



Emilio Romero, hoy. Gafas cuadradas, sonrisa abierta y una piel curtida por las heridas y por el éxito.

EL despacho de don Emilio Romero se encuentra en la séptima planta del edificio «Pueblo», en cuya gran fachada de cemento un reloj marca las horas un poco a su aire y como quiere. «Pueblo» es como una gran fábrica en altura, con doce plantas sobre el nivel del suelo y varias de sótano. Desde éstos surge por momentos un rumor de grandes máquinas, como si un buque estuviese alejándose de los muelles. En los sótanos están unas rotativas enormes, que cuentan entre las mejores de España, y que han costado —hoy el arte de imprimir se ha puesto por las nubes— varios cientos de millones de pesetas. También parece que serían capaces de producir muchos cientos de miles de ejemplares y que, pese a la circulación de «Pueblo», se encuentran por debajo de su capacidad de tirada.

MADRID DESDE LO ALTO Y EL PRADO, ENFRENTÉ

El despacho del señor Romero —pequeño, casi íntimo, sin lujo de ninguna clase—, está al final de un pasillo tapizado con vulgar linoleum, y en la secretaría domina un gran reloj, que parece marcar la hora de los corresponsales de «Pueblo» en varios continentes. En el despacho del señor Romero hay gallos por todas partes, al parecer, procedentes de obsequios muy diversos: valiosos gallitos de cerámica, gallos sin gran valor, de barro cocido —acaso «gallos» portugueses—; gallos de metal, gallos plateados... El gallo es el animal totémico del director de «Pueblo», que algunas veces lleva en su solapa un gallito de oro y zafiros, obsequio de la Redacción en los años, hoy ya algo lejanos, de la ascensión a la fama.

Don Emilio mira a sus visitantes y al mundo a través de unas gafas

EMILIO ROMERO

cuadradas, penetrantes y algo diabólicas, tras las cuales el brillo maligno de unos ojos miopes casi se adivina como un destello. El director de «Pueblo» es simpático con aquellos a quienes recibe, o con quien quiere. Una gran luz, tamizada con persianas de plástico, penetra por los grandes ventanales del edificio, que es como una enorme jaula de cemento, cristal y hierro. Al fondo queda el viejo Madrid, y los desvanes de antiguas casas isabelinas se extienden a lo largo y al fondo de la calle de Huertas. El leve «tic-tac» de un reloj parece rasgar el velo del silencio. Con sus rotativas ahora inmóviles, «Pueblo» es como un gran navío inerte, anclado en el puerto. Al fondo, la Casa Sindical mira al Museo del Prado, y la estatua de don Eugenio D'Ors queda por medio.

«UNA FINCA DE LOS INTERESES CREADOS»

—Señor Romero —preguntamos—, se está discutiendo mucho, y con apasionamiento, el proyecto de expansión de «Pueblo». Ante todo, ¿podría usted explicarnos tal proyecto y en qué consiste esta implantación de su diario en otras provincias?

—Se trata de un perfeccionamiento en el mecanismo de Redacción y distribución del periódico, a la manera

como se hace en otros países. El sistema español de transporte no puede atender la demanda, en volumen, de nuestro periódico. Los aviones cargan cantidades insignificantes. Por otra parte, no podemos dar satisfacción informativa y de opinión a los numerosos problemas que tienen las regiones más dinámicas de nuestro país. Los periódicos de Madrid son, prácticamente, periódicos locales que se distribuyen en toda España. Por eso, la única fórmula de hacer verdaderos periódicos nacionales es «regionalizándolos». El programa es establecer tres talleres y tres Redacciones en Cataluña, Provincias Vascongadas y Andalucía. De esta manera solucionamos el problema del transporte y dedicamos grandes superficies a los problemas regionales. La obra parece positiva; pero los intereses privados de familia y de grupos conspiran otra vez contra un verdadero interés general. Alguien quiere monopolizar voz y negocio, y sostienen, con su conducta, como si España fuera una finca de los intereses creados y no un patrimonio común y renovable de todos los españoles. El asunto es todavía más feo, y los conjurados ya se han destapado. Verá usted: los «cuatro grandes» en tirada (control de la O. J. D. mil novecientos setenta y uno) de la prensa española son:

»«La Vanguardia», de Barcelona, doscientos veintiséis mil cuatrocientos treinta y seis ejemplares.

