Saura, “Llanto por un bandido”.

Son únicamente algunos ejemplos que ponen de manifiesto la veracidad de nuestra hipótesis y la viabilidad de los objetivos, evidencia a la que se le puede añadir lo cotidiano que era, en aquella primera mitad de su carrera artística, encontrar en cualquier documento hemerográfico referencias a nuestro actor más internacional.

#### **4.2.- La prensa “lo hizo suyo”**

Los primeros años setenta, pese a que trabajó poco, y lo hizo, sobre todo, en el extranjero, la prensa siguió aprovechando cualquier información sobre él para continuar reflejándolo en las páginas y columnas de revistas y periódicos.

*“Llegaron los nuevos tiempos y, con ellos, el cine sin censura ni cortapisas. Paco Rabal, que no encajaba en los repartos de películas, en su mayoría pseudoeróticas, optó por apartarse un poco de las pantallas españolas. Y claro, ante la falta de actividad, ausencia de noticias. El trato de los medios de comunicación, ahora hay que hablar de ellos y no sólo de prensa, continuó siendo bueno, de*

*respeto hacia una persona que jamás jugó con los profesionales de la información*"<sup>105</sup>.

Coincidió el ocaso de la década de los setenta con el resurgir de Francisco Rabal asentado en los excelentes trabajos que comenzó a hacer, tanto en España como en el exterior. Retoma la aureola de mito y comienza a conformarse la leyenda. Ahí fue cuando la prensa comenzó a hacerlo suyo, a convertirlo en algo propio, y no sólo como actor. La persona y la figura comenzaron a fabricar el "efecto Rabal".

Unánime, cariñosa y de respeto fue la reacción de la prensa, sobre todo la regional murciana, cuando ocho diputados regionales conservadores se opusieron a su nombramiento como Hijo Predilecto de La Región. En el editorial de "La Verdad", diario conservador y el de mayor tirada y difusión en la Comunidad murciana, correspondiente al día 5 de abril de 1990, se podía leer párrafos como este: *el hombre de la calle, incluso el militante del PP, quedará cuando menos desconcertado (...) con la actuación, tan sectaria y antigua, de esos ocho diputados...*

Después, y al hilo de actos más relevantes que los cotidianos, apoteósico fue el despliegue de prensa cuando, en 1995, la Universidad de Murcia lo investió Doctor Honoris Causa; era el primer actor que accedía a un claustro universitario de esas características. Y no menos extraordinaria fue la cobertura periodística del acto en el que el ministro Manuel Pimentel se desplazó hasta Águilas para hacerle entrega de la Medalla de Oro al Trabajo.

Otro de los ejemplos que avala lo que queremos demostrar nos lo proporciona la proliferación de titulares como los que a continuación se relacionan; todos a tres, cuatro y cinco columnas, y escogidos al azar, hablan por sí solos: *Rabal rueda una película en Cuba junto a su nieto Liberto; Rabal plantó a Ava Gardner por Buñuel; Rabal rueda*

---

<sup>105</sup> BLAYA MENGUAL, M.A. (2003): *Op. Cit.* p. 152

*"Dagon", su primera película fantástica... O reproduciendo a toda página una declaración suya: "Este país todavía huele a Franco".*

El eco y la repercusión que tuvo su muerte en las páginas de todo tipo de prensa, tanto española como extranjera, fueron de los que hacen época. Tal vez la respuesta de los medios de comunicación respecto del fallecimiento de Francisco Rabal aglutine material suficiente para elaborar una investigación monotemática en el marco de un exhaustivo análisis de contenido, pero en esta investigación es solamente una parte más. Y concretamente en este subcapítulo nuestra intención es circunscribirnos exclusivamente a reflejar los grandes titulares con los que la prensa informó de su desaparición y glosó su figura.

En sus primeras páginas, con gran e impactante tipografía, estos fueron los titulares que aparecieron: Por lo que a la prensa murciana respecta, *"Muere Paco Rabal"*, idéntica frase en *La Opinión* y *El Faro*, y *"La muerte de Paco Rabal deja a la región sin su mejor embajador"*, en *La Verdad*. Y a modo de ejemplo, entre periódicos nacionales y de otras regiones, *"Fallece durante un vuelo el mítico actor Paco Rabal"*, *Diario 16*; *"La muerte de Paco Rabal deja al cine español sin uno de sus grandes mitos"*, *El País*; *"Ha muerto Paco Rabal"*, *La Razón*; *"Adiós, Milana Bonita"*, tituló, bajo un gran fotografía, *La Vanguardia*, de Barcelona; o *"Fallece a los 75 años el gran Paco Rabal"*, insertaba, también en primera, *El Heraldo de Aragón*.

En el interior de todos ellos, un impresionante despliegue de páginas, suplementos extraordinarios, monográficos, biografías y detalles de todo lo acontecido antes, durante y después de los actos funerarios. Y titulares como estos: *"Adiós a un mito"*; *"De galán a genio"*; *"El cine pierde a su estrella"*; *"Paco Rabal se fue volando"*; *"Conmoción en Águilas tras la muerte de su actor universal e hijo predilecto"*; *"Amargo adiós del país a uno de los grandes del cine"*; *"El cine español pierde a uno de sus grandes actores"*; *"Paco Rabal, adiós al*

*maestro de actores”; “Adiós a una leyenda del cine español”; “Muere el legendario Paco Rabal”; o “El cine llora a un genio entrañable”.*

La mayor parte de la prensa sudamericana también se hizo eco de la noticia, y en México, país al que estuvo muy unido por ser el del exilio de Luis Buñuel, casi toda la prensa utilizó titulares parecidos a los de España, “*Murió Paco Rabal*”.

*“También llegó hasta aquí la reacción de la prensa cubana que, por ejemplo, en las páginas Granma, el rotativo de más circulación, titulaban “El cine también se llamará Paco Rabal”. En la posterior información se describe al actor como un hombre excepcional, abierto a la amistad y al desenfado”. (...). Y acaba preguntándose la publicación cubana: “¿Quién con memoria para recoger cincuenta años de carrera cinematográfica pudiera señalarle al emblemático hombre de Murcia que hizo alguna vez algo mal?”<sup>106</sup>.*

Son ejemplos, todos ellos, que permiten dar cuerpo a la finalidad perseguida.

---

<sup>106</sup> BLAYA MENGUAL, M.A (2003) Op. Cit. p. 155

**V**

**Metodología de la investigación**



Cuando se hable de noticias, editoriales, reportajes o crónicas siempre será en referencia al soporte del documento hemerográfico; partimos de una idea clara consistente en el estudio, general y particular, del mensaje, pero transmitido éste a través de la imagen que nos proporciona la hemerografía.

Entiéndase, como premisa de toda la investigación, que no es lo mismo, no puede serlo, recibir un mensaje que emana de un reportaje aparecido en una página de prensa, a determinada extensión, con fotografías, sumarios o grandes titulares, que disponer de él en la pantalla de un monitor, vía Internet; o sea, con una percepción totalmente plana.

Así, se trata de llevar a cabo un análisis, no ya de contenido, como se ha entendido tradicionalmente, sino de contenidos de prensa, observando un texto de cualquier género periodístico en el marco de un todo que engloba el fondo y la forma, el contenido y el continente.

Hay que descubrir, en cualquier mensaje o conjunto de estos, lo que se dice, lo que deja entrever, lo que no se puede decir, lo que se está queriendo transmitir..., denotaciones y connotaciones. Y todo ello retrotrayéndose, además, al momento en el que se emitió, es decir, situándolo en su momento histórico.

Tras lo anteriormente expuesto, otro factor a tener en cuenta es que, al tratarse de un tema tan concreto por una parte y amplio por otra, no puede ser encorsetado de forma y manera mínimamente estructurada. Es verdad, como ya hemos apuntado anteriormente, que no se trata de una temática concreta con una considerable penetración en la sociedad como pudieran serlo, por ejemplo, la educación o la sanidad. Pero tampoco se puede poner en duda, insistimos, que la proyección social, personal, artística o política de Francisco Rabal puede descubrirnos, al ser estudiada, muchos aspectos de la sociedad española durante la segunda mitad del siglo XX, así como proporcionarnos determinadas herramientas que ayudarían a posteriores análisis de corte social.

Tengamos muy presente la concatenación existente entre periodismo y sociedad en tanto que ésta proyecta su reflejo a través de los medios de comunicación, pero, además, es consciente de que existe un motor que siempre ejerce su acción envolviendo todo lo que se publica para ofrecerlo de la forma más acorde con sus intereses.

Intentaremos demostrar que los medios de comunicación son herramientas sociopolíticas que juegan su partida, ejercen su poder y velan por sus intereses elaborando la información que creen oportunamente correcta.

Demos otro paso más y, asumido lo anteriormente expuesto, entremos de lleno en la metodología, un compendio de estructuras y estrategias cuya conjunción pone de manifiesto las líneas a seguir para que la investigación cumpla el objetivo marcado. Éste requerirá un determinado diseño dependiendo del perfil del estudio a realizar y, en este caso, dada la muestra material con la que se cuenta, el tipo de análisis y lo que queremos demostrar.

### **1.- Investigación cualitativa**

Teniendo claros estos principios, el diseño de la investigación ha de ceñirse a las características de la misma, y éstas nos abren el horizonte del método cualitativo que, a su vez, obliga a contemplar los aspectos histórico y descriptivo de forma interpretativa.

Quede claro que la investigación cualitativa, de carácter *inductivo*, descansa sobre la observación y tiene como finalidad descodificar el

mensaje de una comunicación, pero observado siempre desde la tribuna de los elementos actores. Desde la perspectiva del análisis de contenido, es el de carácter cualitativo el que se impone en este tipo de investigaciones.

Se estudia el aspecto histórico porque lo que se analiza son hechos acaecidos en tiempo pasado, lo que en este caso nos permite el estudio, con un alto nivel de objetividad, de periódicos y revistas aunque lo mismo se puede hacer con libros, diarios, informes, etc.

Su componente descriptivo resulta de cualquier proceso analítico que parte de una observación reposada de las estructuras, obligándonos a interrelacionar los cuatro elementos (quiénes, dónde, cómo y por qué) que van a ser los que aporten, previamente identificados, la finalidad que se persigue.

Finalmente, incidir en que nuestro estudio cualitativo está llamado a valerse de un subtipo interpretativo, porque si del elemento analizado se pretende extraer unas categorías, unos indicadores, unas variables, como elementos básicos para la extracción de consecuencias (finalidad última de la investigación), no cabe duda de que estamos planteando una interpretación de todo ello.

Son estos, aspectos de descripción e interpretación, los elementos que aparecen a la hora de plasmar lo observado vivencialmente y extraído personalmente, conjugado todo ello con las conclusiones a las que nos lleva el análisis de información documental interpretada

(método cualitativo frente a una documentación extraída exclusivamente de la estadística).

Lo que en un determinado momento pudiera parecer un proceso analítico alejado del día a día es, básicamente, una selección de artículos, documentos hemerográficos, analizados de forma no circunscrita al modelo cuantitativo, aunque no lo excluye desde el momento en que se habla de porcentajes por géneros, estilos, etc, en una muestra compuesta por un número determinado de documentos. Es, sobre todo, un análisis de corte cualitativo en tanto que su objetivo es valorar de qué forma la prensa, los medios de comunicación de masas pertenecientes al universo Gutemberg, se hace eco de las informaciones que nacen de la figura -hombre, actor, recitador, etc.- de Francisco Rabal.

Todo el esfuerzo de esta investigación gira en torno a la averiguación del tratamiento que la prensa otorgó, siempre, a la figura de un hombre-actor que surgió de la nada, llegó a donde ni él mismo pudo jamás imaginar y murió siéndolo todo. Y se ha hecho para demostrar algo que ya, cuando menos, se presuponía por parte de quienes vivieron a su alrededor o se interesaron por la evolución del hombre y del actor.

Se trata de uno de los pocos casos en que la práctica totalidad de la prensa, casi al alimón, siempre mostró una actitud favorable hacia el personaje en cuestión. Explicaciones que justifiquen esto, las hay. Y

entre ellas, tal vez la más importante descansa en el hecho de Francisco Rabal jamás entró en el juego de “vender” ninguna información; ahí se ganó gran parte del cariño, y del respeto, que siempre le dispensó la inmensa mayoría de periodistas y medios de comunicación.

Para llegar, ya, científicamente a los resultados obtenidos se ha procedido al escudriñamiento de, aproximadamente, dos mil documentos que proporcionaron una muestra de 304, una vez despreciados muchos breves, críticas de películas y algunos tan *insulsos* que no aportan absolutamente nada.

A un análisis de corte similar -aunque sin tener en cuenta algunos campos por sus características especiales y del que damos cuenta en el Anexo IV- hemos sometido la documentación hemerográfica sobre la muerte del actor. En este caso sí que hemos procedido a la selección de una muestra: ocho documentos, compuestos por más de medio centenar de páginas, pertenecientes a periódicos diarios regionales murcianos, de difusión y ámbito nacional y, uno de ellos, perteneciente a una cabecera extranjera, concretamente argentina.

Y hay que tener muy en cuenta, por la importancia que cobra en el ámbito de la investigación, el proceso de semantización, que no es otra cosa que la combinación de dos o más unidades de información para elaborar el mensaje que se pretende transmitir; tanto si se trata

conjugar unidades de información gráficas y literarias, como si lo que se combina son conceptos puros de comunicación escrita.

La extraordinaria variedad de contenidos en la no menos enorme disparidad de documentos puede forzar la elaboración de campos semánticos: cine, teatro, televisión y poesía (recitales) en informaciones relativas a su actividad en estos aspectos de la interpretación; sociedad, recopilando las noticias que tratan cualquier aspecto no circunscrito al espectáculo; o Águilas y Murcia, en informaciones que hacen referencia a lo que siempre fue una constante, la alusión a sus orígenes.

A la hora de introducir variables, una a tener muy en cuenta, por ejemplo, va a venir dada por valoraciones en forma de epítetos y calificativos como galán, actor, nuestro actor más internacional, socialmente comprometido, recitador, poeta...

Aparecen coincidencias, en un porcentaje muy alto sobre la estructura de esta investigación, con el diseño que plantea Miguel S. Valles<sup>107</sup> acerca del proceso a seguir en un estudio analítico de estas características. Y tras exponer, de entrada, tres grandes fases -reflexión y preparación del proyecto, realización del trabajo de campo y análisis y posterior plasmación informativa final-, desmenuza los cometidos de cada una de ellas y las llena de contenido.

---

<sup>107</sup> Valles, Miguel S. (2000, 2ª reimpresión) *Técnicas cualitativas de investigación social*. Madrid: Ed. Síntesis S.A., p. 82

Así, en la primera, o de preparación del proyecto, se lleva a cabo tareas como formulación de la finalidad, adopción de la estrategia metodológica o selección de casos, contextos y fichas. Un método de investigación que nos permitiera alcanzar la meta deseada, demostrar científicamente algo que presentamos en la hipótesis previa, descubriendo, con la intervención investigadora, aspectos problemáticos que nos llevaban a dar, en ocasiones, pasos atrás para seguir después adelante.

Frente a la ambigüedad que puede revestir un diseño constructivista por cuanto funciona con continuas modificaciones, optamos por un diseño positivista, aquel que –según la teoría de G. Rodríguez Gómez, J. Gil Flores y E. García Jiménez-, con muchas posibilidades de lograrlo, va a intentar “anticipar todos los problemas con los que el investigador se puede encontrar en el campo”<sup>108</sup>.

Cuando esta inicial labor estuvo terminada entró en juego la segunda fase, consistente en ajustar las técnicas de recogida de material, tanto propias y personales como la general de documentación hemerográfica. Y en el marco de un análisis preliminar se realiza la elaboración de las fichas de confección propia, y diseñadas al efecto para conocer todos los contenidos necesarios de los 304 documentos seleccionados. Y de similar forma y manera lo hemos hecho con los 8 documentos post mortem.

---

<sup>108</sup> Rodríguez Gómez, G. [et al.] (1996) *Metodología de la investigación cualitativa*. Málaga: Edic. Aljibe S.L. p. 67



Es en el transcurso de esa elaboración de fichas cuando, en consonancia, entre otras, con la obra citada *-Metodología de la investigación cualitativa-* comenzamos a percatarnos de la ingente cantidad de documentos hemerográficos que hemos preseleccionado y es necesario poner en marcha el primer filtro para ir acotando la muestra documental. Una vez comenzando el análisis preestablecido, y para asegurar el rigor de la investigación, se hace obligatorio valorar los criterios de suficiencia y adecuación de datos, referida aquella a la cantidad recogida antes que al número de sujetos, y elaborando la citada adecuación con una selección de la información acorde con las necesidades teóricas del estudio.

En definitiva, se trata de proceder al análisis de contenidos periodísticos desde una perspectiva general en cuanto a lo social, y con una metodología cualitativa-interpretativa basada en la elaboración de una ficha por cada uno de los documentos seleccionados acerca de la figura de Rabal a través de la prensa, y primando siempre la ausencia y presencia, así como sus formas sobre la medida.

## **2.- Reflexiones sobre el análisis de contenido**

Coinciden muchos comunicólogos en la idea de que el análisis de contenido no es otra cosa que una técnica para la investigación de la comunicación social con la finalidad de ahondar en el trasfondo

de lo que se dice para averiguar lo que no se dice; descifrar los mensajes latentes, ocultos.

Además de investigar sobre el perfil del medio, pues no en vano evidencian posicionamientos de quienes actúan como emisores, aseguran los estudiosos de la materia que también es capaz de descubrir la personalidad de los receptores.

Así, es difícil, por utópico, partir del ámbito científico del análisis de contenido.

Primero, porque en la mayoría de los periódicos no se escribe tan estratégicamente como en los de más calidad lingüística; y segundo, porque, por ejemplo, la visión que de este método de investigación tiene Berelson<sup>109</sup> -tal vez el más conocido de los comunicólogos que han teorizado sobre este aspecto- se asienta en una descripción objetiva, sistemática y cuantitativa, cuando lo que aquí impera, por las circunstancias y filosofía de la investigación, es una metodología cualitativa descriptiva.

Basaba Berelson la objetividad en una supuesta o presunta fidelidad a la hora de recopilar y seleccionar textos y defendía su perfil sistemático porque ha de aplicarse el mismo baremo a todos los elementos analizados, que, obviamente, deben de conformar una muestra con un elevado nivel de universalidad.

---

<sup>109</sup> BERELSON, B. (1952) *Content analysis in communication research*. Illinois: Glencoe, p.18

Se hace necesario añadir, finalmente, que la descripción de contenido manifiesto se debe a que todos los analistas han de llegar a las mismas conclusiones porque el análisis se elabora en relación con el mismo objeto, y este, para la tesis propuesta, radica en los objetivos.

Con una amplia visión de análisis y exposición de teorías al respecto, defiende Roberto Grandi<sup>110</sup> que mientras la teoría de Berelson limita el enfoque *“a una técnica de investigación sobre la dimensión manifiesta del contenido, acentuando su carácter cuantitativo y objetivo, Laswell, por el contrario, consideraba el análisis de contenido como la salida operativa de su opción teórica a favor del estudio de la función de la comunicación...”*.

Al abrirse hacia un estudio con suficiente presencia descriptiva y explicativa, tal vez esta teoría de Laswell se asemeje al modelo que pretendemos implantar en esta investigación, y que ya hemos definido como análisis de contenidos.

No sería descabellado contemplar que nos estamos acercando a las teorías que, sobre el análisis de contenido, defiende el análisis del discurso, más interesado en percepciones cualitativas (interpretativas) que cuantitativas (estadísticas).

Hay, no obstante, aspectos coincidentes ya que al analizar el comportamiento de la prensa con un personaje es importantísimo

observar los calificativos utilizados para definirlo y, evidentemente, tener muy en cuenta la regularidad con la que los emplean, así como cuáles son más frecuentes; esta medición es también cualitativa, de interpretación. Además, en el horizonte científico del análisis de contenido hay que detenerse en aspectos tan importantes como son las teorías sobre la evolución de la comunicación de masas, el protagonismo del contenido y los efectos.

