



Cómo la industria de las armas de fuego y la NRA mercadean armas a las comunidades de color

RESUMEN EJECUTIVO



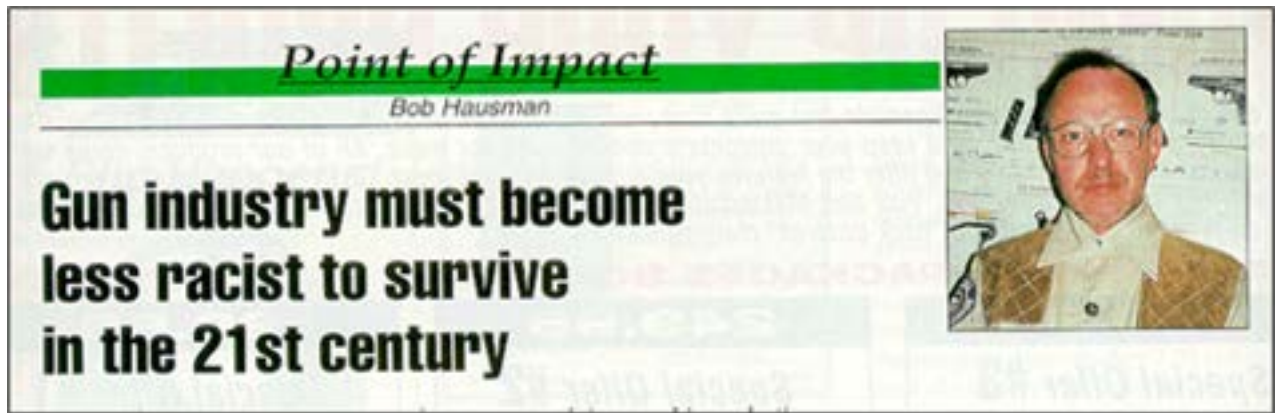
Este es el resumen ejecutivo del estudio *Cómo la industria de las armas de fuego y la Asociación Nacional del Rifle mercadean armas a las comunidades de color* realizado por el Violence Policy Center y dado a conocer en enero de 2021. El estudio completo en formato tanto PDF como en línea así como otros materiales relacionados está disponible en [is https://vpc.org/how-the-firearms-industry-and-nra-market-guns-to-communities-of-color/](https://vpc.org/how-the-firearms-industry-and-nra-market-guns-to-communities-of-color/).

Históricamente, el sector demográfico al que se ha dirigido principalmente la industria de armas de fuego ha sido el de los hombres de raza blanca. Pero esto ahora está cambiando a medida que esta base tradicional de consumidores se está contrayendo y los fabricantes de armas de fuego, parafraseando un término de la industria del tabaco, han fracasado en reclutar una cantidad suficiente de 'tiradores sustitutos' para así engrosar un contingente cada vez más reducido. Como resultado de ello, durante las últimas décadas en los Estados Unidos la propiedad de armas de fuego, tanto doméstica como individual, ha disminuido significativamente y permanece relativamente estancada.

Si bien los niños y las mujeres se han convertido por descarte en blancos de la industria debido a que el mercado de hombres de raza blanca se ha estancado, la industria también se ha estado enfocando en mercadear armas de fuego, sobre todo para uso en defensa propia, entre latinos, negros y otros grupos minoritarios en Estados Unidos. (Para una visión amplia y detallada de los esfuerzos de mercadeo dirigidos a niños y jóvenes que realizan la industria y el cabildeo de las armas, consulte el estudio "*Start Them Young*" - *How the Firearms Industry and Gun Lobby Are Targeting Your Children, Que empiecen jóvenes- Cómo la industria de las armas de fuego, tiene a tus hijos en la mira*, publicado por el Violence Policy Center en 2016, <http://www.vpc.org/publications/start-them-young/>.) De hecho, no hay ninguna razón para creer que el impacto que tendrá sobre el mundo real el que negros y morenos se estén convertido en propietarios de armas sea muy distinto al que ya han tenido sus antecesores de raza blanca: incremento del riesgo de muerte y heridas por suicidios, homicidios o heridas no intencionales. La diferencia estriba en que esas comunidades ya han sufrido un impacto desproporcionado de violencia por armas de fuego, de tal modo que el aumento de propietarios de armas en las mismas solo puede resultar en un incremento de muertos y heridos entre dichas comunidades.

En cambio, llama la atención el descaro con que procede este mercadeo, aunque hay que reconocer que durante décadas el cabildeo de la industria de armas de fuego se ha estado aprovechando del miedo que se tiene en comunidades locales al crimen y al desorden. Y aunque pocas veces se dice abiertamente, a menudo se deja implícito que aquellos a los que más hay que temer provienen de comunidades de color.

El planteamiento acerca de la necesidad de enfocarse en los negros y latinos no es nuevo en la industria y el cabildeo de las armas de fuego. Ya en 1997, el encabezado de una columna en la publicación *Shooting Sports Retailer*, que pertenece a la industria de armas, afirmaba categóricamente: "La industria de armas de fuego debe volverse menos racista si quiere sobrevivir en el siglo XXI".



El estudio del VPC *Cómo la industria de las armas de fuego y la Asociación Nacional del Rifle mercadean armas a las comunidades de color* ofrece una visión panorámica de los esfuerzos que realizan la industria y el cabildeo de armas de fuego para mercadear estas últimas a negros y latinos en los Estados Unidos. Encabezan este esfuerzo la National Shooting Sports Foundation (Fundación Nacional de Deportes de Tiro, NSSF por sus siglas en inglés), que es la asociación comercial para la industria de armas de fuego y la Asociación Nacional del Rifle (que actúa como una asociación comercial *de facto* para la industria de las armas y que ha recibido decenas de millones de dólares de parte de los fabricantes de armas. Como una deprimente ironía, la NSSF está ubicada en Newtown, Connecticut, donde ocurrió la balacera y masacre de la Escuela Primaria Sandy Hook en 2012.

PRIMERA SECCIÓN: LA FUNDACIÓN NACIONAL DE DEPORTES DE TIRO (NSSF) Y LA INDUSTRIA DE ARMAS DE FUEGO

El papel que juega la NSSF dentro de la industria de armas de fuego no es diferente al que ha jugado el Tobacco Institute (Instituto del Tabaco) para la respectiva industria. La NSSF emite un flujo constante de publicaciones para apoyar y también defender las estrategias de mercadeo de la industria de las armas.

