10 de julio de 2000

¿Qué hace que los medios convencionales sean convencionales?

Noam Chomsky-Z Magazine. Traducido por Alfred Sola y revisado por Déborah Gil

De una charla en el Z Media Institute, Junio 1997 Parte de las razones por las que escribo sobre los medios es porque estoy interesado en la cultura intelectual en general, y la parte más fácil de investigar son los medios. Salen cada día. Puedes hacer una investigación sistemática. Puedes comparar la versión de ayer con la de hoy. Hay muchas pruebas de en qué se profundiza y en qué no, y de la forma en que están estructuradas las cosas.

Mi impresión es que los medios no son muy diferentes de las universidades o de, por ejemplo, las revistas de opinión intelectuales; hay algunas limitaciones añadidas, pero no es radicalmente diferente. De hecho interactúan, lo cual explica porqué hay gente que va de un sitio a otro con bastante facilidad.

Si vas a examinar los medios, o cualquier institución que quieras comprender, te preguntas sobre su estructura institucional interna. Quieres saber algo de su posición en la sociedad en general. ¿Cómo se relacionan con otros sistemas de poder y de autoridad? Si tienes surte, hay un registro interno de los dirigentes en el sistema de información que te dice de qué van (una especie de sistema doctrinal). No me refiero a los comunicados de la industria de relaciones públicas sino a lo que se dicen entre ellos sobre qué quieren hacer. Hay bastante documentación interesante.

Esas son tres fuentes básicas de información sobre la naturaleza de los medios. Quieres examinarlos de la forma que un científico estudiaría una molécula compleja o algo así. Examinas la estructura y luego haces alguna hipótesis basada en esa estructura en cuanto a cómo es probable que sea el producto que salga. Luego investigas ese producto y ves si cumple tus hipótesis o no. Casi todo el trabajo en el análisis de los medios es esta última parte, intentar estudiar detenidamente cómo es el producto y si cumple las hipótesis obvias sobre la naturaleza y estructura de los medios.

Bueno, ¿qué es lo que encuentras? Primero, descubres que hay diferentes tipos de medios que hacen varias cosas diferentes, como la industria del entretenimiento de Hollywood, los culebrones de televisión, etc, o incluso la mayoría de periódicos del país (la inmensa mayoría de ellos). Están dirigiendo a la audiencia de masas.

Hay otro sector de los medios, los medios de élite, a veces llamados los medios que marcan la agenda porque son los que tienen grandes recursos y establecen el marco en que opera el resto. El New York Times, CBS, ese tipo de cosa. Su audiencia es

principalmente gente privilegiada. La gente que lee el New York Times, gente con dinero o parte de lo que a veces se llama la clase política, están realmente involucrados en el sistema político de forma práctica. Son básicamente gestores, de un tipo o de otro. Pueden ser gestores políticos, gestores empresariales (ejecutivos o similares), gestores doctrinarios (como profesores de universidad) o otros periodistas que se ocupan de organizar el modo en que la gente piensa y ve las cosas.

Los medios de élite establecen un marco dentro del cual opera el resto. Si miras la Associated Press [agencia de noticias], que saca un constante flujo de noticias, a media tarde para y saca algo, cada día, que dice "Aviso a editores: el New York Times de mañana tendrá las siguientes historias en su portada". El objetivo de eso es que, si eres el editor de un diario en Dayton, Ohio y no tienes los recursos para saber cuáles son las noticias, o no quieres ni pensar en ello, esto te dice cuáles son. Estas son las historias para el trozo que dedicarás a algo que no sean asuntos locales o entretenimiento. Estas son las historias que pondrás porque es lo que el New York Times te dice que es lo que debe interesarte. Si eres un editor en Dayton, Ohio, casi tendrás que hacer eso, porque no tienes muchas más posibilidades en cuanto a recursos. Si te sales de la línea, si empiezas a sacar historias que no le gustan a los grandes, te lo harán saber muy pronto. De hecho, lo que ocurrió hace poco con el San Jose Mercury News es un ejemplo dramático de eso. Así que hay muchas formas en que los juegos de poder te pueden devolver a tu sitio si te pasas. Si intentas romper el molde, no durarás mucho. Ese marco funciona bastante bien, y es comprensible que sea tan sólo una reflexión de las estructuras obvias de poder.