Estaríamos hablando, como apunta Albert Kientz<sup>111</sup>, del análisis de contenidos que *“permite reconstruir la evolución de las ideas”*.

El análisis *“sobre los procedimientos que utilizan (los medios) para acondicionar los mensajes que emiten, sobre su especial tipo de escritura (y) sobre las funciones que asumen”*<sup>112</sup> no es otra cosa que el estudio del tratamiento que dan a un determinado tema o personaje. Y esto sólo puede hacerse desde una perspectiva cualitativa del análisis.

Puede ayudar el análisis de contenido a comprender los medios de comunicación social. Pero lo que aquí, en esta investigación, interesa es, a través del análisis de los contenidos de los medios de comunicación, descubrir la actitud, por medio del tratamiento dado, de los medios hacia la figura de Francisco Rabal.

---

<sup>110</sup> GRANDI, R. (1995) *Texto y contexto en los medios de comunicación*. Barcelona: Bosch Casa Editorial S.A. p. 29

<sup>111</sup> KIENTZ, Albert (1974) *Op. cit.* p 55

<sup>112</sup> KIENTZ, Albert (1974) *Op. cit.* p 57

Este momento es el que eleva al mensaje, como auténtico campo de investigación, a la categoría de protagonista. Y lo es desde cualquier punto de vista porque razón tiene quien defiende que el mensaje llega a la "caja negra" y ahí comienza el tratamiento que se le pretenda dar. Pero el producto de ese tratamiento no es otra cosa que un gran mensaje de efecto racimo del que emana una ingente cantidad de ellos, basándonos en el vocabulario, el título, la extensión del texto, el acompañamiento de cualquier tipo de soporte gráfico...

De las distintas tendencias norteamericanas en cuanto al análisis de contenido, dice Casasús<sup>113</sup> que tal vez la más avanzada sea la de Charles Osgood, que *"centra su atención en el análisis asociativo o de contingencia"*. O sea, el análisis de combinaciones de mensajes en vez de la acumulación de éstos; la observación del mensaje formado por diferentes elementos comunicacionales.

De lo que Kayser denominaba morfología del periódico<sup>114</sup> puede extraerse dos enfoques, distintos pero no distantes, en cuanto al análisis. Por una parte, el *"análisis estructural de la morfología"* del diario, basado, según Casasús<sup>115</sup>, en técnicas de la confección y compaginación de los diarios. Y por otra, el "análisis estructural del contenido" que, extrapolando la teoría general de Kayser a una visión individualizada de sus componentes -una página o parte de

---

<sup>113</sup> CASASÚS, J. M<sup>a</sup> (1998, 4<sup>a</sup> edición) *Ideología y análisis de medios de comunicación*. Barcelona: Ed. CIMS 97 S.L. p. 52

<sup>114</sup> CASASÚS, J. M<sup>a</sup> (1998, 4<sup>a</sup> edición) Op.cit. p. 113

<sup>115</sup> CASASÚS, J. M<sup>a</sup> (1998, 4<sup>a</sup> edición) Op.cit. p. 56

ella-, podría decirse que se trata de valorar el papel de una información en el marco general del espacio o superficie que ocupe esa información.

El material inicialmente preseleccionado y la muestra que seguidamente da pie a esta investigación evidencian que, durante aquellos primeros años, el universo artístico, el mundo al que pertenecía nuestra figura investigada, era parte de lo que el sistema determinó que había que pensar. El poder único que todo lo controlaba tenía los medios a su servicio, y éstos, si no afines sí sumisos a él, ponían a su disposición un poder tan importante como el de la persuasión. Y, evidentemente, con él, todas las posibilidades de manipulación sobre la opinión pública.

### **3.- Documentos seleccionados**

Tras haber colocado en el escenario de esta investigación a sus elementos clave -a saber, el objetivo de la misma, revisión previa de investigaciones que en algún momento pudieran tener similares características y el examen de los documentos disponibles-, se procede a la selección del material que se estima conveniente para su posterior análisis.

Y se procura que encaje en un marco entre cuyos límites se encuentran las cuatro características básicas de toda selección de muestra documental a analizar: son documentos pertinentes por su relación directa tanto con el personaje como por el aspecto de éste

que se va a analizar; la exhaustividad les viene dada por la amplitud del objetivo utilizado para llevar a cabo la selección; es una muestra homogénea porque la elección de todos los documentos que la componen obedece a un mismo criterio; y, finalmente, la representatividad está garantizada por el amplio abanico de medios que han resultado ser canales portadores y transmisores de los documentos previamente seleccionados.

También es cierto que no se trata de la única muestra posible; puede ser otra, pero la preferencia por el conjunto de esta obedece, en unos casos, a que ofrece más datos, y en otros, a que parece rigurosa.

### **3.1.- Criterios de selección**

Queremos reiterar que no hemos utilizado criterio científico alguno de selección documental, incidiendo en la teoría apuntada al tratar y exponer las fuentes documentales, e insistimos en reafirmar que en nada se asemeja la selección de material llevada a cabo en este trabajo a las teorías tradicionales de muestreo.

Cuando el planteamiento previo consiste en la búsqueda de documentación que recoge o de la que se puede extraer información a cerca de una temática general, y generalizada, los primeros pasos a seguir están perfectamente trazados en los procesos de recuperación de documentación. Además, actualmente se trata de algo muy facilitado, tanto por la informatización de catálogos y

archivos como por la internacionalización de muchos documentos temáticos existentes.

Pero la información que se busca no está indizada y catalogada en centro alguno de documentación, si no de acceso libre, sí, cuando menos, de fácil consulta. Entonces, el diseño de trabajo comienza a sufrir variaciones hasta el punto de que, en muchos casos, el camino recorrido para llegar al final no se parece en nada al prediseñado en los momentos que marcaron los primeros pasos.

Ante la inexistencia de un material mínimamente de nuestro interés y acorde a los objetivos planteados, hay que recurrir a subcarpetas y archivos de una gran y virtual carpeta temática.

También varía, y mucho, el muestreo a determinar dependiendo de la universalización temática, del interés que haya suscitado y de la implantación posterior que, como tal, haya alcanzado en los medios de comunicación.

Local, nacional, economía, internacional, deportes, espectáculos...; son secciones que tienen sus espacios permanentemente reservados.

Y dentro de cada una de ellas se alojan determinadas temáticas que suelen aparecer con relativa frecuencia y/o asiduidad: educación, industria, sanidad, información bursátil, fútbol, atletismo, baloncesto...

El muestreo pasa a ser algo muy diferente cuando se trata de encontrar a un personaje: docente, médico, arquitecto, periodista, atleta, escritor, actor...



Existe un segundo bloque de secciones que suelen prestar al medio un importante papel de comodín como son las dedicadas a cultura, sociedad, espectáculos, sucesos... Y por la misma fórmula anterior, en otros niveles hay que moverse para encontrar personas o temas propios de estas secciones.

En una figura similar a la de la pirámide invertida, hasta la altura o el nivel de estos dos bloques -uno imprescindible y otro no tanto- y un poco al hilo de las necesidades, puede recurrirse a un estereotipado muestreo de determinados días en el marco de un predeterminado periodo de tiempo. Y a partir de ahí, trabajar con unos documentos que ofrecen informaciones asentadas en el perfil previamente establecido. Obviamente, se trata de un material que, en la mayoría de los casos, es bastante fácil de encontrar y acceder a él.

Después aparecen los detalles, personalidades, aspectos concretos, etc., dentro de cada sección y temática, tanto fijas y diarias como no tan asiduas. Y es aquí, llegado a este nivel de la pirámide, a este aspecto/tema elegido, donde la documentación y su recuperación se convierten en algo muy complejo. Porque no puede aspirar a ser un estudio mínimamente serio el escudriñamiento, por ejemplo, de 728 ejemplares de periódicos -dos años completos de un diario, o uno si se trata de dos rotativos al día- que proporcionarían, tal vez, 25 o 30 referencias del tema buscado, a veces repetidas en los dos

periódicos porque proceden de la misma agencia de noticias. De la misma fuente.

De toda la documentación hemerográfica encontrada a base de bucear en las fuentes a las que se hace referencia en el punto 1.6 del Capítulo III, han formado parte del material seleccionado aquellos documentos que responden a unos criterios considerados serios, objetivos y, sobre todo, portadores de la mayor parte de las categorías, variantes y descriptores que, a priori, pueden ofrecer un resultado más científico. Aquellos, en definitiva, que con más y mayor rigor aportan veracidad a cuanto se intenta demostrar en la presente investigación.

La selección está compuesta por materiales de diferentes tipos de prensa e información, y ante la coincidencia en cuanto al contenido en varios de ellos, el criterio imperante ha venido impuesto por un riguroso análisis que decidiera cual de ellos es el más completo y perfectamente identificado por fecha y cabecera.

En algún momento se ha seleccionado más de un documento de igual o similar contenido con el único objetivo de observar las diferencias en el tratamiento que de la misma información inicial hacen publicaciones diferentes y diferenciadas por el espíritu informativo y comunicativo de cada una de ellas. O, también, para continuar demostrando la unanimidad periodística en el interés por el personaje y la positiva actitud hacia él.

Es lo que comentábamos en el capítulo anteriormente citado acerca de la teoría de Oliver Burgerlín<sup>116</sup> respecto de que cada publicación ofrece el mensaje de la forma que imponen sus características.

Mención aparte hay que hacer con el material hemerográfico sobre la información acerca de la muerte del actor. En este caso, al disponer de un inmenso material de referencia, hubo que seleccionar con la finalidad de cubrir todo el abanico de sensibilidades.

#### **4.- Análisis de prensa**

Son muchos los aspectos que dan forma a la estructura de un análisis de prensa. Desde la ubicación de cualquier noticia en el conjunto del periódico y de la página en cuestión del mismo, hasta el acompañamiento de ilustraciones o la tipografía empleada, iniciativas que ya suponen una forma determinada de comunicar esa noticia. Tampoco es lo mismo el despliegue que se haga para cubrir un acontecimiento que la forma en la que, al final de la cadena de elaboración, se comunicarán esos hechos.

Otro aspecto importantísimo a tener en cuenta es la selección previa, que unas noticias aparezcan y otras no. Esto, en cuanto a la manipulación informativa, ya es un indicativo importantísimo porque los motivos pueden ser muchos y variados; y entre las que fueron seleccionadas puede haber alguna que lo hubiera sido por importantísima actualidad, pero en contra de la filosofía, objetivos e

---

<sup>116</sup> BURGERLÍN, Oliver (1974) *Op. Cit.* p. 15

intereses del medio. Es entonces cuando entra en juego la segunda manipulación, la elección de página y su ubicación en ella. Y después, la tercera manipulación, el tratamiento semántico; posteriormente, la cuarta, el tratamiento tipográfico...

Es tal la incardinación de la prensa en la opinión pública que todos estos resortes para analizarla resultan importantísimos para intentar comprender los vaivenes sociológicos, causa del tratamiento que se haya decidido dedicarles.

En el marco del personaje investigado y analizado mucha es la diferencia existente entre los años de la primera etapa y los correspondientes a la última, en cuanto difusión de información se refiere. Así, durante los primeros –década de los 50- no abundaban los sofisticados medios de comunicación que marcaron la velocidad de la información durante los últimos años de vida del actor. Ante todo esto y las explicaciones posteriores, no resultará difícil entender el por qué de la decantación por los astros de la galaxia Gutemberg.

Eran los años de la incipiente televisión y, sin temor alguno a exagerar, durante dos décadas no fue ésta el medio de comunicación por excelencia que es en la actualidad.

Más implantada, aunque no de forma generalizada, estaba la radio, pero tampoco reúne las características necesarias para realizar el análisis que se pretende.

Los medios impresos eran, hasta hace muy pocos años, los que llegaban a más gente; porque durante el día (y también después) podían ser leídos por toda la familia; y, además, quienes no lo compraban podían leerlo en el bar, en las peluquerías de ambos sexos, en las consultas médicas...

Otro detalle a tener en cuenta, por cuanto a la influencia que ejercían, era aquel convencimiento "semisacro" de que "lo dice el periódico". Y es que la prensa era un elemento persuasivo donde los hubiere, importantísimo, sobre todo, para conformar la opinión pública deseada.

Con el paso de los años fueron desapareciendo algunas de estas características aunque ha adquirido otra, muy importante, cual es el haberse convertido en el medio buscado para ampliar lo que se ha visto y oído en televisión o radio.

El análisis llevado a cabo, sin huir de aspectos cuantitativos porque se tienen en cuenta aunque sea cualitativamente, se enmarca, como ya ha quedado apuntado anteriormente, en una investigación histórica, narrativa, descriptiva e interpretativa. Lo que se ha perseguido en todo momento ha sido, aunque interpretando los datos, poner de manifiesto una determinada actitud para con un personaje singular e irrepetible.

El tratamiento periodístico propiamente dicho gira en torno a unas características muy determinadas, y en una primera incursión en este

terreno bien pudiera ser catalogado el presente estudio como un proyecto experimental porque, en primer lugar, el análisis del tratamiento periodístico a cualquier persona no es algo muy trillado y, además, esta investigación sobre la figura Francisco Rabal en los medios de comunicación es algo no realizado todavía.

El análisis del tratamiento periodístico de un tema concreto debe tener en cuenta un aspecto muy relevante cual es *“el tipo de apelación comunicacional que hace la noticia. Esto es, lo que quiere lograr esencialmente el periodista, o sea, lo que quiere comunicar”<sup>117</sup>*.

Y hacen los autores de estos textos mucho hincapié en el hecho de que, en análisis de este tipo, lo anteriormente expuesto puede descubrirse a través de tres objetivos: el cognitivo, que pretende simplemente informar; el afectivo, que procura atraer al lector hacia un posicionamiento proclive a lo expuesto; y el volitivo, encaminado a que el público lector ejerza un movimiento concreto alrededor del mensaje recibido.

Tal vez sea acertado remitirnos de nuevo y recordar lo apuntado en el apartado 1.4 del Capítulo III acerca de esas otras dos funciones de los medios de comunicación según P. Lazarsfeld y R. Merton: confieren estatus y refuerzan la valoración de alguien por parte de la sociedad.

---

<sup>117</sup> <http://facom.udc.cl/CEM/grl/investig/tratcult/tratcult2.htm> [09.11.2005]

Pero habría que tener muy en cuenta que todo dependerá del tratamiento que se le dé; del manipulado –que no manipulación- a que se someta el hecho en cuestión; de la actitud mostrada hacia el sujeto en cuestión, etc.

El tratamiento periodístico comienza en el mismo momento que se decide cubrir una información y cómo cubrirla, así como si se trata de seleccionar, y con que objetivo, una información de agencia.

Sin olvidar lo importante que resulta la aparición, el “reclamo”, de una llamada en primera, el siguiente paso es analizar los titulares, su extensión, ver si en ellos aparece el nombre del protagonista; la amplitud de la información; si va acompañada de fotografía, y de qué tipo; y algo también muy significativo, en qué sección del periódico queda insertada la noticia en cuestión. Porque antes iba todo a ese cajón de sastre denominado “Espectáculos”, y ahora pueden reubicarla más concretamente en “Sociedad” o “Cultura”, apartado en el que, desde hace unos años, tratan los medios de difundir la información cultural que surge en el seno de una sociedad.

Dónde se coloque la información, sin foto o con foto, más grande ésta o más pequeña, a cuántas columnas y, consecuentemente, el cuerpo de la tipografía en los titulares, etc. Esto es parte muy importante en el tratamiento que cada medio decida dar a cualquier información porque *“la representación de la realidad está en función del tratamiento gráfico-visual del comunicador y/o del*

*poseedor del canal de comunicación. La forma de representación del objeto está asociada directamente a la valoración de la ideología del productor del mensaje...”, según la teoría expuesta y defendida por Aparici y García-Matilla, añadiendo al respecto que “las cosas no son lo que parecen, sino lo que, por un lado, el emisor pretende lograr y, por otro, lo que el receptor espera ver representado”<sup>118</sup>.*

Y aquí es donde entra de lleno la denotación y la connotación, que aunque son dos niveles de análisis que la mayoría de los autores circunscribe únicamente a los medios de comunicación audiovisual, también ejercen su protagonismo, y muy importante, en la prensa. Porque también en ella hay elementos que denotan y connotan: desde la ubicación estratégica de una determinada información, a la fotografía elegida, pasando por la imagen que proyecte la totalidad de la página, su maquetación y compaginación.

Por una parte, lo que se percibe explícitamente, sin más, no es otra cosa que lo que denota el mensaje, si se quiere, globalizado. Y por otra, lo que cada cual puede interpretar a raíz de la distribución de elementos o, incluso, de estos mismos y el mensaje que pretendan transmitir; esto, evidentemente, es un claro análisis connotativo. Éste es, según Aparici y García-Matilla<sup>119</sup>, *“un nivel simbólico (que) no se expresa materialmente sino en función de una serie de coordenadas que se ponen en juego al componer el mensaje”*.

---

<sup>118</sup> APARICI, R. y GARCÍA MATILLA, A. (1989) *Op. Cit.* P. 51

<sup>119</sup> APARICI, R. y GARCÍA MATILLA, A. (1989) *Op. Cit.* P. 65



Tal vez sea más profunda y científica la explicación de Roland Barthes que, citado por Aparici y García-Matilla<sup>120</sup>, defiende su teoría exponiendo que *“el código de connotación no es artificial (como en una lengua verdadera), ni natural: es histórico”*.

Y aclaran los autores de *“Lectura de imágenes”* que *“se da en un contexto determinado y en unas circunstancias sociales, políticas y económicas específicas. Tanto su representación como su significado están determinados en función de los valores dominantes que sustenta o rechaza una sociedad dada”*.

En la dirección web anteriormente observada exponen sus autores que *“otro aspecto referido a los criterios de tratamiento se puede observar en las distintas connotaciones que están presentes en las noticias. Las connotaciones (...) aluden a la cualidad simbólica, a la significación consciente o inconsciente que (...) el periodista le da al mensaje. Tiene un carácter subjetivo y su identificación se hace a partir de ciertas palabras clave que tienden a reiterarse (normalmente bajo la forma de sinónimos) y que le dan el énfasis a la intención comunicativa”*.

Y explican que estos adjetivos -epítetos- son positivos, negativos y neutros según estén utilizados, respectivamente, con la intención de que el público tome una posición a favor, crítica o negativa, o los haya colocado el periodista por cuestión estética o para dar mayor

---

<sup>120</sup> APARICI, R. y GARCÍA MATILLA, A. (1989) *Op. Cit.* P. 66

claridad al mensaje. Pero esta utilización de adjetivos también marca la orientación y tendencia del texto, en el que también hay que valorar la tematización (cine, sociedad, etc.), así como la profundización a que el autor someta el análisis o la exposición del mismo.

Llegados a este punto puede asegurarse que, "subsidiariamente", cada medio, por el tratamiento que decida otorgar a un tema, está fabricando "su" información, que, por otra parte, no es otra cosa que el producto que espera "su" público lector.

Dos son los grandes pilares -aunque de ellos emanen después otros subaspectos- en los que ha de apoyarse el manipulado de la información para imprimirle el tratamiento que se desea. Por una parte, el lenguaje, elemento que, según Miquel de Moragas<sup>121</sup> *"permite parcelar ideológicamente la realidad al dar la impresión de que se presenta la única versión posible de la misma"*. Y por otra, la imagen, aspecto este que Gonzalo Peltzer<sup>122</sup>, al valorar la importancia del soporte gráfico acompañando al texto, sostiene que *"desde un ángulo puramente periodístico, siempre lo visual ha sido verdadera información. El buen diseño de la información, la claridad que puede agregar a una noticia o historia su traducción visual, en la que se incluye hasta la misma diagramación de lo textual, constituye,*

---

<sup>121</sup> MORAGAS, Miguel de (1976) *Semiótica y comunicación de masas*. Barcelona: Ediciones Península. P. 159

<sup>122</sup> PELTZER, Gonzalo (1991) *Periodismo iconográfico*. Madrid: Ed. Rialp. p. 23

*sin lugar a dudas, mejor periodismo y mejor información, cualquiera que sea el medio”.*

Todos los documentos analizados, sometidos a estos y otros controles, confirman la previa sensación, o intuición, de que la mayoría de ellos son de carácter valorativo-afectivo, poniendo de manifiesto, por encima del respeto, la admiración y, por qué no, la conveniencia de su explotación como símbolo de cultura de masas, así como el cariño y el afecto que siempre le dispensaron.

