

## Redação e literatura científica

# O título – arauto da comunicação científica

BRUNO CAMELLI

Professor Livre-docente; Diretor da Unidade de Medicina Interdisciplinar do InCor, São Paulo, SP

©2011 Elsevier Editora Ltda. Todos os direitos reservados.

Na Idade Média, o arauto era o mensageiro real que fazia as publicações solenes, declarava a guerra e proclamava a paz. Quando aparecia publicamente, era motivo de atenção e respeito. No contexto das revistas científicas, o título, apesar de não ser pessoa, tem uma função correspondente. Há uma fatura de textos, um grande número de novas evidências que são acrescentadas diariamente à bibliografia médica. As revisões sistemáticas, os editoriais, as cartas e os comentários de especialistas são excelentes colaboradores na tarefa de classificar, separar e interpretar as novas informações oferecidas. Apesar disso, grande parte do esforço cabe ao leitor médico, aquele que vai aplicar na prática o novo conceito. A primeira (e mais poderosa) arma nesta seleção feita pelo leitor é o título. Assim como seleciona nos jornais e revistas quais os artigos que merecem atenção, ao analisar o conteúdo de uma revista científica na internet ou no papel, o médico se detém sobre o que lhe interessa e chama a atenção. As revistas organizam seu material com a relação de artigos descrita na capa ou na primeira página. É nesse espaço ou no conteúdo interno, passando os olhos sobre as páginas da revista viradas rapidamente, que o leitor exerce seu poder de escolha. Nesse contexto, o título representa a mais importante estratégia para cativar o leitor. Um verdadeiro arauto, moderno e literário.

O Conselho Editorial da RAMB decidiu publicar uma sequência de editoriais relativos ao tema “Redação e literatura científica” com o objetivo de fornecer aos leitores algumas ferramentas que, acreditamos, podem ser úteis na preparação dos manuscritos que são submetidos aos pe-

riódicos. De certa forma, representa uma visão do outro lado, dos editores e revisores que irão avaliar os textos submetidos. **O título – arauto da comunicação científica** é o primeiro artigo da série. O título deste editorial e as dicas a seguir foram preparados com essa finalidade.

- Prefira um título rápido, direto e curto.
- Não coloque nomes próprios, de cidades ou países no título, a menos que o texto seja de interesse regional ou específico. Se for de interesse global, em uma publicação internacional, esse cuidado pode ser importante, porque os revisores tendem a achar que o manuscrito não interessa ao público de outros países.
- Tente inserir uma palavra-chave para facilitar a recuperação (e futuras citações) do texto por parte das ferramentas de busca.
- Não use abreviaturas no título.
- Evite usar muitas frases. Utilize no máximo duas delas.
- Evite usar perguntas no título (p. ex.: A cirurgia muda a história natural da doença?).
- Procure inserir no título sua mensagem ou conceito principal, o que alguns denominam a “cereja do bolo”.
- Elabore um texto fácil, charmoso e atraente.
- Não tenha pressa, pense alguns dias sobre a ideia e mostre aos colegas, para que opinem.

Boa sorte!