

LA VOZ

THE SPANISH VOICE OF NEW JERSEY

COLABORADORES

Abel Berry, Dra. María Elena Planas, Miguel A. Erice, Guillermo Estévez, Luis E. Queralt, Margarita García, Pelayo Balbis Torregosa, Daniel I. Pedreira, Rodrigo Viamonte, Rafael Domiciano, María Teresa Villaverde Trujillo, Betty Vasquez Molina, Israel Abreu, Dr. Carlos Carbonell, Ricardo Aguirre, Domingo Pujols, Armando Canda, Ramón Vera

(Las opiniones en las columnas o secciones firmadas son de su autor y no reflejan necesariamente la opinión o el sentir de LA VOZ)

JUNTA DE DIRECTORES

Daniel García Virginia Iturralde
A. García-Berry A. Roberto García

PUBLISHER: Daniel García
EDITOR: Virginia I. García

PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS
Daniel García

SITIO WEB
Abel R. García

ARTE Y DIAGRAMACIÓN
Federico del Castillo Laura Gruce

FOTOGRAFÍA
Ricardo Aguirre, Jay Davis, Ramón Vera

DISTRIBUCIÓN /CIRCULACIÓN
Lázaro Serra Robert Lee

LA VOZ

Publicado por "The Voice Publishing Corp."
P.O. Box 899 Elizabeth, New Jersey 07207
E-mail: lavoznj@aol.com
Website: www.lavoznj.com

Union County ----- (908) 352-6654
Middlesex County ----- (908) 352-6619
Essex County ----- (201) 352-7448
Hudson County ----- (201) 866-7754
Fax ----- (908) 352-9735

Miembros de:
NAHP, HMC,
NAJH y NJPA

National Association
of Hispanic Publication

njpa

Elaborado
por
Newspaper

Encienda una Vela

Por: Stephanie Raha
Editor in Chief



Alcohol y Drogas: Lo que los jóvenes deben saber (II)

"La cultura de la droga se fue apoderando de mi vida. Y en lugar de expandir mi horizonte, las drogas lo tornaron más y más estrecho."

Oyendo un pedido de ayuda

Un comercial en TV muestra a un muchachito en un muelle, mirando a un amigo debatiéndose en el agua. Y una voz fuera de cámara dice, "si su amigo estuviera en peligro, usted no lo ayudaría?" El comercial exhorta a los jóvenes a ayudar a sus amigos con problemas de drogas o alcohol. Y la voz dice, "haga algo!"

Para hacer algo, los jóvenes deben primero reconocer que el amigo tiene problemas. Además de ser testigos del consumo de drogas o alcohol, hay otras señales: comportamiento fuera de control, mentiras, correr riesgos innecesarios, desesperanza, dificultades desacomodadas en la escuela, y faltar a actividades comunes, como deportes y reuniones sociales.

Lo siguiente es que los jóvenes deben hablar, pero cuando el amigo está sobrio y con la mente clara. Y la conversación debe ser sobre preocupación, y no sobre acusación o culpa. Enojo y negación pueden ser la primera reacción. Es importante sugerir lugares y programas de ayuda. Y si una conversación sincera no resulta, el amigo con problemas entonces necesita la guía de un adulto en quien confíe.

Dos Palabras

"Necesito ayuda". Para todo el que sea adicto a las drogas o al alcohol, el camino hacia la recuperación comienza con esas palabras.

Patti sabía que se iba hundiendo en el mundo de las drogas. "Llegué al extremo de que todo se limitaba a trabajar y consumir drogas. Mi trabajo como cajera era solamente para pagar mi adicción." Hasta que finalmente Patti confeso su problema a sus padres, y la pusieron en un programa de rehabilitación.

Se necesita valentía, pero Roberto se alegra de haber enfrentado la verdad. En lugar de pasarse el tiempo bebiendo alcohol y fumando marihuana, empezó a ir a una cafetería todas las tardes. Y allí conoció a un hombre que una vez había sido adicto al alcohol y la heroína, y ahora era uno de los líderes de las reuniones de alcohólicos y drogadictos anónimos. Dice Roberto, "el me contó sobre su lucha y yo le confesé la mía. Y ahora juntos, nos mantenemos lejos de la adicción."

Mantenerse firme y no dejarse vencer

Hay una gran presión de los jóvenes, para tomar drogas o alcohol: en películas, en televisión, en cierto tipo de música y en revistas. Pero el impulso más

Diseñando una Solución para la Crisis de Productividad de Nuestra Nación

Por Dick Resch

Los Estados Unidos están sumidos en una crisis de productividad.

Según los datos más recientes del gobierno, la productividad de los trabajadores estadounidenses durante la última década ha crecido a menos de la mitad de la tasa anual que hizo entre 2000 y 2007. El año pasado, nuestro nivel de productividad colectiva se elevó apenas un 0.2 por ciento. Compare eso con los últimos años de la década de los 90, cuando la productividad saltó un promedio de 2.8 por ciento al año.

Esta falta de crecimiento de la productividad está detrás de una serie de males económicos, incluyendo nuestra economía lenta y los salarios estancados.

