

REVISTA DE REVISTAS

REVISTA DE REVISTAS

Eva Barnaky de Proasi

RAGE ATALA, Ernesto. "La Pareja en el Pensamiento de la Psicología Humanista Existencial", en *Psicología Iberoamericana*, Santa Fe, Ciudad de México, Vol.3, No.1, marzo de 1995.

El "nosotros", la pareja, alcanza paradójicamente niveles más profundos de unión en la medida que se da mayor autonomía y madurez en cada uno de sus miembros. Los enfoques de la psicología humanista existencial de Rogers (1981), Rollo May (1990), Frankl (1988), Corey (1993) se fusionan en una rica coincidencia en este sentido.

El logro de la intimidad con una persona del otro sexo significa plenificación, madurez y realización personal. Esta meta implica crecimiento continuo en el contacto y la comunicación, aprender a dialogar desde una autoestima, una aceptación de sí mismo, dejar caer máscaras y roles rígidos, crecer no sólo en las concordancias sino admitiendo las diferencias. Una de las grandes "barreras en el amor" surge de la falta de autoestima. Se trata de una conflicto básico: desde la infancia se vive el rechazo de la imagen propia y la idea de no merecer ser amados. Si la persona no se ama sanamente, no permitirá que otros la amen y le muestren cariño. "No podemos ser capaces de cuidar a otros si no sabemos cuidar de nosotros mismos". A través de la reflexión sobre la realidad de la pareja,

ella misma utilizará su potencialidad para encontrar soluciones propias, guiada por el método práctico e inductivo de Corey.

Alertar sobre mitos que generan prejuicios acerca del amor de la pareja es otro acierto de Corey:

- 1.- El mito del "amor eterno".
- 2.- Que el "amor es fugaz".
- 3.- Que "amor implica constante cercanía".
- 4.- La "exclusividad en el amor", que consiste en la tendencia de "limitar" el amor y olvidar que la pareja no debe aislarse y encerrarse en su mundo.

La pareja actual enfoca su unión como: compañía, apoyo mutuo, vida hogareña y relaciones íntimas, con ciertas expectativas de fidelidad, seguridad y permanencia. Estas generaciones no se casan para satisfacer necesidades sexuales, económicas o sociales, como antes.

A pesar del fuerte cuestionamiento de las actitudes, permanecen aún estereotipos difíciles de desarraigar de nuestra cultura. El hombre y la mujer consideran el matrimonio de manera diferente. Aunque el matrimonio de "compañero-igual" es ampliamente aceptado en teoría, no es tan frecuente en la práctica. Existen condicionamientos ancestrales que se deben trabajar con paciencia en la adquisición de los nuevos roles nacientes.

E.Rage Atala ofrece una compilación actual, densa, donde escasea un estilo cautivante. Sus enfoques son avalados por autores de nota, y se destacan las citas de Corey. Es digna de ser tenida en cuenta la casi totalidad del contenido, por su solidez psicológica, real y actual. Su concepto del amor es dinámico, poniendo el acento en la renovación continua, como condición de la realización de la pareja.

GONZALEZ BOIXO, José C.

“Feminismo e Intelectualidad en Sor Juana”, en *Cuadernos Hispanoamericanos*, Madrid, noviembre 1995.

Esta publicación, dirigida por Pedro Laín Entralgo, está íntegramente dedicada a Sor Juana Inés de la Cruz. Hoy plenamente reconocida, su nombre figura junto a los clásicos del barroco: Lope, Góngora y Quevedo. Su actualidad no radica sólo en su valor como escritora sino en su personalidad y la solidez de sus convicciones.

Cada uno de los nueve ensayos aquí presentados atiende a un aspecto saliente de la autora mejicana: el lugar que le asigna la crítica española, el valor de su dramaturgia, su lírica barroca, su filosofía, su marcada inclinación por la vida intelectual, etc.

En un mundo donde el dominio masculino sobre la cultura no conocía rival, Sor Juana tuvo una conciencia muy clara de un derecho primordial: la igualdad intelectual del hombre y de la mujer, tema que trata el ensayo que he

entresacado para un breve comentario.

En la trayectoria de la actividad de Sor Juana se pone de relieve la conocida “Carta Atenagórica”, crítica al sermón del P.Vieyra, famoso predicador de la época. La inteligencia nada común de Sor Juana previó la contrariedad que despertaría: “No es ligero castigo a quien creyó que no habría hombre que se atreviese a responderle, ver que se atreve una mujer ignorante, en quien es tan ajeno este género de estudio, y tan distante de su sexo”.