»«ABC», de Madrid, ciento noventa y nueve mil trescientos cincuenta y siete ejemplares.

»«Pueblo», de Madrid, ciento ochenta y ocho mil doscientos ochenta ejemplares. (En el primer semestre de este año su incremento asciende a doscientos treinta y un mil novecientos cincuenta y siete ejemplares.) Y

»«Ya», de Madrid, ciento cuarenta y dos mil novecientos catorce ejemplares.

CADENAS, PROPIETARIOS, INTERESES...

»«La Vanguardia», o conde de Godó, es accionista de «Cristal», «Tele-Expres», «Garbo», «Boccaccio Setenta», «La Codorniz», «Gaceta Ilustrada», «Historia y Vida», «Margen», «Diario de Barcelona», «Destino» y Prensa Económica, Sociedad Anónima.

»«ABC» es también propietaria de «ABC» de Sevilla, «Blanco y Negro» y Agencia Foto Press, y accionista de «Cosmópolis», «Miss» (Lumefa, Sociedad Anónima) y «Trofeo». Y ahora una hijuela de esta empresa, «ABC de las Américas», se expande hasta América.

»Y «Ya», cabecera de La Editorial Católica, es cadena de propiedad con Agencia Logos, «Hoy», «Ideal», de Granada; «El Ideal Gallego» y «La Verdad», de Murcia; accionista de «El Correo de Andalucía» y pariente espiritual de «La Gaceta del Norte».

»«La Vanguardia», «ABC» y «Ya», coaligados y constituidos en grupos de presión, tienen a su competidor «Pueblo» en provincias, y están empleando la coacción, por medio de artículos, editoriales, etcétera, para influir sobre el Gobierno, asustar a la Organización Sindical y ofrecer a la opinión pública un falso panorama del lobo que quiere devorarse a las palomitas. Las palomitas son las familias conde de Godó, marqués de Luca de Tena y la Editorial Católica, de obediencia romana, con los obispos detrás, e inspirada por el Espíritu Santo.

El señor Romero habla con pausa, pero con leve énfasis. Parece plenamente convencido de cuanto afirma y en lugar de citar las cifras de memoria, las recoge de una ficha, como



CONTESTA A LA «GRAN PRENSA»

un médico que extrajese un caso de su fichero. Emanan de Romero algo como un auténtico convencimiento. No polemiza, sino que diagnostica sin alzar la voz. Es frío en la exposición, y sólo una nerviosa mano, a veces cerrada, denota un mínimo de apasionamiento.

LA «ORFANDAD DE LOS SECTORES MAS MODESTOS»

—Usted lleva muchos años dirigiendo «Pueblo», ¿se ha encontrado alguna vez ante críticas tan apasionadas y directas?

—Estoy avezado en estas cosas. Cuando toco aquellos problemas que afectan a los intereses, estoy agitando una vasija de serpientes. Entonces se me suben a los hombros. Pero tengo las suficientes cicatrices para que la piel sea cada vez menos sensible.

Las cicatrices del señor Romero ciertamente no se observan. Es un joven que habrá rebasado la cincuentena y cuyos años —que aún son pocos— no revelaremos, aunque también nosotros tenemos una ficha enfrente. El señor Romero cruza y descruza sus piernas y, más que respaldarse, casi se recuesta en la butaca, no demasiado cómoda, en la cual ha tomado asiento. Un par de veces, entre frase y frase, ha sonado el teléfono. Un redactor, un ministro... y Sesé, el telefonista, que es como una institución del diario «Pueblo». Parece como si aquí, al igual que en la «cumbre» de Moscú, sólo hubiese dos «grandes» mano a mano: Sesé y Romero.

—¿Cómo ve usted un periódico sindical publicándose simultáneamente en varias provincias? ¿No es este el caso del propio «ABC»?

