

TRATAMIENTO INFORMATIVO DE LA PRENSA HACIA LA FIGURA -PERSONA Y ACTOR- DE FRANCISCO RABAL DESDE 1951 A 2001*

*Miguel Ángel Blaya Mengual***

Consejería Educación. Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.

Resumen: Este artículo es un resumen de los aspectos metodológico y de resultados de una tesis doctoral estructurada y realizada para demostrar el tratamiento, siempre exquisito, que la prensa otorgó al internacional actor español Francisco Rabal (Águilas (Murcia) 1926 – Burdeos (Francia) 2001).

Es un análisis de contenidos periodísticos procedentes de una vasta documentación hemerográfica, siguiendo métodos de investigación social de carácter cualitativo, descriptivo e interpretativo, y teniendo muy en cuenta, además, la importancia extrema de la comunicación no verbal y el valor de lo icónico.

Las dos aportaciones más importantes de la investigación y sus análisis individualizados son, por una parte, el diseño de una metodología que conjuga periodismo y sociología, y, por otra, de demostración del reconocimiento artístico y cariño personal que Francisco Rabal -procedente de la nada y convertido en leyenda- recibió siempre de la prensa, cuyo poder e influencia social acabaron ubicándolo en la categoría de mito.

Palabras clave: Francisco Rabal; documentación hemerográfica; tratamiento periodístico; investigación social; comunicación no verbal; periodismo; sociología; cine; análisis de contenidos; ciencias humanas.

Title: INFORMATIVE PRESS PROCESING TO FRANCISCO RABAL'S FIGURE -PERSON AND ACTOR- SINCE 1951 TO 2001.

Abstract: This article is a summary of the methodological aspects and the results of a doctoral thesis structured and madding for showing the always exquisite processing that the journalists awarded to the Spanish international actor Francisco Rabal (Águilas Murcia) 1926 – Burdeos (Francia) 2001).

It's an analysis of journalistic contents, accrudings of and incredible hemerographic documentation, according to social research methods with qualitative character, projective and interpretative, and also, taking into account the extreme importance of the no verbal communication and the value of iconic things.

The two more contributions of the investigation and his individual analysis are, in one hand, the methodological design that includes journalism and sociology and, in the other hand, the artistic showing and the special affection that Francisco Rabal- from scratch and become into a legend- always received from the journalists, whose power and social influence, located him in the myth category.

Keywords: Francisco Rabal; hemerographic documentation; journalistic processing; social research; no verbal communication; journalism; sociology; cine; contents analysis; human sciences.

* Este artículo es un resumen de los aspectos científicos de una investigación hemerográfica base de la Tesis Doctoral, *FRANCISCO RABAL A TRAVÉS DE LA PRENSA. Análisis del tratamiento periodístico (1951-2001)*, leída en la Universidad de Murcia el día 9 de julio de 2007.

** miguelangel.blaya@gmail.com

INTRODUCCIÓN

La influencia, demostrada, de la comunicación social y su cultura de masas es un campo de investigación tan persuasor que, por apasionante, invita al análisis sobre cualesquiera contenidos periodísticos y los efectos causados por el tratamiento de de los medios de comunicación a una temática o persona pública concreta.

Y si el objeto de análisis aúna el devenir de los contrastes, tanto artísticos como humanos, de una figura como Francisco Rabal, la investigación adquiere unas características que hacen de ella algo extraordinariamente atractivo para su análisis y la investigación desde la perspectiva del tratamiento periodístico.

La proyección social de una persona -en este caso, Francisco Rabal, el más internacional, hasta el momento, de los actores españoles- se debe, en gran medida, al influjo de de los medios de comunicación sobre su valía profesional y su talante social. La prensa actúa al dictado de la relación que la incardine al personaje en cuestión; y el idilio que surgió entre la clase periodística y Rabal fue un amanecer nunca eclipsado.