En efecto, no tardó en producir la reacción del obispo de Puebla, Fernández de Santa Cruz, quien publicó la totalidad de la carta y elogió la maestría literaria de la autora. Indudablemente hay en este hecho un reconocimiento tácito que como mujer podía competir con el varón en asuntos teológicos. Con todo pudo más en el obispo el prejuicio de la época, pues en su carta a Sor Juana, con un vuelco imprevisible, lanza duras críticas y amonestaciones inoportunas, queriéndola reducir a “abandonar las letras humanas en favor de las divinas”.

A pesar de estos contratiempos, era más clarividente la visión de Sor Juana que las categorías propias del momento histórico. No desistía de darle lugar al plan divino en la creación:

“Y Dios creó al hombre a su imagen;
lo creó a imagen de Dios,
los creó varón y mujer.” (Génesis
1,27)

Su confianza en la “razón”, como camino hacia la verdad, la lleva a establecer una escala de valores en la que

prima la facultad intelectiva, espacio que debe ser de encuentro entre los dos sexos.

El artículo es transparente y fiel revelador de la evolución personal de Sor Juana, documentando mediante su obra el transcurso real de su vida. La última etapa de este camino, jalonado de esfuerzos, de lucha, nos relvela la altura y dignidad espiritual de la monja mejicana, cuando por razón de una mayor entrega religiosa, decide desprendérse de su labor intelectual. "Libertad e inteligencia se dan la mano".

BIRDSALL N., ROSS D. y SABOT R. "La desigualdad como limitación del crecimiento en América Latina", en *Síntesis*, No.23, Madrid, enero-julio 1995.

Teorías económicas convencionales no dudaban en afirmar su postulado básico: El ingreso debe concentrarse en manos de los ricos, la desigualdad que se produce es normal, se incrementará al principio, para decrecer luego paulatinamente.

Contrastan estas hipótesis con la realidad de América Latina, con gran desigualdad y bajas tasas de crecimiento económico, y a su vez de Asia Oriental donde es baja la desigualdad y rápido el crecimiento.

El mérito de los autores es investigar e invitar a seguir investigando sobre las causas ciertamente complejas de esta relación positiva entre equidad y crecimiento en el Oriente asiático, que

parece invalidar conceptos económicos largamente valorados.

En Asia Oriental los gobernantes comprendieron a tiempo que, para frenar a los insurgentes comunistas, su política económica debía lograr la adhesión de quienes se encuentran en el tercio inferior de la distribución del ingreso y su estrategia se orienta hacia la reforma agraria, la inversión en la infraestructura rural y la difusión de una educación popular de alta calidad, tendiente a aumentar la productividad de los pobres. Entretanto en América Latina las élites gobernantes sostuvieron que podían prosperar independientemente del bienestar de la clase social de bajos recursos.

De acuerdo con las investigaciones, ampliamente ilustradas por numerosos gráficos aquí presentados, en una muestra de 74 países, la desigualdad y el crecimiento están inversamente relacionados.

Las diferencias en el desempeño de la educación, de las regiones que se comparan, se consideran de gran relevancia. Los datos estadísticos muestran claramente que mientras en los años 50 la tasa de egreso de la escuela primaria en Brasil era del 60%, contra un 35% en Corea, en las tres décadas siguientes la situación revierte de tal modo que la tasa de Brasil se redujo al 20% y en Corea más del 90% de los alumnos matriculados completaban su educación primaria.

En general es necesario tener en cuenta dos "círculos viciosos": un deficiente rendimiento educacional,

combinado con estrategias de desarrollo hacia adentro y el uso intensivo de capital, contribuyó al lento crecimiento de América Latina, de donde se siguió su cada vez más baja inversión en educación. Por otro lado, el deficiente rendimiento educacional contribuyó a incrementar la desigualdad en el ingreso, que a su vez limitó las inversiones en educación.

La teoría del capital humano se fundamenta en el hecho que el adelanto educacional de la población se evidencia siempre como una característica *sine qua non* del desarrollo económico.

A mayor cultura en el Oriente asiático se constató menor crecimiento demográfico y se pudo mejorar la calidad y la cantidad de la educación. La tasa de fecundidad sigue siendo mayor en América Latina en relación con Asia, particularmente en Bolivia, Guatemala, Honduras y Nicaragua, junto con la mayor tasa de repetición y de deserción escolar del mundo.

