

Tiendas y supermercados de la muerte

RENÁN VEGA CANTOR :: 29/08/2024

En el paraíso del capitalismo, así como se puede comprar cerveza o comida basura en máquinas expendedoras, de ahora en adelante se puede hacer lo mismo con las municiones

En EEUU, el país que presume de ser el país de la libertad, todo se compra y se vende, hasta las cosas más inútiles e inverosímiles, como las armas de fuego y sus municiones. Por eso, existe un exitoso *mercado libre de la muerte*. En supermercados, centros comerciales y expendios dedicados en forma exclusiva a comerciar armas se ofrecen de todo tipo, ligeras, de mediano y largo alcance, rifles, pistolas, escopetas, lanzallamas y a todos los precios para que nadie se quede sin su arma de fuego y se aliste para matar en el momento menos pensado.

Estos expendios de armas y balas están sujetos a los horarios establecidos, generalmente en el día y en las primeras horas de la noche. Esto representa un problema para el libre funcionamiento del mercado de la muerte, ya que los consumidores –potencialmente asesinos– tienen una restricción que les impide atacar en cualquier momento, cuando quieran. Puede suceder que a algunos de esos consumidores-asesinos se le haya ocurrido perpetrar una masacre a las dos o tres de la mañana y se encuentran con el desagradable inconveniente de no contar con munición suficiente para realizar su misión criminal, cuando ya tienen visto el objetivo y han planeado minuciosamente su “intrépida acción”.

Este obstáculo, que cuestiona la transparencia del mercado de la muerte, y no lo deja funcionar armoniosamente como un mercado perfecto, empieza a ser esquivado y se ha dado un paso importante para eliminar las imperfecciones y fricciones con un invento novedoso que consiste en garantizar la oferta de munición las 24 horas del día. Así se pone la muerte al alcance de la mano, en la tienda de la esquina, sin ir muy lejos, ni perder tiempo esperando a que abran los supermercados de armas.

Para ello, se ofrecen balas en las tiendas de barrio a través de expendedoras especialmente destinadas a ese fin. Así como se puede comprar cerveza o marihuana en máquinas expendedoras, de ahora en adelante se puede hacer lo mismo con las municiones. Esas máquinas expendedoras utilizan una tecnología de última generación, incluyendo escáneres de identificación y reconocimiento facial, con el fin de verificar la edad del comprador, que debe tener más de 18 años.

La empresa American Rounds ha instalado máquinas expendedoras de municiones en tiendas y supermercados en los estados de Oklahoma, Alabama y Texas. Allí los clientes pueden llevar en la misma cesta de mercado balas, leche, huevos, enlatados, cerveza, chocolate, comida basura y lo que se les antoje.

La compañía que está abriendo un nuevo nicho al exitoso mercado de la muerte 'Made in USA', presume en su sitio web, al promocionar las máquinas expendedoras, que estas constituyen una forma fácil, rápida y práctica de acceder a la munición en cualquier tienda de la esquina. Con orgullo, exalta la variedad de municiones que ofrece, entre ellas cuatro

tipos de cartucho de rifle, nueve clases de cartuchos de pistola y tres tipos de cartucho de escopeta. Como quien dice, una amplia oferta para escoger la munición más efectiva para matar y realizar el precepto central del capitalismo: ¡El mercado os hará libre, así sea en el más allá!

La mencionada empresa anuncia en la página en donde promociona su novedoso producto: «*El futuro de las ventas de munición está aquí*: Nuestras expendedoras automáticas inteligentes de munición tienen tecnología de inteligencia artificial integrada, capacidad de escaneo de tarjetas y software de reconocimiento facial», esto con el fin de verificar la edad del comprador y que la persona que usa la máquina expendedora sea la misma que aparece en la identificación. Es decir, que se tengan los datos del futuro asesino, al que se apertrecha de armas y municiones a nombre del mercado libre de la muerte.

Es bueno recordar que en 2023 hubo 48 mil muertos por armas de fuego y 400 matanzas en EEUU. Esto quiere decir que cada día mueren con armas de fuego 132 personas, en las que se incluyen los suicidios. Por lo visto, para los vendedores de armas esta cifra es muy baja y no compensa todos los denodados esfuerzos que los productores de artefactos bélicos realizan en bien de la humanidad, sí, para que esta se mate, y quieren incrementar esa cifra de muertos. Tienen que innovar si no quieren morir en la competencia mercantil.

Y la innovación que los fabricantes de armas presentan a EEUU, y que luego será exportada al resto del mundo, es ofrecer las 24 horas del día, los siete días de la semana munición en expendedoras, en donde en un minuto el cliente podrá tener las balas que necesita y va a utilizar en las siguientes horas o días para matar en una escuela, en una universidad, en una iglesia, en un supermercado o para atacar a un candidato presidencial.

En ese país las armas de fuego son la principal causa de la muerte de niños. Mientras que, en nuestros países del sur global, los niños mueren por desnutrición, gastroenteritis, enfermedades tropicales endémicas... en EEUU los niños mueren baleados por otros niños o por adultos. Esa es una clara expresión que la Ley del Oeste, impuesta como un mito nacional en ese país, opera en la práctica mediante la utilización intensiva y frecuente de las armas de fuego en los propios hogares en donde se almacenan.

Si un niño ha visto en casa a su padre o madre blandir un arma de fuego o sus progenitores le han enseñado a disparar antes que a leer, él sabe dónde se guardan esas armas y en cualquier momento, por descuido e irresponsabilidad de los padres, las ubica y las usa como si fueran un juguete. En muchos casos, niños pequeños matan a otros niños o a sus propios padres. Es la cultura de la muerte que caracteriza a EEUU desde la infancia hasta la vejez.

La iniciativa de los mercaderes de la muerte de llevar las balas a tiendas y supermercados busca que el consumidor las tenga al alcance de la mano a toda hora y lugar, como el que va a comprar chicle. Y los dueños de las tiendas lo entienden, porque uno de ellos admitió que «no hay duda de que el tráfico de clientes aumentará según los comentarios que hemos recibido y *estamos muy emocionados no solo de tenerlo* aquí sino en otras ubicaciones». Este es un gran logro para satisfacer la soberanía del consumidor, que clamaba porque se facilitara el acceso, a cualquier hora del día, de las municiones con las que se va a matar a seres humanos o animales, porque entre los compradores predilectos se encuentran los cazadores.

En el futuro inmediato, no sería raro que los individuos que disparan contra candidatos presidenciales hayan comprado su munición en la tienda de la esquina. Y lo paradójico es que Donald Trump, contra el que se atentó –!o autoatentaron!– con arma de fuego en días recientes, es uno de los promotores más belicosos de la compra y venta de armas en EEUU. Ya lo dice el viejo adagio: ¡Siembra vientos y recogerás tempestades!

El Colectivo (Medellín)

<https://www.lahaine.org/mundo.php/tiendas-y-supermercados-de-la>