

# La política internacional en la prensa española\*

por JUAN DÍEZ NICOLÁS

Publicado en: Prensa y Convivencia Internacional,  
Barcelona, Instituto de Ciencias Sociales, 1965.

## INTRODUCCIÓN

En diciembre de 1963, el Instituto de la Opinión Pública inició el primer estudio sistemático que conocemos sobre los medios de comunicación de masas en España. El proyecto se proponía estudiar seis de estos medios: prensa, radio, televisión, cine, teatro y libros, en tres facetas diferentes: características generales, análisis de contenido y análisis de audiencias.

Se pretendía fundamentalmente obtener, en un plazo de tiempo exageradamente breve, una visión lo más completa posible, aunque general, del mundo de la información en nuestro país. La falta de medios técnicos y la premura del tiempo determinaron que en numerosas ocasiones hubiese que limitar los objetivos y la amplitud del trabajo. Concretamente, en el aspecto que vamos a comentar en este estudio, hubo que limitar el análisis de contenido de la prensa diaria a los diarios de Madrid y Barcelona, haciendo una breve alusión a una muestra de diarios del resto de España.

## OBJETO DEL ESTUDIO

En estas páginas pretendemos señalar cuál es la importancia cuantitativa que se concede en la prensa española a los asuntos de información

\* Los datos primarios sobre los que se basa este artículo proceden del *Estudio sobre los Medios de Comunicación de Masas en España*, Instituto de la Opinión Pública, Madrid, 1964 (2 vols.). Agradecemos por tanto al IOP el habernos autorizado la utilización de dichos datos. El autor agradece asimismo a la Srta. Ana M. Vélez la gran ayuda que le ha prestado en la realización de este trabajo, primero como responsable que fue del análisis de contenido de prensa en la obra editada por el IOP y segundo por su ayuda en los cálculos incluidos en este trabajo.

La única responsabilidad de lo que aquí se dice, sin embargo, corresponde al autor del trabajo.

política internacional. Como todos saben existen periódicos en todos los países que dedican gran atención a la información internacional, mientras que otros se preocupan fundamentalmente de los asuntos internos del país, o incluso, preferentemente, de los asuntos de una localidad determinada. Es la distinción, ya común, entre lo que podríamos denominar prensa «internacionalista» y prensa «localista». Pues bien, aunque no tenemos datos de otros países con los que poder comparar nuestras observaciones sobre la prensa española, sí podremos dar una visión general de las diferencias que existen, si es que las hay, entre distintos diarios de nuestro país.

#### LA MUESTRA

Como ya hemos dicho anteriormente, el análisis de contenido del I.O.P. se limitó a estudiar los diarios de Madrid y Barcelona más una muestra de 19 diarios de provincias (elegidos por ser los de mayor tirada y difusión) (1). Nosotros hemos basado este análisis en las observaciones de los días laborables, prescindiendo por consiguiente de la prensa del domingo, ya que los resultados presentados por el I.O.P. no parecen poner de relieve grandes diferencias, en términos generales, entre la prensa de unos u otros días, y además, porque hemos preferido simplificar el análisis eliminando fuentes innecesarias de variación.

#### LOS DATOS

Una primera impresión de la importancia cuantitativa que los asuntos políticos internacionales tienen en nuestra prensa es la de observar qué proporción del espacio total del diario se les dedica. Para ello, por consiguiente, hemos aprovechado la distribución por materias del espacio total de cada diario que realizó el I.O.P. (2).

La hipótesis principal de este trabajo es la de que los diarios de mayor importancia dedicarían más espacio a los asuntos de política internacional. Esto plantea en primer lugar el problema de cómo medir la importancia del diario. Se nos ofrecían dos posibilidades: el espacio o superficie total del diario, o su tirada diaria media.

La medición del espacio o superficie total es relativamente sencilla. La realizamos multiplicando el área (en cm<sup>2</sup>) de una página del diario (obtenida a su vez multiplicando sus medidas de longitud y anchura), por su número promedio de páginas.

La tirada es algo más difícil de medir. El I.O.P. presenta cuatro dis-

(1) La discusión de la muestra puede encontrarse en, *Estudio sobre los Medios de Comunicación de Masas en España, op. cit.*, págs. 157-159 y 545-547.

(2) *Ibid.*, pág. 163.

tintas para cada diario (3), aunque algunas de ellas sean iguales en dos o más de esas cuatro relaciones. Todo el mundo está de acuerdo en reconocer, sin embargo, que seguramente ninguna de estas tiradas es real, aunque posiblemente la auténtica esté en algún lugar intermedio entre la menor y la mayor de las declaradas. Pero esto no resuelve el problema, ya que las diferencias entre las cifras mínimas y máximas de tirada son tan grandes en algunos casos que hacen igualmente difícil una estimación medianamente segura.

Debido pues a que objetivamente es más fácil medir la extensión de un periódico que su difusión, y partiendo de la hipótesis de que ambas variables están positivamente relacionadas entre sí, decidimos utilizar la extensión superficial del diario como indicador de su importancia.

Para ello, dividimos a los 32 diarios de nuestra muestra en los tres grupos que queríamos comparar (Madrid, Barcelona y Provincias) subdividiéndolos a su vez en grandes y pequeños según que su extensión fuese mayor o menor que el promedio de extensión de su grupo. De esta manera se formaron seis grupos que detallamos a continuación: *a)* «ABC» y «Ya»; *b)* «Arriba», «Madrid», «Informaciones», «Pueblo» y «El Alcázar»; *c)* «La Vanguardia» y «El Noticiero Universal»; *d)* «Diario de Barcelona», «Solidaridad Nacional», «El Correo Catalán» y «La Prensa»; *e)* «ABC» (Sevilla), «Alerta», «El Correo Español», «El Diario Vasco», «El Faro de Vigo», «La Gaceta del Norte», «La Nueva España», «La Voz de España», «Las Provincias», y «Levante»; *f)* «Amanecer», «Córdoba», «El Adelanto», «El Correo de Andalucía», «El Heraldo de Aragón»; «El Norte de Castilla»; «El Pensamiento Navarro», «Patria» y «Sur».

Con el fin de asegurarnos más respecto a la elección de la extensión superficial como medida de importancia de un diario, procedimos a observar cuál era la relación entre ésta y la tirada, suponiendo que ambas estarían relacionadas positivamente, y que por lo tanto los resultados a que llegásemos utilizando la extensión superficial serían muy similares a los que encontraríamos de utilizar la tirada.

Efectivamente, la relación entre extensión superficial y tirada parece ser positiva, como se observa en el Cuadro 1.

Podemos observar cómo en el conjunto de la muestra los periódicos de mayor superficie tienen asimismo mayor tirada. Divididos los diarios en tres grupos, observamos que los de Madrid parecen ser los de mayor superficie, como promedio (45.989 cm<sup>2</sup>), seguidos de los de Barcelona y finalmente de los de Provincias (33.484 cm<sup>2</sup>), y que este mismo orden se conserva al comparar la tirada promedio de cada uno de estos tres grupos de diarios, desde Madrid (con un promedio de 89.000 ejemplares por diario), a provincias (con un promedio de 29.195 ejemplares por diario). Pero además, dentro de cada uno de esos tres grupos, observamos que los grandes tienen una mayor tirada que los más pequeños. Por lo tanto,

(3) *Ibid.*, págs. 8-11.

CUADRO 1

*Superficie y tirada medias de los diarios de Madrid, Barcelona y Provincias*

Diarios	N.º de diarios observados	Superficie media por diario (en cm <sup>2</sup> )	Tirada media por diario (en n.º de ejemplares)
Total muestra:	32	38.113	47.766
Grandes	14	45.629	71.629
Pequeños	18	32.269	29.206
Madrid:	7	45.989	89.000
Grandes	2	61.447	163.500
Pequeños	5	39.806	59.200
Barcelona:	6	43.587	59.467
Grandes	2	61.650	123.150
Pequeños	4	34.555	26.125
Provincias:	19	33.484	29.195
Grandes	10	39.261	42.950
Pequeños	9	27.065	13.911

parece ser que podemos confiar en nuestra medida de la importancia de un periódico basándonos en su extensión, pues aun en el caso de que se pensara que la tirada es un mejor indicador, vemos que la relación entre ambos suele ser positiva y bastante fuera de dudas.

Nos queda por determinar qué es lo que hemos considerado como asuntos de política internacional. Según el análisis de contenido realizado por el I.O.P., se consideraron como asuntos de información política internacional las cuestiones políticas entre España y el extranjero, las cuestiones políticas entre países extranjeros y las cuestiones políticas dentro de países extranjeros (4).

