

Un hecho estadísticamente demostrado que debe alegrar a las señoras es la comprobación de que la mayor longevidad se encuentra en las mujeres. Las razones biológicas de esta aseveración no han sido todavía suficientemente explicadas.

Un falso concepto bastante generalizado afirma que nacen más mujeres que hombres, siendo el fenómeno a la inversa "siempre nacen más hombres que mujeres pero la mortalidad infantil es mayor entre los hombres" este otro fenómeno que aún no se ha podido explicar científicamente. Esta primacía masculina sólo se encuentra en la pirámide de edades hasta los diez años, de ahí en adelante y hasta el final se observa un mayor porcentaje de mujeres. Pero las cifras no representan un desequilibrio muy notorio". En 1.950 se calculó una relación de 99.5 hombres por cada 100 mujeres en la América Latina".

En la parte tercera del libro dedicada a la política demográfica se hace un análisis exhaustivo de las diferentes teorías de población desde Cantillón hasta Malthus mostrando al lector las diferentes alternativas, sin que el libro adopte ninguna en particular, sino que da los suficientes elementos de juicio para que cada quien haga su propia valoración. En el capítulo IV, Moral y Población, se hace un recuento de las distintas posiciones moralistas desde la musulmana hasta la Católica. En su parte final el libro está profusamente ilustrado con cuadros estadísticos de América Latina, especialmente con datos relativos a la población colombiana.

Es realmente admirable la labor científica de estos dos intelectuales, que a pesar de sus múltiples quehaceres docentes y administrativos han reflexionado sobre estos datos para el beneficio de la sociedad colombiana. El libro contribuye a llenar un vacío que presentan los programas de las ciencias sociales en el país.

Julio César Montoya M.

"LA PUBLICIDAD: UN FRENO AL DESARROLLO"
Ramón Abel Castaño.
Ediciones Tercer Mundo - Bogotá 1971.

Como un nuevo título de su colección "Tribuna Libre", la Editorial Tercer Mundo de Bogotá, presenta ahora un interesante ensayo del profesor -abogado y economista- Ramón Abel Castaño quien afronta en este libro un tema tan actual como inquietante: la discutible honestidad y manipulante que, lejos de impulsar el desarrollo de nuestros pueblos incipientes, lo frenan y desvían en perjuicio común.

No oculta el autor la finalidad enjuiciadora de su ensayo cuando declara que pretende crear conciencia defensiva frente "a un tipo de publicidad, su estilo, sus métodos de truculencia y manipulación y sus objetivos encaminados a promover un consumo de derroche para sustentar un sistema irracional de producción" pero en modo alguno busca reprochar a quienes honestamente se dedican entre nosotros a una actividad económica aún considerada como lícita a la luz de los patrones valorativos que nos rigen.

Por lo mismo, con íntegra franqueza declara el autor: "Nuestros criterios de apreciación, casi todos adversos a la actividad publicitaria, se refieren a la publicidad *manipulante*, es decir, aquélla que va dirigida a suscitar reacciones temperamentales e instintivas que no emergen, precisamente, de lo más noble de la persona humana y cuyo efecto se traduce, consciente o inconscientemente, en la deformación de la personalidad, en la masificación del hombre y en su creciente sujeción a factores alienantes, personales y sociales, internos y externos".

Una de las partes de más interés en esta obra es la que el autor, con criterio que busca perfilar el cariz polémico de su estudio, presenta a manera de apéndice y que nosotros consideramos que debería haber sido la verdadera puerta de entrada a sus importantes enjuiciamientos posteriores. Como la obra va dirigida no simplemente a los entendidos y expertos de la publicidad, sino a un público general interesado en asuntos de tanta actualidad, este apéndice es de gran interés puesto que recoge y ordena una serie de principios y conocimientos básicos sobre la publicidad que permite a los legos en la materia un fundamento serio y orgánico para la comprensión de los planteamientos siguientes:

En la primera parte, "La Publicidad como técnica de manipulación", pero especialmente en la segunda "La publicidad en el contexto de la actividad económica", ambas verdadero meollo de la obra, el autor presenta con agudo sentido crítico, con definido sentido de sereno nacionalismo y también con lúcida conciencia ética, los abusos de la publicidad manipulante como herramienta de alienación, barrera a la promoción liberadora y como freno reprobable del desarrollo de los pueblos.

Toca en este punto el autor algunos de los temas que con respecto a la propaganda y a la publicidad han suscitado candente controversia como son las que se relacionan con la propaganda política e institucional y sobre todo el relacionado con la publicidad y la obsolescencia planificada. En el presente ensayo, no vacila el autor en plantear su posición reprobatoria con razonamientos precisos de carácter social, nacionalista y ético.

Consideramos que este libro del Doctor Ramón Abel Castaño pone sobre el tapete de la discusión nacional un tema de gran importancia y actualidad porque a todas luces en Colombia se están incrementando múltiples discutibles sistemas publicitarios reñidos del todo con nuestra condición de país inmerso en todas las angustiosas circunstancias de un proceso de desarrollo tan difícil como inaplazable.

Alfonso Lopera.

EL IMPUESTO SOBRE LA RENTA. (INTERPRETACION DE SU REGIMEN LEGAL). HERNANDO SIERRA MEJIA
PUBLICACIONES TRIBUTARIAS—MEDELLIN 1971

Hernando Sierra Mejía, abogado de la Universidad de Medellín, ha logrado una amplia especialización en el campo tributario, tanto por la experiencia práctica adquirida durante el desempeño del cargo de Subdirector de Impuestos Nacionales, el ejercicio privado de la profesión y asesorías a diferentes sociedades, como por el P.T.I. alcanzado en curso de postgrado en la Universidad de Harvard. Distinguido profesor de la Universidad de Medellín, tiene a su cargo la Cátedra de Derecho Tributario. Actualmente labora como asesor tributario del Banco Industrial Colombiano.

Autor de *La Transacción Gravable en el Impuesto Colombiano sobre las Ventas*. (Original en Inglés-Harvard Law School International Tax Program) - *La Obligación Tributaria, Cuantificación y Controversia*, en preparación.

La obra contiene "400 conceptos extractados de circulares, fallos y consultas absueltas por la Dirección General de Impuestos Nacionales, durante el período comprendido entre 1.966 y 1.970, ordenados alfabéticamente, numerados, concordados, precedidos de subtítulos que en la mayoría de los casos, sintetizan el contenido complementados con notas y provistos de índices que facilitan su consulta".

Es un texto que viene a llenar un vacío en la literatura tributaria del país, permitiendo alcanzar a los contribuyentes y estudiosos de la materia una más acertada concepción de los principios generales en su aplicación directa al participar o desarrollarse el proceso tributario teniendo como marco, para un mayor acierto, la Jurisprudencia de la Dirección de Impuestos, conformada por conceptos "discutibles algunos y sujetos a las variaciones explicables dentro de una disciplina jurídica tan dinámica como lo es el Derecho Tributario".

El autor, al término "Jurisprudencia" lo absuelve considerando que "la función interpretativa de las normas tributarias ejercida por la Dirección de Impuestos, mediante fallos de segunda instancia equivale, dentro de la etapa gubernativa y guardadas las proporciones del caso, a la función Jurisprudencial del ramo judicial".