Los medios de masas de verdad intentan básicamente distraer a la gente. Que hagan cualquier otra cosa, pero que no nos molesten (a nosotros, la gente que manda). Que les interesen los deportes profesionales, por ejemplo. Dejemos que se vuelvan locos con ellos, o con escándalos sexuales, o con las personalidades y sus problemas o algo así. Cualquier cosa, siempre que no sea seria. Por supuesto, lo serio es para los peces gordos. "Nosotros" nos ocupamos de eso.

¿Qué son los medios de élite, los que marcan la agenda? (El New York Times y la CBS, por ejemplo). Bueno, primero de todo, son empresas muy grandes, con grandes beneficios. Es más, muchas de ellas están relacionadas, o son directamente propiedad de, empresas aún más grandes, como General Electric, Westinghouse, etc. Están en la cima de la estructura de poder de la economía privada, que es una estructura muy tiránica. Las grandes empresas son básicamente dictaduras, jerárquicas, controladas desde arriba. Si no te gusta lo que hacen, vete. Los grandes medios son tan sólo parte de ese sistema.

¿Qué hay de su entorno institucional? Bueno, es más o menos lo mismo. Con quien se relacionan, con quien interactúan, es con otros centros de poder: el gobierno, otras empresas o las universidades. Dado que los medios son un sistema doctrinal actúan conjuntamente con las universidades. Imagina que eres un periodista escribiendo un reportaje sobre el Sudeste de Asia, o Africa, o algo así. Se supone que irás a esa gran universidad y encontrarás un experto que te dirá qué tienes que decir, o si no a una de las fundaciones como el Brookings Institute o la American Enterprise, y te darán las palabras a usar. Esas instituciones externas son muy similares a los medios.

Las universidades, por ejemplo, no son instituciones independientes. Puede haber gente independiente esparcida por ahí entre ellas pero eso también ocurre en los medios. También es cierto en las grandes empresas en general. Incluso en los estados fascistas es cierto. Pero la institución en sí es un parásito. Depende de fuentes externas de financiación, y esas fuentes externas, como fortunas privadas, grandes empresas con sus programas, y el gobierno (que está tan directamente ligado al poder empresarial que apenas los puedes distinguir), ésas son con las que tiene que tratar la universidad. La gente que haya que no se ajuste a la estructura, que no la acepte y la internalice (no puedes realmente trabajar con ello si no lo has internalizado y te lo crees), digo que la gente que no haga eso probablemente será excluida durante el camino, desde la guardería hasta el final. Hay todo tipo de dispositivos de filtración para deshacerse de la gente que piense de forma independiente y pueda crear problemas. Aquellos de vosotros que hayáis ido a la universidad sabéis que el sistema educativo está muy enfocado a premiar la conformidad y la obediencia; si no haces eso, eres un alborotador. Así pues, es un dispositivo de filtración que acaba produciendo gente que, de forma realmente honesta (no mienten), han internalizado el marco de creencias y actitudes del sistema de poder en la sociedad. Las instituciones de élite, como Harvard y Princeton, o las pequeñas universidades elitistas, por ejemplo, están mucho más enfocadas a la socialización. Si vas a un sitio como Harvard, mucho de lo que ocurre ahí es sobre enseñar modales; cómo comportarse como un miembro de la clase alta, cómo tener las ideas adecuadas, etc.

Si habéis leído Rebelión en la Granja, de George Orwell, que fue escrita a mediados de los 40, era una sátira de la Unión Soviética, un estado totalitario. Fue un gran éxito. Todos estaban encantados. Pero resulta que había escrito una introducción a Rebelión en la Granja que fue suprimida. Sólo apareció 30 años más tarde. Alguien la encontró entre sus papeles. La introducción versaba sobre "Censura literaria en Inglaterra" y lo que decía es que obviamente ese libro estaba ridiculizando la Unión Soviética y su estructura totalitaria, pero que Inglaterra no era tan diferente. No tenemos el KGB vigilándonos pero el resultado es bastante parecido. La gente que tiene ideas independientes o que tiene las ideas equivocadas es apartada.

Habla un poco, sólo dos frases, sobre la estructura institucional. Dice, ¿cómo pasa eso? Bueno, primero, porque la prensa es propiedad de gente muy rica que quiere que sólo ciertas cosas lleguen al público. Lo otro que dice es que cuando pasas por el sistema educativo de élite, cuando vas a las mejores escuelas de Oxford, aprendes que hay ciertas cosas que no está bien decir y hay ciertas ideas que no está bien tener. Ese es el papel socializante de las instituciones de élite y si no te adaptas te apartan. Esas dos frases más o menos lo dicen todo.

Cuando criticas a los medios y dices, mirad, esto es lo que escribe Anthony Lewis o cualquier otro, se enfadan mucho. Dicen, con mucha razón, "Nadie me dice qué tengo que escribir. Escribo lo que quiero. Todo ese rollo sobre presiones y limitaciones es una tontería, yo nunca tengo ninguna presión". Lo cual es completamente cierto, pero el tema es que no estarían ahí si no hubieran demostrado previamente que nadie tiene que decirles qué escribir porque ya dirán lo correcto ellos mismos. Si empiezas en el apartado de noticias metropolitanas, por ejemplo, y sigues las historias no adecuadas, no llegarás nunca a las posiciones en que puedas decir cualquier cosa que te apetezca. Lo mismo ocurre con la mayoría de profesores de universidad en las disciplinas más ideológicas. Han pasado por el sistema de socialización.

Muy bien, entonces examinas la estructura del sistema en su conjunto. ¿Cómo esperas que sean las noticias? Bueno, es bastante obvio. Toma el New York Times. Es una empresa que vende un producto. El producto son las audiencias. No ganan dinero cuando compras el periódico. Están contentos poniéndolo gratis en la red. De hecho, pierden dinero cuando compras el periódico. Pero la audiencia es el producto. El producto es gente privilegiada, justo la misma gente que está escribiendo esos periódicos, ya sabes, la gente que toma las decisiones de alto nivel en esta sociedad. Tienes que vender un producto a un mercado, y el mercado es, por supuesto, los anunciantes (es decir, otras grandes empresas). Sea televisión o periódicos o lo que sea, están vendiendo audiencias. Grandes empresas que venden audiencias a otras grandes empresas. En el caso de los medios de élite, son empresas muy grandes.

Bueno, ¿qué esperas que ocurra? ¿Qué predicción harías sobre la naturaleza del producto de los medios, dadas las circunstancias? ¿Cuál sería la hipótesis nula, el tipo de conjetura que harías sin asumir nada más? La suposición obvia es que el producto de los medios, lo que aparece, lo que no aparece, el modo en que se presenta, reflejará los intereses de los compradores y vendedores, y de las instituciones y sistemas de poder que están a su alrededor. Si no pasara eso, sería una especie de milagro.

Bien, entonces viene el trabajo duro. Te preguntas si realmente funciona como has predicho. Bueno, podéis juzgar vosotros mismos. Hay mucho material sobre esta hipótesis obvia, que ha sido sujeta a las pruebas más duras imaginables, y aún aguanta notablemente bien. Virtualmente nunca encontrarás en las ciencias sociales algo que apoye de manera tan clara cualquier conclusión, lo cual no es una gran sorpresa, porque sería milagroso que no fuera así dadas las fuerzas que están operando.

Lo siguiente que descubres es que todo esto es completamente tabú. Si vas a la Kennedy School of Government o a Stanford [dos renombrados programas de Ciencias Políticas], y estudias periodismo y comunicación, o ciencia política académica, etc, esas cuestiones probablemente no aparecerán. Es decir, la hipótesis que a cualquiera se le ocurriría sin saber nada de nada, no se puede expresar, y las pruebas que lo demuestran no se pueden discutir. Bueno, también predices eso. Si examinas la estructura institucional, dirías, claro, eso ocurrirá porque, ¿por qué querría esa gente verse descubierta? ¿Por qué deberían permitir que hubiera un análisis crítico de lo que están haciendo? La respuesta es, no hay razón para permitirlo y de hecho no lo permiten. De nuevo, no es una censura directa. Es sólo que no llegas a esos puestos. Eso incluye a la izquierda (lo que se llama izquierda) tanto como la derecha. A no ser que hayas sido adecuadamente formado y socializado para que haya ciertas ideas que simplemente ya no tengas, porque si las tuvieras no estarías ahí. Así que tienes un segundo orden de predicción, que es que el primer orden de predicción no se puede discutir.