RESULTADOS

Por los resultados del Cuadro 1 sabíamos ya que, en conjunto, los diarios de Madrid tenían una superficie mayor que los de Barcelona, y éstos a su vez mayor que la de los de provincias. Por otra parte, y pensando en que los diarios de mayor superficie son los de mayor difusión (tirada), estimamos que éstos serían al mismo tiempo los que dedicasen más espacio, en términos absolutos y relativos, a los problemas de política internacional. Parecía lógico que los periódicos grandes tuviesen más información que los pequeños en términos absolutos en cualquier materia (es decir, que la superficie dedicada a cada materia —en cm<sup>2</sup>—

(4) *Ibid.*, pág. 161.

fuese mayor en cada caso, incluida por consiguiente la política internacional). En cuanto a la segunda parte, suponíamos que los periódicos grandes dedicarían a estos problemas una mayor proporción de su espacio total, pues sus mayores recursos les permitirían tener mayor número de comentaristas de política internacional así como de corresponsales en el extranjero y de servicios de agencias informativas. Esto sin tener en cuenta que se podría pensar en el argumento de que, debido a su mayor difusión (tirada), sentirían la responsabilidad de informar al público sobre estas cuestiones con preferencia sobre otras, dada su posición privilegiada en cuanto a medios económicos.

En resumen, combinando estas consideraciones generales, hemos formulado ciertas hipótesis, con el fin de ver hasta qué punto tenemos razones para aceptarlas o rechazarlas en base a los datos que hemos manejado.

Las hipótesis, por consiguiente, son:

1. Los diarios grandes tienen, en términos absolutos, más espacio dedicado a información sobre política internacional que los pequeños.

2. Los diarios grandes dedican, proporcionalmente, una mayor parte de su espacio total a la información sobre política internacional que los diarios pequeños.

3. Los diarios de Madrid, debido a que son los de mayor superficie, tienen más información sobre política internacional que los de Barcelona (en términos absolutos y relativos, como consecuencia de las hipótesis 1 y 2), y los de Barcelona, más que los de provincias.

Examinemos ahora cada una de estas proposiciones a la vista de los datos con que contamos.

Nuestra primera hipótesis se ve confirmada en líneas generales, y con una sola excepción. Efectivamente, en el Cuadro 2 podemos ver que el promedio de superficie que los 14 diarios grandes dedican a política internacional (3.867 cm<sup>2</sup>), es mayor que el que dedican los 18 diarios pequeños (3.357 cm<sup>2</sup>) (*vide* columna 2). Cuando controlamos el tipo de diario según los tres grupos previamente establecidos (Madrid, Barcelona y Provincias), nos damos cuenta de que en los dos últimos casos se mantiene la relación positiva: tamaño del diario-superficie dedicada a política internacional. Efectivamente, en el caso de Barcelona los diarios grandes dedican 5.101 cm<sup>2</sup>, mientras que los pequeños sólo dedican 3.601 cm<sup>2</sup>.

En el caso de los diarios de provincias, los grandes dedican 3.651 cm<sup>2</sup>, frente a los 2.854 cm<sup>2</sup> de los pequeños. La única excepción es Madrid, donde observamos que los diarios grandes dedican una superficie sensiblemente menor a la política internacional (3.687 cm<sup>2</sup>) que los diarios pequeños (4.066 cm<sup>2</sup>). Esto explicará más adelante, cuando consideremos la hipótesis 3, el que los diarios de Madrid, en su conjunto, dediquen como promedio menos superficie absoluta por diario a la política inter-



nacional que los diarios de Barcelona, lo cual es precisamente lo contrario de lo que esperábamos encontrar.

La segunda hipótesis era la de que los periódicos grandes dedicaban

CUADRO 2

*Superficie total y superficie dedicada a política internacional, en los diarios de Madrid, Barcelona y Provincias, por tamaño de los diarios*