Los empleadores deben hacer que el trabajo sea un mejor lugar donde estar. Pueden empezar diseñando y construyendo lugares de trabajo más atractivos, que permitan a la gente trabajar de la manera que mejor les convenga. Tratar a los trabajadores como individuos con estilos de trabajo y necesidades únicas aumentará el compromiso y los hará más productivos en el proceso.

La crisis de productividad tiene consecuencias reales de dólares y centavos. Gallup informa que el 16 por ciento de los trabajadores están activamente desvinculados. Son "miserables" y "destruyen lo que los empleados más comprometidos construyen". El costo de ese comportamiento es indignante - entre 483 mil millones y 605 mil millones de dólares al año en pérdida de productividad.

Un poco más de la mitad de los trabajadores no están ni comprometidos ni desvinculados en el trabajo - simplemente "están allí", como dijo Gallup.

Sólo un tercio de los trabajadores está "comprometido" - invertido en su organización, y confiado, respetado y escuchado por los jefes. Eso es un problema, dado que "comprometido" y "productivo" son, en efecto, sinónimos.

Hay muchas maneras de cambiar este estado de cosas - invertir en la formación y el desarrollo del trabajador; mejorar la comunicación entre los jefes y los trabajadores; y ofrecer horas de trabajo más flexibles, por nombrar sólo algunas. Un mejor diseño del local del trabajo puede facilitar eso y mucho más.

Por ejemplo, los empleadores que alientan sus empleados a levantarse y moverse a lo largo de la jornada de trabajo han visto grandes ganancias de productividad.

Un estudio de los centros de llamadas de Bank of América encontró que darle al personal la oportunidad y el espacio para interactuar unos con otros durante las pausas programadas aumentó la "cohesión", es decir, cuán estrechamente el personal se sintió conectado entre sí. El nivel de estrés reportado por los empleados disminuyó 6 por ciento, y la rotación del personal cayó 28 puntos porcentuales, a sólo 12 por ciento. Los trabajadores en el estudio colectivamente se desempeñaron mejor - y al hacerlo le ahorraron a la compañía unos \$ 15 millones al año.

El espacio para la interacción puede tomar una variedad de formas - desde senderos para caminar al aire libre que permiten reuniones improvisadas hasta escaleras en el centro de la oficina que pueden fungir como asientos de un estadio para reuniones de toda la empresa.

Estos son los tipos de ambientes en los cuales los "milenios" pasaron sus años de universidad. Y son lo que espera esta generación más joven de trabajadores en el lugar de trabajo. Los empleadores no tienen otra opción que acomodar su deseo de "diseño"; después de todo, los milenios son ahora el segmento más grande dentro de la mano de obra de los Estados Unidos.

Lamentablemente, los empleadores no lo han hecho. Sólo el 16 por ciento dice que sus lugares de trabajo concuerdan con las preferencias de esta nueva cosecha de trabajadores. No es de extrañar que el 89 por ciento de los nuevos empleados dicen que se sienten "perdidos en la transición" en el lugar de trabajo. Ese sentimiento se manifiesta en una mayor rotación - y en una menor productividad.

Hacer a los trabajadores estadounidenses tan solo un poco más productivos podría pagar miles de millones de dólares en dividendos económicos. Esos dólares redundarán en toda la economía en forma de salarios más altos, mayores ganancias, ingresos fiscales adicionales y un ascenso de nivel social para los trabajadores.

grande puede venir de los mismos adolescentes. Uno de los jovencitos dice "a veces los chicos te hacen sentir como un tipo raro, si no quieres drogarte."

Algunos adolescentes encuentran que, estableciéndose a sí mismos serias normas de conducta, pueden superar la presión de quienes les rodean. Desarrollan sus talentos, en lugar de caer en las drogas o el alcohol. La lucha de Tatiana contra las drogas es el baile. Dice, "no tomo drogas ni alcohol porque no quiero arruinar mi vida."

"Venga a mi los que se sienten cargados y agobiado, porque yo los aliviare."

Mateo 11:28

Busquemos la Ayuda de Dios

Una jovencita que una vez fue drogadicta, escri-

1967 y el "Verano del Amor" Medio Siglo Después

Por Dr. Mark Hendrickson



Para la generación del baby-boom (o al menos el segmento de la contracultura dentro de él) el verano de 1967 se conoció como el Verano del Amor. En realidad, la mayoría de nosotros (boomers) nunca lo experimentamos. Ciertamente, 1967 no fue un feliz y despreocupado verano de amor debido a los cientos de miles de estadounidenses que servían en Vietnam.

No se sentía mucho amor en mi ciudad natal de Detroit tampoco. Hace cincuenta años esta semana, el 23 de julio de 1967 (un domingo, como es este año), disturbios mortales estallaron en Detroit. Duraron hasta el viernes, 28 de julio, cuando, con la ayuda de la Guardia Nacional (incluyendo la segunda base de los Tigres de Detroit Dick McAuliffe), el caos expiró. Durante esa semana, mi amigo Rick estaba programado para grabar algunas partes de violín en un estudio de música en el centro de la ciudad. Su padre me pidió que los acompañara. Cuando tocamos en la puerta del estudio, un afroamericano de mediana edad, miró a tres nerviosos muchachos blancos y nos dijo que ellos no iban a incendiar nada esa noche.