—«ABC» se adelantó a esta idea, fundando «ABC» de Sevilla. Pero a lo que parece, quiere estar solo en ese territorio, aspira a medievalizar Sevilla. La densidad económico-social de las tres regiones a que he hecho referencia, aconseja tener periódicos como «Pueblo». La orfandad informativa y política de los sectores más modestos de la población española es pavorosa, y cuando un gran oligarca informativo de Barcelona, como el conde de Godó, recaba la función de defensa de esos sectores, la provocación a la carcajada resulta incontenible.

El director de «Pueblo» no fuma, o

En una Comisión de las Cortes, Emilio Romero con monseñor Cantero. Los dos, periodistas, pero sólo uno arzobispo.



lo hace muy raras veces, pero sobre su mesa abundan los ceniceros. Dice las frases más duras con sencillez, dando por descontado que sus afirmaciones son rigurosamente ciertas.

Romero está irónico, pero en ningún momento colérico. Sería importante escuchar a «la otra parte», pero aquí sólo tenemos al director de «Pueblo», que también parece creer en la libre empresa y en su crecimiento.

CADENA «CON UN SOLO TITULO PRESTIGIADO»

—Hace años se habló de la absorción por la Organización Sindical de varios periódicos vespertinos del Movimiento, ¿por qué no se realizó el proyecto? ¿Acaso el nuevo no es una variante, más moderada en su proyección y en sus consecuencias?

—Efectivamente, la Organización Sindical ha querido siempre tener más de un periódico. Es un hecho natural. Tiene enormes exigencias informativas y de comunicación para toda la población trabajadora y empresarial española, y los boletines no son nunca eficaces, porque ni se difunden ni crean corrientes de opinión

pública. Lo que ocurrió entonces es que los periódicos que se ofrecían desde la Prensa del Movimiento eran los menos rentables, política y económicamente, y, por esta razón, nunca se llegó a un acuerdo. El programa actual nace del prestigio y popularidad de «Pueblo» y, por eso, en lugar de hacer una cadena con varios títulos problemáticos, se quiere establecer una cadena con un sólo título prestigiado. De esta manera, política y administrativamente, es más razonable.

EL DIARIO «PUEBLO», ¿PIERDE DINERO?

Los «títulos problemáticos» parecían ser alguno de Barcelona, de Bilbao, de Valencia, de Zaragoza... Ciertamente, inyectar vida a un periódico viejo puede ser más difícil que sacar adelante uno nuevo. Pero el problema, tal como hoy se debate, nace de querer crear algo inédito. Pocos luchan contra lo viejo.

Hay una pregunta que subyace en las críticas formuladas en algunos diarios en torno a «Pueblo». ¿Puede un periódico perder dinero, y es cier-

to que se pierde? La pregunta tiene que ser ésta:

—Se dice —se está diciendo— que «Pueblo» pierde dinero. ¿Es esto así? ¿Qué relación existe entre pérdida y tirada? ¿No será que su periódico vende más de lo comercialmente aconsejable? ¿Por qué lo hace? —Textualmente, nos contesta don Emilio Romero:

—Esta es una leyenda, como otras. El periódico «Pueblo» no pierde dinero. En cumplimiento de lo que dispone la vigente Ley de Prensa, publicamos, con fecha veintiuno de diciembre de mil novecientos setenta y uno, nuestra rendición de cuentas. Y vamos a repetirla: Gastos: primeras materias, ciento ochenta y tres millones setecientos sesenta mil trescientas cincuenta y una coma setenta y una pesetas; personal, ciento cincuenta y cinco millones ochocientos siete mil ochocientos cuarenta y siete coma cincuenta y cinco pesetas; gastos informativos, diecisiete millones setecientos doce mil ochocientos doce coma ochenta y dos pesetas; gastos industriales, dieciocho millones doscientas veintisiete mil ciento diecisiete coma cincuenta y cinco pesetas; gastos de venta, nue-

«COMO SI ESPAÑA FUERA LA FINCA DE LOS INTERESES CREADOS...».