La última cosa a examinar es el marco doctrinal en que esto tiene lugar. La gente que está en los más altos puestos del sistema de información, incluyendo los medios, la publicidad, la ciencia política académica, etc, ¿tiene esa gente una imagen real de lo que ocurre cuando escriben para ellos mismos? (no cuando están haciendo discursos). Cuando hacen discursos, son todo bonitas palabras. Pero cuando escriben para ellos mismos, ¿qué dice esa gente? Hay básicamente tres fuentes a examinar. Una es la industria de relaciones públicas, ya sabes, la industria de propaganda de las grandes empresas. ¿Qué dicen los líderes de la industria de PR (relaciones públicas)? El segundo lugar a examinar es los llamados intelectuales públicos, los grandes pensadores, la gente

que escribe editoriales y cosas así. ¿Qué dicen estos? La gente que escribe libros impresionantes sobre la naturaleza de la democracia y ese tipo de cosas. La tercera fuente que examinas es el sistema académico, concretamente la parte de la ciencia política relacionada con las comunicaciones y la información y todo eso, que ha sido un rama de la ciencia política desde hace 70 o 80 años.

Entonces, examinas esas tres cosas y ves lo que dicen, ves lo que las grandes figuras han escrito sobre eso. Todos dicen (cito en parte) que la población general son "intrusos ignorantes y entrometidos". Tenemos que mantenerlos lejos de la arena pública porque son demasiado estúpidos y si tomaran parte todo lo que harían sería crear problemas. Su sitio es ser "espectadores", no "participantes".

Se les permite votar de vez en cuando, escoger a alguno de nosotros, los tipos listos. Pero luego se supone que deben volver a casa y hacer cualquier otra cosa, mirar el fútbol o lo que sea. Pero los "intrusos ignorantes y entrometidos" tienen que ser "espectadores, no participantes". Los participantes son lo que se llama la "gente responsable" y, por supuesto, el escritor siempre es uno de ellos. Nunca te preguntas, ¿por qué yo soy un "hombre responsable" y aquel otro está en la cárcel? La respuesta es bastante evidente. Es porque tú eres obediente y estás subordinado al poder, y esa otra persona puede ser independiente, etc. Pero no te lo preguntas, claro. Así que tenemos a esos tipos listos que se supone que deben dirigir el cotarro y el resto se supone que estará fuera de eso, y no deberíamos sucumbir (y cito de un artículo académico) "a los dogmatismos democráticos de que los hombres son los mejores jueces de sus propios intereses". No lo son. Son unos jueces malísimos de sus propios intereses, así que tenemos que hacerlo nosotros por su propio bien.

De hecho, eso es muy similar al leninismo. Hacemos todo esto por vosotros, lo hacemos en interés de todos, etc. Me imagino que esa es en parte la razón por la que ha sido históricamente tan fácil para esa gente cambiarse la chaqueta y pasar de ser entusiastas estalinistas a grandes partidarios del poder de los EE.UU. La gente cambia muy fácilmente de una posición a la otra, y mi sospecha es que es porque básicamente es la misma. No es un gran cambio. Simplemente haces una estimación diferente de dónde está el poder. En un momento crees que está aquí, en otro crees que está allí. Pero adoptas la misma postura.

¿Cómo hemos llegado hasta aquí? Es una historia interesante. Gran parte viene de la Primera Guerra Mundial, que es una encrucijada. Cambió considerablemente la posición de los EE.UU. en el mundo. En el siglo XVIII los EE.UU. eran ya el sitio más rico del mundo. La calidad de vida, la salud, la longevidad que tenían no se alcanzó, entre la clase alta británica, hasta el siglo XX, no digamos en el resto del mundo. Los EE.UU. eran extraordinariamente ricos, con enormes ventajas, y, a finales del siglo XIX, tenían con mucho la mayor economía del mundo. Pero no era un actor importante en el teatro mundial. El poder estadounidense se extendía a las islas del Caribe, alguna parte del Pacífico, pero no mucho más.

Durante la Primera Guerra Mundial, las relaciones cambiaron. Y cambiaron más dramáticamente durante la Segunda Guerra Mundial. Después de ésta, los EE.UU. más o menos tomaron el mando del mundo. Pero después de la Primera ya hubo un gran cambio, y los EE.UU. pasaron de ser un país deudor a ser un país acreedor. No era

enorme, como Gran Bretaña, pero adquirió un papel importante en el mundo por primera vez. Ese fue un cambio, pero hubo otros.