El verdadero "Verano de Amor" tuvo lugar en el barrio Haight-Ashbury de San Francisco. Se había convertido en una meca hedonista espontánea para 100,000 hippies. Un "verano de drogas, sexo y rock'n'roll" habría sido una descripción más precisa. Mostrando el poder proverbial de la pluma, los escritores lograron llenar de glamur y de mitos una sesión prolongada de auto-indulgencia. Representaban a los jóvenes cargados de hormonas que tomaban el camino de la menor resistencia y disfrutaban de los placeres sensuales como algo supuestamente idealista - más noble que la guerra de Vietnam y la lucha económica por el supuestamente "todopoderoso" dólar. La contracultura abrazó el Verano del Amor como su nirvana.

Cuanta emoción los hippies de Haight-Ashbury podrían haber generado entonces, el legado del verano de 67 está lejos de ser glorioso. Las drogas, el sexo y el rock'n'roll no son una fórmula para la excelencia generacional. Piense en "la generación más grande" que encontró la fuerza inte-

be todos los días sus objetivos, y una vez anoto, "no tomar la cosas demasiado seriamente, y rezar mucho."

No importa cual sea nuestra lucha o celebración, Dios esta siempre ahí, para sostenernos.

Debemos rezar por nosotros mismos, y por los que estén en el camino hacia la recuperación. Podemos:

· Pedirle a Dios que nos ayude a entender que la vida que el nos da es una vida de amor, alegría y comprensión. Y que no es la depresión, la angustia y el vacío que causa la drogadicción.

· Pedirle a Dios que nos ayude a confiar en el, y no a las drogas ni el alcohol.

· Pedirle a Dios que les de fuerza y valor a nuestra familia y amistades.

"Venga a mi los que se sienten cargados y agobiado, porque yo los aliviare." Mateo 11:28

rior y el carácter que prevalecerían en el conflicto existencial de la Segunda Guerra Mundial: ¿Habrían alcanzado tales alturas heroicas si sus prioridades hubieran sido olvidarse del mundo y buscar la facilidad y el placer? De ninguna manera.

El Verano del Amor romantizó las relaciones sexuales no románticas. El sexo casual "liberó" a hombres y mujeres del compromiso. Convirtió el acto de afirmación de la vida de la procreación en un pasatiempo barato de recreación.

Estoy seguro de que muchos "baby-boomers" sonríen ante el recuerdo de las aventuras juveniles en aquellos días, pero había un lado oscuro al liberar el libido humano. Millones de familias estadounidenses se han fracturado como resultado de la adicción de un hombre o una mujer a las emociones intensas pero transitorias de las actividades sexuales. Al hacerlo, han infligido un daño emocional incalculable a millones de niños inocentes. Otros millones de niños nunca nacieron porque los "baby-boomers" no querían que sus estilos de vida de búsqueda de placer fueran obstaculizados por responsabilidades tan pesadas.

¿Drogas? La tragedia de vidas estropeadas y a veces prematuramente terminadas por el uso de drogas ha crecido desde el verano de amor. Se pueden proporcionar estadísticas, anécdotas y titulares. Para mí, la cuestión de fondo es: ¿Cómo fue que nuestra sociedad se puso tan anémica espiritualmente que millones de nuestros compatriotas todavía caen en la ilusión de que la felicidad puede ser comprada, y luego ingerida, inhalada o inyectada?

¿Rock and roll? Aquí estoy ambivalente. 1967 fue un año fértil para la música emocionante y creativa, que abarcaba desde el "Sgt. Pepper" de los Beatles al sonido seductor de The Doors y Jefferson Airplane. La música era genial, pero a menudo no era inocente. El grupo The Doors evocaba la imagen de Edipo. A mi esposa le encantaba "White Rabbit" de Jefferson Airplane, sin darse cuenta hasta que le expliqué en los años 80 que era una canción de drogas. The Grass Roots 'capturó la esencia del Verano de Amor con su alabanza a la inmadurez y la irresponsabilidad.

Punto final en el aspecto del rock'n'roll del verano del amor: Los tonos sonoros encantadores transmitieron mensajes claramente contraculturales a muchas mentes flexibles.

Si usted lo suficiente viejo que puede recordar el verano del amor, espero que usted haya salido ileso y tenga memorias felices de él. Si Ud. es más joven, no se perdió nada excepto una música fantástica, y realmente no se lo perdió, porque todo está disponible hoy. En cuanto al verdadero amor genuino - no el hueco Verano del Amor falsificado - ese mora dentro de ti (véase Lucas 17:21).

— Dr. Mark W. Hendrickson es miembro Adjunto de la facultad de, Grove City College. Economista, y "fellow" para política económica y social de The Center for Vision & Values.