

Viernes 9 de Mayo: Escribiendo un Artículo de Investigación

Dr. Axel Arturo Barceló Aspeitia
abarcelo@filosoficas.unam.mx

Tal y como hemos reiterado a lo largo de este cursillo, la investigación es un trabajo comunal, abierto, público y democrático. Como tal, el objetivo central de un artículo de investigación es el de integrar los **resultados** del trabajo de uno (o del grupo al cual uno pertenece) en el corpus y la discusión global.

Para lograr esto, uno debe buscar la manera más **eficaz de comunicar** dichos resultados a su audiencia de la manera más **eficiente** posible (es decir, sin hacerles perder el tiempo, ni pedirles demasiado esfuerzo en entenderte). Para ello, te servirá evaluar lo que escribas o digas bajo tres criterios centrales:

1. Claridad
2. Estructura
3. Relevancia

Estos tres criterios no son independientes, sino que están íntimamente ligados.

1. Claridad

Recuerda que, antes de escribir, debes tener ya lo que quieres decir. Debes tener bien definida:

- a. la **pregunta** que vas a responder
- b. la **respuesta** que le vas a dar o la tesis que vas a sostener
- c. el **argumento** con el cual la vas a justificar

El objetivo central de tu texto, por lo tanto, debe ser comunicar estas tres cosas de la manera más clara y contundente posible. Empecemos hablando de la claridad. En cierto sentido, es cierto que la claridad es una calidad subjetiva: lo que es claro para unos, puede no ser claro para otros. De ahí que sea central que sepas cuál es tu **audiencia**. Dado que ya hiciste el ejercicio de buscar la **motivación** de tu investigación, es decir, dado que ya te preguntaste por qué es importante lo que vas a decir, puedes saber también **para quién** puede ser importante lo que escribes. ¿A quién le serviría saber lo que has descubierto? La respuesta de esta pregunta te dará la audiencia a la que has de dirigir tu texto. En los trabajos de investigación, esta audiencia está formada principalmente por otros investigadores interesados en temas y cuestiones relacionadas con la tuya (no necesariamente interesados en *exactamente la misma* pregunta, sino también en otros temas o preguntas similares o cercanas). Ya con la audiencia en mente, podemos definir mejor la claridad de un texto.

Un texto claro es aquel que evita confusiones y equivocaciones, ya sea porque (a) el lector **no entiende** qué estás diciendo o (b) **entiende otra cosa** de la que querías comunicar. Hay que evitar ambas cosas, por supuesto. En otras palabras, un texto es claro cuando el lector entiende de manera sencilla lo que el autor comunica.

Desafortunadamente, la oscuridad sigue siendo un problema endémico en nuestra disciplina. La explicación tal vez se deba a un tipo de disociación cognitiva que los psicólogos sociales han llamado el “efecto de justificación del esfuerzo” (Aronson & Mills 1959, Abelson et. al. 2004). Según investigación empírica, los humanos tenemos la tendencia a valorar más aquello que nos cuesta más trabajo, ¡simplemente porque nos cuesta más trabajo! Así como irracionalmente disfrutamos más de un antro si tenemos que pasar antes por la aprobación del cadenero, así solemos valorar más ciertos textos filosóficos por el esfuerzo que nos costó trabajo entenderlos, en vez de por su calidad filosófica. Cuidado. (Sperber 2010)

Para garantizar que tu texto sea claro, hay muchas cosas que puedes, y debes hacer. Fundamentalmente, debes conocer bien tus herramientas de comunicación (primordialmente, el o los lenguajes en los que te comunicarás, peor también toros medios y materiales como diagramas, etc.) y tu audiencia (tanto sus rasgos psicológicos universales, como sus presupuestos particulares en el contexto de comunicación). Dado que la herramienta fundamental de comunicación del filósofo profesional es el lenguaje (oral y escrito) es muy importante que conozcas su gramática:

1. **Gramática:** Usa enunciados gramaticalmente completos, correctos y simples.

