

taciones al respecto para darlas a conocer a quien quizás —tenemos esa pretensión que nos halaga— habrá podido confiar en nuestro juicio. El que hoy —en somero examen— hemos emitido, le es favorable, y el que posiblemente re-cojamos en el futuro tenemos buenas razones para pensar que lo seguirá siendo.

DORNBUSCH, SANFORD M. y SCHMID, CALVIN F.: *A Primer of Social Statistics*. McGraw-Hill Book Company, Inc. New York. Toronto, London, 1955.

Si la redacción de cualquier texto elemental requiere de quien la emprende —aunque ello parezca paradójico— tanto más experiencia y conocimiento cuanto más elemental haya de ser el libro, en tratándose de un “libro primero” (*primer*) de estadística social el requerimiento es más presionante que en otros casos ya que ¿con qué criterio determinar lo que deberá ser considerado como más elemental para que dicha determinación no resulte arbitraria? y ¿en qué sentido orientar la presentación a fin de hacer de los materiales reunidos un verdadero primer libro que abra las puertas hacia horizontes más amplios en lugar de sepultar el interés que precisa despertar en el alumno que principia?

Dornbusch y Schmid se han percatado de la dificultad y han conseguido sortearla, en primer término por la experiencia que, como profesores de la materia, como consejeros de tesis o como encargados de dirigir y vigilar proyectos de investigación social, han tenido.

De ahí los términos realistas de la selección que ha tenido como presupuesto básico el hecho de que —en los Estados Unidos de América como en México— el estudiante que se inicia en la estadística — particularmente si per-

tenece a los departamentos o secciones de sociología o antropología— tiene una deficiente preparación matemática.

Pero, si bien los autores han procedido sobre bases de realidad, no han olvidado la otra componente del sistema de fuerzas que tiene que ser todo lo humano, ya que han atendido adecuadamente a la necesidad de realización de la finalidad perseguida por el estudio estadístico dentro del campo de las ciencias sociales, o sea, la de habilitar al alumno que se prepara para la investigación social con una técnica adecuada para realizarla.

Salvar la distancia que media entre la base real (deficiente preparación matemática del alumno en este caso) y la proyección ideal (dominio de una técnica de investigación) es uno de los más áridos y fundamentales problemas humanos; en el caso, los autores lo han resuelto recurriendo a una presentación sencilla (incluso en cuanto a lenguaje) que no alarme al principiante, combinada con una incitación a ver el carácter funcional de la técnica que se aprende dentro del campo de la ciencia social.

Dornbusch y Schmid han logrado —en suma— despertar el interés del alumno hacia la estadística mostrándole que la misma no constituye un renglón más en los *curricula* (una materia más que “pasar” o aprobar) sino algo útil —indispensable, nos atrevemos a decir— para el desempeño de su actividad profesional; mostrándole la forma en que el calificativo de “social” se justifica en cuanto agregado al término “estadística”, y esto, haciéndolo dentro de las limitaciones y disponibilidades que una deficiente preparación matemática impone y ofrece respectivamente. O sea que, suscitado el interés por la técnica estadística y sabiendo como sabe que el campo de ésta no se reduce al cubierto por el libro (uno de los últimos capítulos se titula

"A Taste of Things to Come"), el estudiante se verá empujado al llenar las lagunas de su preparación matemática, movido por la insatisfacción hacia lo que el *primer* ha podido brindarle y por la necesidad de ampliar la perspectiva y adueñarse plenamente de la técnica.

Esto quiere decir, en una palabra, que este *Primer* de Estadística Social de Dornbusch y Schmid dejará *insatisfecho* al estudiante que lea con cuidado sus páginas, re-haga por sí los ejemplos y resuelva los ejercicios preparados por los autores no obstante dejarle dotado de una serie de técnicas indispensables del estudio estadístico (presentación tabular y gráfica, medidas de tendencia central y variabilidad, razones, proporciones, tasa, cálculos con datos agrupados, muestreo, inferencia estadística, distribuciones binomial y normal, regresión y correlación, contingencia, etc.). Y esto —dejar insatisfecho por haber descubierto nuevas necesidades a los ojos del lector— es el máximo logro que puede alcanzar y debe buscar obtener un primer libro como éste.

La firma McGraw-Hill garantiza el cuidado tipográfico de una edición que —como lo requieren casi esencialmente las de este tipo— ha sabido acordar la limpieza del continente con la diáfana presentación del contenido.

ACKOFF, RUSSELL L.: *The Design of Social Research*. The University of Chicago Press. Chicago, 1953.

En toda investigación social, Ackoff reconoce la existencia de tres fases: 1. La formulación del problema, mediante la cual se especifica claramente en qué ha de consistir lo que se ha de investigar; 2. El diseño o plan ideal de la investigación trazado sobre el supuesto de que no se han de enfrentar restricciones prácticas y 3. El plan práctico de la in-

vestigación que toma en cuenta tales restricciones.

La formulación del problema requiere que se reconozca con Ackoff que "todos los problemas se reducen finalmente a una evaluación de la eficiencia que pueden tener diversos medios alternativos para la consecución de determinadas finalidades"; de otra parte, precisa reconocer asimismo que un problema lo es en cierto y determinado contexto o ambiente y no en otro o que, al cambiar el ambiente cambia de sentido el problema.

Con base en esa noción de problema y en el reconocimiento de la importancia que el contexto tiene para la formulación del mismo, se pueden listar los siguientes elementos componentes: 1º La existencia de una persona o grupo que confronta el problema (el "consumidor de la investigación"); 2º Los objetivos buscados; 3º Los medios o métodos alternativos de lograr tales objetivos; 4º El estado de duda del consumidor en cuanto a la diferente eficacia de esos medios para conseguir tales objetivos y 5º El ambiente o contexto en el que el problema se presenta.

En el capítulo de objetivos, conviene subrayar con Ackoff: la forma en que precisa tener en cuenta no sólo los del "consumidor" sino los de otros participantes entre los que se encuentran el propio investigador y aquéllos a quienes ha de afectar el uso de los resultados que la investigación obtenga, el modo en que deben sopesarse los diversos objetivos y, en íntima relación con ello, la manera en que deben establecerse los medios alternativos y las condiciones de aceptabilidad de los mismos, la forma en que las hipótesis deben ser exhaustivas y mutuamente excluyentes, el modo de prever la posibilidad de errores y sus consecuencias, así como la manera de determinar qué tan serio puede ser para