El momento de origen de este esfuerzo a largo plazo, organizado y coordinado por la industria y el cabildeo de armas de fuego y dirigido a potenciales propietarios de armas que no son de raza blanca fue la Cumbre de la Industria NSSF 2015, que tuvo lugar ese año en Savannah, Georgia.

Después de la cumbre, una nota de prensa emitida por la NSSF explicaba: “El tema central de la Cumbre de la Industria 2015, la diversidad, es uno que demostró que la industria se está preparando para cambiar significativamente su manera de hacer negocios”. En esa nota, el principal responsable de mercadeo de la NSSF afirmó que: “Durante años, hemos hablado de manera suelta acerca de la diversidad, pero nunca ha habido un esfuerzo cohesionado de parte de la industria como un todo para abordar este tema e introducir cambios innovadores. La Cumbre de la Industria de este año nos mostró que estamos por vivir un cambio radical en lo que se refiere a esa postura”.



Ejemplos de publicaciones de mercadeo de la NSSF dirigidas a latinos y negros



Una diapositiva de la presentación de Chris Cheng en la Cumbre de la Industria NSSF 2015

Durante la reunión, las presentaciones trataron en detalle los beneficios financieros que traería abrazar la "diversidad". Un orador ofreció información panorámica de los mercados latino y negro segmentándola en "demográfica", "psicográfica" y "tecnográfica". La presentación de Chris Cheng, campeón de la competición de tiro Top Shot del History Channel, se titulaba "Diversidad: la siguiente gran oportunidad", cuyas metas eran: "nuevos tiradores, nuevos propietarios de armas y nuevos defensores de la Segunda Enmienda [de la Constitución]..." Cheng concluyó su presentación haciendo un "llamado a la acción", que incluía "más mensajes dirigidos a grupos étnicos..., patrocinando o participando en acontecimientos

centrados en la diversidad, tales como el First shots Program (el Programa Primeros Tiros) de la NSSF..., y por último realzar a la gente de color en la publicidad de armas, en artículos en los medios y en formas de mercadeo colaterales. A manera de promesa, Cheng señaló que “La próxima área exitosa de nuestra industria es la diversidad”.

O como lo resumió Steven Sanetti, presidente y Director General de la NSSF: “Qué diferencia con unos años atrás, cuando la industria se lamentaba por estarse volviendo rancia, masculina y pálida”.

A partir de la Cumbre de la Industria en 2015, el enfoque en “la diversidad” se ha vuelto un punto central de los esfuerzos de investigación y mercadeo de la NSSF.

Por ejemplo, en 2018, Maj Toure, fundador de Black Guns Matter (las Armas Negras Importan), organización que plantea que su objetivo principal es “educar a gente en comunidades urbanas de cada uno de los 50 estados acerca de los derechos y responsabilidades establecidas por la Segunda Enmienda mediante el adiestramiento y educación en el uso de armas de fuego”, fue uno de los oradores en el SHOT Show, la exposición comercial para la industria de las armas que patrocina la NSSF. La exposición, que está cerrada al público en general, se lleva a cabo cada año en Las Vegas. Durante su presentación, Toure le dijo al auditorio conformado por gente de la industria: “Mi trabajo consiste en proporcionarles toda la información para que puedan aumentar sus ingresos y también llevar a cabo un cambio cultural”. Para beneficiar a su organización, Toure también promueve un rifle de asalto que fabrica Head Down Arms y se ha asociado para fines de mercadeo con Bersa, un fabricante de armas.



Maj Toure (de pie al centro de la primera fila) en la Cumbre de la Industria NSSF 2018

Entre los ejemplos de esfuerzos publicitarios de la industria de armas dirigidos a negros y latinos como potenciales compradores de armas figuran los siguientes.

Un aviso publicitario de página completa que apareció en el número de Primavera 2013 de la revista *Junior Shooters* muestra a dos hombres negros, un joven y adulto, en un campo de tiro al aire libre, y con el encabezado “Confianza para vivir tu vida”. El aviso, en que el joven sostiene un cargador de municiones en una mano y un cartucho en la otra, afirma: “Disparar con la mejor pistola significa que puedes perfeccionar tus habilidades para estar a la altura de cualquier desafío. Respaldado por una confiabilidad comprobada, ingeniería de la más alta calidad y usado por cerca de 65% de las fuerzas del orden, GLOCK es un compañero en que puedes confiar”.

PROVEN PERFORMANCE

CONFIDENCE TO LIVE YOUR LIFE

Shooting the best pistol means you can hone your skills and rise to any challenge. Backed by proven reliability, superior engineering and used by approximately 65% of law enforcement, **GLOCK** is a partner you can trust.

To learn more about the GLOCK Sport Shooting Foundation and other events, visit [GLOCK.COM/CONFIDENCE](https://www.glock.com/confidence)

GLOCK[®]

PERFECTION

“Confianza para vivir tu vida”

