

## LA REVISTA DE PSICOLOGÍA CONTEMPORÁNEA: ANÁLISIS Y PERSPECTIVAS

Luis Armando Oblitas Guadalupe<sup>1</sup>  
*Universidad Continental*

---

La Revista de Psicología Contemporánea (RPC), publicación periódica de la Editorial El Manual Moderno (MM), cumple su primer lustro de existencia. En el presente trabajo se hace una descripción de algunas experiencias significativas tenidas a lo largo de los cinco primeros años de la RPC, en relación a la comunicación establecida entre el autor y MM, comunicación con los colaboradores, suscripciones, promoción, participación en foros, etcétera. También se realiza un análisis de los trabajos publicados hasta el momento en la RPC, así como las tendencias futuras de la revista. La lectura del texto resultará de interés para los psicólogos que desarrollan actividades editoriales o que piensan iniciar la edición de una revista de psicología.

*Palabras clave:* psicología, revista, experiencias, editorial.

The Journal of Contemporary Psychology (Revista de Psicología Contemporánea RPC) a periodic publication of the Editorial el Manual Moderno (MM) is celebrating its 5<sup>th</sup> birthday. In the present study a description of some significant experiences along the first five years of RPC are described, focused on the communication between the author and MM, among the collaborators, subscriptions, promotions and forum participation, among others. An analyses of the published articles is also presented as well as the tendencies for the future. The present article will be of interest for psychologists that develop editorial activities or that are going to begin the edition of a journal of psychology.

*Key words:* psychology, journal, experiences, editorial.

---

1 Es director de Difusión Universitaria de la Universidad Intercontinental y dirige la Revista de Psicología Contemporánea. Dirección: Luis A. Oblitas. Universidad Intercontinental, Extensión Universitaria. Av. Insurgentes Sur 4303, Tlalpan, CP 14420 México, D.F. México.  
Telf. 513 38 42 Fax. 513 36 12. Correo electrónico: loblitas@spin.com.mx



## Antecedentes

En 1992 se tuvo que interrumpir por motivos institucionales una revista de psicología que dirigí en una universidad mexicana desde 1988, la misma que estaba obteniendo resultados interesantes, tanto en México como en el extranjero. A sugerencia de un colega latino que reside en EUA, quien me animó a continuar con la labor editorial que había empezado en México, decidí reiniciar dicha actividad, pero siempre y cuando fuera con una casa editorial, ya que la perspectiva que se tendría de una revista por parte de una editorial sería distinta de la que se tiene en una universidad latinoamericana.

A mediados de 1993 la Editorial El Manual Moderno (MM) aprobó nuestra propuesta de la creación de una revista de psicología, con las siguientes características: aparecería dos veces al año (un número monográfico y otro misceláneo), seguiría el estilo de la APA, estaría a cargo de un directorio integrado por personal de MM y un consejo editorial propuesto por el autor, publicaría en español trabajos de psicólogos hispanoamericanos, contribuiría a la difusión de las investigaciones de los psicólogos —especialmente latinoamericanos—, y constituiría un aporte editorial de MM a la promoción de la psicología en los países de habla hispana.

La creación de la RPC es un hecho editorial relevante en América Latina ya que no es común que las importantes casas editoriales de psicología en nuestro continente tengan publicaciones periódicas en las áreas que publican. Por ejemplo, en México sólo tenemos conocimiento de una editorial con este antecedente vigente. Como se sabe, esta situación es muy distinta en los países donde la psicología ha obtenido un notable desarrollo.

Manual Moderno es una casa editorial mexicana que cuenta con 40 años de existencia y goza de un sólido prestigio en México y en el extranjero, especialmente en Hispanoamérica. Su fondo editorial abarca las siguientes áreas: psicología general y experimental, psicología clínica, psicología del trabajo, psicología educativa, psicología social, psicometría, y educación especial. También distribuye, a través de la Librería Internacional, pruebas psicológicas en las áreas de inteligencia y desarrollo, aptitudes y habilidades, intereses y actitudes, y personalidad.

### **Actividades previas a la aparición de la RPC**

Una de las primeras actividades fue la de formar el Consejo Editorial y realizar las invitaciones para conseguir los artículos para el primer número de la revista, materia prima de la RPC y de toda publicación periódica. Para tal fin, cursamos invitaciones a destacados psicólogos hispanoamericanos, con experiencia en publicaciones, a nivel de artículos y libros, muchos de los cuales gozan de un excelente prestigio en Hispanoamérica. Cabe mencionar que muchos de los colegas que invitamos a participar en el nuevo proyecto editorial ya habían publicado en la revista de psicología que anteriormente dirigimos, y existía en ese entonces una relación de más de cinco años.