Diarios	Superficie media total por diario (en cm <sup>2</sup> ) (1)	Superficie media por diario dedicada a Política Internacional (en cm <sup>2</sup> ) (2)	Proporción de la superficie total dedicada a Política Internacional (3) = (2):(1)X100	N.º de diarios (4)
Total muestra:	38.113	3.580	9,4 %	32
Grandes	45.629	3.867	8,5 %	14
Pequeños	32.269	3.357	10,4 %	18
Madrid:	45.989	3.958	8,6 %	7
Grandes	61.447	3.687	6,0 %	2
Pequeños	39.806	4.066	10,2 %	5
Barcelona:	43.587	4.101	9,4 %	6
Grandes	61.650	5.101	8,3 %	2
Pequeños	34.555	3.601	10,4 %	4
Provincias:	33.484	3.276	9,8 %	19
Grandes	39.261	3.651	9,3 %	10
Pequeños	27.065	2.854	10,5 %	9

una mayor parte de su superficie total a la política internacional que los diarios pequeños. En la columna 3 del Cuadro 2 vemos que esto no es así en absoluto, sino que parece suceder precisamente lo contrario. Efectivamente, podemos observar que los 14 diarios grandes dedican una proporción menos de su superficie (8,5 %) a la política internacional, que los 18 diarios pequeños (10,4 %). Pero no solamente observamos esto en el conjunto de la muestra, sino que al examinar las proporciones respectivas que los diarios grandes y pequeños dedican a la política internacional dentro de los tres grupos de diarios, podemos ver perfectamente que los diarios grandes dedican siempre una proporción menor que los pequeños. En Madrid, los diarios grandes dedican un 6,0 % frente a un 10,2 % de los pequeños; en Barcelona, las proporciones respectivas son 8,3 % y 10,4 %; y en provincias, las proporciones son 9,3 % y 10,5 %.

Nuestra tercera hipótesis, una vez vistas las dos anteriores, fue modificada en parte. Efectivamente, dejando para más tarde la posible explicación de la hipótesis 2, está claro que a la vista de la relación inversa entre el tamaño del diario y proporción dedicada a política internacional,

descubierta allí, deberíamos entonces esperar que Madrid dedicase una proporción menor que Barcelona, y que Barcelona dedicase una proporción menor que los diarios de Provincias.

Pero veamos en primer lugar la primera parte de nuestra hipótesis 3. ¿Dedican los diarios de Madrid más espacio absoluto a la política internacional que los de Barcelona, y éstos a su vez que los de provincias? Ya hemos visto que no. Los diarios de Madrid muestran un déficit con respecto a los de Barcelona, pero estos últimos, confirmando la hipótesis 1 nuevamente, dedican una superficie mayor a la política internacional que los diarios de provincias (4.101 cm<sup>2</sup> frente a 3.276 cm<sup>2</sup> respectivamente). Ahora bien, si nos fijamos en la columna 1 del Cuadro 2, observamos que los diarios grandes de Barcelona tienen una superficie media total por periódico mayor que los diarios grandes de Madrid (61.650 cm<sup>2</sup> frente a 61.447 cm<sup>2</sup>). Ello indica entonces que la relación tamaño total-superficie dedicada a política internacional se mantiene intacta; es decir, los diarios mayores entre los grandes (los de Barcelona) dedican más espacio absoluto a estas cuestiones que los que le siguen en tamaño (los de Madrid), y éstos a su vez dedican más que los diarios menores entre los grandes (los de provincias). Lo que ha ocurrido, por consiguiente, es que los diarios grandes de Madrid son más pequeños que los diarios grandes de Barcelona. En cuanto a los diarios pequeños, observamos que se confirma la hipótesis 3, ya que los de Madrid son mayores que los de Barcelona (39.806 cm<sup>2</sup> frente a 34.555 cm<sup>2</sup>), y éstos mayores a su vez que los de provincias (27.065 cm<sup>2</sup>), siendo éste el mismo orden que se sigue respecto a la superficie que dedican a política internacional (4.066 cm<sup>2</sup>, 3.601 cm<sup>2</sup> y 2.854 cm<sup>2</sup> respectivamente).

En cuanto a la segunda parte de la hipótesis, modificada por los resultados obtenidos en la hipótesis segunda, diría así: Los diarios de Madrid, al ser en conjunto mayores que los de Barcelona, dedicarán una menor proporción de su espacio a la política internacional que estos últimos, los cuales, a su vez, por ser mayores que los de provincias, dedicarán una proporción menor de su espacio que los diarios de provincias a esta materia. Los resultados confirman esta hipótesis, ya que Madrid dedica un 8,6 % mientras que Barcelona dedica un 9,4 % y las provincias un 9,8 %. Cuando consideramos sólo los diarios grandes vemos nuevamente la excepción de Madrid, pues siendo sus diarios grandes más pequeños que los de Barcelona, dedica sin embargo una proporción menor (6,0 %) que estos últimos (8,3 %); en el caso de Barcelona y provincias si se confirma la hipótesis. Por último, cuando consideramos sólo los periódicos pequeños, vemos que la hipótesis se confirma en su totalidad, ya que los de Madrid son los mayores y dedican un 10,2 %; le siguen los de Barcelona con un 10,4 %, y los de provincias, siendo los más pequeños, dedican un 10,5 %.

