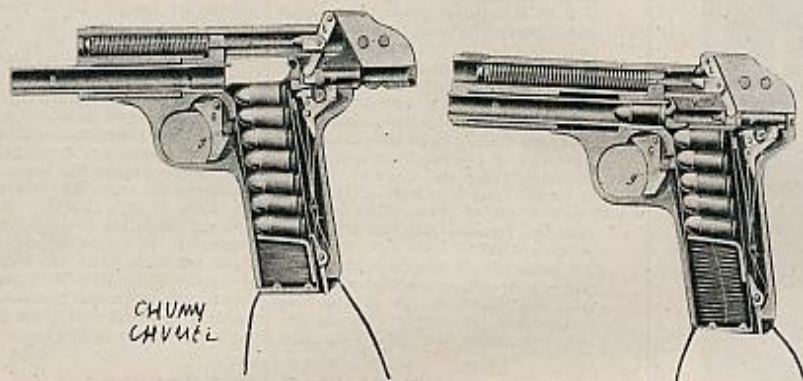


EN PUNTO

YO ME QUIERO
IR A ESTADOS
UNIDOS, PORQUE ALLÍ
EL QUE QUIERE
TRABAJAR,
TRABAJA.



VIOLENCIA POR CORRESPONDENCIA

La mística del arma de fuego en Estados Unidos



EL FUSIL DE OSWALD, COMPRADO POR CORRESPONDENCIA

Curiosísimo; los dos semanarios «Time» y «Newsweek» presentaron, hace unas semanas, unas portadas casi idénticas: un revólver apuntando al lector. «Life» titulaba: «La psicología de la violencia». Porque, en Estados Unidos, desde el asesinato de Robert Kennedy, la violencia, la posibilidad de un control de la venta de armas ha pasado a primer plano de las preocupaciones de la opinión pública.

En numerosos centros clínicos y universitarios se han iniciado investigaciones teóricas sobre las causas de la violencia y la forma de neutralizarla. Concretamente, en Boston, un equipo de médicos, psiquiatras y neurocirujanos lleva trabajando un año en la «psicobiología de la violencia». Se propone analizar los síntomas de la agresividad para elaborar tests que permitan descubrir a priori los individuos potencialmente peligrosos.

UN CAÑÓN

Por su parte, los responsables de las principales cadenas de televisión americanas han tomado repentinamente conciencia de sus responsabilidades y han comenzado a autocensurar sus programas. Un estudio estadístico efectuado hace algunos años demostró que entre los cinco y catorce años un niño americano veía un promedio de 13.000 muertes violentas en su receptor de televisión. Pero el problema más grave y el más inmediato es el de las armas.

Los cálculos sobre el número de armas en circulación en Estados Unidos varían de 50 millones a 200, in-

cluyendo revólveres, pistolas, fusiles y carabinas. No entran en esta cifra ametralladoras, granadas, morteros e incluso fusiles antitanque. El año pasado se vendieron más de tres millones de armas por correspondencia, es decir, un treinta por ciento más que el año anterior. Esta carrera de armamentos puede llegar a formar asombrosos arsenales, como es el caso de los dos jóvenes de San Francisco que han sido hace unos días juzgados por haber acumulado 70 toneladas de armas y de municiones, incluido un cañón de 37 mm. Desde comienzos de siglo, 800.000 americanos han muerto por disparos de sus conciudadanos.

No obstante, ha sido el asesinato de Robert Kennedy lo que ha decidido al Congreso a poner las bases de una legislación para controlar las armas de fuego. El proyecto aprobado prohíbe solamente las ventas por correspondencia y las ventas libres a compradores que no residan en el Estado en el que se efectúa la transacción. La medida ha sido considerada como insuficiente tanto por el Presidente Johnson como por numerosos senadores. Thomas Dodd y Joseph Tydings han presentado contrapropuestas en virtud de las cuales se solicita que todas las armas queden registradas y que su adquisición sea sometida a la obtención de un permiso, que sería denegado a los drogados y a los condenados anteriormente por delitos de derecho común. Un estudio recientemente ha demostrado que de las 4.000 armas vendidas por correspondencia en Los Angeles, el 25 por ciento de ellas habían sido compradas por individuos con un negro expediente judicial.

A pesar de las reacciones de la opinión, favorable en un 75 por ciento al control de la venta de armas (según sondeos Gallup efectuados desde 1937), la batalla será dura. El Senado, que recibía un abundante correo opuesto a todo proyecto de legislación que limitara la venta de armas, ha quedado inundado ahora por un aluvión de mil cartas diarias que exigen la adopción de una legislación restrictiva. Pero el poderoso grupo de presión «National Rifle Association» amenaza con una campaña de contra-propaganda. Ya ha lanzado el slogan: «Guns don't kill people; people kill people» (no son los fusiles, sino las personas

las que matan a las personas) y ha puesto en guardia a sus 900.000 miembros contra toda política que, según asegura, acabaría por privarles de sus medios de autodefensa.

UNA MISTICA

Hay en juego poderosos intereses. La industria de las armas de fuego realiza en Estados Unidos una cifra de negocios anual de 2.500 millones de dólares. Pueden verse en las revistas las páginas de publicidad más sor-



LA PISTOLA QUE MATO A TIPPIT, UN JUGUETE

prendentes: «Compre una ametralladora con motivo del día de los padres», o bien: «Se vende la réplica exacta del revólver que mató a dos Presidentes de los Estados Unidos, Abraham Lincoln y William McKinley... No obstante, tres de los más potentes fabricantes de Estados Unidos, Winchester, Remington y Savage Arms, se han declarado favorables a la legislación adoptada por el Congreso.

De hecho, el problema que se plantea es más cultural que comercial: existe en Estados Unidos una mística del arma de fuego y de la defensa personal que se remonta a los tiempos heroicos de la primera frontera, en apoyo de la cual se invoca frecuentemente la segunda enmienda de la constitución. Reconoce a todo ciudadano americano el derecho de poseer y llevar un arma. Pero lo que generalmente se olvida es que esto se refiere al marco de una milicia popular organizada.

A esta mística se añaden el miedo a la violencia siempre creciente en Estados Unidos y el peligro de revueltas raciales. En previsión de un «cálido verano», en numerosas ciudades norteamericanas, amas de casa se entrenan al tiro. En San Francisco, los militantes de los ghettos, los Panteras Negras, declaran firmemente que se opondrán a que les desarmen. ■ CATHERINE DREYFUS.