**MI CASA
NO ES SU CASA**

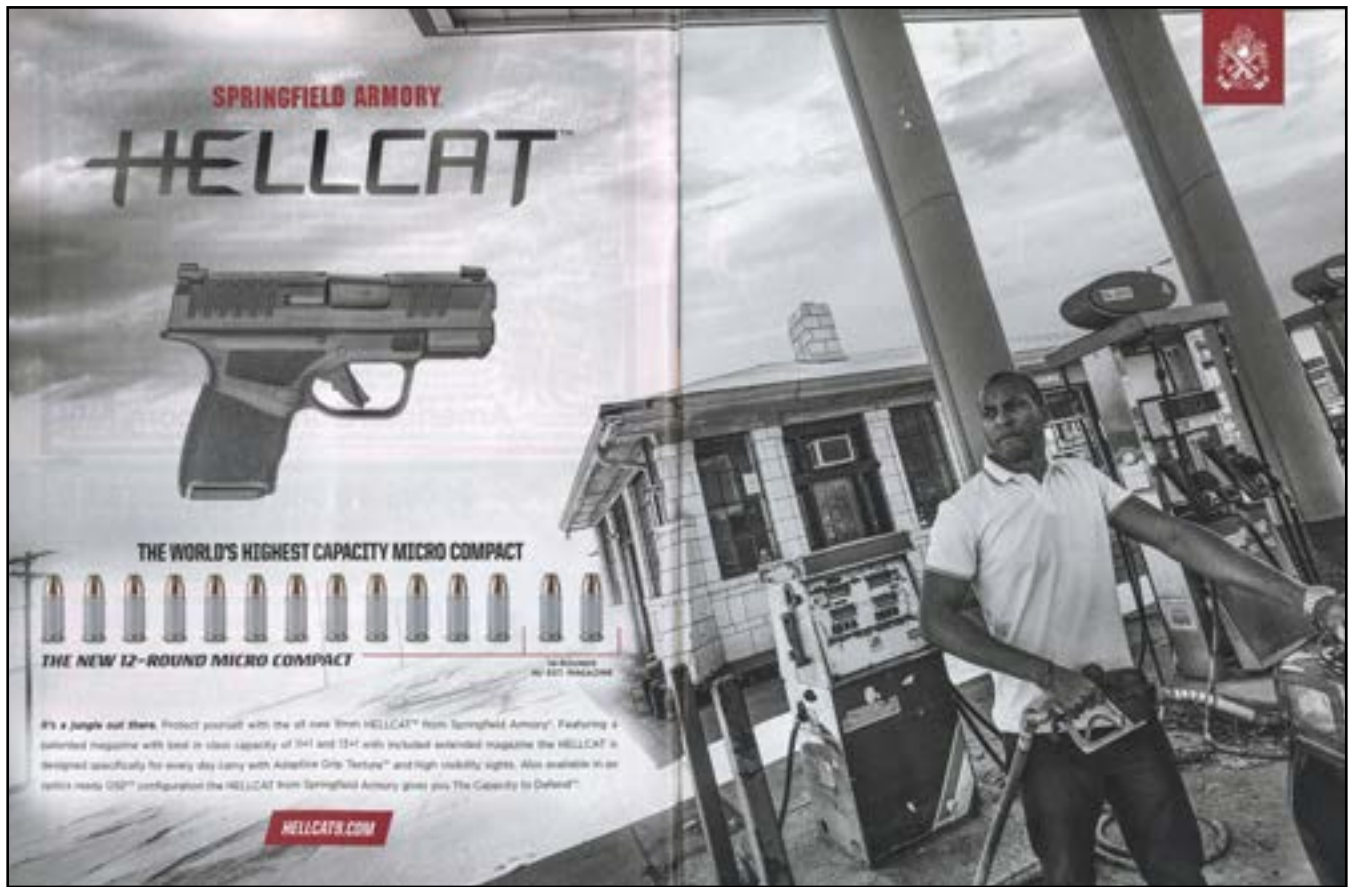
The new KS7™ Shotgun is bred for light weight, personal defense. Its compact size and carry handle allow for easy and convenient handling. KelTec™ patented downward shell ejection and a 2 3/4" shell capacity of 7+1 make this one ambidextrous, 12-gauge, pump-action micro beast. Innovation. Performance. KelTec. See more at KelTecWeapons.com.

**KEL
TEC**

©2020 Kel Tec Firearms, Inc.

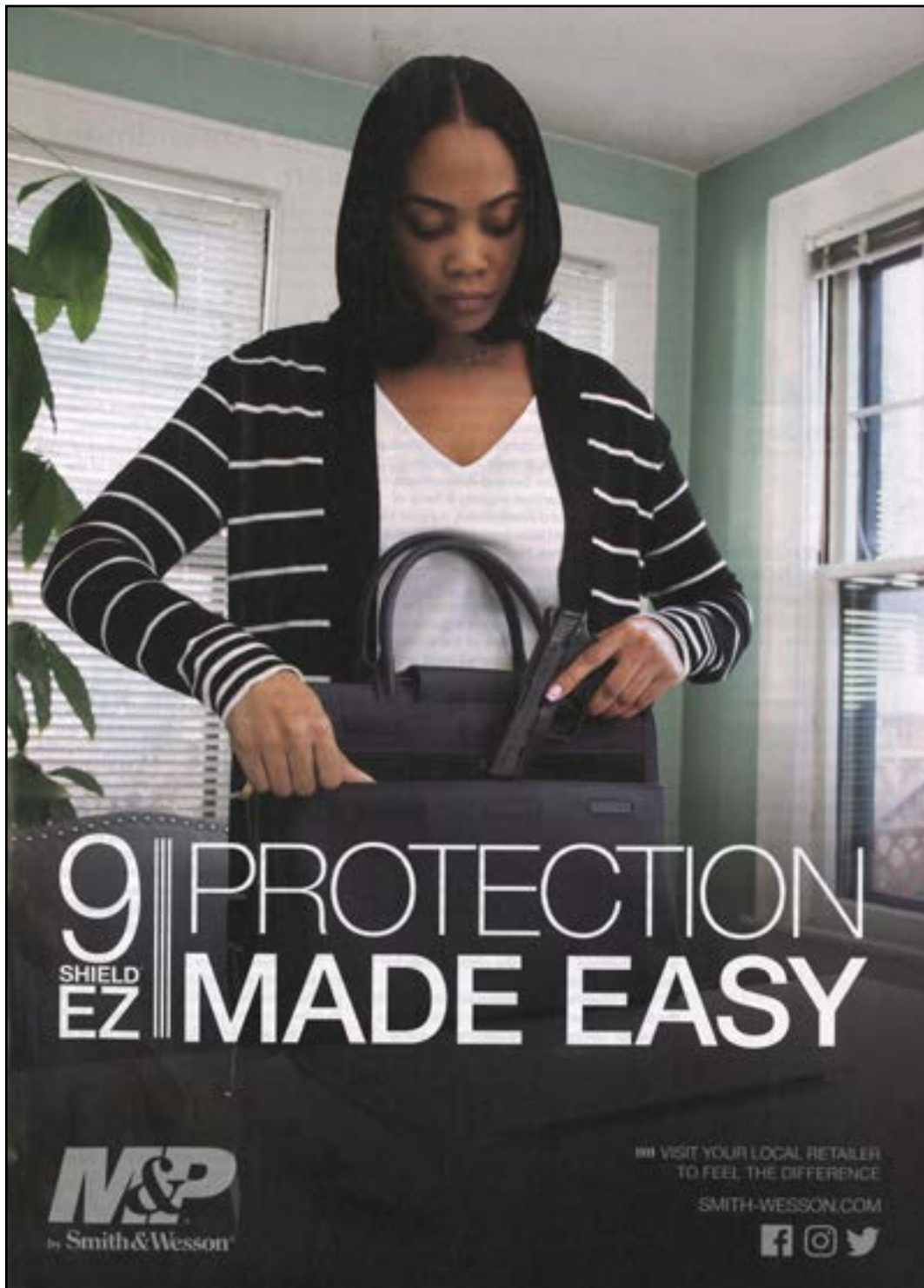
“Mi Casa No Es Su Casa”

Un aviso que apareció en el número de junio/julio 2020 de *America's 1st Freedom* (la revista de la Asociación Nacional del Rifle dirigida a activistas) para la escopeta KEL-TEC KS7 advierte: “Mi Casa No Es Su Casa”.



