

## Responsabilidades éticas de los medios de Comunicación Social

Periodista. Venezuela

Jesús Romero Anselmi

Buenos días. Quiero agradecer a todos los organizadores de este foro, que me hayan escogido para intervenir en el día de hoy. Quiero felicitarlos porque hay que tener una gran valentía para hablar en estos tiempos, de ética, y esa felicitación creo que debe ser lo más resonante posible.

También les ruego que desde ahora descuenten el nivel de expectativa sobre este segmento de tal elevado evento, para animar la reflexión sobre el desarrollo y la ética. Yo estoy aquí, en lugar de un intelectual de renombre, dentro y fuera de Venezuela, que era la persona con quien habían hablado previamente para esta intervención. Yo soy simplemente un periodista, apasionado por el rol, que edificó el concepto moderno de esta profesión, el de reportero. Y digo moderno, pues lo post moderno es la televisión de hoy y la digitalización, que nos colocó en un proceso de resemantización y recomposición, como describe el jesuita de la Javeriana de Bogotá, Javier J. Pérez y quien se apuntaló en el chileno José Joaquín Bruner, para describir que televisión y postmodernidad parecen ser dos términos intercambiables.

Citado por el sacerdote jesuita Pérez, en el número 24 de "Signo y Pensamiento", Bruner dice que la televisión, por su lado, nos trae la crítica de la tradición, de todo tradicionalismo religioso, del gusto, de la ética, del parroquialismo, incluso de la religión y la cultura aristocrática; la televisión como matriz crítica, provista por modernidad latinoamericana, es apenas una metáfora de su internacionalización, de la nueva configuración de una cultura de masas; del surgimiento de un imaginario social, precisamente, en torno a imágenes que sustituyen aceleradamente la tradición, sin dejar de fracturar y reinvertir su respectivos discursos. Todo lo que es sólido, se evapora en la televisión.

La llamada postmodernidad -dice Pérez- ha sido su turno caracterizada por varios fenómenos, entre los cuales se señalan por ejemplo, el fin de los metarelatos, vale decir también el fin de la historia y por lo mismo, de los macroproyectos históricos vinculados con ideologías y utopías sociales explícitas. La fragmentación de la vida y de la sociedad, que implica una conciencia de la realidad y de la cultura, como mosaico, como collage, donde cabe todo y vale todo (recuerden la telenovela brasilera que no la estamos citando en forma gratuita) todo aquello ligado estrechamente a la promoción de la pluralidad y del respeto a la diversidad de creencias, opiniones, gustos, valores, colectividades, movimientos sociales, el predominio de la sensibilidad y el sentimiento sobre la racionalidad, y el intelecto de la pasión sobre la razón de la imagen audiovisual y la oralidad narrativa sobre el raciocinio lógico y la palabra escrita.

La TV como medio público que se disfruta en privado, está destinada por imperio de su forma, en ser una gran distribuidoras de espectáculos que logró masificar lo íntimo, convirtiendo en productos, como el Show de Cristina o Laura de América lo que antes se confesaba al sacerdote y luego se le contaba al psicoanalista. Pero si la televisión logra convertir en espectáculo las confesiones, indudablemente puede distribuir educación, conocimiento, información, y al menos coincidir con Mac Luhan, en el "Aula sin muros", cuando afirmó que

"es erróneo suponer que existe una diferencia básica entre la educación y la diversión. Esta distinción no hace más que liberar a la gente de sus responsabilidades de entrar en el fondo del asunto; es lo mismo que establecer una distinción entre la poesía didáctica y la poesía lírica, basándose en que la una enseña y la otra divierte, y sin embargo, nunca ha dejado de ser cierto lo que agrada, en seña de modo más efectivo"

Dejo de entrada estos apuntes para mostrar sin equívocos mi posición que no pretende demonizar a la Tv ni a otros medios de comunicación, lo que creo que alcanza una meta cercana al consenso es replantear que la responsabilidad social de los medios de comunicación es lo que diferencia a la TV, la radio y la prensa, del resto de los negocios lucrativos. Primero la prensa, y luego por asimilación los medios con

tecnologías creadas y aplicadas en el siglo XX, han asumido ser el cuarto poder, vocación que en diversos escrutinios parece irrenunciable por parte de éstos.