- a. Gramaticalmente **Completos:** Asegúrate que todos tus enunciados tengan un sujeto, un verbo y un complemento claros y en su lugar. En este respecto, el error más común es que a tus frases les falte *verbo*. Si eres muy cuidadosa en tu uso de los infinitivos (palabras que terminan en “-ar”, “-er” o “-ir”), gerundios (palabras que terminan en “-ando”, “-endo” o “-iendo”) y participios (palabras que terminan en “-ado”, “-ido”, “-to”, “-so” o “-cho”), puedes disminuir el riesgo de escribir frases sin verbos. También fíjate en que el sujeto, aunque implícito, sea claro. Para ello, evita lo más posible la palabra “se”. Por ejemplo, en vez de decir cosas como “se dice que ...” o “se ha argumentado que “ o “se puede ver”, etc., busca decir claramente **quién** dice o quién argumenta o quién puede ver, etc. Esto es especialmente importante cuando este ‘quién’ eres tú mismo; un artículo de investigación no es el mejor lugar para ser modesto. Recuerda también que algunos verbos requieren, además de un sujeto, un objeto, y que algunas veces deberás cualificar tus afirmaciones. Finalmente, ¡no olvides poner un punto al final de cada enunciado!

- b. Gramaticalmente **Correctos**: Ésta no es una clase de español, pero no por ello debemos tolerar faltas de ortografía, sintaxis o prosodia. Comúnmente cometemos errores como no conjugar bien los verbos o no mantener la secuencia verbal, por ejemplo cuando empezamos escribiendo un texto en presente y luego cambiamos a pasado y de repente ¡futuro! No es éste el lugar para recordarte el uso correcto de puntos, comas, punto y coma, etc. pero búscalas y ¡aprende a usarlas!
- c. Gramaticalmente **Simples**: Otro error muy común, aún entre filósofos profesionales, es el de usar enunciados muy complejos donde uno simple funciona mejor. Si bien es cierto que, bien estructurado, un enunciado puede ser al mismo tiempo claro y complejo (Gopen & Swan 1990), es recomendable evitar los a veces llamados **enunciados chorizo** (esos que parecen que ya van a terminar, pero siguen y siguen y siguen...). En su lugar, trata de expresar una sola idea en cada enunciado. Evita lo más posible la subordinación y yuxtaposición de enunciados. Fíjate, por ejemplo, en cómo usas conjunciones como “y”, “pero”, “además”, etc. Muchas veces, en vez de usarlas para juntar dos ideas en un solo enunciado, es más claro usar dos enunciados separados. Otra buena idea es respetar lo más posible el orden estándar de los enunciados, es decir: empieza con el sujeto, pon luego el verbo y finalmente el complemento, con el objeto directo primero, luego los otros. Ya sabemos que el Siglo de Oro Español nos dejó como legado la posibilidad de poner las partes del enunciado dónde se nos antoje, pero aunque el efecto literario sea impresionante, cuando uno quiere comunicarse de manera clara y directa es mejor dejar el orden del enunciado lo más simple posible. (Éste es un enunciado chorizo, ¿podrías escribirlo mejor?)

2. **Clarificación de Términos**: Muchas confusiones y equivocaciones surgen del mal uso de los términos (es decir, las palabras). Antes de usar un término, asegúrate de que sabes que significa y que la estás usando con el sentido que efectivamente tiene. No es cierto que sea necesario *definir todos* los términos que usamos. Sin embargo, a veces sí es bueno definir algunos términos. En particular, términos cuya ambigüedad pueda causar confusiones o que estamos usando en un sentido técnico preciso, vale la pena clarificar. Clarificar es menos que definir. Basta decir lo que sea necesario para evitar posibles confusiones. También ten cuidado de que, muchas veces, al adoptar palabras de uso común, la filosofía (y otras disciplinas) les da un sentido técnico diferente del ordinario. Palabras como “sentido”, “realmente”, “cosa”, etc. tienen un sentido ordinario y, en ciertos contextos, un sentido técnico filosófico (en este caso, por ejemplo, estoy usando “sentido” en su sentido ordinario, vélgase la redundancia). En esos casos, también es necesario clarificar si estas usando el término en su sentido ordinario o no. La definición de términos sí es esencial cuando el argumento que

vamos a usar depende de manera central en cómo se define el término (como veremos en la sección de *relevancia* más adelante). Por lo demás, evita usar términos poco comunes o oscuros cuando puedas usar otros más comunes o claros (aunque tengas que cambiar la forma del enunciado para decir lo que querías decir).