‘Allá afuera es una selva’

Un aviso que apareció en el número de diciembre 2019 de la revista *Guns & Ammo* muestra a un hombre negro con una actitud recelosa mientras le echa gasolina a su carro en una estación de servicio. El aviso advierte: “Allá afuera es una selva”, mientras le indica con apremio al lector: “Protéjase con el totalmente nuevo HELLCAT de 9 mm de Springfield Armory”.



“La Protección Hecha Fácil”

Un aviso para la pistola Smith & Wesson M&P (Militar y Policía) 9 Shield EZ que apareció en la edición de octubre 2020 de *American Rifleman*, revista de la NRA, así como en la de noviembre 2020 de *Guns & Ammo*, y que muestra a una mujer negra, al parecer preparándose para salir a trabajar, y colocando una pistola en un bolsillo lateral de su maletín. En su encabezado, el aviso reza: “La Protección Hecha Fácil”.

Aún así, y a pesar del esfuerzo conjunto de la NSSF y la industria de armas de fuego para enfocarse en comunidades que no son de raza blanca, así como de la permanente labor investigativa que teóricamente guía estos esfuerzos, las mismas investigaciones de la NSSF revelan que uno de los impedimentos que habría que sobrellevar a la hora de querer involucrar a negros y latinos en el asunto de la propiedad de armas es que, aun cuando la NSSF y los fabricantes de armas han identificado -para sus propios fines- a esas comunidades como un gran mercado desaprovechado, ni negros ni latinos tienden a sentirse muy cómodos con la comunidad de las armas de fuego en general, y en particular con las tiendas de armas. Como le respondió un entrevistado a los investigadores del NSSF: “Me gustaría ver que una mayor cantidad de vendedores dejaran de mirarme como si hubiera robado algo.”

SEGUNDA SECCIÓN: LA ASOCIACIÓN NACIONAL DEL RIFLE (NRA)

A los esfuerzos de mercadeo de la NSSF y sus socios industriales se une los de la Asociación Nacional del Rifle. Mientras los esfuerzos de mercadeo de la NSSF están diseñados para asegurar el éxito financiero de la industria de armas de fuego, para la NRA, los nuevos compradores de armas representan los contingentes desde donde se pueden tomar futuros soldados de a pie que protejan los intereses políticos y financieros de la Asociación.

En sus esfuerzos, la NRA ha estado usando dos enfoques. El primero ha consistido en presentar voceros negros y latinos en sus esfuerzos para fines de educación pública y mercadeo. El segundo ha consistido en crear el perfil de y publicitar a grupos “cuyas membresías”, como ha notado la NSSF, “se consideran no-tradicionales”.

Hasta su colapso en 2019, a consecuencia de luchas de poder entre la Asociación Nacional del Rifle y la empresa Ackerman McQueen, que tradicionalmente llevaba sus relaciones públicas, y entre directivos de ambas, la “red” en línea de la NRA, NRATV, fue el medio principal por el que la organización realizaba sus actividades de extensión hacia los nuevos mercados que deseaba alcanzar.

En 2013, Colion Noir, un conocido personaje afroestadounidense que opera en YouTube, se incorporó a la NRA como comentarista y conductor para NRATV y otras plataformas en los medios. En su papel, Noir no sólo fue presentado como una auténtica voz afroestadounidense en favor de las armas, para así lograr que la labor de difusión de la NRA ganara en autenticidad, sino que también fue desplegado para atacar a políticos, defensores, medios noticiosos, organizaciones e instituciones.

En NRATV, a Noir se le unió como comentarista Gabby Franco, una latina quien fue la primera tiradora femenina que representó a Venezuela en un olimpiada y que también figuró como concursante en el programa “Top Shot”, del History Channel. Los vínculos de Franco a la industria de armas incluyen un acuerdo consistente en “una alianza de mercado y patrocinio” con la Compañía Remington Outdoors y también servir como “embajadora de marcas” para Walther Arms. También conduce Tips & Tactics en la Red de Difusión para Mujeres de la NRA, que patrocina el fabricante de armas Smith & Wesson. Al igual que Chris Cheng, Franco ha formado parte del Grupo de Trabajo sobre Inclusión y Extensión de la NSSF.

En 2015, la revista *America's 1st Freedom* de la NRA publicó el artículo “¿Esta no es la NRA de tu padre?” en que aparecía una foto compuesta de distintas imágenes en que Noir y Franco emergen de un valle idílico contra un fondo de montañas, mientras pregonaba acerca de “un cambio sísmico” en la membresía de la organización:



La imagen habitual de la Asociación Nacional del Rifle que se retrata en los medios es lo que Colion Noir con mucho humor ha bautizado el OFWG -el *old fat white guy* (el tipo viejo, gordo y blanco). Pero una de las tendencias más notables de la sociedad estadounidense actual es cómo el interés en las armas de fuego se está extendiendo y borrando fronteras demográficas. Aunque en la última década se ha hecho notar el lugar destacado que las mujeres han tenido en la NRA y el movimiento a favor del derecho a poseer y usar armas, se ha prestado menos atención a la creciente diversidad racial entre las filas de los propietarios de armas.

Lo que todo esto significa de cara al futuro es que habrá una nueva generación que quizás se vea un poco diferente a las de sus predecesores, pero que seguirá teniendo el mismo objetivo: proteger los derechos que nos reconoce la Segunda Enmienda. Muy probablemente veremos una mezcla más equilibrada de hombres y mujeres provenientes de los más distintos trasfondos raciales. Estos propietarios de armas más jóvenes que se están alistando para defender la Segunda Enmienda silenciosamente están llevando a cabo un cambio de proporciones sísmicas en la composición demográfica de la organización.

En julio de 2016, un texto desplegado en el blog de la NRA anunciaba que “la NRA da a conocer nuevos y potentes avisos en que figuran mujeres milenials”, una de las cuales era Antonia Okafor, una mujer de raza negra descrita como una “defensora apasionada de asuntos de mujeres quien es la Directora Regional del Suroccidente para la agrupación Estudiantes a Favor de Portar Armas Ocultas en Campus (Students for Concealed Carry on Campus)”.