La exquisita atención que siempre le prestó la prensa a Rabal nació al calor de dos aspectos fundamentales: sus dotes interpretativas -tanto en papeles de galán como, posteriormente, de consagrado actor- y su singularidad personal al tratarse de un hombre que, procediendo de una muy baja extracción social, de la nada, llegó a serlo todo, alcanzó el estatus de leyenda y se consagró como un mito.

Esta relación de todo tipo de prensa escrita con Francisco Rabal invitaba a una investigación casi tan dificultosa como apasionante. Y en ese contexto se enmarcan la finalidad y objetivos de la misma: demostrar y evidenciar la positiva y exquisita actitud de los medios de comunicación sobre cualquier aspecto, más o menos informativo, relacionado con el actor.

El exhaustivo escudriñamiento de la prensa y sus contenidos demuestran, científicamente, el poder de los medios de comunicación, tanto en un sistema carente de libertades (1951-1975) como, posteriormente (1976-2001), en el seno de una democrática libertad de prensa. Y evidencia las formas que ese poder adopta, en diferentes y determinados momentos, con alguien como Francisco Rabal en sus facetas de persona y actor.

FUENTES, MATERIALES Y METODOLOGÍA

Al emprender un trabajo de investigación sobre cualquier aspecto que descansa en el periodismo escrito como base documental y, además, de carácter hemerográfico, hay que contemplar dos posibilidades: que se trate de una temática cuya documentación podamos encontrarla debidamente indizada y catalogada; o que hayamos de buscarla en todo tipo de fuentes, hasta agotarlas.

Este último es el caso que atañe a la investigación que nos ocupa; y por ello, en lugar de proceder a la conocida y muchas veces utilizada, recuperación de información, la vía a seguir fue -además del propio archivo del autor- la búsqueda de personas que, por el cariño o la admiración que profesaron al actor, habían guardado, y conservaban, casi a modo de legajos, todo lo que encontraron y leyeron sobre el personaje.

De hemerotecas, y por temática y fechas de acontecimientos concretos, también extrajimos un material hemerográfico que resultó de gran utilidad.

En total, 304 documentos compuestos por 354 páginas obtenidos de 37 medios, 16 de periodicidad diaria y 21 no diaria.

Expuesto todo lo anterior, al no tratarse, en su inmensa mayoría, de documentos indizados y catalogados sobre los que poder realizar una selección con la cientificidad exigida para extraer una seria muestra documental, hubo que escudriñar los más de 2000 recortes y páginas de revistas y periódicos; y, filtro tras filtro, extraer una muestra que respondiera a las características básicas de toda selección documental: pertinente, tanto por la relación directa con el personaje como por el aspecto o de éste que se iba a analizar; exhaustiva por la amplitud del objetivo utilizado para su selección; homogénea al obedecer a un mismo criterio la selección de documentos; y representativa por el amplio abanico de cabeceras a las que pertenecen los documentos seleccionados.

Seleccionando, como se hizo en algún caso, más de un documento de similar contenido se ha podido observar la diferencia en el tratamiento que, de la misma noticia inicial, tal y como lo plantea Oliver Burgerlín¹, hacen dos cabeceras diferentes y diferenciadas por los principios informativos y comunicativos de cada una de ellas. También contribuyó esto a seguir demostrando la unanimidad periodística en el interés por el personaje y la positiva actitud hacia él.

Entiéndase, por la componente hemerográfica de la investigación, que no es comparable la recepción de un mensaje a través de una página impresa -con elementos tan significativos como la extensión; el apoyo, o no, de elementos gráficos; o el tamaño de la tipografía, sobre todo el titulares- a un texto, vía internet, en la pantalla de un monitor, que ofrece una percepción totalmente plana.

Lo llevado a cabo no fue un análisis de contenido, sino de contenidos de prensa observando textos de cualesquiera géneros periodísticos en el marco de un todo que contempla fondo y forma, continente y contenido. No olvidemos que la investigación cualitativa, por ser de carácter inductivo, se basa en la observación y es su finalidad descodificar el mensaje, pero observado desde la tribuna de los elementos actores.