Un buen ejercicio para mejorar la claridad de tu texto es dárselo a leer a alguien más. No es necesario dárselo a leer a un miembro de tu audiencia, al contrario, a veces es preferible dárselo a leer a otra *persona*. Si entiende lo que dices (aunque no entienda si lo que dices es correcto o no), puedes estar más seguro de que el texto es claro. Si no entiende o entiende otra cosa de la que quisiste comunicar, revisa con ella el texto para detectar las partes oscuras o confusas.

Si bien existen principios generales como éstos que pueden ayudarnos a hacer más claros nuestros textos (Gopen & Swan 1990), no podemos esperar que nuestros textos sean claros para cualquiera. Para evaluar la claridad de un texto, no basta tomar en cuenta este tipo de principios generales, también es importante tomar en cuenta el público al que va dirigido un texto. De ahí que sea central que sepas cuál es tu **audiencia**. Dado que ya hiciste el ejercicio de buscar la **motivación** de tu investigación, es decir, dado que ya te preguntaste por qué es importante lo que vas a decir, puedes saber también **para quién** puede ser importante lo que escribes. ¿A quién le serviría saber lo que has descubierto? La respuesta de esta pregunta te dará la audiencia a la que has de dirigir tu texto. En los trabajos de investigación, esta audiencia está formada principalmente por otros investigadores interesados en temas y cuestiones relacionadas con la tuya (no necesariamente interesados en *exactamente la misma* pregunta, sino también en otros temas o preguntas similares o cercanas). Ya con la audiencia en mente, podemos evaluar mejor la claridad de un texto.

Muchas veces, se piensa que lo **simple** siempre es más claro que lo **complejo**. Pero uno debe tener mucho cuidado con este principio, y no confundir la simplicidad de la forma con la simplicidad del contenido. La claridad surge de buscar la simplicidad en la **forma**, no en el **contenido**. Un texto claro es sólo tan complejo como lo requiere su contenido, no más. Qué tan complicado o simple debe ser el contenido de nuestro trabajo depende del problema que nos hayamos planteado. Y si bien uno también debe buscar la respuesta más simple (y presentarla de la manera más clara), debe también tener cuidado en no dejarse llevar por lo que Carlos Pereda (1994) ha llamado el “vertigo” de la simplicidad y ofrecer una respuesta **demasiado** simple, es decir, una que ignora detalles importantes del problema.

3. Otros Consejos:

- a. Antes de preocuparte por la claridad de tus escritos, debes preocuparte por la claridad de tus ideas. Si te cuesta trabajo comunicar claramente tus ideas, tal vez sea porque tú mismo no las tienes tan claras como debieras.
- b. Enfócate en tus propias contribuciones. Un texto de investigación *no* es un examen. Al lector no le interesa si conoces o no conoces el tema del que hablas o qué tanto has leído sobre él. Lo que le importa es qué de *nuevo* tienes que decir. Concéntrate en comunicarle esto.
- c. Mucha de la literatura especializada en filosofía contemporánea se escribe en otros lenguajes además del español. Para insertarte en la discusión a nivel internacional, puede ser necesario que escribas en alguno de ellos. Cuando lo hagas, recuerda que muchos de tus lectores seguramente tampoco serán hablantes nativos de la lengua en que les escribes. No uses un lenguaje demasiado elaborado. Concéntrate en comunicar.
- d. Recuerda que quien lea tu artículo, libro, tesis, etc. no siempre lo hará por completo y de manera lineal. En otras palabras, no todos empezarán por el principio y seguirán leyendo en orden todo hasta el final. Un buen texto debe estar escrito de tal manera que se pueda entender (de manera muy general de qué se trata) con darle una simple hojeada. Por eso, debes dejarle pistas al lector en los lugares más sobresalientes de tu texto: títulos y subtítulos de las secciones, diagramas
- e. Trata de no adoptar un tono de confrontación cuando critiques otras posiciones. En vez de los defectos de otras propuestas, concéntrate en las ventajas y mejoras que introduce tu propuesta. A fin de cuentas, debes reconocer que tu propuesta está construida sobre las contribuciones de otros, incluso varios de aquellos que criticas. Mide tus palabras.
- f. A final de cuentas, sin embargo, ya tenemos un excelente instrumento para evaluar la claridad de nuestros escritos: **el análisis**. Recuerda que en el análisis nos metemos de lleno en el significado de los juicios. Si analizas los conceptos y relaciones de cada uno de tus juicios, podrás ver si efectivamente dicen (y presuponen) lo que quieres decir (y presuponer).