#### **4.1.- Establecimiento de categorías**

Tal vez del contenido de este apartado nazca la verdadera columna vertebral de la investigación llevada a cabo. El resultado de cualquier análisis cualitativo dependerá del sistema categorial que se le aplique. Y dentro del esquema a seguir en un análisis de datos, dependiendo de si el elemento a estudiar es personal o institucional, individual o corporativo, las categorías juegan un papel muy distinto en uno y otro caso. A cada objeto concreto, ubicado en sus marcos temporales y geográficos, corresponden unas u otras categorías.

Éstas siempre constituyen la pieza clave en el engranaje de la investigación, y de ellas penden tanto el objetivo personal del investigador como la idea inicial que dio lugar al proyecto.

Defiende Albert Kientz<sup>123</sup> que *“no existen categorías “prefabricadas” ni “llaves maestras” válidas. Cada vez deben ser cortadas a medida, en función del material tratado y de los fines perseguidos”*.

#### **4.1.1.- Tipo de prensa**

Es preceptivo recordar lo que apuntamos en el capítulo III.1.3 acerca de que si al contenido se le denomina información, es preferible que cuando hablamos del medio en el que se ubican nos refiramos a tipos de prensa.

Una vez situados en esta órbita, es importante saber si el documento de referencia se publicó en un periódico de información general, en una revista especializada en espectáculos, cine, teatro, etc, en un magazine o en alguno de aquellos monográficos que estuvieron muy de moda –por interés de quienes controlaban el pensamiento social– en los años sesenta.

Cada una tenía su perfil, y si el de la prensa de información general o especializada podía responder a un público más culto y, por ello, menos numeroso, el destinatario de las revistas, magazines, era más heterogéneo; llegaba a más gente porque permanecía durante semanas en diferentes tipos de centros públicos y sociales.

Los monográficos, además de no tener precios demasiado elevados, se los pasaban de unas a otras –su principal público era el femenino–

---

<sup>123</sup> KIENTZ, Albert (1974) Op. cit. p. 173

e incluso, como ocurría en muchos lugares con las novelas, se alquilaban en los mismos kioscos.

O sea, que si importante era la aparición de una noticia en el periódico diario de información general porque su repercusión era sobre un lector más cualificado, no menos trascendencia suponía la publicación de cualquier hecho en revistas, o ser éste digno de un monográfico, por la cantidad de receptores que podían llegar a contabilizar.

#### **4.1.2.- En qué página**

Una de las características más importantes cuando se trata de analizar la importancia que, desde el emisor, se le ha querido dar a un tema concreto es la página en la que aparece; en la par o en la impar: a la izquierda o a la derecha de la publicación, periódico o de revista, una vez abierta.

No hay más que ver dónde suelen aparecer los grandes espacios publicitarios de las más importantes empresas. O se les asigna por parte del medio, porque hay que llevarse bien con el gran anunciante, o es éste quien lo exige, y lo paga. Y es que está estudiado y demostrado que a donde, psicológicamente, se dirige la mirada del lector, al abrir una publicación o pasar la página de la misma, es a la derecha; y más concretamente, al ángulo superior derecho.

Es verdad que, sobre todo en la primera mitad del marco temporal de referencia, un porcentaje bastante elevado de la población consumidora de medios de comunicación de masas se lo leía todo, porque no había mucho más en lo que entretenerse y, también, por aquello de amortizar el coste. Pero también hay que saber evaluar la gran cantidad de personas, sobre todo hombres, que, en los lugares públicos ya comentados, procedían a una lectura rápida y, contrariamente a lo que ocurre en la actualidad, gustaban de pasar todas las páginas; el medio televisivo no tenía el auge de ahora, y era la única manera de estar un poco "al día" de lo que iba aconteciendo. Y en este caso sí que era importante lo de la página par o impar.

También imprime su importancia el hecho de que a una información base, tratada posteriormente en el género que fuere, se le dediquen dos páginas, ya sean individuales pero encaradas, ya sean las centrales, aspecto éste que eleva muy considerablemente la importancia que se pretende dar al mensaje o mensajes pertinentes.

Así mismo, durante los primeros años del periodo elegido para esta investigación se utilizaba mucho el ajuste de una información en dos páginas, pero en anverso y reverso. Suponía otorgarle una muy considerable importancia, aunque menor que en los casos anteriores.

Otra posibilidad de valoración estriba en comenzar en página par o impar un material iconográfico, más o menos variado y con el tratamiento, o no, de monográfico o páginas especiales.

Mientras tanto, la inserción de una información en la contraportada de una publicación diaria, un periódico, denota una consideración muy importante; tal vez superior a la ubicación del material en una página impar.

Finalmente, la utilización de la portada, en menor, mayor o total superficie, suele convertir a la información correspondiente en lo más importante del día para ese medio de comunicación. Diferente análisis requiere, en las revistas gráficas, la inserción en portada de una gran fotografía del personaje en cuestión, haya o no más información en páginas interiores. Esto es algo muy usual en este tipo de publicaciones hasta los años sesenta.

Expuesto todo lo anterior respecto de la compaginación, concluyamos que en parecidas circunstancias a las puntadas respecto del aprovechamiento de cualquier resquicio de tiempo para ojear la prensa, se mueve la sociedad actual.

En no poco ni pequeño sector de población, con un frenético ritmo de vida, se da el aprovechar cualquier momento para echar un vistazo a la prensa. Y ahí es donde juega su gran baza la ubicación de una noticia, una entrevista, una crónica, en una página par o en una impar.

#### 4.1.3.- Inserción del nombre en los titulares

El nombre del tema, la institución o la persona en el bloque de titulares es otra argucia del emisor, empresarial o periodístico, para atraer o no la atención hacia ese mensaje y, caso de optar por ello, a qué o a quién interesa destacar. Tampoco hay que olvidar que en muchas ocasiones, unas veces por puro desinterés o falta de formación, y otras por las prisas de terminar o el apremio del cierre, se coloca o se omite este detalle sin ninguna justificación. Cuando se obra con interés o premeditación a la hora de colocar y ajustar titulares, éstos se manipulan de forma que trasmitan, dentro del contenido real, el mensaje que interesa.

Antes, a golpe de consignas, era el sistema el que marcaba las bases para que el nombre de una persona apareciera o no en estos lugares tan destacados; cuando el poder establecido, a base de secuestro de libertades, intentaba fabricar ídolos populares, cobraba una tremenda importancia, y por eso lo imponía, que el nombre de la figura en cuestión apareciera "de forma destacada". O sea, en el título o, como mínimo, en antetítulo o subtítulo. Ahora, bien el interés del medio, si el tema es lo suficientemente importante, o bien la decisión del periodista son los que juegan con esta baza que suele tener mucha incidencia en esta cultura de masas impartida por los medios de comunicación, en nuestro caso, impresos.



A modo de ejemplo ficticio, no es lo mismo titular “Premio en Cannes para Los Santos Inocentes” que “Rabal y Landa triunfaron en Cannes”, o “Cannes consagró a Paco Rabal”.

#### **4.1.4.- La importancia del soporte gráfico**

Por definición, cuando se habla de soporte gráfico casi siempre estaremos refiriéndonos a fotografías, prácticamente la única información no verbal de que disponían los periódicos hasta hace muy pocos años. Últimamente podemos referirnos a este elemento cuando se trata de un dibujo, una caricatura, una infografía...

Hace 30, 40, 50 años, y en la temática que nos ocupa, lo más normal era una fotografía del actor o, como mucho, la reproducción del cartel de la película u obra de teatro en la que actuaba el personaje en cuestión.

No cabe duda de que es otro elemento que revaloriza el producto periodístico, ya sea una información, una entrevista, un reportaje..., además de ser algo necesario, estética y psicológicamente, para hacer atractiva la página de una publicación. Resulta ilegible -hay ejemplos, aunque no se adjuntan por no ser tema de análisis en este trabajo de investigación- una página de periódico, con un solo tema, o como mucho, dos, sin ningún apoyo gráfico o fotográfico. Cinco columnas de texto...

Y también juega su importantísimo papel la fotografía, primero, a la hora de destacar la información en general, y después, la imagen

que se inserte será algo directamente relacionado con el mensaje subliminal que se pretenda transmitir.

Recorre de nuevo Casasús<sup>124</sup> a Roland Barthes en el sentido de que para éste, en el marco del mensaje, la fotografía “está dotada de autonomía estructural, pero no se presenta aislada, puesto que generalmente está apoyada por un título o un texto, es decir, por otra estructura de comunicación”. Y añade más adelante que “Barthes localiza en el mensaje iconográfico dos estructuras diferentes: la visual y la verbal o lingüística, y descubre que estas dos estructuras pueden presentar un sentido paralelo pero también divergente u opuesto”.

Como dato ilustrativo, aunque no sea este el lugar ni el momento, de los 304 documentos analizados, 244 van acompañados de una o más ilustraciones gráficas.

#### **4.1.5.- Ámbito de distribución del medio**

Si los cuatro puntos anteriormente tratados ejercen un importante papel de persuasión para con el lector, esta categoría no tiene nada que ver con ese intento de captar la atención del lector. Pero a la hora de analizar el impacto, se sabe si el mensaje llegó a más o menos gente dependiendo del ámbito de distribución del medio. Más difusión se le supone, lógicamente, si el medio es un diario o revista de carácter nacional que si se trata de una publicación regional o que no llega, por problemas de distribución -situación

---

<sup>124</sup> CASASÚS, J. M<sup>a</sup> (1998, 4ª edición) Op.cit. pp. 62 y 63

bastante normal hasta finales de los años sesenta-, a todos los rincones del país, a todas las zonas, periféricas o rurales de aquella realidad española de los primeros veinte años de la segunda mitad del siglo XX.

#### **4.1.6.- La fuente última**

Del mismo corte que el anterior es este aspecto categorial. Sabiendo quien fue el último emisor, podemos intuir si ha trascendido más o menos.

Si la firma una agencia sabemos que ha llegado a todos los medios aunque no la publiquen o, incluso, no lo hagan el mismo día y la retengan para alguna sección concreta y no diaria.

Por el contrario, si la firma alguien “de la casa” ya es otra cosa; y dentro de que sabemos que el contenido periodístico no pasa de ahí, también es importante quién la firme ya que todos los lectores tienen predilección por uno u otro informador o articulista. Además, el concurso de autor o autores, incluso de los corresponsales, también adquiere un importantísimo valor por cuanto el trabajo se hace con las premisas elaboradas y plasmadas por el aparato comunicador del medio en cuestión.

#### **4.1.7.- Calificativos y actitud hacia el personaje.**

Compara Casasús<sup>125</sup> las teorías de Osgood y Raymond Willians y las plasma exponiendo que mientras el primero hizo una valiosa

aportación al análisis de los medios de comunicación masivos basada en la medición de actitudes –favorables o desfavorables- de un mensaje respecto de un elemento protagonista –temas, personas, etc-, Willians *“propone un sistema más amplio para abarcar críticamente el fenómeno de los medios de comunicación de masas (...)”*. Observa Willians la comunicación que surge de los espacios pero no se substraen al análisis del estilo y la presentación. También este aspecto es desarrollado por J. Kayser al apostar por el diagnóstico de la eficacia, tanto del medio como del mensaje basado en la presentación, y en ella entran aspectos como superficie impresa, títulos, tipografía, ilustraciones...

Reúne esta categoría aspectos muy concluyentes de lo que Albert Kientz<sup>126</sup> denominaba análisis de frecuencia, asociativo y evaluador. Coincidiendo con él, no contemplamos la frecuencia estrictamente como estadística, *“sino en el amplio sentido de lo que se repite a menudo”* y evaluando, más que el cálculo de porcentajes, las enumeraciones y estimaciones.

Del análisis frecuentativo nacen las “palabras clave” que se han utilizado para asociar la figura del actor a unos rangos determinados (galán, actor español más internacional, polifacético actor, actor murciano, el actor de Águilas...).

---

<sup>125</sup> CASASÚS, J. M<sup>a</sup> (1998, 4<sup>a</sup> edición) *Op.cit.* p. 53

<sup>126</sup> KIENTZ, A. (1974) *Op. Cit.* pp. 174-179

Y, dice a este respecto Albert Kientz –remitiéndose también a las teorías de Charles Osgood- que el análisis asociativo está especialmente indicado para estudiar y analizar modelos, sistemas de valor, imágenes y estereotipos difundidos por los medios de comunicación social. Pese a no ceñirse escrupulosamente a las técnicas aritméticas de las estadísticas, porque no hay que olvidar que estamos estudiando ciencias humanas y sociales, este análisis puede ponernos de manifiesto el grado de compromiso del medio hacia el objeto de estudio, así como la tendencia y actitudes hacia él que pretenden introducir en la opinión pública.

#### **4.2.- Las variables y su función**

Llegado el momento de la interpretación de datos, observaremos la importancia que adquieren las llamadas variables, aspectos que tienen la suficiente fuerza como para marcar el camino de la investigación.

Son, en definitiva, determinados elementos del análisis social que compendian los aspectos que se intenta conocer.

Dice Nieto Martín<sup>127</sup> que al elegir las variables de estudio se está tomando una de las decisiones más importantes de la investigación ya que son factores que pueden cambiarla, cuantitativa o cualitativamente (como en nuestro caso).

---

<sup>127</sup> NIETO MARTÍN, S. (1986) *La temática educativa en la prensa. Análisis de contenido*. Valladolid: Ed. Sever-Cuesta, pp 58-59

Para alcanzar los objetivos marcados en esta investigación la selección se ha llevado a cabo sobre las variables consideradas oportunas para ello. Así, si la fecha del registro enmarca la información en un espacio histórico determinado, no menos importante es el nombre del medio que lo publicó, la cabecera, aspecto no siempre descrito pero que otorga a la información un valor que no le va a dar otro elemento del análisis; cada medio, con su cabecera como estandarte, tiene su público y sus intereses. También impone su particular perspectiva el tipo de información imperante en el medio al que pertenece el documento en cuestión, pues nunca tendrá el mismo valor su inserción en un medio de información sería y/o culta, que en otro de carácter popular y/o sensacionalista.

Otras variables a tener muy en cuenta son las que contemplan la extensión del documento y el género periodístico utilizado, pues nunca tendrá la misma trascendencia una noticia puramente informativa, más o menos extensa, que un gran reportaje, una crónica de actualidad, una entrevista o una simple gacetilla. Y todo ello sin entrar en la prensa estrictamente opinativa como son el editorial y la columna.

La última variable seleccionada es la referida al estilo, que, sin atisbo alguno de duda, debe ir intrínsecamente unido al género periodístico

empleado y que según éste, será puro o tradicional, desenfadado, populista, frívolo o sensacionalista.

#### **4.2.1.- Nombre y fecha del medio**

El nombre del medio, o cabecera, así como los datos identificatorios que aparecen en su derredor -esos aspectos a los que Kayser atribuye la personalidad del medio- son portadores de una información a la que en demasiadas ocasiones no se le presta la atención debida.

A través de ellos se puede llegar, se llega, al conocimiento de los aspectos específicos que diferencian a unos de otros, simplemente prestándole la atención que merece el mensaje que proporciona este conjunto en su totalidad.

*“Se trata -apunta Casasús- de obtener el mayor número posible de información que permita elaborar unos datos precisos y racionales sobre la marcha interior del diario (del medio) y de aquellos elementos que si bien suelen pasar desapercibidos para el público lector, resultan de un interés extraordinario para el especialista”<sup>128</sup>.*

Respecto de la fecha, ésta conforma un importantísimo aspecto en el marco de las variables ya que, contemplada siempre como parte de un contexto general de corte eminentemente social, aporta el componente del marco histórico en el que tuvo lugar un determinado acontecimiento, así como el eco de éste en los medios de comunicación.

#### 4.2.2.- Tipo de información y periodicidad

Al acometer un análisis de tratamiento periodístico partiendo de una determinada documentación hemerográfica, cobra una extraordinaria importancia el tipo, las características, del contenido de cada documento; en definitiva, de la información: sería/culta, popular, sensacionalista, populista-sensacionalista y rosa. Difiere mucho la importancia social (no confundir con popular) que adquiere un tema de aparecer en una publicación que se caracterice por su información sería a que sea tratado con premisas informativas de corte, por ejemplo, rosa.

En referencia a la periodicidad, digamos que también existen diferencias, sobre todo en cuanto a difusión, influencia social y clases sociales en las que más influye cada publicación por su periodicidad.

Mientras que la prensa diaria puede difundir una información más actualizada e influir, en mayor medida, entre un sector social más culto, las revistas –publicaciones, sobre todo, semanales, quincenales y mensuales-, incluidas las pocas de perfil más o menos serio, que también las hay aunque en menor cantidad, tienen la posibilidad de llegar a más gente. En parte, porque hay mucho lector de información morbosa, amarilla, y, también, por el tiempo que suelen permanecer en locales de muy alta concurrencia, ya apuntados anteriormente.

---

<sup>128</sup> CASASÚS, J. M<sup>a</sup> (1998, 4<sup>a</sup> edición) Op. Cit. p. 105



#### 4.2.3.- Extensión o superficie ocupada.

Apunta Casasús<sup>129</sup> que la fórmula más fácil y asequible es la de medir la superficie empleada en centímetros cuadrados. Esto denota la importancia que cada medio concede a un texto informativo, personaje en nuestro caso. Pero ante la extensa cantidad de documentos analizados, así como la irregularidad en la amplitud de cada unidad de base, hemos optado por tratarlas bajo un baremo mucho más amplio, contemplando los siguientes niveles dentro de esta variable: más de una página, amplísima; aproximadamente una página, muy amplia; entre media y una página, amplia; entre un cuarto y media página, media; inferior a un cuarto de página, corta; alrededor de quince líneas de una columna, breve; lo estrictamente necesario para aludir al personaje, alusión; y hasta diez líneas bajo, sobre o junto a una fotografía, pié de foto.

Sólo en los tres últimos casos puede existir perfecta equivalencia si se trata de un documento-recorte temático, quedando los cinco primeros a la evaluación y juicio del analista.

#### 4.2.4.- Géneros periodísticos más utilizados

Considerado como una unidad mínima de contenido en el universo de la comunicación de masas, el género en el que se transmita un hecho, un suceso, en definitiva, un texto cualquiera, ya está

---

<sup>129</sup> CASASÚS, J. M<sup>a</sup> (1998, 4<sup>a</sup> edición) *Op. Cit.* p.117

ofreciendo un mensaje a cualquier persona antes de que lea el contenido, e incluso sin llegar a hacerlo.

Detenidos en este último caso, habremos de convenir en que la diferencia entre que un tema se trate como noticia, reportaje, crónica, etc, y reforzado o no con un soporte de columna de opinión o editorial, va a ejercer sobre el receptor una determinada influencia. Y en mayor medida, lógicamente, si se adentra en la lectura del texto, su contenido, que incidirá de forma diferente dependiendo de las clases que, de esta variable, hemos contemplado en este trabajo: noticia, reportaje, crónica, entrevista, crítica, suelto o gacetilla, editorial y artículo de opinión (columna).

#### **4.2.5.- Estilos empleados**

Tal vez sea el estilo uno de los aspectos menos tratados y en el que, en mayor medida, disienten cuantos especialistas han entrado, aunque no muy a fondo, en su definición. Alex Grijelmo<sup>130</sup>, partiendo de la afirmación de que *“no resulta fácil definir el estilo”*, mantiene que *“en realidad, toda persona que escriba mostrará necesariamente un estilo, bueno o malo (...). Por ello, podemos establecer en primer lugar una división entre estilos correctos e incorrectos...”*.