La respuesta fue entusiasta y alentadora. No solamente se comprometieron a enviar colaboraciones sino también apoyar la labor de difusión de la RPC en sus respectivos países. Cabe mencionar que muchos líderes de la psicología de los países latinoamericanos con mayor desarrollo en el contexto de la psicología respondieron a la invitación. Por ejemplo, Rubén Ardila (Colombia), Ángel Rodríguez (Argentina), Euclides Sánchez (Venezuela), Rogelio Díaz Guerrero (México), Reynaldo Alarcón (Perú), Elisardo Becoña (España), Alfonso Martínez (Puerto Rico), entre otros destacados colegas.

Para finales de 1993 ya se contaba con una suficiente cantidad de artículos para el primer año de la revista, previa evaluación y aprobación por parte del consejo editorial y de los revisores de la editorial. Esta

respuesta tan positiva fue motivo de entusiasmo y satisfacción por parte del equipo de la RPC.

También se contaba con una significativa cantidad de suscripciones, las cuales se habían conseguido por invitaciones personalizadas, mucho antes que saliera publicado el primer número de la RPC. Esto se consiguió gracias a los contactos que tiene el autor con universidades y psicólogos de Latinoamérica. Este hecho nos inclinó a percibir un futuro comercial y financiero interesante para la revista.

Aparte de las iniciativas personales del autor para obtener artículos y suscripciones para la nueva publicación, también fue necesario una serie de reuniones de coordinación con el equipo de MM encabezadas por su director general e integradas por el subdirector general y los gerentes editorial, de comercialización, y el editor en psicología.

Un hecho que destacaría es la experiencia de haber publicado una revista en una universidad, en la cual prácticamente el editor tiene que hacer de todo un poco, y ahora dirigir una publicación bajo el auspicio y apoyo de una casa editorial. Los procedimientos operativos son muy distintos, así como también los propósitos; ahora había que tomar acuerdos dentro de un equipo de trabajo, y adaptarse a las políticas institucionales de la editorial. Afortunadamente, y después del período normal de adaptación e integración, el equipo se acopló y considero que en la actualidad funciona adecuadamente.

## **La aparición del primer número de la RPC**

En septiembre de 1994 aparece el primer número de la RPC (Vol. 1, Nº 1) el cual contiene 10 artículos (3 de México y 7 del extranjero: EUA, Colombia, España, Chile, Venezuela, Uruguay y Guatemala).

La carátula de la revista es de color azul claro, en el centro aparece un hemisferio en el cual se alcanza a ver algunos continentes (especialmente América) y en medio el símbolo griego de psicología (este símbolo también

aparece en pequeño en todo el fondo azul). El título de la revista aparece en la parte superior de la portada y encima el número de la misma (en rojo). Después del círculo hemisférico aparece el volumen y número de la revista, así como el año, y luego los nombres de 5 autores, sus países y los títulos de sus trabajos (en un rectángulo celeste enmarcados en líneas rojas), que a juicio del editor son los más significativos del número. Al final, viene el logotipo de Manual Moderno, seguido del nombre de la casa editorial.

En la selección de los trabajos se tomó en cuenta varios criterios, entre ellos, la fecha de envío y aprobación del trabajo, la importancia del tema del artículo y la trayectoria del autor. El proceso de edición tomó tres meses, que es el tiempo real que requiere la editorial para la edición de cada número.

Durante el segundo semestre de 1994 se realizó la presentación de la RPC a la comunidad psicológica mexicana; el acto formal se realizó en al Casa del Libro Universitario (Universidad Nacional Autónoma de México) y el invitado especial fue el Dr. Juan Lafarga Corona, destacado psicólogo y académico de la Universidad Iberoamericana.

## **Psicología Contemporánea en cifras**

A continuación proporcionaré algunos datos cuantitativos que reflejan lo que ha sido la RPC en sus cinco primeros años de existencia:

### *Cantidad de artículos publicados*

Desde 1994 hasta 1998, la RPC ha publicado 5 volúmenes y 10 números (dos por cada año) y en total ha editado 106 artículos: 21 por año y 10 en promedio por cada número. A partir de 1995 aparecen los números monográficos, que son números especiales dedicados a un tema relevante de la psicología contemporánea.