Ese mismo año, un blog de la NRA destacó el primer aniversario de la Asociación Nacional Afroestadounidense de Armas de Fuego (National African American Gun Association, NAAGA por sus siglas en inglés), con una entrevista a su fundador, Philip Smith, quien inició esa organización en febrero de 2015, para así honrar el Mes de la Historia Afroestadounidense. La NRA también ha apoyado y subsidiado las actividades legales de la NAAGA, que por su

parte tiene una “Sociedad Oficial” con el fabricante de armas Glock, en virtud de la cual Glock fue designado en 2018 como “el arma de fuego oficial” de la organización.

En 2017, con el arribo a la presidencia de la NRA de Pete Brownell, Director General de Brownells, un fabricante de armas y distribuidor de municiones y accesorios para armas de fuego, los objetivos de la industria en materia de diversidad y la agenda de la NRA confluyeron para ser públicamente una sola cosa. El nombramiento de Brownell por parte de la junta directiva de la NRA fue de carácter histórico. Por primera vez en la historia de la organización, un miembro de la industria de armas se convertía en la cabeza titular de la agrupación. Brownell también es miembro de Fundación Nacional de Deportes de Tiro (National Shooting Sports Foundation).

En el número correspondiente a julio de 2017 de la revista *America's 1st Freedom* de la NRA, la “Columna del presidente” tenía el siguiente encabezado: “La NRA se enfocará en acciones de difusión mediante un amplio espectro de programas”. Allí, Brownell expresó el deseo de acercarse a la comunidad afroestadounidense e hizo hincapié en el papel que la NRA ha reclamado para sí como como “la organización más antigua en materia de derechos civiles”, afirmando:

Entre nuestras principales prioridades figura un esfuerzo agresivo por representar a propietarios de armas apacibles pertenecientes a todos los segmentos de nuestra sociedad. Estaremos contando nuestra historia. Y al hacerlo, estoy seguro que estaremos representando un entrecruzamiento de diversos propietarios de armas que deberían pertenecer a nuestra familia, incorporando así a un mayor número de mujeres y minorías a nuestra comunidad de seguridad, deporte y preservación de la libertad.

En la columna correspondiente al mes siguiente titulada “La Segunda Enmienda le pertenece a todos los estadounidenses, independientemente de raza, credo o género”, Brownell afirmó:

Estoy orgulloso de los esfuerzos de difusión y extensión que hemos emprendido hasta la fecha, pero falta mucho trabajo por hacer. Uno de los focos centrales de mi presidencia en la NRA está puesto en ayudar a que la NRA sea más inclusiva de lo que lo ha sido en el pasado.

A la Constitución le tiene sin cuidado tu tono de piel, a quien amas, el partido político que te has comprometido en apoyar o qué lengua hablas -siempre y cuando hables el idioma de la libertad. Si estás dispuesto a proteger a tu familia a cualquier costo y si quieres ser escuchado cuando se trata de tus derechos como propietario de armas estadounidense responsable y respetuoso de la ley, entonces te invito a unirme a nosotros.

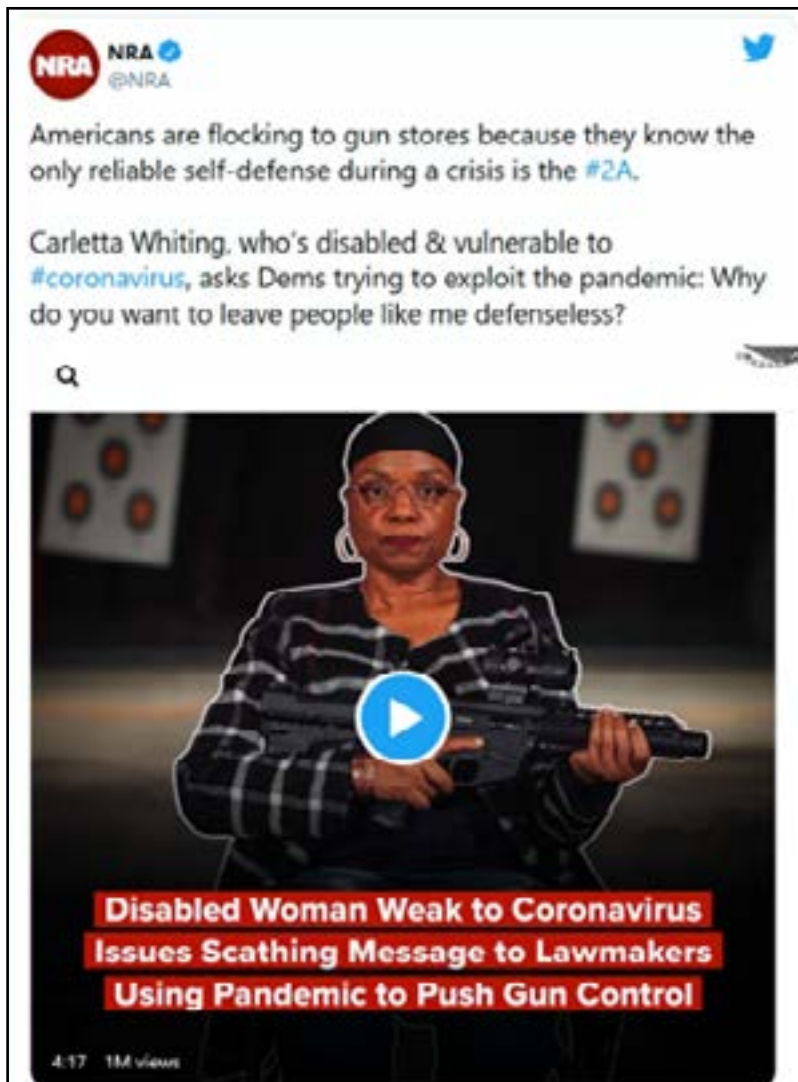
Brownell concluyó haciendo hincapié en la obligación que tienen la NRA y sus miembros en acercarse a estas comunidades minoritarias mencionando videos en que aparece Colion Noir y destacando que el Comité de Asuntos Urbanos de la NRA había pasado a llamarse Comité de Difusión y Extensión.