EMILIO



«Una de mis diferencias con "El Cordobés" es que yo no pienso retirarme. Una de mis coincidencias es que los dos llenamos las plazas». Objetividad, pero sin un exceso de modestia.

ve millones trescientas noventa y seis mil ciento sesenta coma cuarenta pesetas; gastos de publicidad, sesenta y seis millones setecientos noventa y nueve mil setecientos cinco coma ochenta y nueve pesetas; gastos generales, catorce millones quinientas sesenta y siete mil ochocientos noventa y seis coma treinta y cuatro pesetas. Total gastos, cuatrocientos sesenta y seis millones doscientas setenta y un mil ochocientos noventa y dos coma veintiséis pesetas. Ingresos: publicidad, doscientos veintiún millones ochocientos treinta y cinco mil trescientas dieciocho coma veinte pesetas; venta y suscripciones, doscientos tres millones doscientas dos mil novecientos cincuenta y siete coma quince pesetas; residuos, ocho millones trescientas cuarenta y tres mil cuatrocientas ochenta coma cincuenta y nueve pesetas; servicios informativos, treinta y dos millones ochocientos noventa mil ciento treinta y seis coma treinta y dos pesetas. Total ingresos, cuatrocientos sesenta y seis millones doscientos setenta y un mil ochocientos noventa y dos coma veintiséis pesetas.

El tema económico no es ameno, y cada cual es soberano de sus propias cuentas. Emilio Romero se ha levantado un momento para reclamar las cifras exactas, y el administrador ha entrado con unos papeles. Parecen constituir una gruesa Memoria —«Pueblo» tiene un Consejo de Ad-

ministración— pero las cifras son las ofrecidas a finales del pasado mes de diciembre. Ciertamente, en esto no surge nada nuevo, ni, que se sepa, fue nunca objeto de reclamación.

—Señor Romero, todos sabemos que usted es tan discutido, al menos, como «El Cordobés». ¿Se le combate sólo por su éxito o será que usted se complace un poco en que le ataquen? ¿No será también que piensa usted: «que hablen de mí, aunque sea bien»?

Tras las gafas oscuras y de cerco cuadrado surge una chispa, como dicen que sucede en los trópicos cuando el sol se oculta. El señor Romero cambia la posición de sus piernas: ahora es la izquierda la que descansa sobre la derecha.

—Una de mis diferencias con «El Cordobés» es que yo no pienso retirarme. Una de mis coincidencias con «El Cordobés» es que los dos llenamos las plazas.

¿UN PERIODICO O DOS PERIODICOS?

«Pueblo» compró hace pocos años una segunda rotativa, al parecer alemana, de gran rendimiento. La verdad es que la mitad de la prensa de Madrid podría editarse en estas dos grandes máquinas cuyo rumor comienza a llegar hasta nosotros. Todo el edificio tiembla un poco, como si

este barco inmóvil pusiera en funcionamiento sus calderas.

—Después de la Ley Sindical, que ha dado existencia plenamente legal a los Consejos de Trabajadores y Empresarios, ¿no sería mejor que la Organización Sindical tuviese dos diarios, uno órgano de los trabajadores y otro órgano de los empleadores? ¿No fue acaso para eso por lo que hace años compró «Pueblo» una gran rotativa que importó bastantes millones de pesetas?

—He defendido siempre la idea de que la Organización Sindical debería tener dos periódicos, uno de línea social y otro de línea económica. Pero pienso también que la línea económica está suficientemente defendida por un buen grupo de periódicos conservadores españoles. Sería conveniente que existiera este periódico económico de la Organización Sindical, pero no representa una verdadera necesidad. Sin embargo, los medios sociales españoles, los obreros, necesitan la existencia de «Pueblo», porque es un sector de problemas que siempre ha tenido voz, y sería injusto que no la tuviera ahora. La moderna rotativa ha asumido los incrementos de tirada de «Pueblo».

ESPAÑA MERECE UN PERIODICO DE 500.000 EJEMPLARES

La Organización Sindical, cuyo enlace con el Gobierno es el señor García Ramal, ministro de Relaciones Sindicales, está gobernada por un Comité Ejecutivo, del cual forman parte los más altos cargos de la Organización, unos nombrados, los más electivos. En la enorme Casa del Paseo del Prado nada importante puede hacerse sin que el Comité Ejecutivo lo determine. Después, existe una Junta Económico-Administrativa, que es quien tiene los cordones de la bolsa. En pequeño, algo así como en las Cortes la Comisión de Presupuestos.