La Primera Guerra Mundial fue la primera vez en que hubo propaganda estatal altamente organizada. Los británicos tenían un Ministerio de Información, y realmente lo necesitaban, porque tenían que meter a los EE.UU. en la guerra o tendrían muchos problemas. El Ministerio de Información se dedicó a enviar propaganda, incluyendo grandes invenciones sobre las atrocidades de los "hunos" y cosas así. Estaban dirigidos a los intelectuales americanos bajo la razonable suposición de que era la gente más crédula, más dispuesta a creer la propaganda. También son los que se encargaron de divulgarlo en su propio sistema. Así que estuvo dirigida especialmente a los intelectuales americanos y funcionó muy bien. Los documentos del Ministerio Británico de Información (muchos de ellos han sido desclasificados) muestran que su objetivo era, en sus propias palabras, controlar el pensamiento de todo el planeta, apenas un objetivo menor, pero especialmente de los EE.UU. No les importaba mucho lo que pensara la gente en la India. El Ministerio de Información consiguió engañar a los intelectuales americanos para que aceptaran las invenciones de su propaganda de una forma apabullante. Estaban orgullosos de ello. Y con razón, pues les salvó el cuello. Sin eso, hubieran perdido la guerra.

En los EE.UU. fue otra historia. Woodrow Wilson fue elegido en 1916 con un programa contra la guerra. Los EE.UU. eran un país muy pacifista. Siempre lo ha sido. La gente no quiere ir a luchar en guerras foráneas. El país estaba muy en contra de la Primera Guerra Mundial y Wilson había sido elegido con un programa contra la guerra. "Paz sin victoria" era su eslogan. Pero él quería ir a la guerra. Así que el tema era, ¿cómo hacemos que este pueblo pacifista se convierta en lunáticos histéricos anti-alemanes para que quieran ir a matar a todos los alemanes? Eso requiere propaganda. Así que montaron la primera y realmente única gran agencia estatal de propaganda en la historia de los EE.UU. Se llamaba el Comité de Información Pública (bonito título orwelliano), también conocida como Comisión Creel. El tipo que la dirigía se llamaba Creel. La tarea de esta comisión era llevar a la población a una histeria nacionalista. Funcionó increíblemente bien. En unos pocos meses, había una histeria colectiva a favor de la guerra, y los EE.UU. pudieron entrar en ella.

Mucha gente quedó impresionada por estos hechos. Una de ellas, y eso tuvo repercusiones en el futuro, fue Hitler. Si leéis Mein Kampf, llega a la conclusión, bastante justificada, de que Alemania perdió la Primera Guerra Mundial porque perdió la batalla de la propaganda. No pudieron competir con una propaganda británica y americana que les apabulló. Hitler aseguró que la próxima vez tendrían su propio sistema de propaganda, y así lo hicieron en la Segunda Guerra Mundial. Más interesante para nosotros es el hecho de que la comunidad empresarial norteamericana también quedó impresionada con el esfuerzo propagandístico. En aquella época tenían un problema. El país se estaba haciendo formalmente más democrático. Mucha más gente podía votar, ese tipo de cosas. El país se iba haciendo rico, más gente podía participar y también estaban llegando muchos inmigrantes.

Entonces, ¿qué haces? Va a ser más difícil llevar las cosas como un club privado. Por lo tanto, obviamente, tienes que controlar lo que piensa la gente. Había habido hasta entonces especialistas en relaciones públicas, pero no una industria de relaciones públicas. Había un tío que se encargaba de limpiar la imagen de Rockefeller y ese tipo

de cosas. Pero esa industria de relaciones públicas enorme, que es una invención estadounidense y una industria monstruosa, surgió de la Primera Guerra Mundial. Sus principales líderes fueron la gente de la Comisión Creel. De hecho, su líder, Edward Bernays, salió directamente de la Comisión Creel. Publicó un libro justo después titulado Propaganda. El término "propaganda", por cierto, no tenía connotaciones negativas en esos tiempos. Fue durante la Segunda Guerra Mundial cuando el término se convirtió en tabú, pues estaba conectado con Alemania y todas esas cosas malas. Pero en ese periodo, el término propaganda tan sólo quería decir información o algo parecido. Así que escribió el libro Propaganda hacia 1925, y empieza diciendo que está sacando lecciones de la Primera Guerra Mundial. El sistema de propaganda de la Primera Guerra Mundial, y la comisión de la que formó parte, muestran, nos dice, que es posible "reglamentar la mente pública exactamente igual que un ejército reglamenta a sus soldados". Las minorías inteligentes, dice, tienen que utilizar estas nuevas técnicas de reglamentación de las mentes para asegurarse que la chusma esté en su sitio. Ahora podemos hacerlo porque tenemos estas nuevas técnicas.