En esta sección nos centramos en la claridad de las **partes** (enunciados y términos) del texto, los siguientes dos criterios buscan garantizar la claridad del **todo** del texto. En este sentido, la estructura y la relevancia atienden a la **claridad global** del texto. Es decir, asegurarse no sólo de que cada parte sea clara, sino que todo el texto en su conjunto logre comunicar lo que se quiere comunicar.

Referencias:

- Abelson, Robert P.; Frey, Kurt P.; Gregg, Aiden P. (2004). "Baptism of Fire: When suffering leads to liking", en *Experiments with People : Revelations From Social Psychology*. Mahwah, N.J: Lawrence Erlbaum.
- Aronson, E. & Mills, J. (1959). "The effect of severity of initiation on liking for a group." *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 59, 177-181.
- Gopen G. D., Swan J. A. (1990), "The science of scientific writing", *American Scientist* 78: 550–558.
- Sperber, Dan, (2010), "The Guru Effect", *Review of Philosophy and Psychology*, vol. 1.

2. Estructura

Una vez que sabes **qué** decir, es necesario determinar **dónde** o **cuándo** decirlo, dentro del texto, es decir, hay que determinar **en qué lugar** del texto hay que escribirlo: qué hay que escribir antes y qué después.

A. Estructura Básica de un Artículo de Investigación

En primer lugar, una buena guía es conocer la **estructura básica** de un artículo de investigación:

- 1. Introducción**
- 2. Cuerpo**
- 3. Final**

La primera parte es la **Introducción**. Aunque es la primera del texto, comúnmente es la última que se termina de escribir. También comúnmente incluye los siguientes elementos:

- i. Título
- ii. *Abstract*
- iii. Motivación
- iv. Marco / Antecedentes
- v. Cuestión (a responder) o Hipótesis (a prueba)
- vi. Tesis o Respuesta
- vii. Clarificación de Términos
- viii. Plan del Trabajo

Después de la introducción, aparece el **Cuerpo** del artículo, parte medular del texto y comúnmente la más larga. En ella aparecen los **Argumentos**. Digo "argumentos" en plural, porque comúnmente no basta un argumento a

favor de nuestra posición (lo que llamaremos el **argumento central**), sino que también es necesario considerar **posibles contra-argumentos** contra nuestro argumento o tesis y darles respuesta con **otros argumentos**.

- ix. Argumento Central
- x. Posibles contra-argumentos
 - i. Contra nuestra tesis
 - ii. Contra nuestro argumento
- xi. Respuestas a los contra-argumentos

Finalmente, la parte **Final** del texto se dedica, principalmente, a dar las **conclusiones** y señalar las **limitaciones** de nuestro trabajo de investigación. Cuando digo “limitaciones”, no me refiero solamente a errores u omisiones. Después de todo, uno no debe publicar un trabajo si *sabe* que tiene errores u omisiones (aunque debe reconocer que, dada nuestra propia falibilidad, **puede** tenerlos). Más bien, quiero decir que, no importa que tan bien hagamos nuestra investigación, ésta difícilmente será **perfecta**.