No cabe duda de que, desde la perspectiva del análisis de contenido, el que se impone en este tipo de investigaciones es el de carácter cualitativo, que nos obliga a contemplar los aspectos histórico y descriptivo de forma interpretativa.

Así, lo que perseguimos en cada momento fue, enarbolando la componente interpretativa a la que hemos hecho referencia, poner de manifiesto una determinada actitud mediática para con un personaje singular e irrepetible.

Un análisis de estas características debe tener en cuenta *“el tipo de apelación comunicacional que hace la noticia. (...) lo que quiere lograr esencialmente el periodista, o sea, lo que quiere comunicar”*². Y abundando en esta teoría, sus autores defienden que lo expuesto y aseverado puede descubrirse mediante los objetivos cognitivo, que sólo pretende informar; afectivo, que procura atraer al lector hacia lo expuesto; y volitivo, encaminado a que el público lector ejerza un movimiento concreto alrededor del mensaje recibido.

¹ BURGERLIN, O. *La comunicación de masas*. Barcelona: A.T.E., 1974, p. 15.

² <<http://facom.udc.cl/CEM/grl/investig/tratcult/tratcult2.htm>> [Consulta: 9 de noviembre de 2005].

PUBLICACIÓN (Y número de documentos en cada una de ellas)	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.
DEZ 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
FOTOGRAFÍAS (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.L (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. MURCIA
VERDAD, LA (MURCIA) (2)- Semanario-	SERIA / CULTA	INFOR. GENERAL	DIARIA	REG. MURCIA
YA (8)	SERIA / CULTA	INFOR. GENERAL	DIARIA	REG. MURCIA

TABLA I. Relación de publicaciones en las que aparecen los documentos analizados, número de éstos en cada medio y las categorías y variables más elementales.

Planteado todo lo anterior, convengamos en que el tratamiento periodístico comienza a la vez que se decide cubrir una información y cómo hacerlo; o la selección, y con qué

objetivo, de una información de agencia. A partir de ahí comenzamos el análisis propiamente dicho aplicando los filtros y parámetros de las categorías y las variables diseñadas y establecidas al efecto.

Respecto de las categorías, un hecho constatable es que el resultado de un análisis cualitativo dependerá, siempre, del sistema categorial aplicado. La verdadera columna vertebral de esta investigación descansa, porque constituyen la pieza clave del engranaje de la misma, en las categorías elegidas. Y éstas, en teoría de Albert Kientz³, no son algo prefabricado ni llaves maestras, sino que *“han de ser cortadas a medida, en función del material tratado y los fines perseguidos”*.

Entre las muchísimas que podrían haber sido, las *categorías* que consideramos más idóneas para el análisis que pretendíamos llevar a cabo fueron las que seguidamente relacionamos.

Ante todo, en qué tipo de prensa estaban enmarcados los medios a los que pertenecían los documentos porque así podríamos saber el tipo de población receptora de cada mansaje, teniendo en cuenta la parcelación sociológica de diarios, revistas, monográficos temáticos, etc. Y a continuación, aspectos tan importantes como el ámbito de distribución de cada publicación; en qué página quedó inserta la noticia (par o impar) y su reclamo o llamada en primera o portada; la inserción del nombre de nuestro personaje protagonista en los titulares, pues hay quienes prefirieron destacar el hecho (la película u obra de teatro, o el trabajo del intérprete); o la importancia del soporte gráfico, fotografía, y el enfoque y plano de la misma.

Cuando decidimos incorporar como categoría el análisis de la fente última de la que emana la información inmediatamente antes de presentarse ante el lector lo hicimos valorando la posibilidad de intuir, por una parte, su trascendencia mediática y, por otra, el valor que a un hecho se le otorga en el medio para querer cubrirlo personalmente sin arriesgarse a que guste o no lo que proporcione las agencias.

Y una última categoría, la que analiza, sopesa y evalúa la actitud -positiva, negativa o aséptica- del medio hacia el personaje, así como los calificativos empleados por los informadores o articulistas para con Francisco Rabal, tal vez fuera una de las que más tiempo de análisis acaparó, pero, también, una de las que más y mejor plasman el cariño, la admiración y el reconocimiento que siempre le profesaron.