Luis Pedro España, un investigador social de la Universidad Católica Andrés Bello, en una comparecencia suya en un programa de radio que yo conducía, me reveló que a principios de los noventa, en Venezuela, los únicos individuos públicos o nominados que no tenían la culpa de la crisis del país, éramos las figuras de los medios, y acto seguido me señalaba que esa era la razón de la migración de perceptivos individuos de otros sectores hacia los medios, bien escribiendo o hablando en los espacios de la prensa, la radio y la TV, evitando así ser matriculados en la lista de los culpables encabezada por los políticos. Pero si de culpa se trataba, en Venezuela, los grandes grupos mediáticos formaron desde 1959, parte del país político y del poder político. Si se revisa la composición del Poder Legislativo desde 1959 en adelante, los medios han tenido su cuota; esa práctica que en un principio no pasaba de uno o dos curules, se abrió de capa cuando en 1968 el entonces candidato presidencial Rafael Caldera cerró un pacto con una cadena de publicaciones, llevando en las listas de senadores, diputados y concejales de su partido, al propietario y varios ejecutivos de esa empresa de medios.

A partir de ese pacto, otros partidos hicieron lo mismo con otros grupos de medios; las bancadas mediáticas sin embargo, no dejaron huella por no votar en los endeudamientos, en los presupuestos, la escogencia de altos magistrados y funcionarios en la aprobación de memorias y cuentas, tratados y protocolos internacionales, de modo que si no tuvieron la culpa, fueron corresponsables, pese a que los medios, muchas veces, marcaron líneas informativas, discrepantes, con el voto de sus parlamentarios. Por eso no se le reclamó nunca a los grandes grupos mediáticos, lo que ocurrió; lo que sí es un reclamo y está documentado, es el de la responsabilidad social de los medios. En ese sentido, lo que más relevancia tiene, son las demandas que en diversos formatos la Iglesia Católica le hizo a los medios en Venezuela. Tras "El Caracazo" del 27 y 28 de febrero, el primero y dos de marzo de 1989, diversos sectores del país trataron con auténtico esfuerzo de ofrecer espacios para la reflexión crítica, como discurso y praxis ante el incremento del caos que se expresaba en violencia, pobreza y corrupción. La Iglesia, fue el sector más coherente en asumir esa responsabilidad, desplegando sus mejores prédicas desde la Conferencia Episcopal y la Universidad Católica Andrés Bello. La UCAB abrió su espacio a los encuentros de la sociedad civil en 1993 y 1995; en el segundo, el tema fue precisamente "Medios de Comunicación Social y Responsabilidad Ciudadana". En ese evento, el Rector Luis Ugalde, en un discurso de bienvenida a quienes plenamos el Aula Magna de la UCAB nos dijo:

"Los venezolanos, cada día estamos más convencidos de que nadie va a venir a darnos soluciones, sino que la nueva Venezuela ha de salir de nosotros mismos. Por eso es fundamental identificar y hacer inventario de las inmensas cualidades potencialidades humanas que están enterradas y otras que actúan pero de manera deformada. Hay que hacer inventario de ese potencial y ver de qué manera puede rendir para producir la vida ciudadana que necesitamos. Al hacer este inventario y ver las capacidades, necesariamente nos encontramos con los medios de comunicación social, con toda su ambigüedad y todo su poder. Son muchas las horas que el venezolano dedica a recibir mensajes de los medios de comunicación social y no poca la fuerza de estos para condicionar o incluso modelar su cultura, su pensar y su actuar. ¿Cómo hacer para que los medios contribuyan al desarrollo y formación de una ciudadanía más activa y responsable?" –se preguntó Ugalde- también se preguntó ¿cómo actuar para que los ciudadanos contribuyamos a unos medios de comunicación más responsables? No se trata simplemente se sentar en el banquillo de los acusados a los responsables de los medios de comunicación social y descargar las acusaciones sobre ellos, se trata de invitarlos a un diálogo, a una reflexión sobre el uso de unos instrumentos que pueden hacer mucho mal o mucho bien".