No sirve, pues, aquello de “estilo periodístico”. Y como cada medio, y cada género, requiere su estilo, lo menos que se le puede pedir a un

---

<sup>130</sup> GRIJELMO, Alex (2002) Op.cit. p. 299

periodista es que el suyo sea el del medio en el que desarrolla su trabajo y en el género elegido para transmitir una determinada información. Así, tan periodístico es el estilo del cronista político como el del editorialista en temas científicos o deportivos.

Abundando un poco en esta variable, en el estilo tiene mucho que ver el lenguaje, tanto en lo concerniente al vocabulario como en la más amplia acepción de formas y expresiones.

Si el género puede ser el envoltorio o forma en la que se presenta el contenido, ya sea informativo u opinativo, el estilo ha de entenderse como el material apropiado para construir ese envoltorio. O sea, que si primero se decide qué hacer con un tema o información que llega a una mesa de redacción, en el sentido de elaborar una información pura y dura, convertirlo en reportaje, provocar una entrevista, etc, la segunda decisión viene dada por el estilo que se le de, por ese material idóneo para envolverlo.

Sin entrar a evaluar el acierto en la construcción gramatical, la corrección en el uso y conjugación de verbos y el conocimiento o dominio de la lengua castellana, el estilo no es otra cosa que la forma que adopte el mensaje escrito contextualizando y homogeneizando muchos aspectos determinantes. Y a la vista de todo ello, la puesta en escena de los elementos referidos nos aporta la delimitación de los estilos que seguidamente relatamos: *serio -también factible de ser denominado como tradicional-, desenfadado, populista, frívolo y*

*sensacionalista*. Todos y cada uno de ellos adquiere una cuasi lógica relación con el tipo de información, aunque no hayan de corresponderse obligatoriamente.

Sí consideramos importante aclarar que el estilo frívolo se caracteriza por ser poco serio y nada profundo; y el sensacionalista es el que, en pos de la coherencia, tanto periodística como empresarial, debe ser el envoltorio final de la información cargada de espectacularidad, amarillismo, escándalo...; es el que presta su forma de entender el periodismo cuando se trata, por ejemplo de convertir una nimiedad, casi siempre privada, en una gran noticia. En definitiva, lo que últimamente se ha dado en llamar "prensa rosa".

También es verdad que como la ortodoxia brilla por su ausencia en esta profesión, antes por unas causas y ahora por otras, cada cual pretende imprimir "su" estilo a lo que escribe. Y puede ser correcto si se guardan unas mínimas formas porque, por ejemplo, no es de recibo la utilización de un estilo frívolo para narrar un suceso, realizar una entrevista seria, en profundidad, o elaborar una crónica sobre una tragedia. En estos casos es cuando surgen esos estilos (?) que son, precisamente, la ausencia total de estilo alguno.

**VI**

**Exposición e interpretación de  
datos. Análisis del tratamiento**

El nexo de unión entre lo ya expuesto -que fundamenta la estructura teórico-científica de esta investigación- y las conclusiones que, inductivamente, nos llevan a la demostración del objetivo marcado, ha sido la elaboración de una ficha plasmada en una base de datos, y sobre la que se han volcado todos los ítems de interés para cumplimentar y registrar los 304 documentos seleccionados. Estas y las reproducciones de los documentos pueden visualizarse en el DVD adjunto.

Entre aquellos, evidentemente, se encuentran los valores correspondientes a las variables y las categorías que determinamos para llevar a cabo nuestra investigación sobre contenidos.

De esta forma, hemos pretendido ofrecer todos los resortes posibles para, haciendo con esa base de datos las combinaciones deseables, obtener los resultados necesarios.

Tanto si lo son para este trabajo, como si pudieran resultar útiles para la realización de posteriores investigaciones; generales, en el marco del tratamiento periodístico de cualquier temática en los medios de comunicación, o concretas, por lo que respecta a otras averiguaciones referidas exclusivamente a la figura de Francisco Rabal.

Y como quiera que la finalidad esencial era poner de manifiesto el tratamiento, casi siempre positivo, que en todo momento dispensó la prensa a Francisco Rabal -y tanto a su faceta de actor como en el aspecto personal-, los resultados que nos ha proporcionado la citada base de datos, así como todos sus resortes, han sido tamizados a través del filtro cualitativo del análisis de contenido(s).

Los datos -obligatoriamente cuantitativos- han sido sometidos a un análisis de tipo cualitativo e interpretativo porque lo que planteamos es una interpretación tanto de mensajes como de los resultados de la descodificación de ellos.

Además, y si a todo ello se le suma el perfil histórico del compendio documental por cuanto se trata de hechos ya acaecidos y contrastados, el resultado de la investigación adquiere una altísima dosis de objetividad.

Planteado todo lo anterior, llegamos al momento de epilogar esta investigación mostrando resultados y conclusiones.

Se ha de volver a repetir, con la única intención de tener presente todos los datos y parámetros, que el contingente de material seleccionado está compuesto, por una parte, de 304 documentos de distinta amplitud, diversa procedencia y diferentes entre sí por los resultados que se desprenden del análisis de categorías y variables; y por otra, de 8 documentos *post mortem* (Anexo IV) que, por las circunstancias que se explican en el resultado de los mismos, han sido analizados sólo con algunos de los ítems utilizados para el grueso de los documentos que conforman esta investigación.

### **1.- Las categorías marcan la pauta**

Si ya convinimos con Berelson<sup>131</sup> en que el valor de un análisis de contenido(s) está directamente relacionado con lo que valen sus categorías, comencemos por los resultados, que nos proporciona la investigación, y el análisis de las mismas, detalladas en el Anexo I. A lo planteado como justificación cuando establecimos el ítem *tipo de prensa* como categoría, añadamos y valoremos los resultados respecto de la importancia que otorga a una información su publicación en unos u otros tipos de prensa.

De estos datos, contemplados desde una óptica cualitativa, histórica y no menos descriptiva, se desprende que la inmensa mayoría de

---

<sup>131</sup> BERELSON, B (1952) Op.cit. p. 18



documentos han sido publicados (Tabla I-A) en prensa de información general, mayoritariamente leída por el público más culto, visto esto desde una perspectiva muy general.

**TABLA I-A**

TIPO DE PRENSA	PERIODO 1951-2001	POST MORTEM
INFORMACIÓN GENERAL	200	8
INFORMACIÓN ESPECIALIZADA	50	-
REVISTAS DE INFORMACIÓN GRÁFICAS	46	-
OTRAS	1	-
NO IDENTIFICADAS	7	-
TOTALES	304	8
TOTAL	312	

Aunque a mucha distancia porcentual, al siguiente registro pertenece la receptividad que tuvo la perspectiva de actor de nuestro personaje en las publicaciones especializadas en artes escénicas. De aquí se desprende un interés muy digno de valorar por parte de la población lectora que, además de culta, se inviste de interés por el específico saber en torno al séptimo arte.

No menos interesante resulta el hecho de que un volumen de documentos muy similar al anterior esté registrado en ese tipo de publicaciones conocidas popularmente como revistas, y que en esta investigación –para no plegarnos al extranjerismo magazine- las hemos catalogado como revistas de información gráfica. Y

defendemos la importancia que cobra este registro porque eran -y siguen siendo- publicaciones que perduran mucho tiempo a mano o disposición del público, en salas de espera de todo tipo de oficinas y despachos de profesionales liberales.

Y aunque haya resultado ser el menor de los registros, también merece ser reflejado el dato de que el único documento clasificado como otras -otros tipos de prensa- fue publicado en una revista de formato tabloide y en papel del utilizado por la prensa diaria, de contenido educativo, científico y cultural, Comunidad Escolar, editada por el Ministerio de Educación y Ciencia. Lógicamente, los muchos lectores de aquella publicación y el nivel cultural medio-alto de aquellos proporcionan una muy considerable valoración a la figura de Francisco Rabal.

En qué página aparezca la información en cuestión (Tabla I-B), aspecto que en adelante denominaremos paginación, es un valor categorial de altísima importancia cuando se trata de analizar la predisposición -positiva o negativa- hacia la información y su contenido dependiendo de su ubicación, cuando menos respecto de la página: par, impar, portada, contraportada, centrales... Encontrar una información, en el género y de la amplitud que fuere, en cada uno de los aspectos de paginación valorados, tiene una lectura concreta respecto del tratamiento que merece al medio en

cuestión y, por extensión, a las premisas e intereses de la empresa, el tema o persona protagonista de la susodicha información.

Al afecto de valorar más y mejor la importancia que supone, añadamos que en 17 ocasiones el documento, la información, insertado en el interior arranca en primera página o portada con su correspondiente fotografía, y en 5 lo hizo sin el apoyo del soporte gráfico.

Prácticamente la mitad de los documentos, concretamente el 49%, aparece en páginas impares, las más codiciadas, tanto periodística como comercialmente.

**TABLA I-B**

<b>PAGINACIÓN</b>	<b>DOCUMENTOS</b>
IMPAR	148
PAR	84
A + R (Anverso y reverso)	5
COMIENZA EN IMPAR	10
COMIENZA EN PAR	6
ENCARADAS	20
CENTRALES	8
SOLO PORTADA	12
CONTRAPORTADA	8
NO IDENTIFICADAS	3
<b>TOTAL DOCUMENTOS</b>	<b>304</b>

Y esto debe llevarnos a interpretar que la información que tuviera a Rabal como protagonista tenía la suficiente importancia, o era receptora del rango necesario como para ocupar espacio en páginas impares.

Otro dato a valorar nos viene dado por el número de documentos que, teniendo más de una página, son tratados con las mayores valoraciones periodísticas: de los 49 resultantes de la suma de las informaciones que van en anverso y reverso, encaradas, centrales y que comienzan en página par o impar, el 83%, o sea, 28, aparecen presentados en páginas centrales (8) y encaradas (20), que, por similitud óptica adquieren una importancia semejante a las centrales.

En 34 ocasiones (las 22 llamadas en primera y las 12 insertadas íntegramente en ella), lo que supone el 10%, adquirieron las informaciones sobre Rabal el honor de salir a portada. Y muchas veces, ocupando toda la extensión de la misma.

También hay otro aspecto a reseñar, más que por otro motivo, porque se trata de una figura de la maquetación y compaginación que ya no se usa: en cinco ocasiones -la última en 1970-, al ser muy amplia la extensión de la información en cuestión, en vez de cortar texto o eliminar elementos gráficos para amoldarla al espacio disponible, recurrieron a ocupar también, en parte, el reverso de la página.

Es otra muestra de la realidad que estamos demostrando, ya que se trata de una artimaña de y en la antigua prensa para no sacrificar y supeditar la importancia de la información al espacio disponible en una página.

La inserción del nombre en los titulares, ya sea de una entidad o de un personaje, denota la predisposición de los autores a individualizar, y no generalizar, la información y su temática. Estamos ante uno de los ítems más factibles de ser protagonistas de la manipulación. O, lejos de emplear el término peyorativamente, de ejercer su más que sutil capacidad manipuladora.

Dependiendo de la carga informativa -de contenido positivo o negativo, visto esto desde los diferentes posicionamientos sociales, económicos, políticos... de cada cual-, jugar con un nombre propio en los titulares desnuda claramente la intención para con el protagonista.

Como quedará demostrado al tratar la correspondiente unidad informativa, también categorial, del posicionamiento o la actitud del medio hacia el personaje, la práctica totalidad de informaciones o documentos -279 sobre los 304 totales- adoptan una actitud positiva, o muy positiva, hacia Francisco Rabal. Y en el tipo de investigación que nos ocupa, esta realidad, la inclusión de su nombre en los titulares, multiplica la valoración que sobre él se desprende.

En un porcentaje superior al 80%, el nombre del protagonista de nuestra investigación fue parte gramatical de la frase o frases que compusieron el bloque de titulares, entendiendo por ello antetítulos, títulos, subtítulos y sumarios. Es un dato muy clarificador para sumarse a la corroboración de los objetivos marcados en este proceso investigador.

Respecto del soporte gráfico o fotografías y demás elementos que contribuyen a realzar la información, sea cual fuere el género utilizado, también se sitúa en torno al 80% el número de documentos analizados que complementan el texto con su correspondiente apoyo gráfico. Son informaciones que, en el conjunto de toda la extensión dedicada a ellas, insertan una o más fotografías; desde las cinco o seis que configuran, junto al texto, reportajes que ensalzan la figura del actor, hasta la imagen, en distintos planos -de cuerpo entero o sólo del rostro- de Rabal, y tanto en fotografía como en caricatura.

Observemos, por ejemplo y si de catapultar la imagen del actor se trata, algunos aspectos a tener muy en cuenta. Por ejemplo, son 72 (23'6%) los documentos que insertan más de una fotografía del actor en sus diversos planos y tamaños. Y respecto de los que solamente publicaron una imagen de Rabal, suman 132, o lo que es lo mismo, un 43'4%, los documentos con soporte gráfico cuyos tamaños abarcan desde medianos (90) hasta a más de una página (1) añadiendo entre

ellos a los formatos grandes (25), muy grandes (3), y a toda página (13).

Y si de evaluar los planos se trata, hemos contemplado con agrado, porque avala nuestra hipótesis, que de los 244 documentos con soporte gráfico, en 132 ocasiones reproducen la imagen individual de Rabal en planos cortos (115) y medio (17).

Habiendo decidido, también, otorgarle valor categorial al ámbito de distribución del medio en el que aparece cada documento, estamos, como ya quedó plasmado al presentar las categorías del análisis, adentrándonos en el estudio y valoración de la población que pudo tener acceso a él. No tiene, evidentemente, la misma posibilidad de llegar a tantos lectores una información publicada en un medio de ámbito regional que en uno que se distribuye por toda la geografía nacional.

La frialdad, aunque científica, de los números no ofrece demasiadas posibilidades de discusión o desacuerdo. Despreciando, por irrelevante, el documento que aparece como no identificado, la práctica igualdad de los valores -153 en publicaciones de ámbito nacional y 150 en medios de distribución regional murciana- nos ofrece la conclusión de que la figura de Francisco Rabal era tan valorada en su tierra como en los principales centros neurálgicos del periodismo nacional. Fue, para todos, portador de informaciones relevantes y colaborador necesario del periódico o revista que

precisara de su concurso para dar realce y categoría a las páginas que cada cual dedicaba a espectáculos, cultura, cine, teatro...

La fuente última es un valor cuyos resultados, plasmados en la Tabla I-C se prestan a múltiples interpretaciones. Si bien suele prevalorarse con mayor ahinco la difusión de una información dependiendo de si la facilita una agencia o la elabora el personal, autor o redacción, de cualquier medio, lo cierto es que son muchos los aspectos a contemplar. Por ejemplo, ser conscientes de que no por el hecho de que una información la facilite una agencia ha de sobreentenderse que la van a publicar todos los medios que la reciban, antes vía telefónica o por teletipo; ahora, vía telemática.

Tal vez una de las posturas a valorar, y que rebate la idea de la difusión que proporciona la agencia, sea el interés que tienen algunos medios, muchos, por cubrir personalmente una presentación, una rueda de prensa o una mesa redonda.

**TABLA I-C**

<b>FUENTE ÚLTIMA</b>	
AGENCIA	20
AUTOR/AGENCIA	4
AGENCIA/REDACCIÓN	2
CORRESPONSAL	18
PROPIA	94
AUTOR/AUTORES	166
<b>TOTAL</b>	<b>304</b>



Y es que, haciéndolo así, se dispone de todos los resortes para presentar el tema de la manera que más convenga, y no solamente jugando con los titulares, que es uno de los pocos elementos manipuladores cuando la el texto llega elaborado de agencia.

Visto desde esta perspectiva, entre las informaciones elaboradas por autores y las de realización propia, en las mesas de redacción, alcanzan un volumen superior al 85%. A eso únasele esos 18 documentos suministrados por corresponsales y en los que, lógicamente, también el medio ha ejercido su influencia.

Demostrada queda la preconcepción del tratamiento por parte de los medios a la información que tuviera relación con el internacional personaje. Lógicamente, es necesario convenir también en que estos índices han tenido mucho que ver en las abrumadoras cotas de exquisito tratamiento y similar actitud positiva a la figura, humana y artística de Francisco Rabal.

Tras lo expuesto, tampoco es correcto minimizar la importancia que cobran esos 26 documentos -un escaso 8'5%- en los que ejerció su labor de difusión, que no siempre de publicación, la fuente agencia, directa o indirectamente. Hay que tener en cuenta, no obstante, que muchas de las informaciones de autores, de elaboración propia y firmadas por corresponsales también fueron recogidas y distribuidas por agencias, aunque los medios, lógicamente, prefirieron las propias.

Por trato, ya premeditado según intereses de cada cual, y por economía.

Tal vez sean los epítetos, calificativos y actitud hacia el personaje la categoría más importante por cuanto de la relación total de aquellos podemos deducir, sin temor alguno a equivocarnos, el exquisito tratamiento y manifestación de cariño, admiración y respeto que siempre latió en los medios de comunicación respecto de la figura, actor y persona, de Francisco Rabal.

El análisis de las decenas y decenas de calificativos, relacionados en la Tabla I-D, que los medios decidieron unir al nombre de Francisco Rabal no hace otra cosa que poner de manifiesto el principal objetivo que nos marcamos al iniciar esta investigación.

Consideramos que no aportaría nada nuevo una muestra estadística y fríamente cuantitativa sobre frecuencias, contempladas éstas desde la teoría más ortodoxa.

Pero como quiera que esta investigación fue concebida y ha sido realizada en el campo de las ciencias humanas y sociales, consideramos necesario incluir una relación en la que aparecen infinidad de calificativos que la prensa le dedicó siempre a Rabal, muchas de ellas repetidas en numerosísimas ocasiones.