- xii. Resumen de Resultados
- xiii. Limitaciones Negativas:
 - a. Posibles objeciones que no se consideraron
 - b. Presupuestos que no se justificaron
 - c. Etc.
- xiv. Limitaciones Positivas:
 - a. Posibles desarrollos futuros
 - b. Posibles aplicaciones
 - c. Etc.
- xv. Agradecimientos (en nota a pie de página)

B. Cómo no perderse en un Texto de Investigación

Cada parte del texto debe cumplir alguna **función**. Sin embargo, no es suficiente que cada parte cumpla su función (es decir, que sea relevante), sino que también es necesario que sea *claro* cual es su función y que, de hecho, la cumplen. Cuando uno lee un texto de investigación, es necesario que, en cada momento de la lectura sepa uno dónde se encuentra. En cada momento de la lectura, es necesario que el lector pueda decir fácilmente, no sólo qué es lo que el autor está diciéndole exactamente, sino también **para qué** se lo está diciendo.

Piensen en su tema de discusión como un complejo terreno lleno de ideas, preguntas, tesis, argumentos y contra-argumentos, etc. Y piensen a sus textos como un **mapa-croquis** (como esos que les dibujan a sus amigos para que lleguen a sus casas) que le dan a sus lectores para que emprendan el camino que los lleve, dentro de ese terreno conceptual, a

1. Entender

- a.Cuál es la pregunta que quieren responder
- b.Cuál es la respuesta que dan a dicha pregunta / cuál es la tesis que sostienen
- c. Qué razones tienen para sostener dicha respuesta o tesis

2. Y Aceptar

- a. Que la pregunta está filosóficamente bien motivada / es importante
- b. Que la respuesta que le dan a la pregunta es la correcta / que la tesis que sostienen es verdadera o, por lo menos, plausible
- c. Que sus argumentos son válidos y correctos, es decir, que dan razones suficientes para sostener su respuesta o tesis

Un buen croquis – es decir, un croquis bien estructurado – es aquel que sirve para llegar fácilmente y por el mejor camino al destino buscado. Un mal croquis puede hacer que sus usuarios se pierdan y/o no lleguen nunca a su destino. Igualmente, un buen texto de investigación debe servir para llevar al lector de manera fácil al destino de entendimiento y conocimiento que les ofrecemos y un mal texto es aquel en el que sus lectores se pierden y/o nunca terminan por aceptar o entender nuestra posición.

Los creadores de mapas usan varias técnicas para optimizar su uso, y técnicas similares existen para elaborar buenos textos de investigación. En primer lugar, los mapas no representan **todos** los aspectos del terreno, sino solo los que son **relevantes**. En un croquis, igualmente, solo incluimos aquellos aspectos del terreno necesarios para que el usuario llegue a su destino y no se pierda. Incluimos, por ejemplo, que caminos tomar, algunos lugares fácil de reconocer como puntos de referencia (por ejemplo, “dar la vuelta a la izquierda en el Ángel de la Independencia”) e instrucciones sobre como reconocer el lugar de destino (por ejemplo, “casa naranja con portón negro”), etc.

Lo mismo debemos hacer en nuestro texto de investigación. Debemos decir explícitamente cómo llegar a las conclusiones que queremos. En vez de monumentos, edificios famosos o cosas por el estilo, los puntos de referencia que usamos son **tesis o argumentos famosos**, conocidos por su nombre. En vez de decir “si llegas a El

Arroyo, ya te pasaste”, escribimos cosas como “Si aceptamos esta tesis, podemos caer en un solipsismo inaceptable”. En vez de “das vuelta en El Parque de los Venados”, escribimos cosas como “Del argumento de indispensabilidad de Quine se sigue...”. Es decir, usamos elementos del tema que son ampliamente reconocidos como puntos de referencia para guiar al lector.

Así como debemos incluir en un buen croquis una descripción suficientemente clara del lugar al que se quiere llegar, así también en un texto de investigación debemos presentar de manera suficientemente clara la conclusión de nuestros argumentos para que el lector reconozca que efectivamente se llega a ella por el camino de argumentación que le hemos dibujado. Además, cuando dibujamos un croquis para varias personas, no lo empezamos en la casa de cada uno, sino de un punto de referencia al cual, presumiblemente, pueden llegar fácilmente y sin desviarse demasiado. Igualmente, los argumentos filosóficos no pueden empezar de las creencias o supuestos de cada quien, sino que deben de partir de tesis o supuestos suficientemente compartidos o a los cuales presumimos pueden llegar a asentir nuestros posibles lectores, por lo menos *en mor del argumento*, es decir, para entender nuestros argumentos.