Sobre los extremos señalados por el Padre Ugalde, que hemos citado, ya en enero de 1987 la Conferencia Episcopal le envió de sus obispos el siguiente mensaje a todos los venezolanos:

"Corresponde a los medios de comunicación social favorecer la coherencia entre la dignidad inalienable de las personas y la expresión de su desarrollo individual y social. Los medios, cuya razón de ser es la comunicación humana, deben estar al servicio de la educación, de la elevación del hombre, mediante la creación de un ambiente propicio a la formación y consolidación de valores y fomentar el diálogo en que exista participación positiva de todos, en el proceso cultural. Por tanto, estos instrumentos de comunicación social deben ser vehículos propulsores de la convivencia, del respeto al hombre, del diálogo, de la comprensión y de la participación. Sería contradictorio que el progreso técnico, en lugar de promover la comunicación, la destruyese al favorecer la comunicación unilateral y la reducción de los hombres a invitados de piedra y receptores acrílicos. De esta manera, dichos instrumentos se convertirían en medios de dominación de masas, en lugar de liberación de hombres y pueblos. La Iglesia, para enfrentar ese peligro, desde el Concilio Vaticano II acuñó la expresión: Medios de comunicación social, sustituyendo así la ambigua: medios de comunicación de masas. Los medios de comunicación social han de colaborar en proporcionar al hombre lo que necesita y no arrancarlo lo que lo dignifica ni suscitar de lo que es irreal y ficción. Cuando los medios de comunicación social están exclusivamente en manos de grupos cerrados, económicos o de otra índole, los perceptores dan la imagen de prisioneros obedientes y pasivos. Es inaceptable que importantes medios de comunicación social estén casi polarizados en proyectos mercantilistas y no en la tarea de hacer al hombre más humano enriqueciéndolo con estímulos para la comunión y para la marcha hacia el bien. En lugar de proporcionar elementos constructivos, excitan a las personas y grupos en línea negativa, lo cual hace que las más definantes excusas entre otras, el argumento de atender y complacer el supuesto "gusto popular". Un gusto que es fomentado unilateralmente por tales medios; los medios de comunicación social no pueden ignorar la existencia del mal que permea las estructuras personales y sociales, la presentación del mismo, sin embargo, debe ser prudentemente concebida, a fin de que en lugar de una aprobación o estimulación, enfoque el mal como un antivalor, como algo negativo, rechazable.

Los medios en general han mostrado y están mostrando naturalmente, las diferentes formas de matar, robar, atracar, violar y engañar, ante nuestros ojos y los de los niños, especialmente en horas de programación infantil. Desfilan a menudo mil trucos para estafar, asesinar y burlarse de la justicia. Los autores del mal, a lo largo de los programas, van de triunfo en triunfo, a veces hasta el final, donde son convencionalmente abatidos. El mal impera por mucho tiempo, mientras que el bien triunfa fugazmente. Ciertos mensajes a través de algunos medios de comunicación, están estimulando la delincuencia, a tal punto que pueden llegar a constituirse en escuelas calificadas para el crimen".

Este documento de la Iglesia circuló en 1987 y pareciera pues que en estos momentos tendría vigencia. Retomando a Gabriel J. Pérez y que en Venezuela no contamos con la frondosidad de códigos deontológicos en el sector de los tenedores o propietarios de los medios de comunicación, pues apenas recordamos uno de la TV que se desdibujó en apenas unas semanas, cito el concepto que este investigador de la comunicación social expuso en "Signo y Pensamiento" sobre el concepto de responsabilidad social a que se refiere y a quiénes son sus sujetos.

"La Real Academia de la Lengua nos ofrece en su Diccionario las siguientes acepciones del término "Responsabilidad: deuda, obligación de reparar y satisfacer por sí o por otro a consecuencia de delito de una culpa o de otra causa legal, cargo u obligación moral que resulta para unos del posible yerro en caso de asunto determinado". Estas acepciones, suponen la existencia de los siguientes elementos implícitos: un agente responsable, el daño causado por tal agente, como resultado de su acción u omisión y un sujeto receptor perjudicado. Sin embargo, es necesario una acepción más positiva. En este sentido, la responsabilidad social de un medio de comunicación se realizaría en la medida en que, de una forma preventiva y constructiva, se oriente al respeto de la dignidad y los derechos de las personas, y a la comunidad, a la promoción del bien común y al desarrollo de los valores sociales que contribuyan a la justicia y a la paz. Reducir el concepto de responsabilidad social sólo a la reparación de las infracciones, nos llevaría por ejemplo a considerar un medio tanto más responsable cuantas más rectificaciones haya

tenido que hacer o más multas haya tenido que pagar, lo cual sería un contrasentido. Hecha aclaración, hay que entender la responsabilidad social como una condición de la libertad de expresión. Los contenidos de acción u omisión, relacionados tanto con el beneficio social como con el daño, son los mensajes. En este sentido, el derecho a la libertad de expresión es el reconocido por el artículo 19 de la Declaración Universal de Derechos Humanos, entendido y ejercido en coherencia con los demás derechos promulgados por la misma declaración: el derecho a la vida, a la honra, a la libertad personal, de pensamiento y de conciencia, a la seguridad, a la privacidad e intimidad, a la protección de la familia, al descanso y disfrute del tiempo libre, entre otros.

