



EL PLATO FUERTE

WASHINGTON.—Probablemente la persona menos comprendida en la administración Nixon es el vicepresidente Spiro Agnew. La gente piensa que es enemigo de todos los que trabajan en medios de comunicación por los ataques que semanalmente hace a la prensa y a la radio. No es así. Sé de buena fuente que a Agnew no le gusta este cometido y que sigue esperando que el presidente le encargue otro más importante. Mi informante (un tipo tan próximo al vicepresidente que en una ocasión le alcanzó una pelota de "volley ball" lanzada por Agnew) me dijo:

—El vicepresidente está muy preocupado por tener que atacar en cada discurso al "establishment" del Este.

—¿Por qué lo hace entonces? —pregunté.

—Le obligan.

—¿Quién?

—Los recaudadores de fondos republicanos.

—No entiendo.

—Bien. Consideremos el discurso que hizo en Houston la semana pasada, durante una comida de quinientos dólares el cubierto. Cuando alguien paga esta suma no quiere oír los viejos cuentos de siempre acerca de lo que el presidente decide respecto a la guerra y la economía. Son cosas que conoce de sobra. Desea un plato fuerte, de quinientos dólares.

—¿Quiere usted decir que el vicepresidente tiene que ofrecer el plato fuerte?

—Exacto. De lo contrario, esas gentes no alfojan la pasta. Supongamos que usted es un tejano y que ha pagado mil dólares por dos cubiertos, para su esposa y para usted. ¿Qué exigiría de una comida que vale esa suma?

—Un ataque del "New York Times", al "Washington Post" y a empresas de televisión.

—Así es. Y si usted además menciona a los profesores y estudiantes como postre, puede estar seguro que el tejano se sentirá satisfecho.

—Tiene razón.

—Fíjese que todo ataque del vicepresidente contra los medios de comunicación se hace siempre en una comida de recaudación de fondos republicanos.

—¿Y por qué no ataca a los demócratas? Porque eso les gustaría mucho a los republicanos.

—No tanto como los ataques a la prensa y a la televisión. Los que escriben los discursos de Agnew saben qué plato fuerte da el resultado esperado y cuál no. Un mordisco a la Columbia Broadcasting Corporation vale más que diez al senador Fulbright.

—O sea, que lo que usted quiere decir es que lo que el vicepresidente hace al atacar a la prensa y a la televisión es recaudar fondos para el partido republicano.

—Eso digo. Agnew ama la prensa. Algunos de sus mejores amigos son periodistas. Lee el "New York Times" y el "Washington Post" religiosamente todas las mañanas. Si los ataca es porque le gustan. Y no vería la televisión si no le agradara.

—No había caído en eso.

—Tiene que comprender que la posición de Agnew no es fácil.

—¿Y no resulta mucho más difícil el tener que hablar en tantas comidas?

—Sí, cada vez es más difícil. Por eso en Houston comenzó ya a atacar a las gentes por sus nombres en vez de limitarse a mencionar las publicaciones en las que trabajan.

—Ya lo advertí y francamente me sentí desilusionado.

—¿Por qué?

—Yo esperaba que atacara a los comentaristas por orden alfabético.

(Copyright 1970, The Washington Post Co.—Distribuido por Editors Press Service Inc. Agencia Zardoya.)