Acerca de estos aspectos categoriales compara Casasús⁴ las teorías de Osgood y Raymond Willians y las plasma exponiendo que este último *“propone un sistema más amplio para abarcar críticamente el fenómeno de los medios de comunicación de masas (...)”* a la vez que observa la comunicación que surge de los espacios, no se substraer al análisis del estilo y la presentación, aspecto éste desarrollado también por J. Kayser al apostar por el diagnóstico de la eficacia, tanto del medio como del mensaje basado en la presentación, entrando en ella aspectos como superficie impresa, títulos, tipografía, ilustraciones... Y, sin embargo, Charles Osgood 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.-

³ KIENTZ, A. *Para analizar los mass media*. Valencia: Ed. Fernando Torres, 1974, p. 173.

⁴ CASASÚS, J.M.^a *Ideología y análisis de los medios de comunicación*. Barcelona: Ed. CIMS 97 S.L., 1998, 4ª edición, p. 53.

Esta categoría reúne aspectos muy concluyentes de lo que Albert Kientz⁵ 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 también los vocablos 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...). 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 valores, 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 pretendían introducir en la opinión pública.

También es necesario contar con el importantísimo concurso de las *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 Martín⁶ 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. Y este último es nuestro caso.

Para alcanzar los objetivos marcados en esta investigación la selección se llevó 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 la inserción de aquella 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, porque diferente será la trascendencia de una noticia puramente informativa, más o menos extensa, a la de 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.

⁵ KIENTZ, A. *Op. Cit.*, p. 174-179.

⁶ NIETO MARTÍN, S. *La temática educativa en la prensa. Análisis de contenido*. Valladolid: Ed. Sever-Cuesta, 1986, p. 58-59.

CATEGORÍAS		TOTAL
	NOMBRE EN TITUL.	244
TIPO DE PRENSA	INFORMACIÓN GENERAL.	199
	INFORMACIÓN ESPECIALIZADA	50
	REVISTA GRÁFICA	47
	OTRA	1
	NO IDENTIFICADA	7
ÁMBITO DE DISTRIBUC.	REGIONAL-MURCIA	150
	NACIONAL	153
	INTERNACIONAL/EXTRANJERA	-
	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 1º CON FOTO	17
	LLAMADA EN 1º SIN FOTO	5
ACTITUD	POSITIVA	145
	MUY POSITIVA	134
	ASÉPTICA	23
	NEGATIVA	1
	CALIFICATIVOS	Ver tabla IV
FUENTE ÚLTIMA	AGENCIA	20
	AUTOR/AGENCIA	4
	AGENCIA/REDACCIÓN	2
	CORRESPONSAL	18
	PROPIA	94
	AUTOR/AUTORES	166
SOPORTE GRÁFICO	FOTO SOLO EN PLANO.CORTO	113
	FOTO SOLO PLANO.MEDIO	17
	CARICATURA PLANO CORTO	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

Tabla II. Categorías.

VARIABLES		TOTAL
PERIODICIDAD	DIARIA	200
	NO DIARIA	102
	N. ID.	2
TIPO DE INFORMACIÓN.	SERIA/CULTA	251
	SENSACIONALISTA	18
	POPULIST/SENSAC.	27
	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	-

Tabla III. Variables.

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.

Con esta herramienta, proporcionada por el ya aludido escudriñamiento documental extrayendo las categorías y variables expuestas, elaboramos una base de datos en la que volcamos toda la información y que, a la postre, nos dio los resultados.

RESULTADOS

Como quiera que la finalidad esencial fue poner de manifiesto el tratamiento, casi siempre positivo, que en todo momento dispensó la prensa a Francisco Rabal -y tanto en su faceta de actor como en el aspecto personal-, los resultados que nos proporcionó la citada base de datos, así como todos sus resortes, fueron tamizados a través del filtro cualitativo del análisis de contenido(s).