A manera de corolario, para sugerirles una reflexión, ante el indiscutible peso profesional y técnico que tiene para Latinoamérica el periodismo estadounidense, destaco la diferencia que ustedes seguramente tienen presente, la diferencia del caso Watergate y el caso Lewinsky. Muchas gracias.

Moderador: Agradecemos la ponencia del periodista Jesús Romero Anselmi. A continuación se llevarán a cabo las preguntas que tengan para la ponencia. Les recuerdo que deben hacerla por escrito y hacerlas llegar lo más rápido posible, con el personal de protocolo. Les recordamos también que estamos transmitiendo en vivo, por video conferencia, conjuntamente con la Universidad Central de Venezuela, desde el auditorio de Humanidades y Educación de la Universidad Central de Venezuela.

## SESION DE PREGUNTAS

Universidad Central de Venezuela (transmisión Video-conferencia):

Jesús Andrés Mora, del Consejo Nacional de Universidades, Secretario Permanente: ¿Qué estrategias debe desarrollarse para que de manera conjunta los empresarios de los medios de comunicación social y el gobierno, garanticen un sistema de información veraz, orientador, formativo, dignificante y estimulante al individuo, de manera permanente, hacia la sociedad? Muchas gracias.

JRA: Siempre es muy difícil poner de acuerdo a los medios de comunicación social de tenencia privada con el gobierno, porque se corren riesgos de entrar en regulaciones que pueden tocar la sensible piel de la libertad de expresión. Pueden convertirse en figuras de censura previa o de castigo posterior a la transmisión del mensaje. Yo creo que la regulación de estos debe partir del mismo seno de la sociedad. Tenemos suficientes instituciones. Yo cité abundantemente a la Iglesia venezolana, porque creo que es una de las instituciones que más se ha preocupado por este asunto. Hay muchas iniciativas que incluso se tomaron en aquel encuentro de la sociedad civil en la Universidad Católica Andrés Bello, en la que muchos de los asistentes plantearon una vieja propuesta de la Asociación Venezolana de Periodistas y luego del Colegio Nacional de Periodistas, en los tiempos en que esta Institución tenía presencia activa en el país, que planteaban la creación de Consejos de Comunicación, con una alta participación de la sociedad y de sus instituciones fundamentales. Creo que por allí podría venir el camino para poder encontrar, indudablemente, la capacidad que requiere la sociedad y los medios de comunicación y el estado, para ponerse de acuerdo en torno a este asunto.

Preguntas del público en la sala:

P/ ¿Qué opina usted sobre los programas de televisión referentes al tema de responsabilidad, como por ejemplo, el de Julio Borges "Justicia para todos"?

JRA: Bueno, yo no he visto mucho el programa de Justicia para Todos, confieso que no he tenido oportunidad de consumirlo como televidente. Pero tengo entendido que todo este tipo de contenidos parten de la creación en la televisión de estos productos que tratan de expresar la vida real a través de dramatizaciones o la aparente comparecencia espontánea de protagonistas de hechos de la vida real. Yo

espero que el programa de Julio Borges, sea un programa diferente a los programas que explotan este tipo de situaciones, como los que yo cité, el caso del show de Cristina o de Laura, etc, que son programas que realmente se han ganado la condena de muchos sectores tanto profesionales como sociales y del mismo seno de la comunicación social. Yo supongo que ese programa debe estar concebido en lo que Julio Borges protagonizó hace tiempo, que él fue uno de los promotores de los jueces de paz en Venezuela y uno de los grandes animadores de la elección de los jueces de paz, supongo que debe estar en esa dirección y además, yo tenía un tiempo fuera de Venezuela, estuve unos catorce meses fuera de Venezuela, de modo que no tuve contacto muy directo con ese programa.