## DISCUSIÓN

Podemos resumir ahora un poco lo anterior. En primer lugar interesa pensar en las razones por las que la hipótesis 2 no se vio confirmada, siendo así que la opuesta es precisamente la que parece observarse persistentemente en nuestros datos. Vemos entonces que cuanto mayor es la superficie total del diario, menor es la proporción que dedica a política internacional. Una explicación de esto podría ser que el aumento de superficie de un diario se utilice con fines distintos de los de la información, es decir, que se utilice para fines publicitarios, que dan por consiguiente mayores ingresos al diario. En el Cuadro 3 hemos presentado algunos datos que nos pueden servir para verificar esta hipótesis. Debemos aclarar que por publicidad hemos considerado la superficie del diario dedicada a anuncios en general y anuncios por palabras, según el estudio realizado por el I.O.P. (5).

Pues bien, en primer lugar observamos (columna 2) que los diarios grandes tienen más superficie dedicada a publicidad que los diarios pequeños. Esto se confirma si comparamos los diarios grandes y pequeños dentro de cada una de las tres categorías de diarios (Madrid, Barcelona y Provincias). Si comparamos los tres grupos de grandes entre sí, obser-

CUADRO 3

*Superficie total y superficie dedicada a publicidad, en los diarios de Madrid, Barcelona y Provincias, por tamaño de los diarios*

Diarios	Superficie media total por diario en (cm <sup>2</sup> ) (1)	Superficie media por diario dedicada a publicidad en (cm <sup>2</sup> ) (2)	Proporción de la superficie total dedicada a publicidad (3) = (2):(1)X100	N.º de diarios (4)
Total muestra	38.113	13.221	35 %	32
Grandes	45.629	19.099	42 %	14
Pequeños	32.269	8.649	27 %	18
Madrid :	45.989	15.966	35 %	7
Grandes	61.447	31.394	51 %	2
Pequeños	39.806	9.795	25 %	5
Barcelona :	43.587	15.460	35 %	6
Grandes	61.650	30.781	50 %	2
Pequeños	34.555	7.800	23 %	4
Provincias :	33.484	11.502	34 %	19
Grandes	39.261	14.304	36 %	10
Pequeños	27.065	8.389	31 %	9

(5) *Ibid.*, págs. 164 y 555.



vamos que Madrid vuelve a ser excepción, pues siendo sus diarios grandes más pequeños que los de Barcelona, sin embargo tiene más publicidad en términos absolutos. Al comparar los tres grupos de pequeños, la excepción esta vez son los diarios de provincias, que siendo más pequeños que los de Barcelona, tienen sin embargo más publicidad por diario que éstos.

En segundo lugar, vemos que la proporción del espacio que se dedica a publicidad (columna 3), es mayor en los diarios grandes que en los pequeños. Es decir, contrariamente a lo que ocurría en política internacional, aquí observamos que la publicidad aumenta no sólo absoluta sino relativamente también a medida que aumenta el tamaño del diario. Así, vemos que, tanto en Madrid como en Barcelona o en provincias, la proporción de publicidad en los diarios grandes es mayor que en los pequeños. Nuevamente vemos que entre los diarios grandes, los de Madrid tienen *más* publicidad, en términos relativos, que los de Barcelona, siendo éstos sin embargo mayores en tamaño. Y también, entre los diarios, pequeños, volvemos a encontrarnos con que los de provincias alcanzan un porcentaje superior a los de Madrid y Barcelona, aun siendo los más pequeños en tamaño.

#### CONCLUSIONES

En este artículo se ha tratado de observar cuál es la importancia cuantitativa que la prensa española concede a los asuntos de política internacional. Hemos medido la importancia sobre la base de la superficie (en  $\text{cm}^2$ ) del periódico que se dedica a estos temas. Luego agrupamos a los diarios de la muestra en tres categorías, según fuesen de Madrid, Barcelona o provincias, y los subdividimos por su tamaño (superficie total) en grandes o pequeños según su superficie total fuese mayor o menor que el promedio para su categoría. Se ha comprobado entonces que la superficie total de un periódico está íntimamente relacionada con su tirada, disipando así las dudas que hubiesen podido surgir respecto al empleo de la superficie como medida de la importancia.