Sin embargo, la NRA “viable y saludable” que Brownell predijo que resultaría de haber abrazado el tema de la diversidad pronto se descarriló debido a una serie de controversias financieras, luchas internas de poder y revelaciones sobre supuestas acciones de corrupción que involucrarían al Vicepresidente Ejecutivo, Wayne LaPierre, y a otros altos funcionarios. Todo lo cual poco después engulló a la organización y continúa todavía en los momentos en que se escriben estas líneas (incluyendo la demanda entablada por el Procurador General del estado de Nueva York para disolver a la NRA por supuestos malos manejos financieros). En mayo de 2019, la NRA

demandó legalmente a la firma de relaciones públicas Ackerman McQueen que de tiempo atrás llevaba sus asuntos en la materia. Y entre las responsabilidades de esta empresa figuraba llevar NRATV, la emisora de “noticias” de la NRA, que era la cara más pública de sus esfuerzos dirigidos a minorías y donde se promovía sin cesar a Noir y otras personas a favor de las armas de fuego que la NRA etiquetaba como “personalidades” (más tarde se supo que en realidad Noir era empleado de Ackerman McQueen, no de la NRA). En junio de 2019, la NRA, como parte de su batalla contra Ackerman McQueen, acabó con NRATV, con lo cual también retiró la principal plataforma por la que promovía la diversificación de propietarios de armas de fuego.

TERCERA SECCIÓN: LA NSSF y la NRA APROVECHAN EL COVID EN SUS ESFUERZOS DE MERCADEO

La NRA y la industria de las armas de fuego tienen una larga historia aprovechando crisis (reales y percibidas) y situaciones de malestar ciudadano no solo para mercadear armas, sino también para justificar los argumentos más extremos en apoyo a la posesión de armas.



En marzo de 2020, a medida que las preocupaciones respecto al COVID-19 cobaban a todo el país, la NRA dio a conocer un video de cuatro minutos en que aparecía Carletta Whiting, una mujer de raza negra que padecía una discapacidad relacionada con fibromialgia y que también ha sobrevivido cáncer de mama y violencia doméstica. En un tuit publicitario que promovía el video, la NRA afirmó: “Los estadounidenses están acudiendo a tiendas que venden armas de fuego porque saben que la única autodefensa confiable durante una crisis es la Segunda Enmienda. Carletta Whiting, quien es discapacitada y vulnerable a #coronavirus, le pregunta a los demócratas que tratan de aprovecharse de la pandemia: ¿Por qué quieren ustedes dejar a gente como yo indefensa?”

En el video ella advierte: “He aquí algo para que lo piense. En este momento, usted puede estar juntando comida para sobrellevar la actual crisis; pero si usted no está preparado para defender su propiedad cuando todo vaya para mal, en realidad lo que está usted juntando va a ser de otra persona.”

Ya en julio, después de que incrementaran las ventas de armas, la Fundación Nacional de Deportes de Tiro (National Shooting Sports Foundation) se vio rápida en afirmar que ese incremento era la prueba más reciente del éxito que estaban teniendo los esfuerzos de la industria en materia de diversidad. En un artículo cuyo argumento se basaba simplemente en reiterar afirmaciones, respaldado por una cuidadosa selección de palabras y publicado en el sitio web titulado “La diversidad en materia de propiedad de armas no es nada nuevo para la industria de armas”, el dirigente de la NSSF, Larry Keane, proclamaba:

Olviden los estereotipos relativos a los propietarios de armas en Estados Unidos. Simplemente son errados.

En una situación en que las ventas de armas han alcanzado techos históricos, un aspecto clave a considerar es que la concepción de que los propietarios de armas en Estados Unidos son “hombres viejos de raza blanca” ya no se sostiene. El auge de compra de armas a lo largo y ancho del país durante 2020 -más de 2.5 millones solamente a partir de marzo- ha impulsado notablemente la diversidad entre la población propietaria de armas.

Esto le puede parecer sorprendente a algunos, pero no a quienes están en la industria de armas. Quienes hoy compran armas en Estados Unidos se parecen más al resto del país y representan todo tipo de trayectorias sociales. Entre quienes hoy están comprando armas figuran cada vez más mujeres y minorías y son una población más urbana que en generaciones anteriores.



Esta foto que acompañó al artículo de la NSSF “La diversidad en materia de propiedad de armas no es nada nuevo para la industria de armas” muestra a una mujer de raza negra cuya camiseta negra lleva impreso un rifle de asalto en rosado.

Al unir sus actividades de divulgación con la batalla en contra de la prevención de la violencia armada, la NSSF prometió que “las voces de los propietarios de armas de fuego en Estados Unidos son cada vez más diversas y están respondiendo. Tendrán un impacto significativo sobre el future de los derechos reconocidos por la Segunda Enmienda”.



Ilustración del artículo de la NRA “Nuevos propietarios de armas y la elección”

En octubre de 2020, la NRA hizo eco de estas afirmaciones en un artículo titulado “Nuevos propietarios de armas y la elección”, que apareció en su revista *America’s 1st Freedom*. Prometiendo que “no, no todos tienen la misma apariencia” y de que el asunto ya no era que “la propiedad de armas estuviese reservada solo para el hombre blanco”, el artículo argumentaba que:

muchos de los nuevos propietarios de armas tienen un interés práctico en la preservación de la Segunda Enmienda y en prevenir leyes draconianas en materia de control de armas que criminalicen su conducta pacífica, creando chivos expiatorios entre gente pacífica. Quizás en la próxima elección, aunque sin duda poco después, estas modificaciones llevarán a un cambio en nuestro debate nacional.

CUARTA SECCIÓN: LA REALIDAD ACERCA DE LA RELACIÓN ENTRE AFRO Y LATINO ESTADOUNIDENSES Y LAS ARMAS

No debe sorprender que ni la industria de las armas ni sus socios financieros en la Asociación Nacional del Rifle reconozcan el daño que las armas le inflingen al país y, en particular, a las comunidades de color.

Solo en 2018, se perdieron casi 40,000 vidas por homicidios, suicidios y tiroteos no intencionales que tuvieron consecuencias fatales. Y mientras las muertes y heridas por armas de fuego afectan a todos los estadounidenses, su impacto no se distribuye de modo equitativo. Son los negros y los latinos quienes tienen más probabilidades de ser víctimas de homicidio, mientras que el suicidio por arma de fuego tiene mayor impacto en los estadounidenses de raza blanca.