Los datos -obligatoriamente cuantitativos- fueron sometidos a un análisis de tipo cualitativo e interpretativo porque lo que planteábamos era una interpretación tanto de mensajes como de los resultados de su descodificación. Además, 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, llega el momento de mostrar resultados y conclusiones. Y hemos 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 304 documentos de distinta amplitud, diversa procedencia y diferentes entre sí por los resultados que se desprenden del análisis de categorías y variables.

Si, como apunta Berelson⁷, el valor de un análisis de contenido está directamente relacionado con lo que valen sus categorías, comencemos con los resultados emanados de ellas y que, con todos sus detalles, aparecen en la tabla referida a los valores categoriales.

De los datos que arroja el análisis del tipo de prensa, y contemplados éstos desde una óptica cualitativa, histórica y no menos descriptiva, tal vez el más significativo sea que la inmensa mayoría de los documentos aparecieron en prensa de información general, mayoritariamente leída por un público más culto, visto esto desde una perspectiva muy general. Y a mucha distancia porcentual, pero en segundo lugar, aparecen los documentos publicados en revistas especializadas en artes escénicas, lo que denota que una gran parte de la población lectora culta, también estaba interesada en el séptimo arte.

No menos interés desprende del hecho de que en un número muy similar al anterior se sitúan las publicaciones tipo revista, las que permanecen mucho tiempo a disposición del público en todo tipo de consultas y despachos profesionales.

En cuanto al ámbito de distribución, el dato más significativo, porque otorga rigor a la investigación e interés por el actor en publicaciones ajenas a su tierra de origen, es la igualdad entre las murcianas y las de carácter nacional. Una de éstas últimas, una revista editada por el MEC, Comunidad Escolar, de contenido eminentemente educativo y cultural.

En qué página aparezca la información en cuestión es un valor categorial de altísima importancia cuando se trata de analizar la predisposición -positiva o negativa- hacia la

⁷ BERELSON, B. *Content analysis in communication research*. Illinois: Glencoe, 1952, p. 18.

información y su contenido dependiendo de algo tan importante como es su inserción en página par, impar, portada, contraportada, centrales..., porque demuestra la valoración que el medio otorga al personaje.

En primer lugar, por aquello de valorar lo importante de la decisión, resaltemos que en 17 ocasiones la información insertada 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. 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 o que, teniendo más de dos, 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 muy propia de 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. 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. En el caso de Rabal, el protagonismo otorgado por este perfil categorial no deja lugar a dudas: de los 304 documentos, en los titulares de 244 quedaba impreso su nombre.

Los resultados del análisis sobre los epítetos y calificativos referidos al actor, bases y sustento de la actitud adoptada hacia él tal vez conforme la categoría más importante. Es donde más y mejor se advierte la manifestación de cariño, admiración y respeto que siempre cosechó Rabal en los medios de comunicación. El análisis de referencias y descripciones, harto difíciles de relacionar en su totalidad en un trabajo como este, no es otra cosa que la evidencia del objetivo marcado en esta investigación.

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.

Recogidas de entre el resumen de epítetos y adjetivos, y sobre todo durante las décadas de los cincuenta y los sesenta, 13 son las ocasiones 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 quedó 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 1975 hacia atrás.

Respecto de la importancia que pueda tener la fuente última de todas y cada una de las muestras analizadas, los resultados han venido a poner de manifiesto el interés que por Rabal mostraron los medios. Las informaciones emanadas del trabajo de informadores propios y la facilitada por autores que recibieron directamente el encargo de la empresa

alcanzan un volumen superior al 85%. Y a eso, únasele las 18 muestras suministradas por los corresponsales, que, casi con toda seguridad, recibieron el encargo o la previa aprobación de los dirigentes del medio. Tampoco hay que restarle valor al dato de que 26 documentos (8'5%) aparecen firmados, directa o indirectamente, desde una agencia, lo que, entre otras cosas, nos descubre que, a falta de poder cubrir el hecho con medios propios, recurrieron al trabajo de las agencias con tal de que no se quedara fuera la información en cuestión.