Cuando el ingreso de la élite aumenta rápidamente, mientras que el ingreso de los otros grupos se estanca, se corre el riesgo de la alienación política significativa. El clima de incertidumbre política, frecuente en América Latina, obstaculiza seriamente el desarrollo.

“El desafío que enfrenta América Latina es reducir la desigualdad, no mediante mediante transferencias, sino eliminando los subidios al consumo de los ricos e incrementando la productividad de los pobres.”

HEREDIA, Rudolf C., S.J. “Jesuit Higher Education in India Today”, en *International Higher Education*, Boston College, Boston, Number 3, December 1995.

En la India actual se evidencia un problema real que obstaculiza los objetivos de la Compañía de Jesús, cuyo carisma fundamental es la docencia, hasta los niveles más elevados. La tensión dialéctica entre lo “institucional” y lo “carismático” traba los compromisos apostólicos de los jesuítas que desde 1549 han sido los pioneros al sentar las bases de una educación superior en Goa. La misión que fue siempre difícil, se encuentra actualmente con dificultades cada vez mayores, debido a las restricciones institucionales del sistema educativo de ese país, fuertemente centralizante. Control gubernamental excesivo, barreras burocráticas, finanzas inadecuadas, y politización extendida, obstaculizan el desarrollo de la enseñanza superior que en otras regiones fue logrando autonomía académica. Persisten en el trasfondo poderosos intereses que resisten a todo cambio.

Entre 1964 y 66 la Compañía de Jesús da la bienvenida a la innovación de la Comisión Nacional de Educación de crear instituciones superiores autónomas. Actualmente la docencia superior jesuítica se ubica en el nivel más prestigioso del país. Paradójicamente, sin embargo, su gran éxito se ha convertido en su peor enemigo frente al sistema. Reformas sumamente nece-

sarias y cuidadosamente preparadas se vieron privadas de apoyo oficial. La universidad india se caracteriza por ser en toda su organización "un sistema de mínima demanda", según las palabras de Suma Chitris, conocido educador.

A través de la firmeza y la claridad del planteo aparece el compromiso del autor, con cuatro compromisos básicos:

a) En una sociedad montada en una tradicional diferencia de castas, donde la igualdad de oportunidades se ve severamente restringida, la opción de la Orden por los pobres habrá de evitar una "meritocracia" en los criterios de admisión.

b) Los graduados formados en la universidad deberán ser, según las palabras del P. Arrupe, "hombres para otros" y "agentes de cambio" para la justicia y la fe. En un país con tantas restricciones el autor subraya que el desafío es precisamente "usar la libertad que tengamos para crear la libertad que queremos", en vez de encontrar excusas para continuar con el *status quo*.

c) La "educación de servicio" deberá apuntar hacia programas pioneros, ofrecer una contribución eficiente a la comunidad local, hacer accesible las facilidades institucionales al vecindario, concretando la facultad y los estudiantes objetivos de influencia social.

d) Es indispensable una investigación orientada hacia aquellas metas sociales que son descuidadas por el nivel académico profesional, mientras la nueva política económica adoptada en el país acentúa desigualdades.

En el umbral del siglo XXI, el

desafío creativo para la educación superior jesuítica en la India es, más allá de una excelencia académica, un efectivo compromiso de educar para la justicia.

Creemos que este artículo es un llamado de atención a todos aquellos que nos encontramos en similares circunstancias socio-económicas.

ARZOLA MEDINA, Sergio. "¿Hacia dónde?: un itinerario del que podemos aprender", en *Pensamiento Educativo*, Santiago de Chile, vol. 16, jun. 1995.

"Señor, nosotros sabemos lo que somos, pero no sabemos lo que nosotros podemos llegar a ser"

W. Shakespeare

"Lo que tenemos entre manos, no son materias, planes de estudio, metodologías. Es algo incomparablemente superior: son jóvenes, adolescentes, que a veces sin siquiera saberlo, elaboran sus proyectos de vida..." Con estas palabras el autor trata de llegar a la realidad íntima del alumno, en esta crisis universal del nivel secundario. No procura hacer injertos extraños que esterilicen la capacidad natural del que aprende, sino conducirlo a encontrar el sentido personal de su vida: su "hacia dónde".

Coordinador del Doctorado en Ciencias de la Educación de la Pontificia Universidad Católica de Chile, inicia sus planteos ahondando los resultados de importantes líneas de investigación empírica confluientes. Su

intención no es sólo mirar al objeto de la investigación, sino ejercer autocrítica en cuanto investigador de los otros.