**TABLA I-D**

Nº Doc	DESCRIPCIONES, EPÍTETOS Y ADJETIVOS REGISTRADOS
2	Todo un actor; actor nato; bella voz; modesto; nada estridente

3	Actorazo; simpático magistral; de alta categoría; no vanidoso
6	Triunfador
7	Primerísimo figura de nuestra cinematografía
12	Sencillez; simpatía; primerísimo actor; astro popular
13	Famoso; popular galán; nuestro joven galán
14	Gran actor de cine y teatro
16	Popularísimo
17	Nuestra gran figura cinematográfica
18	Primerísimo actor
20	Excepcional; extraordinario; reconocido internacionalmente
21	Madurez popular; galán; gran actor murciano; sencillo
23	Mejor actor
24	Mejor actor masculino del año
27	Actor ascendente; primer galán; primerísimo figura
28	Extraordinaria creación; primerísimo figura de la pantalla
30	Excelente actor; primer galán del cine español
31	Galán; veterano actor; actor excelente; actor de Águilas
32	Internacional
33	Gran figura de nuestro cine
38	Nuestro galán más universal
39	Popular actor
41	Primer actor; autodidacta
44	Genuino; excelente; profesional
45	Gran actor; simpático; listo; trabajador
46	Magnífico y querido actor
49	Gran actor con vitola internacional
50	Sobrio; expresivo; en su mejor momento profesional
52	Actor favorito
53	Sencillo; humilde; galán
54	Afirmado en el cine mundial
55	Soldado de brega; indiferente al elogio
56	Buen galán para los directores italianos
57	El actor español que más trabaja
58	Prestigiado más allá de nuestras fronteras
59	Número uno del escalafón; ingente figura artística
61	Capacitado para el drama y el suspense
63	Abierto; amplio de sueños; recuerda el pasado

65	Actor en la cúspide
66	Nuestro internacional Paco
67	Nuestro internacionalísimo
68	Nuestro mejor actor
71	Uno de los mejores actores españoles; consagrado por Buñuel
75	El más internacional de nuestros actores
76	Actor español con registro internacional
78	Popular actor
82	Astro del cine español
84	Actor internacional; simpatía extraordinaria; muy normal
86	El actor español número uno
87	El más internacional de nuestros actores
88	Figura internacional; sólida; voz impresionante
89	Gran actor
90	Ingenioso; irónico; sincero
91	Inconformista
92	Cara adusta; carácter infantil; artista cotizado; conquistador
94	Famoso; popular; el más popular de los actores españoles
96	Nuestro galán europeo
97	...la categoría del murciano
98	Monótono; nada melódico
99	Impecable trabajo; compenetrado con el papel; magistral
102	Nuestro actor
104	Portentosa carrera; tremendamente humano; un ser privilegiado; acompañado por la celebridad
108	Sincero; gran actor
113	Murciano internacional
114	Nuestro Francisco Rabal
117	Madurez interpretativa; codiciado internacionalmente
118	Nuestro popular
119	Actor de cotización europea; un nombre internacional
120	Gran actor; el " sin adjetivos" Paco Rabal
121	Gran actor
122	Entusiasta; tesonero; impulsivo; viril; denodado
123	Nuestro actor universal
124	Actor de los buenos
125	Gran actor; portentoso actor

127	Guapo; varonil; agitanado; sincero; de izquierdas; culto
128	Nuestro famoso paisano; actor de Águilas
130	Popular actor; gran artista
131	Internacional; muy buen actor
132	Gran actor
135	Nuestro paisano; el aguileño
139	Perfecto profesional
140	Buen intérprete
141	Estupendo momento de su carrera
143	Actor aguileño universal
144	Actor grande; sincero; valiente
145	Popular
146	Actor internacional en toda Europa
147	Extraordinario; madura profesionalidad; amplia experiencia
149	Nuestro primer actor internacional; trabajador infatigable
151	Calidad artística y humana; popular actor murciano
152	Actor de Águilas; murciano de pura cepa; murciano famoso
154	Actor internacional; gran actor y señor
156	Soñador; un Quijote de hoy
158	Famoso actor español
159	Murciano
161	Actor aguileño
162	Experiencia; proyección internacional; firme trayectoria; trabajador empedernido; familiar; entrañable
163	Prestigio ganado a pulso; primera figura; comunista
164	Comunista
165	Nuestro actor; el actor de Águilas
166	Nuestro actor internacional
168	Conocido actor de Águilas; militante comunista
169	Don Francisco; militante comunista; monstruo de la popularidad
171	Electricista; cómico; galán de moda; voluntad de hacer cine; labor histórica
172	Generosidad profesional; galán de moda; electricista
173	Nuestro universal Paco; actor intuitivo; talento fuera de serie; fuerza humana; actor internacional; actor maduro; excepcional; poderosa humanidad
176	Actor de Águilas
179	El hombre más humano del mundo

180	Actor de Águilas; dilatada actividad cinematográfica
181	Uno de nuestros mejores actores; dilatada carrera artística
182	Entrañable aguileño; nuestro más querido embajador
183	Maestro de actores; generosidad; bondad
184	Nuestro ilustre paisano
185	Actor de temple, casta y galanura; voz "jonda"
186	Categoría humana; calidad artística y profesional; embajador de la región
188	Rojazo; un poco rojo
189	Calidad de actor; permanente murcianía
191	Murciadísimo actor; famoso
192	Excelente actor (*)
195	Rojo; "rojales"
196	Formidable actor; excelente profesional; amante de Murcia; comunista; uno de los mejores actores; hombre bueno; familiar; sincero
198	Calidad personal; valía como actor
200	Valía como actor; inusitada calidad humana -
201	Trayectoria humana y profesional más que meritoria; filocomunista; buen actor
202	Mejor embajador de Murcia
204	Voz minera y masculina; murciano de dinamita
205	Afable; veterano actor; con buen juicio
206	Excelente interpretación; mejor actuación de los últimos años
207	Actor murciano
208	Mejor actor
209	Sencillo; campechano
210	Gran actor
211	Genio; autodidacta; veterano; popular
214	Actor de Águilas
215	Actor aguileño; generoso; categoría universal
216	Artista grande y único; voz llena de matices; sencillo; humilde; ejemplo a seguir; coherente
217	Todoterreno; todo un señor; ser maravilloso; humano; gran actor
218	Humano; universal; libre; solidario; tolerante; aldeano
219	Creativo; disciplinado; riqueza de vivencias
220	Veterano; popular
221	Voz portentosa y torrencial; voz que taladra y enternece; gracioso y cercano; dotes de actor
223	Fascinante; pura gloria; puro animal racional; puro rojo; bonachón;

	apasionado; optimista; comunista; republicano; agnóstico; soñador; utópico
229	Primer actor que recibe esta distinción (referida al Doctorado Honoris Causa)
231	Veterano; prestigioso; dotes interpretativas
234	Insigne representante de la región
239	El gran Paco Rabal
240	Actor aguileno
241	Joven galán; fama de calavera; juerguista
242	Murciano de origen y vocación; versatilidad; naturalidad
244	Actor murciano; veterano; universal
245	Voz inconfundible
246	Actor aguileno; de los mejores actores del siglo
247	Intérprete murciano
248	Actor aguileno
249	Actor aguileno
250	Currante ejemplar; veterano combatiente en activo; el mejor embajador de la Región de Murcia; vitalista; locuaz; cercano; actor aguileno
251	Actor aguileno; campechano; orgulloso de su origen humilde
252	Actor aguileno; chaval hambriento
253	Electricista; chocolatero; gran figura del celuloide
254	Mejor actor
255	Actor de Águilas
257	Actor aguileno; veterano intérprete; personalidad; experiencia; humanidad; arte; vitalidad; raíces murcianas
258	Actor aguileno; gran personalidad; veterano actor; carismático intérprete; raíces murcianas
259	Actor aguileno; importante actor
260	Actor de Águilas; entrañable; pícaro
261	Actor murciano; indudables cualidades para la recitación
262	Intérprete de Águilas; seguridad ante la cámara; porte escénico; voz rasgada; compromiso político; vocación rebelde; a favor de los débiles
263	Actor aguileno
264	Ángel de actor; personaje importante
267	Actor murciano
268	Actor murciano; veterano; infatigable; generoso; espontáneo; genial; electricista; vendedor ambulante
270	Aguileno de nacimiento
271	Hijo predilecto de Águilas

272	Actor de Águilas; mejor actor; genio y figura
273	Premio Goya 1999
274	"Sobrino" de Buñuel; profeta en su tierra; hijo predilecto y nunca pródigo
275	Gran actor; generosidad natural; genio del pueblo; verdad, poesía y vida
276	Actor aguileno; veterano actor
277	Orgullo murciano; actor murciano; extraordinario actor de Águilas
278	Actor aguileno; actor de Águilas
280	Actor murciano; intérprete aguileno; veterano intérprete
282	Actor murciano; referencia cinematográfica
283	Veterano actor aguileno; el famoso Paco Rabal
284	Célebre actor aguileno; actor español; larga carrera artística; larga trayectoria cinematográfica
285	Actor de Águilas
286	El aguileno Paco Rabal
287	Actor aguileno; veterano actor; personalidad; características ideológicas; uno de los grandes actores españoles
288	Actor aguileno
289	Actor murciano; voz ronca
290	Actor aguileno
292	Actor de Águilas; actividad laboral frenética; veterano actor
293	Popular; celebrada voz; profundas raíces murcianas
294	Veterano actor; incombustible Paco Rabal
296	Actor murciano; veterano actor; actor incansable
297	Actor murciano
299	Uno de los grandes actores del mundo
303	Comunista hiperactivo; don Juan compulsivo; lector a todas horas; hombre de respeto; institución cultural europea y latinoamericana.

De esta amplísima relación -que no es un resumen total de documentos, sino de los epítetos y adjetivos que fuimos destacando al registrar cada uno de ellos- podemos extraer, para ir centrando la base de las conclusiones, la siguiente muestra de referencias y la frecuencia de cada una, recogido todo ello en la Tabla I-E. Ciertamente es que en más de una ocasión se han unido aquellas cuyos significados -



sobre todo, emotivos- son muy similares, y sus connotaciones, más que evidentes, formando así un epíteto común a todas ellas.

**TABLA I-E**

REFERENCIAS MÁS COMUNES	FRECUENCIA
Actor - intérprete	142
Gran, grande, excelente, extraordinario (actor)	37
Mejor actor	6
Actor de Águilas - aguileño	36
Actor de Murcia-murciano	13
Internacional	20
Veterano	17
Popular	16
Famoso	7
Galán	13
Nuestro	22
Voz	11
Sencillo, humilde, modesto y referencia a su origen social	10
Comunista, rojo (y referencia a su filiación política)	15
Águilas	17
Murcia	30

Insistiendo en que no se trata del resumen general de todos y cada uno de los textos informativos analizados, sino de la percepción cuantitativa respecto de las principales descripciones que fuimos seleccionando al analizar cada documento, varios son los

comentarios, conclusivos y concluyentes, a los que invita este cuadro de epítetos y frecuencias.

Nada, o muy poco, puede añadirse para, globalizado todo lo anteriormente expuesto, concederle el valor que tiene este resumido glosario de perfiles que los medios de comunicación escrita, la prensa propiamente dicha, dedicó siempre a figura de Francisco Rabal. Tanto en su vertiente de actor como en lo que a la perspectiva personal se refiere.

Algo a tener muy en cuenta es que de las 453 referencias seleccionadas y extraídas de la base de datos -poco repetitivas y de una extraordinaria variedad-, son muchísimas, 142, las que añaden, aclaran o puntualizan la condición de actor o, en menos ocasiones, intérprete. Y acompañando a éste, en 37 ocasiones aparecen las valoraciones de gran, grande, excelente o extraordinario.

No menos significativa es la referencia a su origen geográfico, y en no pocas ocasiones -49- apelaron los medios a su condición de murciano y/o aguileno, resaltando que los vocablos Murcia y Águilas aparecen 36 y 13 veces, respectivamente.

Esto, en cuanto a la muestra de referencias se refiere, porque el total de ocasiones en las que aparece la procedencia del actor, según resultados de la base de datos, es, a la vez que diferente, harto significativa: el vocablo "Águilas" sale a colación, refiriéndose a Francisco Rabal, el 107 ocasiones; en 84 aparece "Murcia" y,

refiriéndose, ya, a la cuna de nacimiento del personaje, en 8 ocasiones se referencia la pedanía minera de Cuesta de Gos.

Las restantes referencias, en cuanto a su condición de actor respecta, también conllevan una considerable dosis de admiración, respeto, actitud positiva para con el personaje, simpatía y cariño. Y todo ello, a través de calificativos como veterano (17), popular (16) o famoso (7).

Con una carga mucho más fuerte de reconocimiento artístico, en 20 ocasiones le añaden el perfil de internacional, y hasta 6 veces se refieren a Rabal como el mejor actor.

Trece son las ocasiones, recogidas de entre el resumen de epítetos y adjetivos, y sobre todo durante las décadas de los cincuenta y los sesenta, en las que en el texto informativo se refieren a él como galán. Y cerrando el círculo de referencias a su faceta artística, también hay que reconocerle la importancia que tiene el hecho de que, entre sus extraordinarias dotes para la interpretación, hagan hincapié en su voz, aspecto al que recurren en 11 ocasiones.

Respecto de la perspectiva humana con la que en no pocas veces midieron, en periódicos y revistas, la grandeza de lo que acabó siendo el mito Rabal, en 10 ocasiones se refirieron a él como sencillo, humilde y modesto al tiempo que hacían referencia a su origen social desfavorecido.

Y aparecen otras 15 referencias a su compromiso social y militancia comunista, todas ellas a partir de los últimos años setenta, una vez abiertas las puertas a un nuevo régimen democrático.

Para el final de este bloque de análisis de categorías ha quedado la utilización que, a veces rozando lo muletillero, hicieron de la voz nuestro. Y lo mismo usado como pronombre posesivo, que en su acepción de adjetivo. En 22 ocasiones aparecen referencias tales como nuestro internacional actor; nuestro Paco Rabal; el más internacional de nuestros actores; nuestro más valorado actor,....

Es evidente que esta referencia era algo generalizado e intrínsecamente ligado al paternalismo de la prensa del viejo régimen. También era normal que éste se apropiara, o intentara apropiarse, de cualquier valor que surgiera, ya fuese en el arte, en la ciencia, en la investigación o en el deporte.

Y, todo ello justifica el hallazgo de estas frecuencias en el tiempo. De esas 22 utilizaciones del vocablo nuestro, 16 están registradas en documentos fechados con anterioridad a los tiempos democráticos. O sea, desde al año 1976 hacia atrás.

Finalmente, no deja de tener interés, y por ello lo resaltamos, que la única referencia negativa encontrada, al circunscribirse ella misma y exclusivamente al perfil ideológico-político de Rabal, no escatima calificativos muy elogiosos. Por ejemplo, califica como "uno de los mejores actores" al internacional murciano.

Se trata del documento registrado con el número 1990-07, enmarcado en una serie de informaciones aparecidas en diversos medios, de ámbito regional y nacional, ante la negativa de un grupo de diputados autonómicos del Partido Popular a la propuesta de conceder a Francisco Rabal e título de Hijo Predilecto de la Región de Murcia.

## **2.- La importancia clave de las variables**

Si volvemos a la teoría de Nieto Martín<sup>132</sup> acerca del poder que acopian las variables para cambiar una investigación, habrá que convenir con él en calificarlas como hechos observables que, pudiendo variar per se, adquieren el poder de transformar aquélla y sus resultados.

El primer compendio de variables establecido, formado por el nombre del medio -la cabecera- y la fecha, es una asociación de ítems no clasificables estadísticamente pero de una evidente importancia.

A través de la cabecera, y sin entrar en minúsculas precisiones, el público lector mínimamente formado para desenvolverse en sociedad reconoce el contenido especializado de una publicación - deportes, sucesos, economía...- o la tendencia sociopolítica de la misma.

---

<sup>132</sup> NIETO MARTÍN, S. (1986) Op.cit. pp. 58-59

Y respecto de la fecha, ésta aporta el componente del marco histórico y sirve de fiel para poder observar comportamientos, tanto del propio medio como de éste hacia el personaje en una etapa o época determinada y concreta.

El resultado que nos proporciona la variable de la periodicidad de los medios a los que pertenecen los documentos hemerográficos seleccionados ya supone un pilar importantísimo para la consecución de los resultados que conforman el objetivo de nuestra investigación. Y lo exponemos con esta rotundidad porque el hecho de que los documentos recogidos en publicaciones diarias doblen, en cantidad y porcentaje, a los que fueron publicados en medios de regularidad y publicación más espaciada en el tiempo (semanales sobre todo), conlleva una importantísima connotación: la información fue consumida más por un tipo de lector, cuando menos, medianamente culto y mayoritario entre los consumidores de casi toda la prensa diaria.

A raíz de lo anteriormente expuesto aparece -porque su relación es evidente- otra de las variables concebidas: la correspondiente al tipo de información, cuyo análisis aporta datos tan significativos como los que insertamos en la Tabla II-A.

Y una abrumadora e indiscutible mayoría -el 82'5%- de la documentación hemerográfica que conforma el núcleo de la investigación fue publicada en medios de los conocidos, y

catalogados, como de información seria/culta. Observando la distancia que separa este resultado de los demás, tal vez se postula como innecesaria cualquier glosa o explicación al respecto.

Inmediatamente después de surgir una información, y dependiendo de su hipotética caducidad por lo que pueda suponer de actualidad, se toma -individualmente o por los responsables de la Redacción de cualquier medio- una de las decisiones más influyentes: el género a través del cual se pretenda llegar al lector. Y lo es tanto por su influencia comunicativa directa como respecto de las posteriores valoraciones colaterales de la información y, por tanto, del personaje concreto o temática en general.

**TABLA II-A**

TIPO DE INFORMACIÓN	Nº docs.
SERIA/CULTA	251
POPULISTA/SENSACIONALISTA	27
SENSACIONALISTA	18
POPULAR	4
ROSA	4
<b>TOTAL</b>	<b>304</b>

Los resultados que ofrece el análisis de esta variable (Tabla II-B) vuelven a corroborar la presunción sobre la que iniciamos esta investigación.

Encontramos entre la estadística de géneros más utilizados una relativa homogeneidad en los resultados correspondientes a cuatro de los más importantes: entrevista, crónica, noticia y reportaje.

Importantísimo el resultado que aporta la base de datos sobre la frecuencia con la que la información acerca de Rabal fue ofrecida a modo de crónica.

Sostiene al respecto Alex Grijelmo<sup>133</sup> que la crónica es el género más difícil de dominar, por lo que suelen elaborarla verdaderos especialistas en la materia correspondiente.

**TABLA II-B**

GÉNEROS	Nº DOC	%
NOTICIA	44	14´47
REPORTAJE	49	16´12
ENTREVISTA	61	20´07
CRÓNICA	62	20´39
OPINIÓN/EDITORIAL	1	0´33
OPINIÓN/ARTÍCULO	30	9´87
OPINIÓN/CARTAS DE LECTORES	2	0´66
CRÍTICA ARTÍSTICA	2	0´66
SUELTO O GACETILLA	38	12´50
REPORTAJE GRÁFICO	7	2´30
PUBLIREPORTAJE	3	1´00
SIN VALORAR (SÓLO FOTO)	5	1´64
<b>TOTAL</b>	<b>304</b>	

<sup>133</sup> GRIJELMO, Alex (2002) Op.cit. pp. 88-89



Por todo lo anteriormente expuesto, es muy importante el hecho de que el 20'39% de los documentos (el primero de los valores) sean crónicas que, a buen seguro, elaboraron especialistas en cine, teatro, televisión o cultura.

El porcentaje de informaciones convertidas en entrevista denota la predisposición del periodista a que nuestro personaje brille por encima de todo; es un género estructurado para que el protagonismo caiga sobre el entrevistado, quedando el entrevistador en un discreto segundo plano. Y ese resultado, superior al 20%, también pone de manifiesto el cariño y respeto hacia Rabal por parte de los medios de comunicación escritos.

El tercer género más usado cae en el ámbito periodístico de la noticia, considerada como columna vertebral del periodismo y máxima expresión en cuanto a la manera de valorar y transmitir el mensaje.

La utilización de este género, registrada en un 14'47% de los documentos analizados, nos aporta mayor dosis de corroboración en la importancia que la prensa concedió a nuestro personaje investigado desde la perspectiva del tratamiento periodístico.

Para contribuir, más aún, a la demostración de nuestra tesis, encontramos que como cuarto valor en esta estadística de géneros más utilizados aparece el reportaje. Si, desde otro punto de vista, reparamos en defender que cuando un tema adquiere mucha

importancia en las mesas de redacción, se le transforma o enfoca su elaboración como reportaje, los resultados tampoco desmerecen respecto de los objetivos. Y tanto es así que a tan sólo cuatro puntos porcentuales se sitúa el registro del número de informaciones que merecieron ser tratadas con los parámetros de este género.

Aunque ligeramente inferior, en un volumen muy próximo -12'50%- a los cuatro géneros dominantes se encuentran las ocasiones en las que, por los motivos que fuere -profesionales o de cualquiera otra índole- la información surgida del entorno de Francisco Rabal fue recogida por los medios en el género conocido como suelto o gacetilla.

Con el protagonista de nuestra investigación se dio el caso, en ocasiones, de que una gran información hubo de ofrecerse camuflada, disimulándola de la forma que fuere. Por ejemplo, cuando lejos de perseguir al actor -hecho que, prácticamente, nunca ocurrió-, se dio la orden o consigna de ignorarlo cuanto se pudiera. Y reducir la información a la mínima expresión era una de las fórmulas.

Pero observando este aspecto desde la perspectiva opuesta, presentamos como algo muy positivo el hecho de que, aunque fuera marcado por la orden de que pasara desapercibido, el resultado es que en los medios no se plegaron a la insinuación de eliminarlo de las

páginas de periódicos y revistas, e introdujeron la información pese a tener que hacerlo de forma muy superficial.