Se puso de relieve que los diarios de Madrid son en general de mayor tamaño que los de Barcelona, y éstos a su vez mayores que los de provincias. La única excepción parece ser la de que los diarios grandes de Barcelona son mayores que los de Madrid.

Al poner las hipótesis a prueba se pudo observar que *los diarios grandes conceden más espacio, en términos absolutos, a los asuntos de política internacional, que los diarios pequeños*. Se confirma pues la hipótesis original, *salvo en el caso de los diarios de Madrid, ya que los grandes dedican menos espacio absoluto a estas cuestiones que los diarios pequeños*.

La segunda hipótesis, que la proporción del espacio de los diarios de-

dicada a política internacional sería mayor en los diarios grandes, tuvo que ser sustituida por la contraria debido a los resultados obtenidos. Se pudo observar que *los diarios grandes dedican, relativamente hablando, menos espacio a estos asuntos que los diarios pequeños. La excepción fue nuevamente la de los diarios grandes de Madrid*, que siendo más pequeños que los grandes de Barcelona, presentan sin embargo una proporción menor dedicada a los asuntos internacionales. En todos los demás casos se confirmó esta nueva hipótesis.

Se imponía buscar una explicación al descubrimiento de la nueva hipótesis, si es que ésta era posible. Se pensó entonces que posiblemente los diarios aumentaban su superficie no con fines de servicio, informativos, sino con fines de lucro, publicitarios, y que por consiguiente, al aumentar los diarios en tamaño, no sólo aumentaban su publicidad proporcionalmente, sino que lo hacían *más que proporcionalmente*, de forma que los diarios grandes tendrían más publicidad que los pequeños tanto en términos absolutos como relativos. *Respecto a la publicidad en valores absolutos, la hipótesis se ve totalmente confirmada salvo en el caso de los diarios grandes de Madrid, que dedican a publicidad más superficie que los diarios grandes de Barcelona, siendo así que éstos son como promedio de mayor tamaño.* También existe la excepción de los diarios pequeños de provincias, que dedican más espacio absoluto a publicidad que los pequeños de Barcelona, siendo estos últimos de mayor tamaño. En cuanto a los valores relativos, vemos confirmarse la hipótesis de que los diarios grandes tienen mayores proporciones que los pequeños dedicados a publicidad. Es curioso señalar, sin embargo, que las tres categorías de diarios (Madrid, Barcelona y provincias) tienen proporciones muy similares (entre 34 % y 35 %) a pesar de diferir en cuanto al tamaño promedio de sus diarios. Vuelven a darse aquí las excepciones de los diarios grandes de Madrid y los pequeños de provincias, que tienen mayores proporciones que los correspondientes de Barcelona, a pesar de ser menores que éstos en tamaño.

Sólo queda entonces por decir que el caso *de los diarios grandes de Madrid*, que siempre se manifestaba como excepción, merece alguna atención. Estos diarios, que como promedio son más pequeños que los diarios grandes de Barcelona, dedican menos espacio absoluto a política internacional, como promedio, que los diarios pequeños de Madrid. No sólo eso, sino que, contrariamente a la tendencia puesta de relieve por la nueva hipótesis 2, nos encontramos con que dedican una proporción muy pequeña de su espacio a este tipo de problemas, pues al ser de tamaño menor que los diarios grandes de Barcelona, deberían tener más del 8,3 % dedicado a ello, y sólo dedican un 6,0 %. Por el contrario, tanto en términos absolutos como relativos, los diarios grandes de Madrid parecen dedicar más espacio del que les correspondería a publicidad.

Finalmente, y respecto a los diarios pequeños de provincias, querríamos aventurar la sugerencia, puramente especulativa, de que su exceso

de publicidad, en valores absolutos y relativos, respecto a los correspondientes de Barcelona, y de Barcelona y Madrid, respectivamente, se deba a que, al tener unas tiradas tan pequeñas, se ven forzados a apoyarse más en la publicidad con el fin de poder financiar adecuadamente su empresa periodística.

JUAN DíEZ NICOLÁS