El artículo desarrolla tres aspectos principales:

En primer lugar ofrece datos provenientes de estudios de la problemática del joven de educación media en la Comuna de Ñuñoa, ampliados luego a nivel de toda la Región Metropolitana. Se evidencia un sentimiento generalizado de impotencia en los jóvenes frente al medio, que obstaculiza su inserción social. Para su comprensión se detectan las relaciones entre la autoimagen y las variables socioeconómicas, tipo de escuela, educación familiar y la realidad dura de las discriminaciones. Sólo uno de cada cuatro egresados sigue estudios superiores, de los otros la mitad trabaja y la mitad espera, a veces sin buscar trabajo: *"es la desesperanza aprendida."*

Ante el panorama negativo del mundo moderno, el autor sostiene como única salida válida que el verdadero educador sea un "maestro de esperanza", en medio de una sociedad desesperanzada. *"La educación no tiene perspectiva de cambio si no creemos vitalmente en ella"*. Si el colegio no enseña a intelijir comprensivamente, gozar vivencialmente y transformar responsablemente, nada aporta. Sería un error responder a lo que el mercado económico, cultural o político de hoy exigen. Llegaríamos siempre atrasados. El verdadero objeto de una reforma es el joven interior, oculto, al que se debe apelar, acompañando el descubrimiento

de sus propios valores y de su sentido de vida. *"La felicidad...no es un producto que me espera, ES UN MODO DE CAMINAR"*.

En otro intento por re-orientar, cita a Saint-Exupéry: *"No vives sino lo que tú transformas"...* *"para que la fuerza del árbol se haga rama, para que la mujer llegue a ser madre, es preciso una elección."* Mientras la tendencia explícita de la educación actual es transmitir "lo hecho", el autor urge optar por un mundo "que se hace", por una educación "abierta a valores", ubicándose en lo que "vitalmente se va creando", para formar hombres capaces de decidirse por sí mismos.

Son muchas las puertas que abre, tanto o más fecundas para el futuro de la educación. Sólo se aconseja su lectura para aquellos que se interesan por el problema HUMANO.

AGUIRRE BAZTAN, Angel. "La enculturación de los valores en la adolescencia", en *Revista Agustiniana*, Madrid, vol. XXXVI, mayo-agosto 1995.

El autor define los valores como criterios de lo deseable que inspiran comportamientos.

El objetivo del artículo es profundizar en un tema sobre el cual no existen estudios suficientes: el desarrollo de la idea moral en la adolescencia, intentando reflejar cómo se da este proceso de transmisión de valores en nuestro mundo actual en evidente crisis. Es puntual y claro el enfoque, encuadrando la

problemática en un marco de realidad.

Precede una recopilación de conceptos coincidentes de especialistas en el tema de los valores, a través de la historia. Martín Buber señala en esta relación la perspectiva cosmológica, teológica y logológica. Naturaleza, Dios y hombre se convertirán sucesivamente en el centro de la perspectiva. En la polis griega rige la ley natural, en la Edad Media la ley divina y recién en Max Scheler se perfila la autonomía de una antropología en la que el hombre es el que confiere sentido al mundo, en una perspectiva logológica.

En el pensamiento filosófico clásico "lo deseable" es el bien, coincidiendo en su reinterpretación cristiana en San Agustín y en Santo Tomás: "ens, bonum et Deus convertuntur". Sólo la Teología puede legitimar la moral.

"El problema del cristianismo es que proclama un mundo 'de paso' hacia la otra vida y que deslegitima cualquier proyecto meramente intramundano. Por eso la modernidad... proclama de lleno el 'valor' de las cosas." El hombre se resiste a vivir este mundo como un lugar de sufrimiento. Así el concepto valor sustituye al de "bien" en la ética moderna y se refuerza con la concepción económica de Hegel y Marx.

Sintetizado el problema histórico de la axiología, se enfoca el problema del adolescente que no quiere oponerse en sí a la cultura existente sino que necesita encontrar los valores desde su propia identidad.

En la socialización adolescente el autor destaca, rivalizando con la familia

y los centros educativos, la "socialización por interacción libre", ya sea grupal o por los medios de comunicación. Se topa con una dualidad de valores, hedonismo y competitividad, que obstaculizan su inserción en la sociedad adulta productiva.