P/ ¿Considera usted ético que el Presidente de la Comisión de Medios de la Asamblea Nacional sea el dueño de un medio regional que utiliza permanentemente para sus propios objetivos?

JRA: Bueno, ustedes ya me escucharon que yo critiqué los arreglos entre los partidos políticos y los candidatos presidenciales con los medios de comunicación. Yo creo que hay un conflicto de intereses, indudablemente que un propietario de medios de comunicación sea el Presidente de la Comisión de Medios de la Legislatura. Creo que hay un conflicto de interés obvio.

P/ ¿Es responsabilidad de los medios ante la sociedad, así como los casos del Watergate y Mónica Lewinsky serían la base del desarrollo de una nueva sociedad más armónica?

JRA: Bueno, los casos Watergate y Lewinsky tienen dos particularidades. El Watergate fue una investigación periodística que se convirtió en una de las catedrales del periodismo de investigación en el mundo. El caso Lewinsky fue todo lo contrario, fue el surgimiento de un chisme y la persecución de un chisme y de unos asuntos que realmente no ponían en peligro las funciones de estado, a las personas que tocaba. Tuvo una gran explotación amarillista; el resultado fue que Watergate derroca a Nixon y el caso Lewinsky pues Clinton salió por la puerta principal de la Casa Blanca.

P/ ¿Cree usted que existe ética en los medios de Venezuela? ¿Están acaso conspirando contra el Estado?

JRA: No, yo no creo que los medios de comunicación estén conspirando. Yo creo que aquí lo que ha surgido es lo siguiente, aquí no hay partidos de oposición, no existe oposición, los medios de comunicación están ocupando ese espacio. Los medios de comunicación venían, de mucho tiempo, formando parte del poder tradicional en Venezuela; los medios de comunicación, de alguna manera, fueron estimulantes, motivaron, animaron el cuestionamiento a todo el aparato que se envejeció, de la democracia en Venezuela y luego, los medios de comunicación pasaron a ser la oposición. Yo pienso que la oposición, en estos momentos, son los medios de comunicación, a falta de partidos políticos. Los medios de comunicación están ocupando ese espacio y están desarrollando una labor de oposición, que yo creo que de alguna manera u otra alguien tenía que hacer oposición y lo están haciendo los medios; los medios eligieron hacerlo de esa manera y bueno, lo están haciendo. Por supuesto, esto genera una confrontación y esta confrontación, por supuesto, tiene todos los resultados que estamos viendo, de estos roces, bastante serios entre el Ejecutivo y los medios de comunicación, entre el proyecto político del gobierno y el cuestionamiento de los medios de comunicación a ese proyecto.

P/ ¿Cuáles estrategias puede utilizar el Estado para estimular un contenido más alto de nivel moral en la televisión privada?

JRA: Bueno, el Estado, primero, yo creo que el Estado tiene que comenzar por algo muy importante, que sus medios de comunicación sean diferentes a los medios de comunicación privados. El Estado tiene que predicar con la praxis de sus medios de comunicación. Los medios de comunicación del Estado venezolano, por lo menos a nivel de televisión, siempre se han parecido a los medios de comunicación

privados y, además, no han obtenido tampoco los resultados crematísticos de los medios de comunicación privado que ganan mucho dinero, en cambio los medios de comunicación del Estado pierden dinero.

P/ ¿Es posible o conveniente legislar para asegurar la ética en los medios de información y asegurar el derecho de los ciudadanos a la información no sesgada?

JRA: Bueno, el público tiene derecho a elegir entre los medios de comunicación, esa es una elección que se hace todos los días, siempre nosotros en los medios de comunicación defendemos que los políticos van a elecciones cada tres, cinco, seis años y los medios de comunicación vamos a una elección diaria o de cada minuto. La gente tiene la posibilidad de elegir el medio de comunicación, si es radio o televisión, cada segundo, cada minuto, si son los medios impresos cada veinticuatro horas y si son de otro tipo de frecuencia, semanal, etc. La gente está reclamando de los medios de comunicación una información abierta, una información profesional, una información seria, una información con fiable, una información oportuna, una información veraz. La gente está clara en eso. La gente reclama el derecho de réplica. Yo creo que el venezolano ha madurado democráticamente y esa madurez precisamente yo creo que se va a complementar muy bien en estos tiempos de contradicciones y confrontaciones entre el estado, el gobierno y los medios de comunicación. Yo creo que esto va a dar como resultado, le vamos a sacar mucho provecho. Creo que vamos a tener mejores lectores, mejores televidentes y mejores oyentes de radio, como resultado de estas posiciones discrepantes entre el gobierno y los medios de comunicación. Yo creo que va a salir ganando la democracia y va a salir ganando la sociedad y los individuos.