Ese es el manual principal de la industria de relaciones públicas. Bernays es una especie de gurú. Fue un auténtico liberal estilo Roosevelt o Kennedy. También preparó el esfuerzo de relaciones públicas para apoyar el golpe que derribó al gobierno democrático de Guatemala con el apoyo de los EE.UU.

Su mayor éxito, el que le llevó a la fama a finales de los años 20, fue conseguir que las mujeres fumasen. Las mujeres no fumaban en esa época y él preparó una enorme campaña para Chesterfield. Ya sabéis todas las técnicas, modelos y actrices famosas con cigarrillos y ese tipo de cosas. Eso le valió grandes alabanzas. Así que se convirtió en una figura de la industria y su libro era el manual.

Otro miembro de la Comisión Creel fue Walter Lippman, la figura más respetada del periodismo norteamericano durante medio siglo (quiero decir periodismo serio, artículos de opinión). También escribió los llamados ensayos progresistas sobre la democracia, considerados progresistas en los años 20. Estaba, una vez más, aplicando las lecciones del trabajo sobre la propaganda de forma muy explícita. Dice que hay un nuevo arte en democracia llamado "manufactura del consenso". Esta frase es suya. Edward Herman y yo la copiamos para nuestro libro, pero viene de Lippman. Bien, dice, tenemos este nuevo arte en el método de la democracia, la manufactura del consenso. Al manufacturar el consenso, puedes superar el hecho de que formalmente mucha gente tenga derecho a votar. Podemos hacerlo irrelevante porque podemos manufacturar el consenso y asegurarnos que sus opciones y actitudes estén estructuradas de tal forma que siempre hagan lo que les digamos, incluso si tienen un modo formal de participar. Así tendremos una democracia real. Funcionará correctamente. Eso es aplicar las lecciones de la agencia de propaganda.

La ciencia social y la ciencia política académicas parten de los mismos supuestos. El fundador de lo que se llama ciencia política académica y comunicación fue Harold Glasswell. Su mayor logro fue un libro, un estudio sobre la propaganda. Dice, de forma muy franca, las cosas que yo citaba antes, esas cosas sobre no sucumbir a los dogmatismos democráticos, todo eso viene de la ciencia política académica (Glasswell y otros). De nuevo, sacando lecciones de la experiencia en tiempo de guerra, los partidos políticos sacaron las mismas conclusiones, especialmente el partido conservador en Inglaterra. Sus primeros documentos, que acaban de salir a la luz, muestran que también

reconocían los logros del Ministerio de Información británico. Se daban cuenta que el país se estaba democratizando y ya no podría ser un club privado. Así que la conclusión, en sus propias palabras, es que la política tenía que convertirse en guerra política, aplicando los mecanismos de la propaganda para controlar los pensamientos de la gente que tan brillantemente habían funcionado durante la Primera Guerra Mundial.

Esa es la parte doctrinal y coincide con la estructura institucional. Refuerza las predicciones sobre cómo debería funcionar el tema. Y las predicciones están bien confirmadas. Pero estas conclusiones tampoco se pueden discutir. Todo esto forma parte de la literatura disponible pero sólo es para la gente que está en el ajo. Cuando vas a la universidad, no lees los clásicos sobre cómo controlar las mentes de la gente.

De la misma forma que no lees lo que dijo James Madison durante la convención constitucional sobre que el principal objetivo del nuevo sistema tenía que ser "proteger a la minoría de los opulentos contra la mayoría" y que tenía que ser diseñada para conseguir ese fin. Esa es la fundación del sistema constitucional, así que nadie lo estudió. No puedes encontrarlo ni en la literatura académica, a no ser que mires muy a fondo.

Este es básicamente el cuadro, tal como yo lo veo, de la forma en que funciona el sistema institucionalmente, las doctrinas que hay detrás de ello, y lo que resulta de todo eso. Hay otra parte, dirigida a los "intrusos ignorantes y entrometidos". Esa es sobre todo usar diversiones de un tipo o de otro. De eso, creo, podrías predecir lo que esperarías encontrar ahí.