Finalmente, por lo que de importante y representativo tiene, también hay que contemplar el 10% de las inserciones que llegaron a alcanzar, por parte de editores y directores, la categoría suficiente para entrar en el terreno de los artículos de opinión y editoriales.

Y si -antes más que actualmente- el género de opinión estaba reservado a la información que la empresa, a través de la figura del director o por consignas de terceras personas, considerara apropiada, importante y conveniente, el resultado lo explica todo. Y evidencia de qué forma y manera giraba el astro Rabal en el universo social, político y periodístico de una época cuya primera mitad estuvo presidida por una férrea censura sobre todo lo que se opusiera al conservadurismo de ideario fascista que presidía las formas y los hechos del régimen gobernante.

Era imposible e impensable una aparición frecuente y regular de Francisco Rabal en los espacios de opinión. Primero, por las amistades y contactos sociales que había comenzado a procurarse: Buñuel, Berlanga, Bardém, Dolores Ibarruri, Aleixandre, Bergamín, los directores italianos Pontecorvo, Pellegrini, Montaldo, Antonioni, Visconti o Damiani, Juan Rejano, León Felipe... Y después, además, por su temprana y provocadora -o cuanto menos, arriesgada- afiliación a las filas del PCE (Partido Comunista de España), en 1959.

Con estos primeros planos, Rabal se instaló en un escenario permitido aunque vigilado; y consentido, porque el régimen no podía dejar de aprovecharse de la imagen internacional que el actor había comenzado a ganarse.

Además, no corremos el riesgo de errar si afirmamos que en ese porcentaje de opinión y editoriales se encuentran las ocasiones en las que su valía artística y humana, subyugaron la conciencia periodística de quienes quisieron cumplir con su obligación. Profesional y personal.

Finalmente, a diferencia de la escasa importancia que adquieren las veces en las que Francisco Rabal fue protagonista de reportajes gráficos y publireportajes, ese 1'64% de documentos registrados sin género valorable sí merece una explicación. Se trata de páginas, en diarios y revistas de todo tipo, cuyo mensaje sobre el personaje es, casi exclusivamente, una fotografía. Ya sea motivada por cualquier acto, bien una imagen de Rabal a toda página, algo muy utilizado en los años cincuenta y sesenta y concebidas para ser recortadas y pegadas en paredes, muebles, o cristales a modo de pósters.

Son, además de otra muestra sobre el tratamiento periodístico, documentos propios de otra investigación o análisis iconográfico desde la inmensa perspectiva que ofrecen las formas, el cromatismo y, en definitiva, las leyes de la Gestalt.

Lo que en otras investigaciones de metodología similar suele denominarse relevancia tipográfica, nosotros lo vamos a tratar como una variable marcada por la extensión de la información. Y entendemos por ello la superficie que ocupan los tres elementos básicos: titulares, texto y soporte gráfico, siempre teniendo en cuenta que el objetivo a estudiar es concreto. O sea, que aunque un documento aparezca en más de una página (centrales, encaradas, anverso más reverso, etc.), lo que hemos procurado medir es la dedicación concreta a la figura de Francisco Rabal.

Tiene esta variable, también, la maniobrabilidad necesaria para llegar al lector de una u otra forma; más o menos fácilmente; con una u otra intención. Porque -dependiendo de lo que se quiera hacer, o de lo que se haya consignado previamente- la imagen general del total del cuerpo informativo puede resultar, y aparece de dos maneras:

Ampliada, a base de grandes tipos en los titulares o la inclusión de más o menos fotografías, así como sumarios y despieces.

Reducida a lo esencial y estrictamente correcto: el texto, un título no excesivamente voluminoso y una foto pequeña del rostro del actor.

Los perfiles de esta variable, sus resultados, mostrados en la Tabla II-C, proporcionan una amplia visión de la importancia que los medios de comunicación escritos otorgaron a la figura de Francisco Rabal y a la información que en derredor de él surgía.

Con el baremo que ya marcábamos cuando tratamos la justificación de las correspondientes variables, los resultados que a continuación exponemos también aportan su corroboración a la hipótesis analizada y los objetivos marcados.

A la vista de los resultados, la evidencia deja poco margen a una interpretación que pudiera pretender la demostración contraria. Probado queda que Francisco Rabal, esa mezcla de su valía artística y la aureola embrujada que lo envolvió en su faceta más personal, demandó a directores y editores de medios el espacio suficiente y destinado a que la sociedad lo fuera conociendo y valorando para, finalmente, hacer de él un auténtico mito.

**TABLA II-C**

EXTENSIÓN	Nº DOC	%
Amplísima	39	12'83
Muy amplia	46	15'13
Amplia	58	19'08
Media	86	28'29
Corta	34	11'18
Breve	8	2'63
Alusión	24	7'89
Pie de foto	9	2'96
<b>TOTAL</b>	<b>304</b>	<b>100</b>

Observemos, por ejemplo, que a muy poca distancia del ecuador que forma ese mágico 50% aparece la suma entre las extensiones

más altas de la relación clasificatoria: entre las informaciones que demandaron una extensión amplísima, las que merecieron un tratamiento, en extensión, muy amplio y aquellas que se ganaron la superficie catalogada como amplia suman la práctica totalidad de ese porcentaje equivalente a la mitad del material hemerográfico analizado. Y ni qué decir tiene, porque demostrado queda, que las extensiones más amplias, desde las amplísimas hasta las de espacio medio dejan a las demás sin demasiada importancia al alcanzar más de las dos terceras partes (el 75%) del material documental investigado.

Finalmente es necesario puntualizar que, por razones de operatividad y para no introducirse en vericuetos que harían interminable tanto esta como cualquier otra investigación, bastantes de los documentos cuya extensión ha quedado baremada como corta o pie de foto aparecen en portada. Lógicamente, bien puede comprenderse que no obtiene la misma valoración una información corta, o una fotografía y su correspondiente pie explicativo, en la primera página de una publicación, que en el interior de la misma.

Un último aspecto a tener en cuenta, aunque no haya formado parte de las categorías y variables (Tabla II-D) es, en este campo de la extensión concedida a la información sobre Rabal, los cuerpos de la tipografía utilizada en los titulares propiamente dichos.

Prácticamente la mitad de los documentos, el 45%, se reparten las tipografías reflejadas en la base de datos como grandes y muy grandes, quedando el bloque de pequeñas y muy pequeñas reducido a un discreto 19%, situándose las medianas en un considerable 35%.

Teniendo en cuenta que también los titulares –aunque se encuentren encorsetados por la extensión total en columnas- son elementos factibles de facilitar a los responsables del medio inmensas posibilidades manipuladoras, los resultados son, evidentemente, muy buenos.

**TABLA II-D**

TAMAÑO TIPOS	DOCs
Muy grandes	43
Grandes	93
Medianos	106
Pequeños	49
Muy Pequeños	9
Sin valorar	4
<b>TOTAL</b>	<b>304</b>

Sobre las 304 tipografías usadas en los correspondientes documentos, en 242 ocasiones (80%) optaron los profesionales de la prensa por resaltar la información sobre Rabal con titulares medianos, grandes y muy grandes. Y sólo 58 documentos, equivalentes al anteriormente aludido 19%, aparecen con titulares pequeños y muy pequeños.



Sin ser la escala de valores más interesante, sí que resulta de una importancia considerable observar cómo hasta en las decisiones más técnicas, como ésta, que solía ser cometido del maquetador, se intentó siempre favorecer la imagen de aquel actor/persona admirado y querido como muy pocos.

Entramos, finalmente, en el terreno del estilo (Tabla II-E), última variable que nos queda por introducir en el compendio de resultados que están moldeando el resumen final sobre la interpretación de los datos aportados por el análisis que hemos llevado a cabo.

Ya dejamos constancia en la justificación del estilo como variable que se trata de un aspecto nada científico y en absoluto academicista.

La coherencia del estilo, el acierto al tratar una información de una u otra forma, dependiendo, sobre todo, del medio para el que se va a escribir y el lector al que se pretende llegar, nos da las clases o tipos de aquellos, que ya quedaron predeterminadas: serio o tradicional, desenfadado, populista, frívolo y sensacionalista.

**TABLA II-E**

<b>ESTILOS</b>	<b>Nº DOC</b>
SERIO / TRADICIONAL	254
DESENFADADO	48
POPULISTA	1
FRÍVOLO	1
<b>TOTAL</b>	<b>304</b>

También ha de tenerse en cuenta que uno de los estilos contemplados, el sensacionalista, no ha sido utilizado en ninguna de las informaciones analizadas. Se debe esto, sin duda, al tipo de información y, por supuesto, a la clase de lector destinatario de ella.

Al respecto, también es necesaria la explicación sobre la ausencia de estilo sensacionalista en los documentos cuya información sí aparece catalogada como tal. Y es que, por una parte, pese a que la presentación gráfica obedezca a premisas sensacionalistas, la mayoría de sus informaciones son, en cuanto a estilo, tan serias como las que más. Además, y aún tratándose de medios con un tipo de información expresa y mayoritariamente sensacionalista, algunas de ellas -y ahí aparecen, generalmente, las referidas a Francisco Rabal- no se prestan a ser tratadas con los perfiles de ese estilo.

Aunque haya otros elementos, también a valorar y tener en cuenta, de estas últimas páginas, en las que hemos analizado variables y categorías, nacen los principales indicativos corroborados de la importancia o valoración que los medios de comunicación escrita le otorgan a un personaje público, o una temática cualquiera.

Las informaciones mejor tratadas pertenecen a unos perfiles inequívocos que, resumiendo los análisis anteriores, se encuentran dentro de los siguientes parámetros:

Van en portada o arrancan en ella para continuar en el interior de la publicación. Este posterior desarrollo -con o sin llamada en primera- se

ubica en página impar, en páginas encaradas o centrales, o en la contraportada, y extensa en la superficie ocupada.

Además, esa información pertenece a la catalogada como seria y/o culta y la encontramos en un medio de información general con un tamaño (cuerpo) en la tipografía de los titulares que no pase desapercibido y con el apoyo o complemento fotográfico, tanto mejor cuanto más individualizado y en primeros planos.

Finalmente, su redacción obedece las directrices de un género periodístico valorado por su rigor y seriedad, así como en un estilo propio del mismo, y deja traslucir una actitud positiva del emisor, o autor, al no escatimar los adjetivos y epítetos correspondientes y necesarios.

Una inmensa conjunción de todos estos indicativos, imprescindibles para demostrar la valoración de un personaje por parte de la prensa, se dan cita en los documentos analizados en esta investigación con la figura de Francisco Rabal como protagonista de los mismos.

Hemos observado, por ejemplo, que nuestro personaje, lejos de ser pasto de esa información que, a la postre, resulta ser endeble y efímera, es objeto de la información catalogada como seria y culta, y en los que destacan los géneros periodísticos más y mejor valorados: la crónica, la entrevista, el reportaje y la noticia, sin olvidar su presencia en el terreno de la opinión, generalmente elaborada por especialistas y responsables de la línea editorial de la publicación.

Referente a las extensiones dedicadas al personaje, constatemos que la mayoría de los documentos aparecen entre las extensiones media y amplísima y en directa relación con la tipografía utilizada en los titulares, perteneciente ésta, en su mayoría, a los rangos medianos, grandes y muy grandes.

Si del estilo se trata, lejos de ser tratado Francisco Rabal con frivolidad y populismo, la información que de emanaba era elaborada en y con el máspreciado de los estilos periodísticos, el serio o tradicional. Y por el tipo de prensa en el que aparecieron los aspectos humano y artístico de nuestro personaje, queda demostrado que Francisco Rabal se hizo acreedor a aparecer, sobre todo, en medios de información general, lo que corrobora el protagonismo que tenía en los medios de mayor difusión, mereciendo, además, que lo hicieran aparecer en la mejor ubicación posible: páginas impares, centrales, encaradas y contraportadas. Y además, utilizando su imagen -sobre todo en primeros planos- para darle toda la importancia posible a la información.

Finalmente, además de la muy positiva actitud hacia el personaje, que se detecta a tenor de los adjetivos y epítetos tan asiduamente utilizados, los indicativos más altos sobre la autoría de las informaciones corresponden a firmas de autor y elaboración propia de cada medio, algo a valorar en su justa medida por lo que supone

de predisposición para cubrir una información anunciada o tratar un hecho o personaje concretos.

**VII**

**Conclusiones**

El interés y motivos que fundamentaron el planteamiento de esta investigación, a través de un análisis hemerográfico preestablecido, han evidenciado todas las expectativas y contribuido a la observación de un hecho determinado desde una perspectiva diferente.

Hemos contemplado y, a veces, descubierto el componente sociológico que puede formar parte de un análisis como el realizado, rescatándolo de los exclusivos y fríos ámbitos cuantitativos.

Esta investigación, efectivamente, ofrece a los analistas hemerográficos interesados en este tipo de estudios la posibilidad de fundir periodismo y sociología. De esta forma, el resultado aporta esa

visión transversal que solamente se disfruta al acometerse la tarea en el ámbito contextualizado de las Ciencias Humanas.

### **1.- Sobre la importancia social del poder mediático**

Uno de nuestros objetivos era demostrar que la herramienta más operativa de cuantas pueden existir es el acceso a la información y su dominio, control y maniobrabilidad sobre ella. Por encima, incluso, de los poderes que más y mejor vigilan, reprenden y atemorizan a la práctica generalidad de la población mundial: el bélico y el financiero. No en vano, ha sido la influencia mediática la que la seducido y dirigido, en más de una ocasión, las decisiones sobre las guerras -y la evolución de ellas- o los movimientos del capital y el resultado de macrooperaciones económicas.

Y si de núcleos sociales no tan voluminosos se trata, la insistencia, constructiva o destructiva por parte de los medios de comunicación, para con un tema o persona determinados, provoca una reacción social que demuestra la veracidad de lo que estamos manteniendo. Y más cuanto menor sea el nivel cultural de esa sociedad, algo que, inevitablemente, conduce a la ausencia total del poder de cotejar, de comparar, de discernir.

Es, en definitiva, la puesta en evidencia de la postura defendida por Lourdes Ortiz y Pablo del Río en el sentido de que los medios, correcta y férreamente organizados, son el canal por el que el poder o poderes establecidos pueden, incluso, entrar en la vida privada del



individuo "para sentarse con él en su butaca, para controlar más su íntimas reacciones"<sup>135</sup>.

## 2.- Acerca de la consecución de objetivos

Observando resultados de categorías y variables, pero desde ese enfoque cognitivo al que anteriormente hacíamos referencia, observamos las muchas ocasiones en las coinciden aspectos tan importantes como amplias informaciones con su correspondiente soporte gráfico -casi siempre con la imagen del actor y muy frecuentemente en planos cortos-, impresas con gran despliegue tipográfico y resaltando su nombre en los titulares. O la utilización de páginas impares, encaradas o dobles, con lo que cobraba una importancia añadida cualquier información sobre él.

Algo, por ejemplo, a tener muy en cuenta, aunque no formó parte de los ítems a analizar, es la ubicación en las diversas secciones, sobre todo en la prensa diaria y en la segunda mitad del periodo estudiado, cuando ya se comenzó a elaborar productos periodísticos más y mejor estructurados.

Partamos del hecho constatable de que solamente la mitad de los documentos informativos seleccionados -concretamente el 47%- aparecen publicados en páginas con secciones perfecta y generalmente definidas. Y de ahí, pasemos a concluir que casi la mitad de ellos, el 44%, los hemos encontrado en secciones cuyo

---

<sup>135</sup> ORTIZ, Lourdes y DEL RÍO, Pablo (1977). *Op. Cit.* pp 24-25

epígrafe era, o incluía, el campo semántico de *cultura*; y esto, evidentemente, también aporta una valoración extra a la consideración que merecía Francisco Rabal.

En general, demostrado queda que la aparición de Francisco Rabal en la prensa, aún con los altibajos registrados a lo largo de ese periodo de medio siglo analizado, fue aumentando en la medida que magnificándose fue también su grandeza como actor y persona.

Muchas citas, de muchos medios, serían capaces de perfilar la figura del hombre y del actor. Pero tratándose de su relación con la prensa, motivo por el que los medios lo trataron tan extraordinariamente bien, tal vez esta encierre todo lo que, desde los medios de comunicación, pudiera decirse de Francisco Rabal: *"...Quiso atender a todos dejándose la voz, el suelo y la fatiga en el camerino, regalando el abrazo, la amistad, la sonrisa generosa, el guiño cómplice. Estas son sus señas de identidad, el denominador común de un actor que, por encima de su trayectoria universal, ha alcanzado la gloria de representar al pueblo, a la ciudadanía silencios"*<sup>136</sup>.

### **3.- Respecto de la hipótesis**

Con el empleo de estos parámetros hemos podido demostrar el acierto de los objetivos iniciales respecto del tratamiento que la prensa le otorgó siempre a Francis Rabal. Y también acerca de la utilización que de su figura y porte de galán hicieron tanto los

---

<sup>136</sup> GALIANA, J.M. *Diario LA VERDAD (Murcia)* 18.10. 1992

representantes del poder político gobernante -sobre todo en la primera mitad de su vida artística- como sus adláteres y acólitos; y con más razón cuando pudieron conjugar esa faceta de guapo galán con el perfil de gran actor que ya iba adquiriendo.

Hemos podido corroborar cómo en aquella casi primera época, la de galán, fue objetivo indiscutible de las publicaciones no diarias. Y lo mismo si se trataba de prensa especializada que de las que hemos denominado revistas gráficas.

E inmediatamente después, añadido a las facetas ya comentadas de galán y buen actor, el insistente eco de los éxitos que comenzó a cosechar en otras cinematografías europeas, sobre todo en Italia y Francia.

Finalmente, a partir de los abundantes éxitos que comenzaron a llegarle en los primeros compases de la década de los ochenta, se convirtió Rabal en una constante de las páginas de periódicos y revistas.

#### **4.- Sobre la metodología**

Con esta premisa, y contemplando la investigación como inductiva e interpretativa -por cuanto cualitativa e histórica, respectivamente- elaboramos unas categorías y variables que nos facilitaran la visión que tuvo la prensa sobre la figura de Francisco Rabal. Pero visto y

analizado todo ello en el marco de la concepción cognitiva concebida por G. Iriarte<sup>137</sup>.

O sea, aceptándolo como *“el conjunto de las consecuencias de la acción comunicativa (...) que inciden en las formas del conocimiento cotidiano (de los saberes públicamente compartidos) que condicionan la manera en que los individuos perciben y organizan su entorno más inmediato, su conocimiento sobre el mundo, y la orientación de su atención hacia determinados temas, así como su capacidad de discriminación referida a los contenidos de la comunicación de masas”*.

En definitiva, estamos convencidos de que a través de este análisis de contenidos -un tanto peculiar por las relaciones establecidas entre lo cuantitativo y lo cualitativo para convertirlo en una investigación inductiva e interpretativa, al tiempo que objetiva al tratarse de material histórico- hemos alcanzado nuestro objetivo, que no era otro que la demostración de la exquisitez con que la prensa trató a un personaje, a un mito, que ya, de por sí, es irrepetible.

##### **5.- Acerca de la reconstrucción del documento hemerográfico**

Demostrada ha quedado la importancia del documento hemerográfico en cuanto que portador, y emisor, de muchos, variados y subjetivos mensajes. Y de la misma manera si se trata de

---

<sup>137</sup> IRIARTE, Gregorio (1966, 6ª edición). *Análisis crítico de la realidad*. Ed. Colorgraf. Cochabamba-Bolivia. p. 269

algo actual que si la referencia es un documento histórico, se realiza un estudio sobre sus contenidos.

Es el análisis hemerográfico el que, al trabajar sobre una inmensa fuente de comunicación, tiene todos los resortes para descubrir, redescubrir y decodificar multitud de mensajes; tanto del presente como del pasado.

De su conjunto como unidad de información emanarán -tras observar aspectos como la paginación, la tipografía o el apoyo fotográfico- infinidad de mensajes, denotativos y connotativos.