Ya anunciamos al comienzo la meta central de este estudio: responder a la pregunta por la transmisión actual de los valores. En un mundo donde la juventud vivencia aspectos culturales que sus padres nunca experimentaron, parcialmente los hijos enculturán a sus padres. Los valores antes "públicos" (familia, religión), en nuestros días se estiman como "privados"; así, su enculturación se ha circunscrito al mundo personal. "...sólo las comunidades o grupos tienen cultura propia (etnia) y sólo ellos están legitimados para transmitir su cultura, enculturar a sus adolescentes..." y así garantizar su supervivencia. Los conflictos aparecen cuando una cultura se atribuye la "misión" de ejercer su influencia sobre los demás.

Provisto de conceptos sólidos, el artículo es de interés para los que están comprometidos en una acción eficiente con adolescentes.

OLABARRI FERNANDEZ, E. "La publicidad, creadora de mundos", en *Letras de Deusto*, Bilbao, N° 71, abril-junio 1996.

Proposiciones contrapuestas de A. Huxley en *Mundo feliz* y de Orwell

en 1984 coinciden en una visión pesimista del mundo cultural. Orwell temía que nos fuera ocultada la verdad impidiendo la información, mientras A. Huxley temía el exceso de la misma, que nos inundara de trivialidades, fomentando pasividad y egoísmo, alejamiento del mundo de la realidad. Este es sin duda el panorama postmoderno que analiza el artículo en tres etapas:

1. Publicidad y sociedad de consumo.
2. Un consumo sólo de signos.
3. La publicidad transformadora de la realidad social:
 - transforma el mundo real en irreal;
 - transforma el mundo real en un mundo irrelevante;
 - condiciona la cultura;
 - se convierte en espectáculo.

En la sociedad de consumo hay más necesidades que bienes y servicios: la publicidad se encarga de producir siempre renovadas necesidades pues es el instrumento de transmutación. Su objetivo es la creación y el mantenimiento de consumidores: se respeta más al "cliente" como cliente que como ser humano.

La autora desenmascara realidades aparentes con mucho acierto y actualidad. Mientras no faltan los que hablan de "democratización del consumo", los hechos demuestran que la publicidad perpetúa la insatisfacción y la desigualdad social, al crear necesidades más psicológicas y sociológicas que reales. Se señala que abundancia no significa consumir mucho: debería consistir en un equilibrio entre auténticas necesi-

dades y la oferta de bienes y servicios que las satisfagan en forma adecuada. La sociedad de consumo, en cambio, transforma la vida del hombre en una carrera en pos del status, la libertad de trabajar en obligación de consumir, el descanso en gastos del ocio, la familia en una potente unidad derrochadora.

Poco interesa si la persona vive en el lujo máximo o la miseria. En ambos casos, más que productos, la publicidad vende símbolos. Se valora el objeto, no por los servicios que presta sino por la imagen de sí mismo que permite formarse al consumidor. La finalidad oculta de los anunciantes es integrar al individuo en determinado tipo de sociedad, encadenarlo a una serie de objetos de cuya posesión obtendrá su propia autoestima, su ilusión de felicidad.

Es signo de poco discernimiento que tanta gente pueda admitir la falacia de que la publicidad nos brinda la información necesaria para poder elegir. J. Mander escribe: "La publicidad existe para suministrar a la gente lo que no necesita". En realidad la publicidad interviene metiéndose entre la gente y sus necesidades, presionando, y sólo mediante esta separación puede crear valor y justificar su existencia. Prevalce el "valor de cambio" sobre el "valor de uso"; la satisfacción de adquirir predomina sobre la necesidad real. En el anuncio no se destaca la calidad del producto: interesa apelar al psicodrama interior del cliente prometiendo soluciones: una pseudoterapia.

"Los valores inmateriales han ce-

dido en importancia frente a los valores materiales y conforme a ello hoy va implícito en el discurso social e individual que toda existencia que no llegue a alcanzar un cierto nivel en la posesión de bienes será una existencia frustrada. Si no hay éxito material no hay éxito vital". También en la relación interpersonal los valores humanos son postergados por la urgencia de competir en el terreno adquisitivo.

Se ha sustituido el valor de la percepción directa de la realidad por la ficción que el publicista presenta como real. Tal es la autoridad de la imagen televisiva. "La televisión se nos ofrece como sustituto de las imágenes personales".