Además, un buen croquis debe ser **sinóptico**, es decir, debe servir para que, de una simple ojeada, uno pueda saber en cualquier momento del viaje, en dónde se encuentra con respecto al itinerario. Debe darse un buena idea de cuánto falta, porque esta pasando por ahí, qué viene a continuación, etc. Igualmente, un texto de investigación bien estructurado debe permitir al lector, en cualquier momento de lectura, saber cuan cerca está del resultado prometido, porque se incluye esa sección, qué sigue, etc. Para ello, la técnica más sencilla es dividir el texto en **secciones** (por ejemplo, capítulos si el texto es muy largo, como una tesis), cada una con una función particular al interior del texto, darles subtítulos y – lo más importante – incluir, al principio de cada una, una **mini-introducción** y, al final, una **mini-conclusión**. En dicha mini-introducción se puede hacer un resumen de lo que se ha hecho hasta entonces, poniendo énfasis en lo que será relevante para dicha sección, y de lo que se va a hacer en ella, dejando claro cómo se liga dicha sección con el resto del texto. De manera similar, en las mini-conclusiones al final de cada sección se pueden dar un resumen de lo dicho en la sección, poniendo énfasis en lo que será relevante para las siguientes secciones, y un avance de lo que se hará a continuación.

Finalmente, lo peor que puede suceder con un mapa o croquis es que sea **incorrecto**, es decir, que no describa el terreno bien, es decir, que lo que represente no corresponda fielmente al terreno. Un croquis que te pida tomar una calle que no exista, dar vuelta donde esta prohibido o seguir derecho cuando la calle no continua, etc. es completamente **inservible**. Igualmente, un texto de investigación donde lo que dice que debe seguirse no se sigue, lo que se afirma como obvio no lo es, etc. es basura!

3. Relevancia

El criterio de relevancia se puede resumir en un solo slogan:

DI EXACTAMENTE TODO LO QUE DEBES DE DECIR, Y NADA MÁS.

Cada enunciado – o, preferiblemente cada palabra – que digas o escribas debe **contribuir** a tu objetivo central, es decir, a comunicar tu cuestión, tesis o argumento. Si no lo hace, ¡elimínala! Simétricamente, si hace falta algo para comunicar dicha cuestión, tesis o argumento, **añádelo**.

Más que una cuestión de gramática o redacción, la relevancia es un criterio **lógico**. Depende de cómo efectivamente cada parte del texto contribuye a un resultado **unitario**. Recuerda que tu trabajo debe centrarse en **una** cuestión, **una** tesis o respuesta y **un** argumento central. Lo que te interesa es que:

1. La cuestión sea clara y esté bien motivada
2. La tesis o respuesta este bien basada en la argumentación
3. Que los argumentos sean correctos

Todo lo que no repercuta en que se entiendan y acepten estas tres cosas está de más. Todo lo que es necesario para ellas debe estar incluido en el texto, nada más.

C. Resumen

Un buen texto de investigación debe ser claro, bien estructura e incluir todo lo relevante y nada más. Tanto el texto en su conjunto como cada una de sus parte debe cumplir con estas tres características. Así que, por cada parte del texto, pregúntense:

1. Claridad: ¿Está claro lo que quiero decir? ¿Comunica claramente lo que quiero comunicar? ¿Puede confundirse o equivocarse quién me lea?
2. Estructura: ¿Es éste el lugar dónde debe estar? ¿He dicho antes todo lo necesario para entender esto? ¿He dicho antes todo lo necesario para justificar esto? ¿Sirve esto para entender o justificar algo que digo después?
3. Relevancia :¿Para qué sirve esta parte del texto? ¿Cumple su función? ¿Contribuye algo a dejar clara mi pregunta, respuesta o argumentación? ¿No estoy divagando aquí? ¿Voy al punto? ¿Distrae esto del objetivo central del escrito?

Y respecto al texto en su conjunto, pregúntense si quién lo lea lo entenderá y aceptara que

1. Su pregunta es relevante
2. Su tesis válida (es decir, verdadera o plausible dados los supuestos de su argumentación)
3. Y sus argumentos correctos.