Si se toma en cuenta la cantidad y calidad de trabajos publicados por las principales revistas de psicología en América Latina, la RPC en su

primer lustro refleja un trabajo editorial significativo, equiparable y superior en algunos casos.

### *Procedencia de los autores*

La mayoría de los autores provienen de México (29) y de España (20), seguidos de Puerto Rico (9), EUA (7), Argentina (7) y Colombia (6). Existen dos trabajos de autores de Perú y Venezuela y varios países con un solo trabajo (Canadá, Francia, Chile, Uruguay, Guatemala, etcétera).

La mayor cantidad de procedencia de psicólogos mexicanos y españoles que publican en la RPC se interpreta por el hecho de que la RPC es una publicación mexicana, publica en español y por el incentivo que tienen los psicólogos de esos dos países para investigar y publicar.

### *Tipo de investigación de los artículos*

Si se acepta que los trabajos de investigación pueden clasificarse en las siguientes áreas: (a) de revisión teórica: revisión de la literatura actual sobre un determinado tema, (b) descriptiva: descripción y correlación de dos o más variables asignadas, y (c) experimental: manipulación de condiciones experimentales; en la RPC se han publicado 45 trabajos teóricos, 50 reportes de investigación descriptiva y sólo 9 de carácter experimental.

El hecho de encontrar que la gran mayoría de los trabajos son de carácter teórico y descriptivo (95 en total) puede interpretarse por el hecho de que los psicólogos experimentales prefieren publicar en revistas especializadas (la RPC publica artículos en todas las áreas y enfoques de la psicología).

### *Área de la psicología a la que pertenecen los trabajos*

Teniendo en cuenta las cuatro áreas clásicas de la psicología (clínica, educativa, social e industrial), los artículos publicados en la RPC se clasifican de una manera casi uniforme en las tres primeras áreas: 39 del área

clínica, 35 de psicología social y 32 de psicología educativa, y es nula la presencia de artículos del área laboral.

La prevalencia de la psicología clínica y social puede deberse al hecho de que varios de los números monográficos, cuyo contenido gira alrededor de un mismo tema, han sido sobre contenidos de estas áreas (Psicología de la salud y Género y pareja).

### *Números monográficos*

Hasta el momento la RPC ha publicado cuatro números especiales en colaboración con editores invitados: “Psicología de la salud” (EUA), “Género y pareja” (México), “Trastornos emocionales de la niñez” (Puerto Rico) y “Conductas adictivas” (España). Se encuentra en preparación los monográficos de los dos siguientes años: “Estrés y ansiedad” (España, 1999) y “Trastornos de las conductas alimenticias” (México, 2000).

Cabe mencionar que existe una relativa preferencia por parte de los lectores por los números monográficos, ya que en sí constituyen textos editados o compilados, con la participación de especialistas de varios países, y coordinado por el editor invitado (un miembro de los Editores Asociados).

### *Directorio y Consejo Editorial*

Para el bienio 1998-1999 el Directorio de la RPC ha quedado constituido por un Presidente, Director General, Consejo Administrativo y el Consejo Editorial, que a su vez se integra por Editores Asociados (15 miembros) y Editores Consultivos (47 integrantes). Los psicólogos que han aceptado participar como editores proceden de diferentes países: Argentina, Brasil, España, Estados Unidos, Colombia, Chile, Guatemala, México, Perú, Portugal, Puerto Rico, Uruguay y Venezuela. La idea es que todos los países hispanoamericanos estén representados, objetivo que se piensa lograr antes de finalizar el presente siglo.

El compromiso de los miembros del consejo editorial es apoyar al editor en la evaluación de trabajos, enviar colaboraciones y promover la publicación en sus respectivos países, además de gestionar una suscripción a la revista por parte de su institución universitaria.

## Números Monográficos

En este apartado describiremos brevemente el proceso para realizar los números monográficos que se ha seguido en su elaboración, así como una sucinta referencia a los números monográficos publicados hasta el momento en la RPC.

Se invita a un miembro de los Editores Asociados para realizar el proyecto, de común acuerdo se selecciona el tema, el editor invitado selecciona a los articulistas, se fija el plazo de entrega (6 meses), los materiales se envían al editor, se procede a la evaluación, se aprueba el contenido, se tramita el copyright y se presenta a la editorial para la edición correspondiente. Todo el proceso dura en promedio un año, desde que se acuerda el proyecto hasta que aparece el número monográfico. Básicamente es una labor de coordinación que se agiliza mediante la comunicación por correo electrónico.