Por Pablo Berbén

SE le vio caminar por las calles del pueblo con su paso tranquilo de siempre, con su sonrisa de buen muchacho, de muchacho simpático. Los testigos lo relatarían luego: no había nada anormal en él, excepto que ya no tenía su larga melena de siempre, su melena de «hippy». «Pensé —dice uno— que le habrían atrapado en una redada de la policía y le habrían cortado el pelo». El empleado de la estación de gasolina cuenta: «Sacó un bidón de una bolsa de plástico y me pidió dos litros de gas-oil. Es una compra normal. La gente lo lleva para limpiar máquinas, piezas, para usos domésticos. Estaba tranquilo y sonriente». Pero Jean-Pierre Souque, de diecinueve años, había dejado ya una carta en casa de sus padres: «Si, por casualidad, veis una columna de humo en los alrededores, seré yo». Así se suicidó, con la muerte del bonzo, un muchacho al que se había obligado a cortarse el pelo. Un motivo aparentemente fútil. No menos importante, sin embargo, que otros tenidos comúnmente por graves. Que una decepción amorosa, un revés económico o una «cuestión de honor». En realidad, participa de esas tres catástrofes: corta la comunicación con el grupo a que se pertenece, interrumpe un proyecto de vida, rompe la «imagen» que se quiere dar de sí mismo...

Hace muchos años, antes de la moda masculina juvenil de los cabellos largos, Maraón hablaba de la tricopsicosis (trico: cabello, en griego). De alguna forma la abundancia de cabello se identificaba con la fuerza, con la virilidad. La angustia de la calvicie estaba en relación con la tricopsicosis: la creencia —infundada, por otra parte— de que la aparición de la calvicie podía coincidir con la de la impotencia sexual. Esta tricopsicosis ha hecho la fortuna de algunos curanderos, con más o menos base científica, creadores de productos para hacer crecer el pelo. El mito de Sansón estaría también relacionado con ello: la pérdida del cabello era, también, la pérdida de la fuerza.

Lo que sucede ahora es, al parecer, todo lo contrario. Una de las razones para la melena masculina juvenil es una especie de autocrítica; una renuncia a la virilidad o a la masculinidad en el sentido peyorativo nuevo de esos términos. La virilidad aparece como una fuerza de dominio y agresión sobre el otro sexo, con-

tra los otros hombres. El «machismo» denominaría en los pueblos latinos esa arrogancia varonil destructiva que se repudia. Dejarse crecer esa melena, antes exclusivamente femenina, sería una renuncia a la virilidad. Pero solamente en tanto que función social, no como función sexual. El doctor Parrot, profesor de Neuro-psiquiatría, se explica así: «Entre los muchachos que llevan el pelo muy largo hay pocos homosexuales verdaderos. Desconfío mucho más de los que llevan cabellos semilargos, bien peinados y, a veces, decolorados».

JEAN-PIERRE NO ERA HOMOSEXUAL

Micheline Tauros, veinte años, es una muchacha que sabía bien que Jean-Pierre Souque no era homosexual. Es una guadalupana que trabaja como obrera empaquetadora con un famoso perfumista de París. «Jean-Pierre no estaba drogado, no era un loco: quería, simplemente, ser libre. El día antes de su muerte habíamos ido al cine. Me dijo que ya no podía resistir más la presión para que se cortara el pelo. Cada cosa que hacía, comentaba: "Es la última vez que hago esto con el cabello largo". Pero reía, bromaba». En el Club de Judo de Meulan repiten también: «No estaba drogado ni loco. No bebía. Era un muchacho divertido y simpático. Incluso había dejado de fumar. Desde hacía tiempo repetía: "Si no me corto el pelo, me echarán a la calle". Pero reía al decirlo».

Las imposiciones sociales o familiares que aparecen como enteramente gratuitas —es decir, sin que se vean los motivos— son las que peor se resisten. Parecen una agresión directa, un ataque. Una humillación. Se pone a veces más énfasis en la defensa de esos pequeños derechos individuales que en la de los grandes temas. Recibí recientemente la visita de un joven brasileño que iba a visitar un país del que yo venía y quería algunos detalles. Entre su ilusión por el viaje y mi nostalgia por lo que había abandonado construimos, quizá, una imagen demasiado entusiasta. Pero cuando le advertí que debía antes cortarse su melena, o exponerse a que se la cortase la policía de la aduana de llegada, renunció al viaje que había preparado durante mucho tiempo. «Entiéndame usted bien —me decía—; no es que yo dé un valor excesivo a mi pelo; pero lo