—Don Emilio, una pregunta algo indiscreta. En la ampliación de «Pueblo», ¿cuenta usted con el respaldo del Comité Ejecutivo de la Organización Sindical, al cual creo que pertenece como experto?

—El Comité Ejecutivo de la Organización Sindical decidió por unanimidad hacer la programación expansiva de «Pueblo». Si ahora tuviera que reconsiderar el asunto, por la acción de los grupos de presión periodística del país, yo me reduciría a decir exactamente lo mismo que dije entonces: que la opinión pública es-

Es casi ocioso advertir que estas opiniones que don Emilio Romero ha tenido la amabilidad de confiarnos, son sus puntos de vista acerca de un tema de notable interés público. El señor Romero dispone del periódico que dirige, en el que el pasado lunes día 5, expresó, con su firma, parecidos argumentos a los que ha expuesto a nuestro redactor en estas páginas; también la otra parte tiene en su mano la más fuerte concentración de prensa diaria y no diaria. No obstante, estas modestas páginas están a la disposición de quienes, aludidos por unos, deseen utilizarlas para mejor esclarecer este tema que, ciertamente, interesa a todos los españoles cultos.

pañola no puede depender, en sus demandas y en su información, de dos periódicos de naturaleza familiar; que los Sindicatos están indefensos de información y de opinión en el país, y ello resulta una paradoja, en cuanto a que los Sindicatos españoles encuadran al ochenta por ciento de la población activa; que a los trabajadores les interesa vitalmente un periódico de gran circulación; que España merece un periódico de quinientos mil ejemplares, que ya tendría cierta imagen europea; que los beneficios políticos y socioeconómicos de un periódico de quinientos mil ejemplares compensaría con creces una pérdida razonable, si la hubiera, a la manera como algunos grupos económicos españoles están costeando otros periódicos privados para la defensa de sus intereses; que no hay ninguna ley, que impida la expansión de una empresa periodística; que hay, sin embargo, leyes contra la limitación de la competencia, y que un periódico de gran compromiso social, como «Pueblo», está en condiciones de impedir el monopolio informativo y político que se oculta bajo algunos periódicos denominados privados o independientes.

¿Cuáles son esos grupos que están costeando periódicos, y qué les mueve? No es momento de preguntas tan indiscretas, pero, más o menos, todos conocen parte de la posible respuesta. Ahora sí que en la voz del señor Romero ha surgido como un leve enojo. Por lo menos, ha golpeado fuertemente con su mano la

ROMERO

LOS «EMPRESARIOS MEDIEVALES» Y LAS «GRANDES FAMILIAS».

mesa. Un gallo, que ocupa el centro, ha temblado levemente. Después de examinar todo lo expuesto, queda una curiosidad: ¿Qué es exactamente «Pueblo»?

—Entrando en otro orden de consideraciones, señor Romero, ¿cómo definiría usted al periódico «Pueblo»?

—Un periódico responsable, que no elude la crítica objetiva ni la información; un periódico moderno, que no acota espacios, ni tiene tabúes; un periódico vibrante, constituido por las gentes nuevas del país; un periódico diverso, que incluye y valora todo aquello que tiene una expectación en la calle.

Ahora, Emilio Romero habla como quien ha repetido cien veces lo que está diciendo. En la sala grande del periódico, donde se celebran exposiciones de arte, estuvo, en tiempos, un gran letrado: «Todo para el pueblo, pero con el pueblo». Era el «slogan» de un periódico, sobre todo, político, porque parece que un Sindicalismo sin raíces políticas es como un gran árbol seco. ¿Es posible hacer política y vivir de los propios ingresos? La pregunta es esta:

PERDER O NO PERDER DINERO

—Los periódicos políticos, en casi todas partes pierden dinero y tiran poco. Con «Pueblo» sólo sucede una de las dos cosas. ¿A qué se debe este fenómeno de tirar mucho y, sin embargo —como le censuran a usted—, perder dinero?