REFERENCIAS MÁS COMUNES	FRECUENCIA
Actor - intérprete	142
Gran, grande, excelente, extraordinario (actor)	37
Actor de Águilas - aguileño	36
Actor de Murcia-murciano	13
Internacional	20
Veterano	17
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

TABLA IV. Referencias, epítetos y calificativos más comunes.

Finalmente, sobre el valor añadido del soporte gráfico, sobre todo fotografías, cabe resaltar que en torno al 80% -241 documentos- completan el texto con una o más fotografías; 113 de ellas son planos cortos de Rabal, y hasta en 13 ocasiones se trata del rostro del actor a toda página.

Hay que convenir con Nieto Martín⁸ en que, efectivamente, las variables tienen poder para cambiar una investigación. Solamente a las pruebas hay que remitirse.

Los resultados de la variable de la periodicidad no pueden ser más explícitos, pues el hecho de que la mitad de la muestra corresponda a prensa diaria conlleva que la información fue consumida mayormente por un tipo de lector medianamente culto y mayoritario entre los consumidores de toda la prensa diaria.

El análisis del tipo de información nos ofrece resultados contundentes en cuanto a la valoración de Rabal por los medios. Una abrumadora mayoría, el 82% de de la documentación hemerográfica analizada, fue publicada en medios de los conocidos y catalogados como de información seria/culta. Y observando las diferencias entre este resultado y los demás, es innecesaria cualquier glosa o explicación al respecto.

⁸ NIETO MARTÍN, S. *Op. Cit.*, p. 58-59.

Una de las decisiones más importantes, e influyentes, una vez que se dispone de una información es el género en el que se va a pretender que llegue al lector. Y los resultados que ofrece el análisis de esta variable vuelven a corroborar el objetivo marcado.

En cuanto a resultados, encontramos que más del 60% de las informaciones fueron presentadas al lector en cuatro de los géneros más importantes: entrevista, crónica, noticia y reportaje. Y dentro de esta excepcional panorámica, una individualidad digna de resaltar: el mayor número de informaciones, 42, fueron presentadas en el envoltorio de la crónica, que adquiere su singularidad porque, en teoría de Alex Grijelmo⁹, es el género más difícil de dominar y, por ello, suele ser elaborada por verdaderos especialistas en cada materia. O sea, que, a buen seguro, ese casi 30% de las informaciones fueron elaboradas por especialistas en cine, teatro, televisión o cultura.

También tiene su importancia el porcentaje, superior al 20%, de documentos en forma de entrevista, género que, al estar diseñado para que todo el protagonismo caiga sobre el entrevistado, denota el cariño, espeto y admiración a Rabal por parte de los medios de comunicación.

En absoluto puede restársele importancia al volumen de sueltos o gacetillas que recogen información sobre Francisco Rabal porque fueron muchas las ocasiones en las que hubo que hacerlo así para disimularla y camuflarla. La clase periodística, lejos de cumplir consignas políticas que invitaban a ignorar al actor -y esto hay que interpretarlo muy positivamente-, urdieron la publicación en este género de la información que había, o buscaban, sobre él.

Y qué decir de ese 10% de las inserciones informativas sobre Rabal que llegaron a alcanzar, por parte de directores y editores, la categoría suficiente para entrar en el terreno de los artículos de opinión y editoriales. Esas parcelas de los periódicos, sobre todo en la primera mitad de la época analizada, estuvieron reservadas a la temática que el régimen político o la cúpula del medio considerara apropiada, importante o conveniente. Por eso deber ser especialmente valorada la presencia de Francisco Rabal en aquellos escaparates cerrados a todo lo que se opusiera al ideario fascista que presidía las formas y los hechos del régimen franquista, para el que no era bien vista la amistad del actor con Buñuel, Berlanga, Bardém, Dolores Ibarruri, Aleixandre, Bergamín, Juan Rejano, León Felipe...; o con los directores italianos Pontecorvo, Pellegrini, Montaldo, Antonioni, Visconti o Damiani, Y mucho menos su temprana, arriesgada y hasta provocadora afiliación al PCE (Partido Comunista de España) en 1959. Todos estos "motivos contra Rabal" no eclipsaron su valía artística y humana, facetas que subyugaron la conciencia periodística de quienes quisieron cumplir con su obligación. Profesional y personal.