El artículo está avalado por conocimientos psicológicos profundos del mundo de la publicidad. Llega a mostrar la fuerza de la imagen armada con mecanismos publicitarios donde la autoridad de la modernidad, la sagacidad del éxito vendedor, pasan a sustituir los valores reales. El que se juzga fuera del marco del exitismo moderno se siente desvalorizado.

Para los responsables de la comunicación audiovisual es indispensable llegar a una crítica lúcida de los mensajes, desde el momento que protagonizan la comunicación contemporánea. El contenido de este artículo puede orientar a restablecer los valores que han sido postergados en la publicidad actual.

ORTEGA ESTEBAN, José.

"Delincuencia juvenil y medios de comunicación social", en *Letras de Deusto*, Bilbao, Nº 71, abril-junio 1996.

Catedrático de la Universidad de Salamanca, el autor no cree que se justifique científicamente establecer una relación de causa-efecto entre los mensajes de los medios de comunicación, en concreto de la televisión, y la delincuencia juvenil creciente. No hay duda de que las conductas antisociales infanto-juveniles constituyen ante todo llamadas de atención frente a lacras sociales. Detectadas a tiempo pueden contribuir a una dinamización y mejora social. En esto coinciden las miras de la criminología crítica actual.

Las investigaciones son divergentes en razón de los enfoques teóricos de que se parte. Las posiciones básicamente conductistas y funcionalistas no dudan de un causalismo lineal. Al partir de un supuesto, su búsqueda está ya condicionada y "se encuentra lo que se busca". El cognitivismo llega a conclusiones más profundas, pero individuales, exclusivamente psicológicas y escasamente sociales. La propuesta es ir hacia estudios de perspectiva estructural y sistémica o ecosistémica, para lograr resultados más "matizados" y acordes a la realidad vivenciada por la juventud.

En España, el 100% de los niños dedica más tiempo a ver televisión que a otras actividades de ocio. Así 1.200 horas de televisión anuales se contra-

ponen a las 900 horas pasadas en la escuela. En Estados Unidos la proporción es aún mucho más extrema. En los contenidos que vierte la TV los niños españoles pueden absorber unas 90 escenas de violencia al día, 670 homicidios y 420 tiroteos a la semana. La influencia de esta violencia mediática ha sido objeto de distintas evaluaciones.

Para muchos analistas la violencia televisiva es responsable del 50% de los homicidios cometidos en los Estados Unidos. La Asociación Americana de Psicología le atribuye la violencia de los adolescentes para resolver conflictos o que se convierta en aceptable la violencia sexual. Se señala, en general, el deterioro de la vida familiar y del nivel cultural, el empobrecimiento del lenguaje, alteraciones de la salud y aumento de la soledad. Los jóvenes adictos a la TV tienen más dificultad en controlar sus impulsos, en perseverar en sus tareas y pierden la capacidad de postergar las gratificaciones, o sea, su proceso madurativo se ve peligrosamente afectado. No faltan, sin embargo, quienes subrayan que el sujeto selecciona los programas más congruentes con su manera de ser y serían los televidentes con tendencias violentas los que tienden a dejarse influenciar por ese tipo de escenas. El comunicólogo francés Fr. Mariet considera hasta irracionales las críticas a la TV: "si queremos erradicar la violencia tenemos que empezar por la vida y no por la televisión". El autor, a su vez, no duda en afirmar que la violencia de la vida real es más traumática y angustiosa que

la espectacularizada. Por último más de un analista rescata en la TV efectos e influencias positivas, como facilitar la formación de opiniones, proporcionar temas y tener un rol aglutinador en la familia, ya que es el interlocutor compartido por todos.

Ortega Esteban se inclina decididamente a evaluar como negativa la televisión, cuya imagen impresiona, engaña atrapa, crea adicción, distorsiona la realidad. "Es la violencia de la imagen y no la importancia del acontecimiento lo que produce la fuerza de la impresión". (Revel, J.F. 1989) Aún cuando se quisiera preparar a los niños a la recepción doblemente decodificada de los mensajes televisivos, este análisis metacomunicativo tropezaría siempre con la limitación psicogenética del niño, a quien se le impone la autoridad de "lo visto". El autor testimonia los diferentes convenios a nivel de la Comunidad Europea, Estados Unidos, Japón, etc., tendientes a limitar la emisión de imágenes sobre sexo y violencia, que ratifican la conscientización de un daño. El mecanismo de su cumplimiento resulta inseguro e intrascendente.