—El «milagro» de «Pueblo» ha sido este. Los periódicos institucionales suelen tirar poco, mientras que «Pueblo» forma parte de los cuatro grandes de la prensa española. La única diferencia en el orden económico, que tiene «Pueblo», respecto a los otros tres, es que ellos tienen más publicidad, por estas dos razones: porque la prensa de la tarde tiene menos publicidad que la de la mañana, y porque la publicidad suele ir menos a los periódicos institucionales, aunque se dé la paradoja, como en este caso, de su gran tirada. En cualquier caso, nuestra publicidad media viene siendo del veinticinco por ciento, que no tiene precedente en toda la historia de la prensa institucional española. Y le reitero que el periódico «Pueblo» no pierde dinero, aunque tampoco gana. Nuestro proceso de crecimiento es interrumpido desde mil novecientos cincuenta y seis.

¿Por qué «ellos» tienen más publicidad? Hay una cierta limitación, establecida en normas concretas, para

que al lector no se le dé gato por liebre, o un boletín de anuncios en lugar de una información de los sucesos y el comentario correspondiente. Claro, que la prensa tiene que vivir de la publicidad. Sin ella, no pagaríamos el papel y la imprenta. El siglo diecinueve trajo a la prensa tres grandes inventos: la rotativa, la publicidad y el telégrafo. Hoy la publicidad llega como puede, y la información por las agencias. Pero sin publicidad —esto es, sin anunciantes y amigos— la prensa se muere, pues no alcanza a pagar sus costes, que son inmensos.

Tras el director que responde —y es legítimo que lo haga «pro domo sua»— está el hombre que ha hecho otras muchas cosas. Libros políticos, comedias, novelas... Discursos, bastantes propios y acaso alguno ajeno. Hay que conocer —más allá de la persona del director— los gustos de este hombre complejo que se llama Emilio Romero.

«HAY QUE PAGAR UN PRECIO. LO ESTOY PAGANDO»

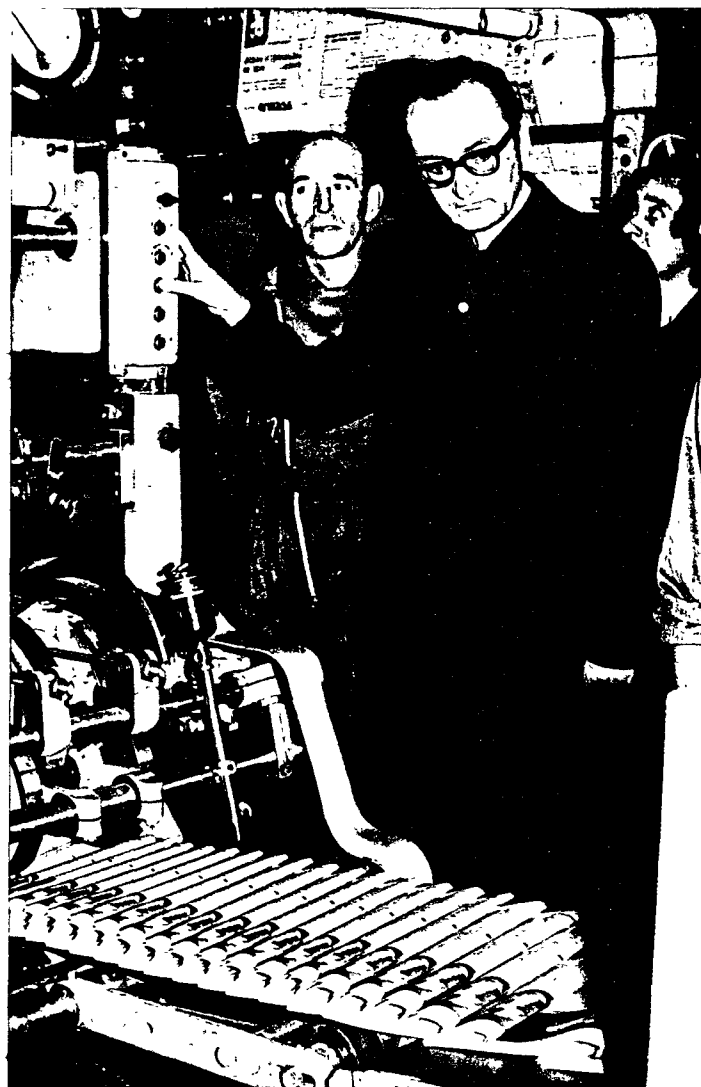
—¿Qué le gusta más a usted? ¿Hacer editoriales, escribir comedias, dar conferencias o recibir ataques? ¿O le gusta a usted todo, y al mismo tiempo?