Todo ello encaja en la teoría de Violette Morín que, recogida por Albert Kientz<sup>138</sup>, basa su estrategia en advertir lo importante que es diferenciar lo que se dice de cómo se dice. Y ahí, en ese *cómo*, están contempladas todas las unidades de información y comunicativas del documento hemerográfico. Confiamos, en definitiva, haber demostrado que una investigación social, del tipo y la importancia de la que hemos desarrollado, ha de cimentarse en la hemerografía y su posterior reconstrucción para desarrollar un análisis de contenidos como el que hemos utilizado para esta investigación.

## **6.- Perspectiva general sobre la actitud de la prensa**

Partamos de la evidencia de que cada medio tiene, elige, su público receptor y trabaja y elabora la información, el mensaje, pensando en él.

Entonces, observando la extensa relación de medios utilizados para la extracción de documentos, podemos concluir que nuestro personaje lo era de interés para un amplísimo abanico social por cuanto las informaciones en derredor de él son elaboradas o recogidas, y difundidas, por prácticamente todo el espectro periodístico; en periódicos y revistas de la más variada tipología social, política, artística, cultural...

Aparece muy extendido entre muchos informadores del periodo analizado el recurso al origen y trayectoria de Francisco Rabal, un hombre, decían, que, procedente del estrato social más bajo y desfavorecido, llegó a ser lo que siempre soñó pero nunca se atrevió a imaginar, convirtiéndose, a la postre, en mito, leyenda...

Siempre destacó la prensa en la figura de Francisco Rabal sus cualidades humanas, su comportamiento social, sus relaciones con directores y compañeros de reparto, su adaptación al papel de cada película... En definitiva, su actitud positiva y vitalista.

Era una apreciación generalizada lo fácil que resultaba entrevistar a Francisco Rabal. Parecía adivinar el actor la intención del entrevistador y lanzaba al aire el tema o la pregunta que podía interesar al periodista; y respondía sin que se le inquiriera contestación alguna.

---

<sup>138</sup> KIENTZ, A. (1974). Op. Cit. p. 76

Como última reflexión, consideramos muy oportuno concluir que ha quedado sobradamente demostrado el carácter afectivo y volitivo, más que puramente cognitivo, la intencionalidad que siempre presidió la relación de los medios impresos de comunicación para y hacia Francisco Rabal.

Tal vez no hubiera que hacer mucho más, para resumir la actitud de la prensa hacia Francisco Rabal, que reproducir una selección de los adjetivos y epítetos a los que siempre apareció unido su nombre en las páginas de periódicos y revistas. Así lo hicimos pero, aún seleccionando solamente los más relevantes, resultaría excesivamente extenso para ser parte de unas conclusiones que pretenden ser eso, un resumen final y concluyente.

**VIII**

**Anexos**



## ANEXO I (CATEGORÍAS)

		TOTAL	MUERTE
	NOMBRE EN TITULARES	244	
TIPO DE PRENSA	INFORMACIÓN GENERAL	199	8
	INFORMACIÓN ESPECIALIZADA	50	
	REVISTA GRÁFICA	47	
	OTRA	1	
	NO IDENTIFICADA	7	
ÁMBITO DE DISTRIBUCIÓN	REGIONAL-MURCIA	150	3
	NACIONAL	153	4
	INTERNACIONAL-EXTRANJERA	-	1
	NO IDENTIFICADA	1	
PAGINACIÓN	PAR	84	
	IMPAR	148	
	COMIENZA PAR	6	
	COMIENZA IMPAR	10	
	CENTRALES/ENCARADAS	28	
	ANVERSO + REVERSO	5	
	SOLO PORTADA	12	
	CONTRAPORTADA	8	
	NO IDENTIFICADA	3	
	LLAMADA EN 1ª CON FOTO	17	7
	LLAMADA EN 1ª SIN FOTO	5	
ACTITUD	POSITIVA	145	
	MUY POSITIVA	134	
	ASÉPTICA	23	
	NEGATIVA	1	
	CALIFICATIVOS	Ver tablas I-E, I-D y IV-A	
FUENTE ÚLTIMA	AGENCIA	20	
	AUTOR/AGENCIA	4	
	AGENCIA/REDACCIÓN	2	
	CORRESPONSAL	18	
	PROPIA	94	
	AUTOR/AUTORES	166	
SOPORTE GRÁFICO	FOTO SOLO P.C.	113	
	FOTO SOLO P.M.	17	
	CARICATURA P.C.	3	
	PEQUEÑAS	40	
	MEDIANAS	90	
	GRANDES	25	
	MUY GRANDES	3	
	A TODA PÁGINA	13	
	A MÁS DE UNA PÁGINA	1	
	VARIAS FOTOS DEL PERSONAJE	7	
	CON UNA O MÁS FOTOS	241	8

## ANEXO II (VARIABLES)

		TOTAL	MUERTE
NOMBRE Y FECHA			
PERIODICIDAD	DIARIA	200	8
	NO DIARIA	102	
	N. ID.	2	
TIPO DE INFORMACIÓN	SERIA/CULTA	251	5
	SENSACIONALISTA	18	2
	POPULISTA-SENSACIONALISTA	27	1
	POPULAR	4	
	ROSA	4	
GÉNEROS	NOTICIA	44	
	REPORTAJE	49	
	CRÓNICA	62	
	ENTREVISTA	61	
	OPINIÓN/EDITORIAL	1	
	OPINIÓN/ARTÍCULOS	30	
	OPINIÓN/CARTAS	2	
	CRÍTICA	2	
	REPORTAJE GRÁFICO	7	
	PUBLIREPORTAJE	3	
	SUELTO	38	
	SIN GÉNERO-SÓLO FOTO	5	
EXTENSIÓN	AMPLÍSIMA	39	
	MUY AMPLIA	46	
	AMPLIA	58	
	MEDIA	86	
	CORTA	34	
	BREVE	8	
	ALUSIÓN	24	
	PIE DE FOTO	9	
ESTILOS	TRADICIONAL-ORTODOXO	254	
	DESENFADADO	48	
	POPULISTA	1	
	FRÍVOLO	1	
	SENSACIONALISTA	-	

## ANEXO III

Relación de publicaciones en las que aparecen los documentos analizados, número de éstos en cada medio y los ítems -categoriales y variables- más elementales

PUBLICACIÓN (Nº doc.)	TIPO DE INFORMACIÓN	TIPO DE PRENSA	PERIODI- CIDAD	ÁMBITO
ABC (5)	SERIA / CULTA	INFOR. GENERAL	DIARIA	NACIONAL
ALCÁZAR, EL (10)	POPUL. / SENSAC.	INFOR. GENERAL	DIARIA	NACIONAL
AMA (2)	ROSA	INFOR. GENERAL	NO DIARIA	NACIONAL
ARRIBA (1)	POPUL. / SENSAC.	INFOR. GENERAL	DIARIA	NACIONAL
BLANCO Y NEGRO (2)	SERIA / CULTA	REVISTA GRÁFICA	NO DIARIA	NACIONAL
BOLERO FILM (1)	POPUL. / SENSAC.	INFOR. ESPECIALIZ.	NO DIARIA	NACIONAL
CINE EN 7 DÍAS (18)	SERIA / CULTA	INFOR. ESPECIALIZ.	NO DIARIA	NACIONAL
COMUNIDAD ESCOLAR (1)	SERIA / CULTA	OTRA	NO DIARIA	NACIONAL
DIARIO 16 (1)	SENSACIONALISTA	INFOR. GENERAL	DIARIA	NACIONAL
DIARIO 16 MURCIA (5)	SENSACIONALISTA	INFOR. GENERAL	DIARIA	REG. MUR.
DIEZ MINUTOS (1)	POPUL. / SENSAC.	REVISTA GRÁFICA	NO DIARIA	NACIONAL
DÍGAME (2)	SERIA / CULTA	REVISTA GRÁFICA	NO DIARIA	NACIONAL
FILM IDEAL (1)	SERIA / CULTA	INFOR. ESPECIALIZ.	NO DIARIA	NACIONAL
FOTOGRAMAS (7)	SERIA / CULTA	INFOR. ESPECIALIZ.	NO DIARIA	NACIONAL
FOTOS (1)	POPULAR	REVISTA GRÁFICA	NO DIARIA	NACIONAL
GACETA ILUSTRADA (1)	POPUL. / SENSAC.	REVISTA GRÁFICA	NO DIARIA	NACIONAL
HOJA LUNES - MURCIA (2)	SERIA / CULTA	INFOR. GENERAL	NO DIARIA	REG. MUR.
INFORMACIONES(1)	SERIA / CULTA	INFOR. GENERAL	DIARIA	NACIONAL
LECTURAS (1)	ROSA	REVISTA GRÁFICA	NO DIARIA	NACIONAL
LÍNEA (22)	SERIA / CULTA	INFOR. GENERAL	DIARIA	REG. MUR.
MADRID(3)	SERIA / CULTA	INFOR. GENERAL	DIARIA	NACIONAL
MARISOL (1)	POPUL. / SENSAC.	REVISTA GRÁFICA	NO DIARIA	NACIONAL
MISS(1)	ROSA	REVISTA GRÁFICA	NO DIARIA	NACIONAL
MUNDO, EL (2)	SENSACIONALISTA	INFOR. GENERAL	DIARIA	NACIONAL
NUEVO DIARIO (2)	SERIA / CULTA	INFOR. GENERAL	DIARIA	NACIONAL
N.I. (21)	VARIAS	VARIAS	VARIAS	VARIAS
OPINIÓN, LA (62)	SERIA / CULTA	INFOR. GENERAL	DIARIA	REG. MUR.
PAÍS, EL (5)	SERIA / CULTA	INFOR. GENERAL	DIARIA	NACIONAL
PRIMER PLANO (15)	SERIA / CULTA	INFOR. ESPECIALIZ.	NO DIARIA	NACIONAL
PUEBLO (10)	SERIA / CULTA	INFOR. GENERAL	DIARIA	NACIONAL
RADIOCINEMA (2)	SERIA / CULTA	INFOR. ESPECIALIZ.	NO DIARIA	NACIONAL
SÁBADO GRÁFICO(2)	POPUL. / SENSAC.	REVISTA GRÁFICA	NO DIARIA	NACIONAL
SOL, EL (1)	SERIA / CULTA	INFOR. GENERAL	DIARIA	NACIONAL
TELERADIO (1)	POPUL. / SENSAC.	INFOR. ESPECIALIZ.	NO DIARIA	NACIONAL
TRIUNFO (23)	SERIA / CULTA	REVISTA GRÁFICA	NO DIARIA	NACIONAL
VERDAD, LA (MURCIA) (58)	SERIA / CULTA	INFOR. GENERAL	DIARIA	REG. MUR
VERDAD, LA (MURCIA) Semanao (2)	SERIA / CULTA	INFOR. GENERAL	DIARIA	REG. MUR
YA (8)	SERIA / CULTA	INFOR. GENERAL	DIARIA	REG. MUR

## ANEXO IV

### ANÁLISIS DE DOCUMENTOS HEMEROGRÁFICOS CON INFORMACIÓN SOBRE EL FALLECIMIENTO DE FRANCISCO RABAL

Para analizar la abundantísima información aparecida durante los días posteriores a la repentina muerte de Francisco Rabal se han obviado muchos ítems, tanto de valor categorial como de variables, por las características concretas de toda aquella información post mortem.

Con más o menos profusión, todos los medios consultados ofrecieron, además de la triste e impactante noticia, gran cantidad de *páginas especiales* de entrevistas a terceras personas acerca de la figura desaparecida; con artículos de opinión glosando la figura de Rabal, desde su perfil de actor a su grandeza como persona; rememoraciones acerca de momentos clave en su vida como la investidura de Doctor Honoris Causa por la Universidad de Murcia, la concesión de los premios de Cannes o Goya...

En definitiva, y utilizando el argot periodístico, los medios *tiraron de archivo* (de hemeroteca) para, al tiempo que daban cumplida información sobre el fallecimiento del actor, no perder la oportunidad de glosar su figura, artística y humana, en la medida que cada cual estimó conveniente.

Por todo ello, el análisis a que han sido sometidos los documentos correspondientes a la información sobre el fallecimiento sólo utiliza parte de las categorías y variables que han presidido el análisis de la práctica totalidad de la información que ha dado lugar a esta investigación. Y además, circunscritas única y exclusivamente a los mensajes que emanan de determinados ítems, haciendo especial hincapié, en los valores que, lógicamente, más y mejor muestran y evidencian el objetivo de esta investigación:

- Tipo de prensa
- Tipo de información
- Periodicidad
- Ámbito de distribución
- Inclusión del nombre del personaje en los titulares
- Tipografía de los titulares
- Llamada en primera.
- Actitud para con el personaje, estrechamente unida al resumen de epítetos utilizados para glosar la figura de Francisco Rabal, y de los que extractamos un amplio resumen demostrativo

Además, aunque el resultado del trabajo de campo es tan unánime que no admite duda alguna, desde el punto de vista más teórico-científico pudiera llegarse a pensar que estos documentos post

mortem son factibles de adulterar el resultado final de la investigación.

Tras el análisis correspondiente a las informaciones de este periodo concreto, último en el compendio general de la investigación, resumimos resultados en los términos que a continuación se exponen.

Hemos analizado ocho documentos que suman, entre todos ellos, cuarenta y ocho páginas, y que aparecen en publicaciones de periodicidad diaria y, en cuanto a *tipo de prensa*, pertenecen todos a la de *Información general*.

De todos ellos, únicamente el recogido en la prensa extranjera, que en esta investigación ha sido catalogada como *internacional*, le dedica solamente una página a la información sobre la muerte del actor, si bien el diseño y alarde tipográfico son de una relevancia muy considerable.

Y sobre la categoría que cobra cualquier información al dedicársele *llamada en primera*, excepto el internacional, del que no hemos obtenido la información al respecto, todos los medios llevaron a sus portadas la impactante noticia de la muerte de Rabal acompañada del correspondiente *soporte gráfico* en forma de fotografías del actor, casi todas ellas de grandes dimensiones.

Entrando de lleno en el valor categorial del *ámbito*, de los otros 7 documentos correspondientes a publicaciones españolas, 3 son de

distribución *regional* y 4 pertenecen a la llamada prensa *nacional*, la que circula por todas las comunidades autónomas del Estado.

Respecto del *tipo de información* por el que se caracterizan los medios portadores de estos documentos, 5 de ellos pertenecen al grupo cuya forma de comunicar se encuentra entre las catalogadas como *seria/culta*; otros 2 son los que ofrecen su producto con filosofía *sensacionalista*; y 1 está enmarcado en esa manera de elaborar la información calificada como *populista/sensacionalista*, resurgida en España tras bastantes años de no estar presente en los kioscos, por lo menos en cuanto a cabeceras de circulación nacional se refiere.

Y es digno de destacar esto porque hasta los medios cuya información se contextualizar en el marco del populismo y el sensacionalismo se ocuparon de algo tan serio, de un personaje tan tradicional y poco dado a frivolidades públicas, como fue la trayectoria vital de Francisco Rabal.

De entre estos medios portadores de los documentos analizados (de ámbito nacional aunque enmarcado cada cual en su correspondiente lugar por el tipo de información -uno, *sensacionalista* y otro, *serio/culto*-), 2 ofrecen sus portadas con títulos en caracteres catalogados como grandes frente a los otros cinco, que muestran una evidente profusión de tipos muy grandes.

En las páginas interiores, cinco de ellos, incluido el extranjero, coinciden en una *tipografía muy grande*, en general, para sus

titulares mientras que los otros tres rebajan los tipos y adoptan los catalogados como *grandes*.

Por lo que a la *extensión* se refiere, menos el correspondiente al ámbito de prensa extranjera, *muy amplia*, al concederle una página completa a la información necrológica y un perfil del trabajo cinematográfico argentino de Francisco Rabal, los demás se sitúan en el nivel de *amplísima*.

El número de páginas que cada uno de los otros siete medios dedican a esta información va desde las 4 en los dos que menos, a las 14 que componen la información en el que más, pasando por las 13 del segundo medio en dedicación de páginas o los otros tres restantes, que ofrecieron 6 páginas especiales dedicadas a todo lo que rodeó a la noticia de la muerte de Francisco Rabal.

Y en cuanto a las secciones en las que quedaron enmarcadas todas aquellas páginas espaciales y monográficas, apuntemos que tres de aquellos medios llevaron la información de la muerte de Rabal a sus páginas de cultura; uno de ellos la ubicó bajo el epígrafe de espectáculos y otro, por tratarse de un periódico de ámbito regional, prefirió insertar la noticia y toda la información complementaria en las páginas dedicadas a información regional. En páginas sin cabecera alguna de sección público la información otro de los diarios, mientras que los dos restantes incorporaron como nomenclatura de sección frases directamente relacionadas con el suceso.



Y entre éstas y otras nomenclaturas que actuaron de subsecciones, títulos como estos: *"En cine español pierde a uno de sus mejores actores"*, *"Adiós a un mito"*, *"Águilas, un pueblo de luto"*, *"Una vida en imágenes"*, *"Adiós a una leyenda del cine español"* o *"El cine pierde a Paco Rabal"*.

Ni qué decir tiene que todos ellos incorporaron el nombre del personaje a sus titulares -bien en primera o en la de inicio entre las interiores-, individualizando y no generalizando la información.

Todos adoptan una *actitud* muy positiva respecto del personaje, tal y como queda reflejado en las reflexiones inmediatamente anteriores. Y nada mejor para dar fuerza y demostrar esta evidencia que traer hasta aquí, según el compendio recogido en la Tabla IV-A, algunos de los epítetos y calificativos con los que definieron a Francisco Rabal en los momentos de su adiós a la vida terrenal y material. Porque no pertenece este personaje a esa clase de hombres, o mujeres, que se mueren para siempre. Muy al contrario, Rabal está, por méritos propios, en ese club de personas que continúan estando vivas.

En cuanto a su faceta humana, por su forma de ser, de vivir y, en definitiva, por su filosofía del comportamiento para y con la sociedad en general; y en cuanto a quehacer artístico, porque siempre quedará, plasmado en esas imágenes con movimiento, en esas secuencias de su labor de actor, para disfrute de quienes, siempre,

quieran disfrutar de sus majestuosas maneras de desenvolverse en el universo de la interpretación.

**TABLA IV - A**  
**Epítetos, definiciones y calificativos extraídos**  
**de las informaciones sobre la muerte del actor.**

- |   |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Artista aguileno</li> <li>▪ Medalla de Oro al Trabajo</li> <li>▪ Premio Goya</li> <li>▪ Gran humanidad</li> <li>▪ Actor versátil</li> <li>▪ De carácter</li> <li>▪ Trabajador incansable</li> <li>▪ Orgullo de Murcia</li> <li>▪ Gran genio</li> <li>▪ Palma de Oro en Cannes</li> <li>▪ Premio Goya</li> <li>▪ Hijo Predilecto de Águilas</li> <li>▪ Bohemio</li> <li>▪ Vitalista</li> <li>▪ Entrañable</li> <li>▪ Hijo Predilecto de Murcia</li> <li>▪ Doctor Honoris Causa Universidad de Murcia.</li> <li>▪ Sincero</li> <li>▪ Tocado por la fortuna</li> <li>▪ El mejor embajador de Murcia</li> <li>▪ Contribución artística</li> <li>▪ Grande del cine español</li> <li>▪ Estrella</li> <li>▪ Homenajeadado en Montreal</li> <li>▪ Premio Goya</li> <li>▪ El gran actor de Águilas</li> <li>▪ Una vida de película</li> <li>▪ Hijo Predilecto de los murcianos</li> <li>▪ Actor de Águilas</li> <li>▪ Aguileno ilustre</li> <li>▪ Actor universal</li> <li>▪ Ser humano excepcional</li> <li>▪ Insigne actor</li> <li>▪ Gran mito del cine</li> <li>▪ Uno de los mejores actores</li> <li>▪ Veterano intérprete</li> <li>▪ Maestro de actores</li> <li>▪ Genial actor</li> <li>▪ Memoria cinematográfica del cine español</li> <li>▪ Superviviente hecho a sí mismo</li> <li>▪ Actor comprometido y generoso</li> <li>▪ Leyenda del cine español</li> <li>▪ Mítico actor</li> <li>▪ Legendario</li> <li>▪ La voz rota</li> <li>▪ Inolvidable Azarías</li> <li>▪ Eterno don Juan</li> <li>▪ La grandeza de un hombre</li> <li>▪ Superviviente que se convirtió en estrella</li> <li>▪ Carisma y amigo</li> <li>▪ Intérprete majestuoso</li> <li>▪ El primer latin lover</li> </ul> |
|---|

**IX**

**Bibliografía**

- AGUILAR, Carlos (1966): Las estrellas de nuestro cine: 500 filmografías de intérpretes españoles. Madrid: Alianza Editorial.
- AGUILAR, Carlos y GENOVER, Jaume(1992): El cine español en sus intérpretes. Madrid: Verdoux D.L.
- ALADRO VICO, Eva (1999): Teoría de la información y la comunicación efectiva. Madrid: Editorial Fragua.
- ALVAREZ MARCOS, J. (1999, 1ª edición): Tecnologías para la información periodística. Sevilla: Ed. MAD.
- APARCICI, R y GARCÍA-MATILLA, A (1989): Lectura de imágenes. Madrid: Ediciones de la Torre.
- BARDIN, Lawrence (1996, 2ª edición): El análisis de contenido. Madrid: Ediciones AKAL.
- BARTHES, Roland (1970): La semiología. Buenos Aires: Edit. Tiempo Contemporáneo.

