

Debemos saludar la noble iniciativa de la Editorial Jurídica de Chile de recopilar en su colección de Manuales Jurídicos el que escribió Anibal Bascurián Valada sobre el interesante tema de la investigación en el campo de las ciencias jurídicas. Se hace sentir en nuestros medios universitarios, y no solamente entre los estudiantes, la falta de una guía sencilla, que muestre el camino y permita allanar las dificultades propias de toda iniciación en el estudio científico de temas de ciencias jurídicas y sociales.

Ha dividido el A. en dos partes su trabajo; en la primera realiza una serie de consideraciones sobre los presupuestos previos a la iniciación de la investigación. Así, sin que signifique hacer un estudio profundo del tema, se sientan consideraciones necesarias sobre el objeto de la ciencia jurídica y la ubicación de ésta en el concierto de las demás ciencias.

Sin tomar partido resalta la más importante división, dejando de lado la posición realista naturalista que considera al Derecho como parte de la Sociología. Así nos presenta por un lado la posición que ve el Derecho como constituyendo un objeto de cultura, impregnado de valoración, y por lo tanto considera a la ciencia jurídica como ciencia de objetos reales (fórmulas) culturales y frente a ésta la posición que ubica al Derecho en el campo de un deber ser kantiano, y a la ciencia del mismo desprendida de toda valoración, como una ciencia-normativa.

Lógicamente la respuesta al problema de la naturaleza del objeto jurídico condiciona la respuesta al problema del método; pero sin en-

trar en polémicas, pues no es tal el objeto del trabajo que consideramos, queda seriada la diferencia entre el método y la técnica, conceptualmente al primero como "camino del pensamiento científico para la búsqueda de la verdad...", y diciendo de la segunda que es "modo de hacer que comprende la elaboración, adecuación y manejo del utillaje y material científico para la obtención o comprobación y ordenación de los hechos o los datos sobre los cuales operará, de acuerdo con las reglas metodológicas, el sujeto cognoscente".

Tomando bajo su estudio la técnica científica o técnica de la investigación científica, y la distingue de otras clases de actividades en las que reconoce un nexo común: técnica legislativa, técnica jurisdiccional, técnica forense, pues la técnica de la investigación no es un conocer orientado a lo práctico, sino que "es un saber práctico al servicio de un saber científico".

En la segunda parte de la obra que comentamos, el A. entra a considerar los problemas prácticos que presenta el realizar un trabajo de investigación. Divide en cuatro etapas el desarrollo de la tarea de una investigación monográfica: el planeamiento, la creación, la construcción y la exposición; cada una de estas fases presenta sus problemas y condiciones particulares, a los que el A. trata de contribuir a solucionar cuidando siempre no salirse del límite fijado, que es el de un manual práctico y no un manual o tratado de teoría o metodología del Derecho; es así como se ocupa preferentemente de las distintas clases de fichas y otros elementos necesarios y de su ordenación y manejo.

Debemos repetir nuestros conceptos del comercio en elogio a la sencillez y utilidad de ese manual. Se ha huído de toda afectación de erudición y de toda discusión bizantina, pretendiendo solamente facilitar conocimientos necesarios a los estudiantes que se inician en las tareas de investigación econo-

mica, y el propósito se ha conseguido. Su lectura será útil no solamente a estudiantes sino también a todos aquellos que como egresados o profesores realicen trabajos de investigación en ciencias jurídicas o sociales.

ALBERTO SÁNCHEZ CARRERA

José Enrique Martínez, *Sociología Económica*, Ed. Depalma, Buenos Aires, 1958.

Se trata de un compendio conciso y notablemente ordenado, más aún, orgánico y vivo, en el que encontramos —ya decantados por la ciencia y el tiempo— el substrato sociológico de las diversas teorías económicas.

El A. no llega al pensamiento económico abstrayéndolo de la realidad, sino que, contrario a toda posición "ideal", rechaza el alejamiento de la realidad considerando sistemáticamente a las teorías económicas con sus presupuestos filosóficos y sociológicos. Esta posición relativista (en función a tiempo, lugar, clase de sociedad y cultura en la que se desarrolla la teoría económica) no significa "relativismo" escéptico y subjetivo, sino que traduce la afirmación de que nuestro pensamiento debe adecuarse a la realidad. Su teoría no es problemática; al contrario, es absoluta, pues al subsumirse en la realidad tal como es y no como nosotros queremos que sea, carece de la típica angustia y frustración de las posiciones académicas frente a la experiencia.

Las fluctuaciones cíclicas, las guerras, las luchas por el poder, la influencia de los grupos de presión en la vida económica, la intervención del estado etc., ya no estarán ubicadas dentro de la psicología económica; el economista de gabinete no se enojará con la realidad que desbarata sus teorizaciones, si-

no que deberá cambiar de actitud: tratando de arrodar sus ideas a la realidad y no a la inversa.

Considera a la escuela clásica como una concepción mecanicista de una sociedad estática (equilibrio de fuerzas), poseída de un racionalismo utilitarista—, lo cual no es cierto, como lo demuestran los estadistas psicológicos en ese sentido— y desacompuesta en individuos aislados, desconociendo la entidad social.

Analiza los aspectos sociales del valor y del precio —como símbolo social de mensura del valor económico— y establece las innumerables cuestiones de índole estrictamente sociológicas que pueden incidir en la fijación del mismo; como en el caso que comenta Clark (la afirmación de los clásicos de que cuando disminuye la demanda se reducen los precios y los consumos), en el cual vemos que el empresario no disminuye su producción, sino que trata de colocarla y regularizar la demanda. Para esto almacena las mercaderías sobrantes, discrimina los precios según las zonas y las clases de población, y por último —"esto es algo en que los clásicos no habían pensado, y es típicamente sociológico— mediante la excitación en los consumidores" por medio de la propaganda, de la presión social, opinión pública o de ciertos vendedores de "alta presión".<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Recordamos que en U.R.S.S. se planifican los consumos, aunque probablemente son "determinados" por la imposibilidad de elección dada la escasez de ciertos productos, y los nuevos medios tan discutidos de publicidad "subliminal" que se estudian actualmente en E.E.U.U.