—Mi oficio de escritor no me hace profesionalizar los géneros. Pero hay una idea equivocada sobre mi espíritu polémico. Lo que me ocurre es una circunstancia original que es propia de nuestro país. Quien expone criterios, se indisponen. Dice el profesor Fueyo: «Quien escribe se proscriben». Nos llenamos la boca diciendo que nos gusta la libertad, y lo que únicamente nos gusta es la libertad propia, pero no la del prójimo. Por otro lado, he tenido la fortuna de algunos buenos resultados en mis empresas literarias, periodísticas o políticas. Entonces hay que pagar un precio. Lo estoy pagando.

Lo cierto es que en este mundo todo se paga: la popularidad, la vida, incluso el éxito. Hace muchos años escribía Unamuno que quien pesa se hunde, y el necio —como el corcho— flota siempre. Seguimos teniendo bastantes corchos, y de ellos se dice que «están a flote». En cambio, cuando de alguien se dice «ese hombre tiene peso», o está perdido... o es demasiado gordo.

«LOS EMPRESARIOS MEDIEVALES DE LA PRENSA ESPAÑOLA»

Está acabando la entrevista con Emilio Romero, que sólo parece haber



Momento importante: se pone en funcionamiento la segunda rotativa de «Pueblo». Capacidad total de tirada: 500.000 ejemplares diarios.

mostrado una pequeña parte de su pensamiento, o, como se diría popularmente, apenas ha abierto el saco y mostrado lo que lleva dentro. Esperábamos rayos y sólo han caído algunas chispas. Si los empresarios —algunos empresarios— combaten a Romero, ¿no es también Romero un empresario, porque en «Pueblo» es el director gerente? Por eso, acabamos preguntando:

—Última pregunta, señor Romero; en el Sindicato de Prensa, donde los empresarios le combaten, ¿no es usted también un empresario, con el mismo derecho que todos a plantear la ampliación de una empresa?

—Tiene usted razón. Los empresarios que se oponen a la expansión de «Pueblo» se han expansionado y se expansionan. Pero se oponen a que se expanda «Pueblo» invocando solamente una ley: la del embudo. Finalmente, tengo que decirle que no entiendo cómo se ha personalizado este asunto. El periódico «Pueblo» no es mío; soy, exclusivamente, el director. El problema debe plantearse entre la empresa propietaria de «Pueblo» y los empresarios medievales de la prensa española. Lo único que me pertenece es la opinión, que coincide exactamente con las razones expuestas, y con el acuerdo del Comité Ejecutivo de la Organización Sindical.

La entrevista ha acabado: don Emilio

Romero, los «feudales», la Ley de Prensa, la libre competencia, la «ley del embudo»... España es todavía diferente, y de fronteras afuera sería inimaginable que un periódico, o grupo de periódicos, se opusiesen a la expansión de otro. ¿Tiene razón el señor Romero, y a «Pueblo» se le tiene miedo? ¿Es cierto que hay que dotar de prensa diaria a quienes hoy leen sólo la de ciertos grandes feudales, que se reservan a los lectores como si fuesen las piezas de un coto de caza? «Privado, prohibido el paso». Pero, ¿será toda España un coto de caza? Un día, un senador norteamericano afirmó que «los Estados Unidos son el enorme melonar de unos cuantos». En el fondo de la cuestión no entramos. Simplemente —perdónese esta precaución— la transitamos. Los primeros espadas de la gran prensa tienen la palabra, aunque acaso algo tengan que decir también la Administración y la sociedad y... Pero, ¿no hemos dicho que no opinamos?

Vuelve a sonar el teléfono, y esta vez no es ni un ministro, ni una primera actriz, ni siquiera Sesé quien llama. Es el redactor-jefe, que pregunta si el director ha aprobado la primera página. Nos vamos, porque habíamos olvidado que «Pueblo» tiene que salir cada tarde. ¿Ofende por ser sindical o porque realmente se le espera en la calle? No, decididamente, no opinamos. ■ PEDRO CARREÑO.