Lo que en investigaciones similares se conoce como relevancia tipográfica nosotros le otorgamos, también, rango de variable, denominándola extensión de la información, que abarca la superficie ocupada por titular, texto y soporte gráfico. Y los resultados de su análisis ofrecen una evidencia irrefutable del valor que los medios dieron a la información que irradiaba de la figura de Rabal.

Del panel de resultados cabe destacar, por ejemplo, que la suma de las cuatro mayores extensiones (amplísima, muy amplia, amplia y media) abarca un porcentaje superior al 75%. Son informaciones de todo tipo y género que ocuparon, para mejor entenderlo, entre media y más de dos páginas. Y por el contrario, también es un dato a resaltar que de entre

⁹ GRIJELMO, A. *El estilo del periodista*. Madrid: Taurus, 2002, Febrero, 9ª edición, p. 88-89.

las informaciones baremadas y clasificadas como cortas o pies de foto, muchas se beneficiaron de la importancia que otorga estar en primera o portada, más y mejor considerada que una amplia información en el interior.

En el marco de esta variable dedicada a la extensión tiene un singular protagonismo individual los tamaños de los cuerpos tipográficos utilizados en los titulares porque prácticamente la mitad de los documentos, el 45%, se reparten las tipografías clasificadas como grandes y muy grandes; le siguen, con un 35% los titulares de tipografía mediana y queda el bloque de las pequeñas y muy pequeñas reducido a un discreto 19%.

Finalmente, en cuanto a la última variable, el estilo, téngase en cuenta que se trata de un aspecto nada científico y en absoluto academicista. Porque al tratarlo y analizarlo no entramos en aspectos como la construcción gramatical, el uso correcto de conjugaciones o el dominio del idioma. Solamente se tuvo en cuenta la relación entre la forma que adoptó el mensaje y el género utilizado.

De los resultados del análisis de esta última variable lo primero que salta a la vista es que ninguno de los 304 documentos lleva la etiqueta de sensacionalista; sólo uno obedece a los perfiles de estilos frívolo y populista; además, 48 noticias sobre Rabal fueron contadas con un estilo desenfadado, y la inmensa mayoría, 254 documentos, equivalentes a casi el 84%, van revestidos con la aureola del estilo tradicional, ortodoxo, que es el que impera en la prensa seria y culta de distribución diaria.

CONCLUSIONES

La investigación fue, por una parte, una inmensa conjunción de indicativos que demostraron la valoración de un personaje por parte de la prensa; y por otra, la consecución del objetivo marcado pero por la vía del análisis hemerográfico. Y, lo que es más importante, desde una perspectiva diferente gracias a la incorporación del componente sociológico que lo aleja de la frialdad cuantitativa, aportando el resultado esa visión transversal que solamente es posible contemplando la tarea en el ámbito contextualizado de las Ciencias Humanas.

Centrándonos en la fuente elegida, y comprobada la importancia del documento hemerográfico en tanto que portador y emisor de muchos, variados y subjetivos mensajes, de su conjunto como unidad de información hemos extraído infinidad de connotaciones y denotaciones. Es la teoría de Violette Morin recogida por Albert Kientz¹⁰ en el sentido de que hay que diferenciar lo que se dice de cómo se dice. Y ahí, en ese *cómo*, descubrimos todas las unidades de información y comunicativas del documento hemerográfico.

Hemos conseguido demostrar 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 ésta encierre mucho de 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*

¹⁰ KIENTZ, A. *Op. Cit.*, p. 76.

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 silenciosa"¹¹.

Como última reflexión consideramos muy positivo concluir que hemos dejado completamente demostrado el carácter afectivo y volitivo, más que puramente cognitivo, que presidió la relación de los medios de comunicación con Francisco Rabal.