En realidad "estamos ante la sensacionalización y el hiperrealismo formal de la violencia". Su alto contenido atencional de enganche y no el contenido social o narrativo parece ser responsable de su gradual implantación en la televisión y en el cine. Se sustituyen las ideas por contenidos episódicos formales de gran vacuidad semántica.

El artículo, trabajado a fondo, relativiza el papel de la TV, a la que se

ha endilgado el rol de "chivo emisario" de los males de la sociedad. La responsabilidad debe ser compartida por todo el cuerpo social.

No obstante, convendría atender en el presente estudio a una señalación más precisa de la vulnerabilidad psicológica de niños y jóvenes de acuerdo a cada etapa de su edad evolutiva, para tener una aproximación a la dimensión del daño que se puede causar.

HARDINGHAUS, N.H.

"The development of the international drug trade", en *Economics*, Tübingen, Vol.53, 1996.

Las publicaciones de *Economics* tienen su origen en estudios de economía realizados en Alemania que se difunden en inglés. En este artículo se centra la atención en el estado actual del comercio internacional de drogas.

La demanda de drogas va aumentando en todo el mundo, sumándose en la actualidad el Este de Europa, anteriormente de poco acceso al consumo. En el Tercer Mundo la demanda crece a velocidad, superior a los países industrializados tradicionales. Aun en regiones con penalidades muy severas, como Irán, donde entre los años 1989 y 1992 fueron ejecutadas 2.000 traficantes, existen 200.000 adictos al opio y 400.000 a la heroína. De los 12-13 millones de consumidores habituales de cocaína en el mundo, se estima que 5,5 millones viven en los EE.UU., el mercado de cocaína por excelencia. En Euro-

pa 1,5 millones son adictos a la heroína.

Nuevos modos de consumo han sido creados; nuevas sustancias han invadido el mercado, como cocaína para fumar, heroína para inhalar, distintos cócteles y, ante todo, las drogas sintéticas en diferentes combinaciones, según la moda. Cada ritmo musical puede ser acompañado por el estímulo pertinente.

Los años 90 parecen acrecentar la demanda de heroína, ya no sólo en Europa sino especialmente en EE.UU., extendiendo su consumo a todos los países asiáticos y recientemente aun África se ha iniciado en los cultivos de la amapola. A la par de la heroína las drogas sintéticas se han expandido también por los cinco continentes, no sólo por requerimientos de la moda, sino por la facilidad de evadir controles y los bajos costos de producción.

Más allá de ocasionales fluctuaciones, los precios de la marihuana, cocaína y heroína se conservan invariables en los últimos veinte años. Esta estabilidad se consigue adaptando los precios al poder adquisitivo disminuido en el caso de Pakistán, entre otros, o alterando el producto con aditivos mucho más peligrosos que la droga misma. Así, el PCP, que se conoce como "la droga de los bajos fondos", es un ejemplo de alucinógeno barato que origina estados confusionales, agresividad ciega y violencia descontrolada. Los traficantes han logrado crear mercados con grandes diferencias gananciales entre los más desposeídos del Tercer Mundo. Con U\$S 100 de sustancias químicas y U\$S

50 de elaboración consiguen producir 1½ kg de "Hyper Dust", cuyo producto final se puede transportar fácilmente: 80.000 porciones caben en la caja de un reloj pulsera mediano.

Se calcula en aproximadamente U\$S 400 billones la inversión mundial anual en droga, donde EE.UU. participa con U\$S 135 billones y Europa con U\$S 70 billones. Para estimar los beneficios gananciales podemos partir del hecho de que un productor colombiano gasta U\$S 9.000 en 300 kg de cocaína, de cuya venta se obtendrán en el mercado estadounidense de U\$S 34 hasta U\$S 50 millones. Los campesinos cultivadores de la coca, a pesar de que sus ganancias anuales por hectárea han disminuido, prefieren continuar con este cultivo, ya que los legales no les producirían más de U\$S 800 anuales por hectárea.