- BARTHES, Roland (1971): Elementos de semiología. Madrid: Alberto Corazón, Editor.
- BELTRÁN, Pedro (1992): artículo "Mi amigo Paco" en Francisco Rabal / Pedro Beltrán... [et al]; edición a cargo de Joaquín T. Cánovas.-[1ª ed.]- Murcia: Filmoteca Regional de Murcia: Editora Regional de Murcia: Empresa Pública Regional.
- BERELSON, B. (1952): Content analysis in communication research. Illinois: Glencoe.
- BERELSON, Bernard citado por KIENTZ, Albert (1974): Para analizar los mass media. Valencia: Fernando Torres. Editor.
- BLAYA MENGUAL, M.A. (2003): Paco Rabal. Genio y figura. Murcia: Nausícaä.
- BOYERO Carlos (1992): artículo "Él, que tantos hombres ha sido" en Francisco Rabal / Carlos Boyero... [et al]; edición a cargo de Joaquín T. Cánovas.-[1ª ed.]- Murcia: Filmoteca Regional de Murcia: Editora Regional de Murcia: Empresa Pública Regional.
- BRAJNOVIC, Luka (1991, 2ª Ed.): El ámbito científico de la información. Navarra: EUNSA.
- BURGERLÍN, Oliver (1974): La comunicación de masas. Barcelona: A.T.E.
- CÁNOVAS, Joaquín y CERÓN, Juan Francisco (1990): Murcianos en el cine. Murcia: Cajamurcia D.L.
- CASTELLÓ, José Emilio (1978): España siglo XX. 1939 – 1978. Madrid: Anaya. Biblioteca Básica de Historia.
- CEBRIÁN, Juan Luis (2001): artículo "Deseos de aniversario" en El País de nuestras vidas. 1976-2001. Especial 25 años, suplemento de El País N° 1284, 6 de mayo de 2001.
- CHACÓN GUTIÉRREZ, Inmaculada (1999): "Tipología y fiabilidad de las fuentes documentales" en Introducción a la Documentación

Informativa y Periodística. Sevilla: MAD. Antonio García Gutiérrez. Editor.

- CHACÓN, Inmaculada (1995): artículo "La mediación documental" en Cuadernos de Documentación Multimedia. Nº 4. Junio 1995, en [www.ucm.es/info/multidoc/multidoc/revista/cuadern4/num4.htm](http://www.ucm.es/info/multidoc/multidoc/revista/cuadern4/num4.htm)
- COLL-VINENT, R. (1978): Teoría y práctica de la documentación. Barcelona: A.T.E.
- CUESTA, Ubaldo (2000): Psicología de la comunicación social. Madrid: Ed. Cátedra (Grupo Anaya).
- DAVIS, Flora (1978, 2ª Edición): La comunicación no verbal. Madrid: Alianza Editorial S.A.
- DE FLEUR, M.L. y BALL-ROKEACH, S. (1982): Teorías de la comunicación de masas. Barcelona-Buenos Aires: Editorial Paidós.
- DE HARO DE SAN MATEO, Mª Verónica –Coordinadora- (2003): Brindis a Paco Rabal (Murcia): Club Taurino de Lorca.
- DE MIGUEL, A. (1975): Sociología del franquismo. Barcelona: Euros. Col. España Punto y Aparte.
- DÍEZ PUERTAS, Emeterio (2003): Historia Social del cine en España. Madrid: Editorial Fundamentos.
- DURAND, Jacques (1985): Las formas de la comunicación. Barcelona: Editorial Mitre.
- ENZENSBERGER, Hans Magnus (1974, 2ª ed): Elementos para una teoría de los medios de comunicación. Barcelona: Anagrama (Cuadernos).
- FERNÁNDEZ AREAL, M. (1968): La libertad de prensa en España 1938-1971. Madrid: Ed. Cuadernos para el Diálogo.
- FERNÁNDEZ AREAL, M. (1971, 1ª edición): La Ley de Prensa a

debate. Madrid: Plaza & Janés S.A. Editores.

- FRANCO, A. (1991): artículo "Prensa española: la batalla regional", en 1990. Anuario de los hechos. Barcelona: Difusora Internacional S.A.
- FUENTES, Juan F. y Fernández Sebastián, Javier (1997): Historia del periodismo español. Madrid: Ed. Síntesis.
- GALÁN, Diego (1997): La buena memoria de Fernando Fernán Gómez y Eduardo Haro Tecglen. Madrid: Ed. Alfaguara
- GALDÓN, Gabriel (Coord) (2002): Teoría y práctica de la documentación informativa. Barcelona: Edit. Ariel, S.A.
- GARCÍA DE DIEGO MARTÍNEZ, A. (1988): Prensa y tecnología. Madrid: Ed. Alambra.
- GARCÍA FERNÁNDEZ, Emilio y SÁNCHEZ GONZÁLEZ, Santiago (2002): Guía histórica del cine (1895-2001). Madrid: Editorial Complutense.
- GARCÍA GARZÓN, Juan Ignacio (2004): Paco Rabal. Aquí, un amigo. (Madrid): Algaba Ediciones S.A.
- GARCÍA GUTIÉRREZ, Antonio (1999): "Proceso documental y discurso periodístico: modelo teórico y procedimientos generales" en Introducción a la Documentación Informativa y Periodística. Sevilla: MAD. Antonio García Gutiérrez, Editor.
- GASCA, Luis (1998, 1ª Edición)): Un siglo de cine español. Barcelona: Ed. Planeta.
- GÓMEZ RIVERA, Manuel (1975, 1ª edición): La prensa en España. Madrid: Docel / Libros CAR.
- GOMIS, Lorenzo (1991): Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente. Barcelona-Buenos Aires: Paidós Ediciones
- GRANDI, R. (1995): Texto y contexto en los medios de comunicación. Barcelona: Bosch Casa Editorial S.A.

- GRIJELMO, Alex (2001. Marzo 6ª edición): La seducción de las palabras. Madrid: Taurus.
- GRIJELMO, Alex (2002, Febrero, 9ª edición): El estilo del periodista. Madrid: Taurus.
- GUBERT, Román (2000): declaraciones a la revista Anàlisi, nº 27. Barcelona. UAB.
- GUERRERO RUIZ, P. (1992): "Francisco Rabal, un actor de raza". Murcia: Empresa Pública Regional Murcia'92.
- GUERRERO RUIZ, Pedro (2004): artículo "La imaginaria mítica de un actor total: Francisco Rabal" en la revista Cine y literatura. El teatro en el cine. Murcia: J. D. Vera Méndez y A. Sánchez Jordán, Eds.
- GUILLAMET, Jaime (1988): Conocer la prensa. Introducción a su uso en la escuela. Barcelona: Gustavo Gili, S.A.
- HEREDERO, CARLOS F.(1992): artículo "Tiempo de madurez" en Francisco Rabal / Carlos F. Heredero... [et al]; edición a cargo de Joaquín T. Cánovas.-[1ª ed.].- Murcia: Filmoteca Regional de Murcia: Editora Regional de Murcia: Empresa Pública Regional.
- HIDALGO, Manuel (1985): Francisco Rabal, un caso bastante excepcional. Valladolid: Semana de Cine.
- INVESTIDURA de doctor honoris causa del Excmo. Sr. D. Francisco Rabal Valera: Murcia a 22 de mayo de MCMXCV. (1995). Murcia: Universidad de Murcia.
- JUTGLAR, Antoni (1995): artículo "Pueblo y cultura", en Cuadernos para el Diálogo. Agosto-Septiembre 1965.
- KATZ, D. (1967): Psicología de la forma. Madrid: Espasa Calpe, S.A
- KIENTZ, Albert. (1974): Para analizar los mass media. Valencia: Ed. Fernando Torres.
- MARINERO, Manolo (1992): artículo "Con vino de Pozo Estrecho" en



Francisco Rabal / Manolo Marinero... [et al]; edición a cargo de Joaquín T. Cánovas.-[1ª ed.].- Murcia: Filmoteca Regional de Murcia: Editora Regional de Murcia: Empresa Pública Regional.

- MARTÍN, Manuel y OLMO, Agustín (1999): Información y comunicación. Madrid: McGraw-Hill/Interamericana de España, S.A.U.
- MAY, ROLLO (1998, 1ª reimpresión) La necesidad del mito: la influencia de los modelos culturales en el mundo contemporáneo. Barcelona: Paidós Ed.
- MCQUAIL, Denis (1969): Sociología de los medios masivos de comunicación. Buenos Aires: Paidós Ed.
- MCQUAIL, Denis (1992): La acción de los medios. Los medios de comunicación y en interés público. Buenos Aires: Amorrortu Ediciones S.A.
- MCQUAIL, Denis y WINDAHL, Sven (1984): Modelos para el estudio de la comunicación colectiva. Pamplona: EUNSA.
- MORAGAS, Miguel de (1976): Semiótica y comunicación de masas. Barcelona: Ediciones Península.
- NIETO MARTÍN, Santiago (1986): La temática educativa en la prensa. Análisis de contenido. Valladolid: Editorial Server-Cuesta.
- ORTIZ, Lourdes y DEL RÍO, Pablo (1977): Comunicación crítica. Madrid: Pablo del Río. Editor.
- PARDINAS, Felipe (1973. Octubre, 11ª ed.): Metodología y técnicas de investigación en ciencias sociales. Introducción elemental. México: Siglo XXI Editores, S.A.
- PASAMAR, Luis (1992): Francisco Rabal. Madrid: Grupo Libro 88.
- PELTZER, Gonzalo (1991): Periodismo iconográfico. Madrid: Ediciones Rialp.

- PORQUET GOMBÁU, José Manuel (1995): Francisco Rabal, una gloria vitalista. Huesca: Festival de Cine de Huesca.
- RABAL, P. Y CEREZALES, A. (1994): Si yo te contara. Madrid: El País-Aguilar.
- RISPA MARQUEZ, Raúl (1986): La revolución de la información. Barcelona: Salvat Editores.
- RODRÍGUEZ BLANCO, Manuel (1998): Paco Rabal: un demi-siècle de presence. Toulouse: Cinespeña
- RODRÍGUEZ GÓMEZ, G... [et al.] (1996): Metodología de la investigación cualitativa. Málaga: Edic. Aljibe S.L.
- RODRÍGUEZ MERCHANTE, Oti (1992); artículo "La arboleda perdida: breve visita con Asunción Balaguer" en Francisco Rabal / Oti Rodríguez Merchante... [et al]; edición a cargo de Joaquín T. Cánovas.-[1ª ed.].- Murcia: Filmoteca Regional de Murcia: Editora Regional de Murcia: Empresa Pública Regional.
- SANTOS, Félix (1974): presentación del monográfico "Clases medias en España" en Cuadernos para el Diálogo. Extraordinario N° XXXIX, marzo 1974.
- SAPERAS, Enric (1987): Los efectos cognitivos de la comunicación de masas: las recientes investigaciones en torno a los efectos de la comunicación de masas 1970-1986. Barcelona: Ariel Comunicación.
- SAPERE CHAVIT, G. (2000) Revista Anàlisi N° 24. Barcelona.
- SEVILLA, Carmen y RABAL, Paco (1999, 1ª Edición): Aquella España dulce y amarga / La historia de un país contada a dos voces. (Edición a cargo de Mª Antonia Iglesias). Barcelona: Grijalbo Mondadori.
- SINOVA, Justino (1989): La censura de prensa durante el franquismo. Madrid: Ed. Espasa Calpe S.A.

- SOLA, A. V. (1958): Francisco Rabal. Madrid: Colección Ídolos del cine, nº 14.
- TORRES, Augusto (1999): Diccionario Espasa del Cine Español. Madrid: Ed. Espasa Calpe.
- TRUEBA, Fernando (1997): Diccionario de cine. Barcelona: Ed. Planeta.
- VALLES, Miguel S. (Octubre 2000, 2ª reimpresión): "Técnicas cualitativas de investigación social. Madrid: Ed. Síntesis S.A.
- VAN DIJK, Teun A. (1978): La ciencia del texto. Barcelona-Buenos Aires: Paidós Ediciones.
- VAZQUEZ MONTALBÁN, M. (1973): Las noticias y la información. Barcelona: Salvat Editores, S.A.
- VAZQUEZ MONTALBÁN, M. (1975): Informe sobre la información. Barcelona: Edit. Fontanella, S.A.
- VAZQUEZ, J. M. (1990): Manipulación. Información. Madrid: Instituto de Sociología Aplicada.
- VERA, Pascual (1992): artículo "Un antigalán que cautiva" en Francisco Rabal / Pascual Vera [et al]; edición a cargo de Joaquín T. Cánovas.-[1ª ed.]- Murcia: Filmoteca Regional de Murcia: Editora Regional de Murcia: Empresa Pública Regional.
- WITTGENSTEIN, Ludwig (1973): Tractatus logico-philosophicus -Trad. Enrique Tierno Galván-. Madrid: Alianza Editorial.
- WOLF, Mauro (1994): Los efectos sociales de los medios. Barcelona: Ed. Paidós Ibérica S.A.
- WRIGHT, Charles R. (1972, 3ª Ed): Comunicación de masas. Buenos Aires: Paidós.
- <http://anabelen.iespana.es/poemapacorabal.html>
- <http://archivo.elnuevodiario.com.ni/2001/noviembre/17-noviembre-2001/cultural/cultural9.html>

- [http://descargas.cervantesvirtual.com/servlet/SirveObras/12371732008015960754624/012918\\_10.pdf](http://descargas.cervantesvirtual.com/servlet/SirveObras/12371732008015960754624/012918_10.pdf)
- <http://e7cielo.blogspot.com/2006/08/los-santos-inocentes.html>
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Francisco\\_Rabal](http://es.wikipedia.org/wiki/Francisco_Rabal)
- <http://facom.udc.cl/CEM/grl/investig/tratcult/tratcult2.htm>
- <http://facom.udp.el/CEM/grl/investig/tratcult/tratcult.htm>
- <http://gkaplan.iespana.es/especiales/tiempo/rabal.htm>
- <http://iris.cnice.mecd.es/media/prensa/>
- <http://noticias.ya.com/fotos/200108/2901.htm>
- <http://www.ac-grenoble.fr/espagnol/espana/cine/artistas.htm>
- <http://www.ac-nantes.fr:8080/peda/disc/lv/espagnol/manif/rencon/viridia.htm>
- <http://www.cervantesvirtual.com/servlet/SirveObras/49252739981592072950046/p0000009.htm>
- <http://www.cincodias.com/especiales/especiales/2001/especial2001/html/rabal.html>
- <http://www.cinestrenos.com/actualidad/temas/rabal/1.htm>
- <http://www.clubcultura.com/clubcine/pacorabal/pacorabal.htm>
- <http://www.dooyoo.es/archivos-cine/rabal-paco/>
- <http://www.educared.net/primerasnoticias/hemero/2001/agosto/cultur/prabal/prabal.htm>
- <http://www.elpasajero.com/sonatasbardem.html>
- <http://www.elsemanaldigital.com/arts/42120.asp?tt=>
- <http://www.filmotecamurcia.com/programacion/index.php?c=40&zona=1>
- <http://www.fotograma.com/notas/festivales/1789.shtml>
- [http://www.geocities.com.arp\\_ialc/bio.html](http://www.geocities.com.arp_ialc/bio.html)
- <http://www.geocities.com/or4521/manipulacion.htm>
- <http://www.hola.com/biografias/francisco-rabal/>
- <http://www.hoycinema.com/biografia/Paco-Rabal.htm>
- <http://www.hoycinema.com/perfil/Paco-Rabal.htm>
- <http://www.imdb.com/name/nm0704720/filmyear>
- <http://www.jaras.com/cine/cineesp.htm>
- <http://www.lasemana.es/periodico/noticia.php?cod=970>
- <http://www.lavozdeasturias.com/noticias/noticia.asp?pkid=172369>
- [http://www.lomejordemurcia.com/lmdm\\_murcianos\\_ilustres6.htm](http://www.lomejordemurcia.com/lmdm_murcianos_ilustres6.htm)
- [http://www.mcu.es/jsp/plantilla\\_wai.jsp?id=13&area=cine](http://www.mcu.es/jsp/plantilla_wai.jsp?id=13&area=cine)
- [http://www.mercaba.org/lnza/alma\\_de\\_rabal.htm](http://www.mercaba.org/lnza/alma_de_rabal.htm)
- <http://www.mundoplus.tv/noticias.php?seccion=cine&id=2762>
- <http://www.murciaregion.net/milanabonita/>
- <http://www.noticine.com/noticine/sanse2001/pdonostiass01.htm>

- [http://www.plus.es/codigo/television/recupera\\_ficha\\_nube.asp?cod\\_er=8901733&cod\\_ee=513879&cod\\_ees=513788](http://www.plus.es/codigo/television/recupera_ficha_nube.asp?cod_er=8901733&cod_ee=513879&cod_ees=513788)
- [http://www.regmurcia.com/servlet/integra.servlets.ServletLink?cad=ContenidosPortal\\$Paco%20Rabal\\$1211\\$DETALLE\\_CONTENTIDO\\_PRINCIPAL\\$index.html](http://www.regmurcia.com/servlet/integra.servlets.ServletLink?cad=ContenidosPortal$Paco%20Rabal$1211$DETALLE_CONTENTIDO_PRINCIPAL$index.html)
- <http://www.teacuerdas.com/>
- <http://www.teacuerdas.com/nostalgia-series-fortunata.htm>
- <http://www.terra.es/cine/biofilmografia/articulo.cfm?ID=10019>
- <http://www.tiramillas.net/cine/pacorabal/pacobio.html>
- <http://www.turismoyarte.com/regiones/murcia/aguilas/aguilas15.htm>
- <http://www.uclm.es/pb/periodico2/PERIODICO2detalle.asp?REG=717>
- <http://www.udp.cl/comunicacion/docs/sitiosweb.pdf>
- <http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000sab/119paricio.html>
- [http://www.universia.es/html\\_estatico/portada/actualidad/noticia\\_actualidad/param/noticia/bedf.html](http://www.universia.es/html_estatico/portada/actualidad/noticia_actualidad/param/noticia/bedf.html)
- <http://www.vespito.net/mvm/rabal.html>
- [http://www.vistazoalaprensa.com/firmas\\_art.asp?Id=940](http://www.vistazoalaprensa.com/firmas_art.asp?Id=940)