Los medios de comunicación siempre se han sentido intocables. Los medios de comunicación y sobre todo los venezolanos no están acostumbrados a ser escrutados. Los medios de comunicación en Venezuela siempre han tratado de mantener esa condición de que no pueden ser auditados por sus usuarios. Los medios de comunicación, en ese sentido, tienen que darle más oportunidad al público, de que realmente los pueda escrutar.

Debo decirles lo siguiente respecto a los medios de comunicación. Yo creo que se han desarrollado de tal manera que ya es necesario que los mismos medios de comunicación le den cobertura a los medios de comunicación. Yo creo que ya la noticia no está sólo por fuera, sino también está pro dentro de los medios de comunicación y la gente tiene que saber quiénes son los propietarios de los medios de comunicación, el público tiene que saber qué negocios tienen, además de los medios de comunicación los propietarios de los medios de comunicación, porque de esa manera el público puede estar claro sobre los compromisos y los intereses que tienen los medios de comunicación. Por ejemplo, Radio Francis Internacional, cuando hace la lectura esa que nosotros hacemos aquí también, matutina, de los medios impresos en la radio y la televisión, Radio Francia te dice: el comunista Le Figaro; el izquierdista Le Monde, L'Humanité el otro tal y te dice qué tendencia tiene cada periódico antes de leerle los titulares al público, porque creo que el público tiene derecho a saber si un periódico es liberal, si un periódico es conservador, si un periódico tiene determinada posición política y tiene determinados intereses políticos. En Venezuela, se supone que los medios de comunicación son independientes y siempre han manejado esa categoría de independientes. Yo creo que los medios de comunicación en Venezuela tienen posiciones políticas, tienen posiciones morales, incluso respecto al tratamiento del sexo, etc. de todas estas cosas. Hay medios de comunicación con una tendencia mucho más puritana que otros y el público poco a poco está conociendo como son sus medios de comunicación y pienso que lo importante es eso, que el usuario del medio de comunicación sepa qué representa su medio de comunicación y qué compromisos tiene sus medios de comunicación.

En cuanto a las campañas de desestabilización, si los medios de comunicación son desestabilizadores, bueno, todos los gobiernos se han quejado de eso siempre, de que los desestabilizan desde los medios de comunicación. Eso es una historia crónica que hay entre la relación de los medios de comunicación con el gobierno. Yo pienso que si los medios de comunicación están en estos momentos abiertamente en la

oposición, pues los medios de comunicación están haciendo sencillamente eso: oposición; y el gobierno está haciendo la parte oficial, la parte gubernamental. No pienso que las campañas de los medios de comunicación vayan a derrocar a nadie, espero que no estén planteadas las cosas en esos términos. No creo que la gente de los medios de comunicación estén conspirando. Que algunos se puedan aprovechar de los contenidos de los medios de comunicación para potenciar determinados discursos y determinadas posiciones, puede ser posible. No tengo ninguna duda de que eso pueda estar ocurriendo, pero no tengo pues ubicado quiénes lo están haciendo. Yo no me sorprendería en absoluto que alguien se aproveche de las posiciones de los medios de comunicación para desestabilizar. Pero no creo que sean los medios que por su propia iniciativa estén planteando una desestabilización. Aquí hay periódicos que están claramente hechos sólo para la oposición, y aquí por ejemplo yo no creo que los medios de comunicación estén intimidados; se habla mucho de que los medios de comunicación estarían intimidados en Venezuela. No puede estar intimidados medios de comunicación que tienen las primeras páginas que tienen los periódicos de hoy; esos no son medios de comunicación intimidados. No puede estar intimidado El Nacional con los editoriales tan duros que ha colocado El Nacional en la mesa política del país, en la mesa de la opinión pública. Yo no creo que El Nacional esté intimidado si está haciendo esos editoriales; intimidado sería si está haciendo El Nacional unos editoriales sobre cómo comportarnos en carnaval.