La sanción legal por elaboración, comercio o tenencia de drogas parece ser inamovible en todo el mundo. Sólo en Suiza y Liverpool existen algunos atenuantes en el marco de programas de terapia para adictos a la heroína, siempre bajo control médico. En Colombia, España e Italia se ha intentado liberar de penalidades el consumo de una "dosis personal" diaria, sin arribar a decisiones todavía, mientras en Alemania no hay obligación de denunciar la tenencia de pequeñas dosis de cannabis para uso individual. El autor se pregunta entonces si las condiciones actuales para el consumo y el comercio de drogas resultan ser un beneficio o un perjuicio para la sociedad considerada en su totalidad. El

problema se puede mirar desde el punto de vista ético, médico, terapéutico, legal o político, pero es posible también encararlo desde una perspectiva macroeconómica. Como tantas otras actividades industriales, el comercio de drogas tiene efectos gravitantes e incentivantes sobre el proceso económico. Crea fuentes de trabajo en todos los niveles, existiendo en determinados países del Tercer Mundo una dependencia tal que pretender una sustitución no equivalente llevaría a una miseria catastrófica. Países en desarrollo, como Marruecos, encuentran en el tráfico de drogas la solución para cubrir su deuda externa y Colombia logra mantener el endeudamiento en niveles relativamente bajos.

El artículo confronta los resultados de su análisis en todos los niveles, con el penoso "costo social" del tráfico de drogas: disminución de la expectativa de vida, enfermedad, robo y prostitución, pérdida de motivación y de creatividad, son solamente algunas de las consecuencias. Resulta casi imposible cuantificar en términos monetarios los deterioros habituales. Se acentúa como factor negativo la concentración de la riqueza en núcleos reducidos y se ligan en forma creciente el tráfico de drogas y el submundo del crimen organizado. Dentro del mundo de la droga, además, se confrontan dos tendencias rivales por la posesión del mercado y por los actuales resultados se experimenta un avance decisivo de la droga totalmente sintética.

El autor propone un plan de acción que intentaría un cambio. Parte de los elementos que le son familiares en la

investigación. El poder económico que gira alrededor de la droga, asociado con el crimen organizado, mantiene su dominio férreo por encima de los intentos de control. Una legalización en amplia escala, acompañada de un plan médico guía ¿derribaría la unión entre la adicción a la droga y la adicción al dinero? Se piensa que una medida de este porte desbarataría las estructuras dominantes. Hay conciencia de que quedan flancos de peso para investigar y que el éxito dependería de la responsabilidad de los realizadores.

El artículo consigue despertar la conciencia del peligro que ya es realidad instalada en nuestro mundo. El estudio provee de datos importantes que la brevedad de la reseña no puede reproducir. Serían de interés para los interiorizados en información económica.

VIDELA de RIVERO, G. L. "Borges, juez de Góngora", en *Cuadernos Hispanoamericanos* N° 552, Madrid, junio 1996.

"*El descreimiento, si es intensivo, también es fe y puede ser manantial de obras. (...) Una incredulidad grandiosa, vehemente, puede ser nuestra hazaña...*", expresa Borges en 1926 en su obra "*El tamaño de mi esperanza*". Su constante reflexión sobre la estética, sobre el lenguaje, sobre la literatura, constituyen una de sus inquietudes fundamentales. Al tropezar con los límites de lo expresivo se produce en él una disconformidad y una desesperanza de captar lo real con el lenguaje. Este desasosiego

será el estímulo que le impulsará a recurrir a la "poética del silencio".

En este ensayo la autora analiza dos escritos de Borges donde la crítica a Góngora está manifiesta en "*Examen de un soneto de Góngora*" de 1926 y el poema "*Góngora*" de 1985, abarcando de este modo los comienzos y la etapa final de su creación. Se agrega un intermitente retorno de alusiones al poeta cordobés en toda su trayectoria.

Tanto en el ensayo como en el poema citados aparecen con vigor las agudas señalamientos referidas: a los recursos mitológicos que desnaturalizan la expresión, a la adjetivación "no precisa ni novedosa", al exceso de énfasis, a la influencia del latín, a la falta de auténtica emoción poética. En la lectura atenta se vislumbra muy pronto que el verdadero objetivo de Borges es evidenciar los límites de todo escritor o hablante.

Llega a resumir su juicio en la siguiente frase: "*Yo he querido mostrar en uno de los mejores, la miseria de todos.*"

En el poema "*Góngora*" agrega la convicción, fruto de sus años, de autocuestionarse, cuando el anciano Góngora-Borges se pregunta: "*¿Quién me dirá si en el secreto archivo / de Dios están las letras de mi nombre?*"

En todo el camino de Borges hay una búsqueda, una sola preocupación, la de superar la pobreza del oficio de escritor. La crítica a Góngora le sirve de pretexto. A modo de intuición lo revela en la frase que colocamos al comienzo de esta reseña: la disconformidad puede ser fecunda en obras.