

si debe fortificarse o no y las estipulaciones que deben establecerse referentes al tránsito por el canal. Si los Estados Unidos construyen el canal ellos serán los propietarios y aplicarán a esa zona los reglamentos que crean necesarios. Por otra parte estoy seguro de que nunca firmarían un tratado que restringiera su libertad de acción. Tampoco permitirán que otra potencia o grupos de potencias se interesen en éste proyecto salvaguardados como están por la Doctrina Monroe.

Aunque estimo que la construcción del canal sería de una utilidad enorme para todo el continente creo que la pérdida sería mayor que la ganancia, a la larga. Las pérdidas serían mayores para Nicaragua y países limítrofes así como las ganancias aparentes también serían mayores. La única solución sería esperar cien, doscientos años (un segundo para la vida de un continente) hasta que los países de la América Central estén en condiciones económicas de emprender por sí mismas este proyecto, aunque sea con la ayuda de banqueros y de ingenieros norteamericanos. El derecho fundamental en este asunto es el de Nicaragua y todos estamos de acuerdo en que las condiciones económicas, políticas y sobretodo morales de este país no deberían permitirle actuar ni dejar actuar en un asunto de trascendencia mundial.

Al principio de la circular enviada por Ud. me sorprende altamente la siguiente afirmación: «En los Estados Unidos pesa cada vez más la opinión latinoamericana». Si esto es verdad yo no me había dado cuenta de ello en los doce años que he dedicado a observar los métodos que emplea la política norteamericana para solucionar los asuntos que tienen pendientes con nosotros. Por el contrario, mi opinión es que cada día la nuestra pesa menos y que fuera del interés social que puedan despertar en Washington nuestros embajadores y de los discursos de recíproca adulación cambiados en las cámaras de comercio nadie se interesa en este país por los destinos de la América Latina. Ojalá que yo esté equivocado y que alguien quiera demostrarme mi engaño.

Siento, señor Secretario de la Liga de Reconciliación, no haber sido más concreto en mis respuestas pero debo declararle con toda candidez que siempre que medito en nuestros asuntos intercontinentales y en la calidad de los hombres que representan a nuestras naciones indo-ibéricas me invade una profunda tristeza.

Agradeciendo a Ud. el alto honor que me hace al dirigirme estas preguntas quedo de Ud.

Su aff. S. y A.

A. Torres Rioseco

San Fco. California U. S. A.

Prensa e información

Benigno Cuesta (hijo)

Agente de los mejores DIARIOS
y REVISTAS

Manizales, Colombia.

Canción para todos los hombres

— De Caras y Caretas. Buenos Aires —

Dije a los felices:

—Templad los laúdes

y cantando alegres corred a la fiesta.

Allí es donde locos los amores danzan...

Me dijeron tristes:

—Venimos de vuelta.

Dije a los clementes:

—¡Alzaos, amigos

del hombre! Salgamos por las duras cuestras

a fundar los reinos de la gran justicia!

Me dijeron torvos:

—Venimos de vuelta.

Dije a los guerreros:

—¡A caballo! Suenen

por montes y valles clarines de guerra.

¡Limpiemos el mundo, salvemos la vida!

Me dijeron lasos:

—Venimos de vuelta.

Dije a los piadosos:

—Con las manos juntas

venid al santuario donde Dios se muestra.

Llenaos las manos de flores, y a prisa...

Me dijeron hoscós:

—Venimos de vuelta.

Y me quedé solo por esos caminos,
sin reino soñado, ni templo de fiesta,

ni dicha de amores, en medio de aquellos
muertos que venían camino de vuelta.

¡Oh, muertos, llovisteis cenizas
sobre los rosales de mi adolescencia,
y a los hombros me echasteis el manto
de vuestras infames tristezas!

Mas soy el que dije:

¡De nuevo a las cuestras!

Desde que lo dije

la vida es más bella.

Las mañanas, claros jardines floridos.

Las noches, azules lámparas inmensas.

Andad, que los hombres cansados

lo sepan.

Las flores me besan las manos al paso

y me hacen señales de amor las estrellas.

Andad que se apresten

por toda la tierra

para las divinas

vendimias eternas.

¡Conmigo por todos los montes!...

¡Al viento las grandes banderas!

Yo soy el que ha dicho:

¡De nuevo a las cuestras!

Desde que lo dije,

la vida es más bella.

Dejad a los muertos que sigan,

sendero a la nada, su senda de vuelta.

Arturo Capdevila

¡No seamos incautos!

— Envío del autor —

Consumers' Research Incorporated, cuya dirección general es 340 West 23d. Street, New York City, es una importantísima organización cívica que tiene como fin investigar científicamente los productos del mercado norteamericano y divulgar, entre quienes se suscriben a su servicio, el resultado de sus investigaciones. Como somos en la América Latina parte del mercado de los Estados Unidos, conviene que entre nosotros se apoye a la *Consumers' Research*, y se utilicen sus servicios con la mayor amplitud a fin de que sepamos qué compramos, y para qué sirve lo que compramos, cuando compramos un producto yanqui.

La manufactura norteamericana ha logrado muchos triunfos. Los Estados Unidos indiscutiblemente fabrican muchos productos y artículos de gran utilidad, y algunos necesarios en el curso de una vida civilizada. Pero no se debe a esto la enormidad del mercado yanqui. Como decía recientemente, en corrillo de *hall* de hotel josefino, un joven ingeniero eléctrico hasta hace poco al servicio de la Electric Bond and Share, los Estados Unidos descubrieron el *slogan*, la frase cautivadora, sobre la que basaron todo anuncio: con ese anzuelo pescan a los individuos de mentalidad atrasada: la industria norteamericana creció de esa manera: se cubría el país de un anuncio en el que se veía una chica guapa en traje de baño (toda insinuación sexual atrae convincentemente a los de mente retardada) y un letrero con esta leyenda: *Fume usted palillos de dientes*, y bastaba eso para que millones de hombres compraran palillos de dientes para fumar.

Más tarde, el anuncio, siempre a base de insinuación sexual, se convirtió en el más importante sostén de la industria, y la industria más bien que servir a la humanidad, se dedicó de lleno a explotar a los tontos, a tal grado que actualmente ya no se sabe qué pensar de un producto norteamericano.

La información que da la *Consumers' Research Incorporated* es confidencial para sus suscritores; la suscripción a ese servicio cuesta dos dólares al año; la información es en inglés. Como ejemplo del servicio que presta esa organización, tomamos de su último informe general la siguiente tabulación de las más populares marcas de cigarrillos norteamericanos, a base del porcentaje de nicotina que contienen:

Marca	% de nicotina
Egyptian Deities	1,28
Pall Mall	1,38
Philip Morris	1,40
Lucky Strike	1,88
Old Gold	2,17
Camel	2,21
Capstan Navy Cut	2,30
Chesterfield	2,53
Piedmont	2,89

Algo curiosísimo es el hecho de que, con sólo bautizar con un nombre llamativo una droga barata, su precio cambia notablemente. La *Consumers' Research Incorporated* nos ofrece el siguiente cuadro en que compara el precio de ciertas drogas cuando se las compra bajo su nombre científico, esto es, su nombre legítimo, y cuando se las compra bajo el nombre con que, para engatusar a los incautos, se envasan como novedad: