

Cómo darle un buen título a tu trabajo de investigación

Introducción a la Investigación Filosófica

Apuntes extra de la sesión del 21 de Octubre de 2018

Axel Arturo Barceló Aspeitia

abarcelo@filosoficas.unam.mx

Colegio de Filosofía, UNAM

Seleccionar un buen título para tu artículo, libro, plática, etc. es fundamental porque el título es tu primera interfase con tu público, es decir, es lo primero – y muchas veces lo único – que tus lectores sabrán de tu trabajo. Un buen título, por lo tanto, debe ser al mismo tiempo **informativo** y **atractivo**. En otras palabras, debe darle información **útil y específica** al lector sobre el contenido de la plática, libro, etc. No olvides que hoy en día, mucha de la investigación bibliográfica se hace a través de buscadores computacionales, así que es ventajoso ser muy concreto y explícito para llegar a mas posibles lectores. Recuerda que es muy poco probable que un investigador busque un artículo sobre, digamos, “Epistemología”, sino que buscará temas mas específicos, como “epistemología del testimonio” o “epistemología naturalizada”.

Helen Eassom (2017) sugiere también evitar frases como “estudios sobre”, “investigación sobre” o similares que son al mismo tiempo vagas y triviales. En vez de “Estudios sobre la Ilustración Latinoamericana” podrías haber sido mas conciso titulado tu trabajo simplemente “La Ilustración Latinoamericana”. Es obvio que si tu trabajo es académico va a incluir estudios e investigaciones, no es necesario decirlo. Aun peor son frases como “observaciones” o “reflexiones” que denotan que

su autor no llegó a nada en concreto y apenas ha explorado ciertas ideas generales. En su lugar busca destilar desde el título lo más valioso de tu trabajo, tal vez estás presentando por primera vez los resultados de un estudio extensivo, proponiendo un cambio de paradigma sobre cómo pensar un problema, o has demostrado algo sorprendente que nadie esperaba (Eassom 2017).

Es preferible usar una frase o enunciado (aunque no sea declarativo) que una mera lista de sustantivos como “Lógica y Lenguaje” (como yo lo hice en 2005) o “Suerte Moral y Semántica” (como lo hice en el 2012).

María J. Grant escribe:

“...se conciso La mayoría de las revistas tendrán un límite de caracteres o palabras para los títulos y pueden usar una versión abreviada del título como encabezado en todas las páginas, por lo que es imperativo [buscar un título que] claramente transmita de manera breve pero completa las ideas principales discutidas [en tu trabajo].” (Grant 2013, 259. Mi traducción)

Debe ser obvio que no debes engañar al lector anunciando en el título más de lo que efectivamente contiene tu texto, pero desafortunadamente hay títulos que hacen eso y hay que evitarlos. (Aleixandre-Benavent et al. 2014 citado por Fox & Burns 2015)

Es importante que el título no solo incluya los temas discutidos en el texto, sino que también diga algo acerca del método, marco o tratamiento que se les dará.

Ejemplos

Si bien me parece un texto sobrevalorado en la filosofía contemporánea, no puedo sino reconocer que “Dos dogmas del empirismo” de W.v.O. Quine es un excelente título: es original y provocador, además de muy informativo. Con sólo cuatro palabras te dice mucho sobre el contenido del artículo: te dice cuál es su objetivo – criticar al empirismo – y cómo lo perseguirá – argumentando que en su centro hay dos afirmaciones que no están propiamente justificadas, sino que son aceptadas de manera dogmática. Otro legendario título es “¿Cómo se siente ser un murciélago?” de Thomas Nagel. Lo interesante de este título es que el objetivo del artículo **no** es dar respuesta a dicha pregunta, sino sacar consecuencias (especialmente sobre la manera en que estudiamos la conciencia) sobre lo difícil que es siquiera tratar de dar respuesta a una pregunta así.

Más recientemente, en el año 2000, G.A. Cohen publicó “Si eres un igualitarista, ¿por qué eres tan rico?” Cohen acertadamente escogió esta pregunta para darle título a su trabajo, porque no buscaba sólo arrojar luz sobre si es posible (o deseable política o moralmente) ser rico e igualitarista, sino también y principalmente poner de realce que esto es algo que nos interpela *personalmente*, y eso es lo que refleja la pregunta en segunda persona. Cohen buscaba presentar al igualitarismo como una actitud y compromiso personal, no solamente de las instituciones, sino de los ciudadanos y esto parece claramente reflejado en la manera en que se formula la pregunta que le da título a su trabajo.

Hace unos días, unos amigos y colegas me pidieron opinión sobre su proyecto y empezamos con el título: “Pensamiento Crítico, Hermeneútica y Comunicación”. A mí me parecía un título muy vago y, en consecuencia, poco informativo. Es decir, nos dice en términos muy generales que el proyecto tendrá *algo* que ver con las tres cosas mencionadas en el título, pero no nos dice nada sobre cómo se *integran* en un proyecto *unificado*. Recomendé cambiarlo a algo como “Pensamiento Crítico y

Hermeneútica aplicados a la Comunicación”. Con sólo añadir esas tres palabras, los tres conceptos se engranan en una sola idea. El nuevo título no dice solamente qué elementos están contenidos en el proyecto, sino también cómo se relacionan. Nos dice que el pensamiento crítico y la hermeneútica juegan un papel distinto al de la comunicación: los primeros son las herramientas que se aplicaran al tercero.

A muchos filósofos les gustan los títulos ingeniosos, llenos de juegos de palabras, los cuales corren el riesgo de ser poco informativos y requerir mucho conocimiento previo para ser descifrados (además de mostrar sesgos culturales preocupantes). Tomemos por ejemplo el artículo “Sexo en la Posición Original” de Mark Hager. Si uno no sabe qué es la “posición original”, no puede entender de qué trata el artículo. Si, en contraste, el lector sabe que este término refiere a la situación hipotética desde la cual, según el liberalismo de John Rawls, debemos juzgar lo que es justo y que dicha situación se caracteriza, en parte, por ser una en la que ignoramos circunstancias como nuestra situación económica, social, sexo, inteligencia, estado de salud, etc. tiene ya suficiente información para inferir que el texto tratará sobre los efectos que tiene ignorar al sexo en la formulación de los principios generales de justicia dentro de un marco liberal a la Rawls. Algo similar ocurre en el caso de “¿Puede firmarse un contrato social con una mano invisible?”, donde Hillel Steiner trata de defender que “... importantes instituciones del orden social, como el dinero y el gobierno, necesitan algún tipo de respaldo consciente por parte de los individuos para surgir y para mantenerse.” [Mi traducción] Si uno sabe a qué solemos referirnos en filosofía política con expresiones como “mano invisible” y “contrato social” el título es muy informativo sobre el contenido del artículo, pero si no, el título es simplemente oscuro.

Este tipo de títulos son, para parafrasear a uno de mis profesores de posgrado, pequeños acertijos que no develan su contenido de manera sencillos y,

como tales, son armas de dos filos. Por un lado, al involucrar al lector en su desciframiento, dejan una impresión mas profunda que títulos mas explícitos; pero por el otro, también excluyen a posibles lectores a los que les podría interesar y servir su lectura. (Fox & Burns 2015)

Para evitar este tipo de exclusión, muchos autores añaden un **subtítulo** a sus obras. A decir, verdad el texto de Hager del que hablé tiene como subtítulo “Una re-formulación del feminismo liberal” por si alguien no había descifrado que éste era su objetivo. Sin embargo, hay evidencia empírica de que los títulos largos son menos efectivos (Paiva et.al. 2012, citado por Grant 2013), por lo que yo también recomendaría evitar los subtítulos y los títulos que los requieren.

Referencias:

Maria J. Grant (2013) “What makes a good title?” *Health Information and Libraries Journal* 30(4): 259-260.

Helen Eassom (2017) “What Makes a Good Research Article Title?” en el foro electrónico “Discover the Future of Research” de *The Wiley Network* publicado el 16 de Noviembre 2017 12:11:20 AM en <https://hub.wiley.com/community/exchanges/discover/blog/2017/11/15/what-makes-a-good-research-article-title>

Charles W. Fox & C. Sean Burns (2015) “The relationship between manuscript title structure and success: editorial decisions and citation performance for an ecological journal” *Ecology and Evolution* 5(10): 1970-1980

Paiva, C. E., Lima, J. P. & Paiva, B. S. (2012) “Articles with short titles describing the results are cited more often”, *Clinics* 67, 509–13.

- Aleixandre-Benavent, R., V. Montalt-Resureccio, and J. C.Valderrama-Zurian.
(2014) “A descriptive study of inaccuracy in article titles on bibliometrics published in biomedical journals”, *Scientometrics* 101:781–791
- Hillel Steiner, (1978) “Can a Social Contract be Signed by an Invisible Hand?” en *Democracy, Consensus and Social Contract*, Sage.
- Mark Hager, (1999) “Sex in the Original Position: A Restatement of Liberal Feminism,” *Wisconsin Women’s Law Journal*