- Al momento de escribir estas líneas, el año más reciente para el cual se dispone de información de los Centros para el Control y Prevención de Enfermedades (CDC) es 2018, cuando las armas de fuego acabaron con la vida de 9,801 personas de raza negra, con una tasa de 22.83 muertes por 100,000. Ese mismo año las armas de fuego acabaron con la vida de 4,018 latinos, con una tasa de 6.71 por 100,000 y de 24,789 personas de raza blanca, con una tasa de 12.33 por 100,000. La tasa de victimización por homicidios con armas de fuego para personas de raza negra fue de 18.61, que superó más de 11 veces la tasa correspondiente a personas de raza blanca de 1.66 por 100,000. La tasa de victimización por homicidios con armas de fuego para latinos fue de 3.66 por 100,000, más del doble de la tasa correspondiente a personas de raza blanca. Aunque la gente de raza negra constituye solo el 13% de la población de Estados Unidos, las víctimas por homicidio con armas de fuego de raza negra representan más de la mitad del total registrado para el país.
- En 2018, la tasa de victimización por homicidios con armas de fuego para hombres de raza negra fue de 34.22 por 100,000, cinco y media veces más que la tasa correspondiente a hombres latinos, de 6.22 por 100,000, y más de 14 veces la correspondiente a hombres de raza blanca, de 2.40 por 100,000.
- In 2018, la tasa de victimización por homicidios con armas de fuego para mujeres de raza negra fue de 4.24 por 100,000, que fue cuatro veces más que la correspondiente a mujeres latinos, de 1.05 por 100,000, y cuatro y media veces más que la correspondiente a mujeres de raza blanca, de 0.94 por 100,000.
- En 2018, el homicidio fue la principal causa de muerte para hombres de raza negra entre 15 y 24 años de edad (habiéndose usado un arma de fuego en 95.2 por ciento de los casos) y entre 25 y 34 años de edad (habiéndose usado un arma de fuego en 91.7 por ciento de los casos). Para mujeres de raza negra, el homicidio fue la segunda causa principal de muerte para víctimas entre 15 y 24 de edad (habiéndose usado un arma de fuego en 82.9 por ciento de los casos) y la cuarta causa principal de muerte para víctimas entre 25 y 34 años de edad (habiéndose usado un arma de fuego en 76.9 por ciento de los casos).
- En 2018, el homicidio fue la tercera causa principal de muerte para hombres latinos entre 15 y 24 años de edad (habiéndose usado un arma de fuego en 87.2 por ciento de los casos) y entre 25 y 34 años de edad (habiéndose usado un arma de fuego en 79.8 por ciento de los casos). Para mujeres latinas, el homicidio fue la tercera causa principal de muerte para víctimas entre 15 y 24 años de edad (habiéndose usado un arma de fuego en 69.7 por ciento de los casos) y la cuarta causa principal de muerte para víctimas entre 25 y 34 años de edad (habiéndose usado un arma de fuego en 56.9 por ciento de los casos). [Para información adicional, incluyendo cuadros detallados, por favor consulte el estudio mismo].

QUINTA SECCIÓN: EL MITO DEL USO DE LAS ARMAS DE FUEGO PARA DEFENSA PERSONAL

Si bien la pieza central de la estrategia de mercadeo que comparten la industria de armas y la NRA es la promoción del uso de armas de fuego para fines de defensa personal, éstas rara vez se usan ya sea para matar criminales o detener crímenes.

Como se detalla en el estudio *Homicidios justificables con armas de fuego y el uso no letal de armas de fuego para fines de defensa propia* que el Violence Policy Center publicó en 2020, en 2017, en todo el país y para todas las razas y sexos hubo solo 298 homicidios justificables, en que un ciudadano particular usó un arma de fuego y que fue reportado al Programa de Información Uniforme de Crímenes (Uniform Crime Reporting, UCR) de la Oficina Federal de Investigaciones (Federal Bureau of Investigation), tal como se detalla en su Informe Suplementario de Homicidios (*Supplementary Homicide Report, SHR*). Ese mismo año, el SHR contabilizó 10,380 homicidios criminales con armas de fuego. En 2017, por cada homicidio justificable que ocurrió en los Estados Unidos en que se usó un arma de fuego, hubo 35 homicidios criminales en que se usó un arma. Evidentemente, esta proporción no toma en cuenta las decenas de miles de vida que ese año terminaron debido a suicidios con un arma o por tiroteos no intencionales.

De esos 298 homicidios justificables, 146 de los ciudadanos particulares que usaron un arma de fuego eran de raza negra (por inadecuaciones en la recolección y reporte de información no fue posible establecer posibles identidades étnicas hispanas). Para ese mismo año, el SHR reportó que hubo 7,809 personas de raza negra víctimas de homicidio. O sea: en 2017, por cada vez que un afroestadounidense usó un arma de fuego en un homicidio justificable, 53 vidas afroestadounidenses terminaron en homicidios. Y, una vez más, esta proporción no toma en cuenta aquellas vidas afroestadounidenses que se perdieron por suicidios o tiroteos no intencionales con consecuencias fatales.

Sin embargo, persiste otra interrogante: ¿con cuánta frecuencia se usa un arma de fuego en incidentes de defensa propia no letales? La información estadística más fidedigna acerca del uso de armas de fuego en defensa propia es la Encuesta Nacional de Victimización por Crímenes (National Crime Victimization Survey, NCVS) que realiza la Oficina de Estadísticas Judiciales (Bureau of Justice Statistics, BJS). Según la NCVS, para el trienio comprendido entre 2014 y 2016, e incluyendo víctimas tanto de intentos de violencia criminal como de homicidios consumados, la pretendida víctima resistió al criminal o lo “amenazó o atacó con un arma de fuego” en solo 1.1 por ciento de los casos. La NCVS estima que para el trienio comprendido entre 2014 y 2016, hubo 16,115,500 víctimas ya sea de intentos de violencia criminal o de homicidios consumados. Durante ese mismo trienio, en solo 177,300 situaciones de autodefensa se usó un arma de fuego. De esta cantidad, se desconoce qué tipo de arma se usó y si se disparó o no. Dicha cifra también puede incluir a agentes de las fuerzas del orden que no estando de servicio usaron su arma en defensa propia.