BIBLIOGRAFÍA DE REFERENCIA

- BERELSON, B. *Content analysis in communication research*. Illinois: Glencoe, 1952.
 BURGERLIN, O. *La comunicación de masas*. Barcelona: A.T.E., 1974.
 CASASÚS, J.M.^a *Ideología y análisis de los medios de comunicación*. Barcelona: Ed. CIMS 97 S.L., 1998, 4ª edición.
 GRIJELMO, A. *El estilo del periodista*. Madrid: Taurus, 2002, Febrero, 9ª edición.
 KIENZ, A. *Para analizar los mass media*. Valencia: Ed. Fernando Torres, 1974.
 NIETO MARTÍN, S. *La temática educativa en la prensa. Análisis de contenido*. Valladolid: Ed. Sever-Cuesta, 1986.

SITIOS WEB

<<http://facom.udc.cl/CEM/grl/investig/tratcult/tratcult2.htm>> [Consulta: 9 de noviembre de 2005].

BIBLIOGRAFÍA DE CONSULTA

- APARCICI, R. y GARCÍA-MATILLA, A. *Lectura de imágenes*. Madrid: Edic. de la Torre, 1989.
 BARDIN, L. *El análisis de contenido*. Madrid: Ediciones AKAL, 1996, 2ª edición.
 BLAYA MENGUAL, M.A. *Paco Rabal. Genio y figura*. Murcia: Nausicaä, 2003.
 CHACÓN GUTIÉRREZ, I. "Tipología y fiabilidad de las fuentes documentales" en *Introducción a la Documentación Informativa y Periodística*. Sevilla: MAD. Antonio García Gutiérrez, Editor, 1999.
 DAVIS, F. *La comunicación no verbal*. Madrid: Alianza Editorial S.A., 1978, 2ª Edición.
 DURAND, J. *Las formas de la comunicación*. Barcelona: Editorial Mitre, 1985.
 ENZENSBERGER, H.M. *Elementos para una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Anagrama (Cuadernos), 1974, 2ª ed.
 GARCÍA GUTIÉRREZ, A. "Proceso documental y discurso periodístico: modelo teórico y procedimientos generales" en *Introducción a la Documentación Informativa y Periodística*. Sevilla: MAD. Antonio García Gutiérrez, Editor, 1999.
 GRANDI, R. *Texto y contexto en los medios de comunicación*. Barcelona: Bosch Casa Editorial S.A., 1995.
 MCQUAIL, D. *La acción de los medios. Los medios de comunicación y el interés público*. Buenos Aires: Amorrortu Ediciones S.A., 1992.

¹¹ GALIANA, J.M. Cultivo una rosa blanca. *Diario LA VERDAD (Murcia)* 18-10-1992, p. 39.

- MCQUAIL, D. y WINDAHL, S. *Modelos para el estudio de la comunicación colectiva*. Pamplona: EUNSA, 1984.
- MCQUAIL, D. *Sociología de los medios masivos de comunicación*. Buenos Aires: Paidós Ed., 1969.
- PARDINAS, F. *Metodología y técnicas de investigación en ciencias sociales. Introducción elemental*. México: Siglo XXI Editores, S.A., 1973, Octubre, 11ª ed.
- PELTZER, G. *Periodismo iconográfico*. Madrid: Ediciones Rialp, 1991.
- RODRÍGUEZ GÓMEZ, G. [et al.]. *Metodología de la investigación cualitativa*. Málaga: Edic. Aljibe S.L., 1996.
- SAPERAS, E. *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, 1987.
- VALLES, M.S. *Técnicas cualitativas de investigación social*. Madrid: Ed. Síntesis S.A., 2000, Octubre, 2ª reimpresión.
- WOLF, M. *Los efectos sociales de los medios*. Barcelona: Ed. Paidós Ibérica S.A., 1994.
- WRIGHT, C.R. *Comunicación de masas*. Buenos Aires: Paidós, 1972, 3ª Ed.