Según la NCVS, y fijándose en el número total de comportamientos de autodefensa de parte de todas las víctimas de intento de robo o de crímenes contra la propiedad consumados durante el trienio comprendido entre 2014 y 2016, la pretendida víctima resistió al criminal amenazándolo o atacándolo con un arma de fuego en solo 0.3 por ciento de los casos. Para el trienio comprendido entre 2014 y 2016, la NCVS estima que hubo 45,816,900 víctimas ya sea de intento de robo o de un crimen contra la propiedad. Durante ese mismo trienio, en solo 123,800 de los comportamientos de autodefensa se usó un arma de fuego. De esta cantidad, se desconoce qué tipo de arma se usó o si se disparó o no, o si el uso de un arma podía constituir una respuesta legal ante un crimen contra la propiedad. Y como antes, esa cifra también puede incluir a agentes de las fuerzas del orden que no estando de servicio usaron su arma en defensa propia. Por comparación, un estudio realizado en 2017 estimó que cada año hay cerca de 250,000 incidentes de robos de armas con alrededor de 380,000 armas robadas. Más aún, según la NCVS, solamente en 2018 hubo 470,840 victimizaciones por armas de fuego.

CONCLUSIÓN

La industria de las armas está enfrentando una crisis existencial. Si no consigue crecer más allá de su mercado, actualmente estancado, de hombres de raza blanca, su sostenibilidad a largo plazo está en peligro. Esto es un secreto a voces cada vez que los miembros de la industria se reúnen y planean su futuro, pero que rápidamente niegan cuando se les pregunta al respecto en foros públicos.

En vez de ello, apuntan al auge más reciente en ventas en el corto plazo (como el reciente auge de ventas durante la pandemia del COVID-19), que es parte de los recurrentes altos y bajos que definen la venta de armas en Estados Unidos, y que ulteriormente terminarán en una crisis. En términos generales, durante décadas la propiedad de armas de fuego en el país ha estado declinando y ahora permanece relativamente estancada.

Al igual que la industria manufacturera en general, la de las armas requiere un flujo constante de clientes para poder sobrevivir. Y como cualquier otra industria, también tiene que ajustarse a cambios demográficos y culturales. Aunque esta industria se ha esforzado por revender dentro su mercado principal de hombres de raza blanca, también se ha enfocado en nuevas “oportunidades”. Históricamente, se ha enfocado en mujeres y niños. Y ahora, siguiendo el sendero abierto por las industrias del alcohol y el tabaco, se ha estado expandiendo a compradores potenciales que no son de raza blanca, principalmente gente de raza negra y latinos.

Mientras los esfuerzos tanto del cabildeo como de la industria de las armas a menudo son bochornosos (que la NSSF proclame que ya no es “rancia, masculina y pálida”), torpes (que la industria utilice o emplee voceros de gente de color que están a favor del uso de las armas, como Colion Noir, Maj Toure, Gabby Franco y otros), o simplemente enigmáticos y ofensivos (el aviso publicitario de Springfield Armor que muestra a un hombre de raza negra en una gasolinera y advierte “es una selva allá afuera”), lo cierto es que, con base en la baja proporción de propietarios de armas entre negros y latinos en los Estados Unidos, hay un mercado potencial para ser explotado. Y tomando en cuenta que tanto negros como latinos apoyan medidas preventivas contra la violencia y que los latinos están creciendo como fuerza política, el cabildeo y la industria de las armas de fuego reconocen abiertamente que los beneficios esperados son tanto políticos como financieros.

Al igual que las industrias del alcohol y del tabaco, las acciones conjuntas de la NRA y la industria de las armas de fuego deben ser vistas por lo que son: un esfuerzo de mercadeo cínico por parte de una industria bellaca, que valora su propia perpetuación por encima de todo, incluyendo cualesquier cantidad de vidas o comunidades que pueda impactar. Históricamente, tanto la industria de las armas como la NRA han minimizado las tasas de homicidios provocadas por el uso de armas de fuego, así como la violencia que de manera desproporcionada impacta a comunidades negras y morenas, considerándolas como un fenómeno urbano peculiar, presentándolas falsamente como el resultado inevitable de criminales irredimibles que se depredan el uno al otro. En 1991, el ya fallecido Jeff Cooper, quien durante mucho tiempo fuera miembro de la junta directiva de la NRA, ejemplificó este punto de vista en la revista *Guns & Ammo* al comentar con tono categórico y racista la tasa de asesinatos en Los Ángeles:

El consenso es que si de 100 personas en Los Ángeles mueren entre cinco y 10 por disparos de armas, eso no constituye una pérdida para la sociedad. Esas gentes libran pequeñas guerras entre sí mismas. A manera de un servicio a la sociedad, sería válido mantenerlas bien surtidas con municiones.

Hoy en día, tanto la NRA como la industria de armas están atadas a las palabras y acciones racistas de Donald Trump, a quien la NRA apoyó formalmente en las elecciones tanto de 2016 como de 2020. En 2016, según informes, la NRA gastó más de US\$30 millones para apoyar la campaña presidencial de Trump. Ese mismo año, el comité de acción política afiliado a la NSSF gastó US\$430,000 en candidatos a la cámara y el senado, de los cuales un 95 por ciento era del Partido Republicano. Durante su periodo, Trump tomó numerosas acciones en apoyo a la agenda de la NSSF.

Para cualquier estadounidense, independientemente de su raza o etnia, la introducción de un arma de fuego a su hogar eleva el riesgo de muerte o de sufrir heridas, ya sea para el dueño del arma o para miembros de su familia. Si los esfuerzos de mercadeo dirigidos a negros y latinos por parte de la industria de armas y la Asociación Nacional del Rifle ganaran terreno, el impacto se medirá no sólo en dólares y centavos, sino también en el incremento de muertos y heridos entre las comunidades de color.

Para más información, por favor contacte a Sally Martinelli, encargada de Comunicaciones y Desarrollo del Violence Policy Center al 202-822-8200 x104 o smartinelli@vpc.org.

Traducción al español de Mauricio Sánchez Álvarez.

Copyright © Enero 2021 Violence Policy Center

Violence Policy Center

1025 Connecticut Avenue, NW

Suite 1210

Washington, DC 20036

202-822-8200

El Centro de Políticas de Violencia (VPC) es una organización educativa nacional sin fines de lucro que lleva a cabo investigaciones y educación pública sobre la violencia en Estados Unidos y proporciona información y análisis a los legisladores, periodistas, defensores y el público en general.

Este estudio se financió con apoyos de The Joyce Foundation y la Lisa & Douglas Goldman Fund.

Para obtener una lista completa de publicaciones de VPC con enlaces a documentos, visite <http://www.vpc.org/publications>.

Para obtener más información sobre el Centro de políticas contra la violencia o para hacer una contribución deducible de impuestos para ayudar a respaldar nuestro trabajo, visite www.vpc.org.



Violence Policy Center

1025 Connecticut Avenue, NW Suite 1210

Washington, DC 20036

202-822-8200

WWW.VPC.ORG