Cabe mencionar que para los monográficos de 1999 y 2000 las propuestas recibidas han sido iniciativas de psicólogos que trabajan en la UNAM realizando actividades de investigación y docencia.

### *Psicología de la Salud*

La psicología de la salud se define como el aporte de profesionales de diferentes áreas de la psicología a la promoción, fortalecimiento y mantenimiento de la salud integral, así como a la prevención y tratamiento de la enfermedad. La psicología de la salud está teniendo un rápido y notable desarrollo científico, razón por la cual se eligió como tema del primer monográfico de la revista.

Algunos de los temas tratados fueron los antecedentes y desarrollo de la psicología de la salud, conducta y salud, cólera y hostilidad, cognición y estrés, dolor crónico, estado actual y perspectivas, etcétera. En este número participaron psicólogos de prestigio internacional, tales como Joseph D. Matarazzo (Oregon Health Sciences University), Charles D. Spielberger (University of South Florida), Elisardo Becoña (Universidad de Santiago de Compostela) y Juan José Sánchez Sosa (Universidad Nacional Autónoma de México), entre otros.

### *Género y pareja*

En este número especial se proporcionó una visión psicosocial de los múltiples ámbitos de la relación de pareja. Se enfatizó en la pareja porque es en ella donde se cristalizan las ilusiones, emociones y razones de lo que llamamos amor, y además se dan las raíces para la formación de la familia, la transmisión de la cultura, los procesos de socialización, el cuidado de los infantes, así como donde construyen y concluyen nuestras vidas en compañía.

Algunos de los temas tratados son: historias de amor (Robert J. Stemberg, Yale University), teoría biopsicosociocultural de la relación de pareja (Rolando Díaz-Loving, UNAM), el papel del deber, la atracción y las barreras en una relación de pareja (George Levinger, University of Massachusetts), la comunicación en la pareja (Richard L. Archer, Universidad Estatal del Suroeste de Texas), lo real y lo ideal de la pareja (Sofía Aragón, UNAM), entre otros trabajos.

### *Trastornos emocionales de la niñez*

Tradicionalmente, el campo de las psicopatologías se había caracterizado por el estudio de los adultos, quedando bastante rezagada la investigación en poblaciones de niños y adolescentes; afortunadamente los trastornos emocionales de la niñez cobran cada vez una mayor importancia y vigencia.

Los temas sobre los cuales giró este trabajo fueron los siguientes: la disfunción psicológica en el niño y el adolescente, la depresión en niños y niñas, conductas agresivas, trastornos disociativos, abuso sexual, hiperactividad, etcétera. Algunos de los psicólogos que participaron en el monográfico son: Guillermo Bernal (Universidad de Puerto Rico), Laura Hernández (UNAM), Gary Peterson (University of North Carolina), Alfonso Martínez-Taboas (Centro Caribeño de Estudios Posgraduados), entre otros especialistas.

### *Conductas adictivas*

Una adicción consiste en una pérdida de control de la persona ante cierto tipo de conductas que tienen como características producir dependencia, síndrome de abstinencia, tolerancia, vivir para y en función de esa conducta, etcétera. Se distinguen las adicciones químicas (alcohol, nicotina, drogas ilegales) y las adicciones comportamentales (juego patológico, compulsión por la comida, adicción al trabajo, compras compulsivas, etcétera).

Los temas tratados son los siguientes: las conductas adictivas como problema del siglo XXI (Elisardo Becoña, Universidad de Santiago de Compostela), alcoholismo (Eugenio Díaz y cols., UNAM), tabaquismo (Becoña), opiáceos (Juan M. Llorente et al., España), juego patológico (Robert Ladouceur, Universidad de Laval, Canadá), trastornos alimentarios (Georgina L. Álvarez et al., UNAM), entre otros importantes temas.

### **Difusión y promoción**

La labor de difusión y promoción de la RPC la realiza la Editorial El Manual Moderno a través de la Gerencia de Comercialización mediante las siguientes actividades: participación con stands de su fondo editorial en congresos de psicología (en México y en el extranjero), consignaciones en las principales librerías del país, participación en ferias universitarias, visitas a las principales facultades de psicología, y envío de la revista a los

representantes y distribuidores que MM tiene en el extranjero (especialmente en Latinoamérica).

El Departamento de Suscripciones envía folletería a las principales universidades del país y del extranjero, así como a particulares y se encarga de tramitar las suscripciones y envíos, así como las renovaciones y todo lo que implica este importante proceso. Esta actividad es continua y debe abarcar a todas las universidades e instituciones de educación superior, tanto de México como del extranjero, así como procurar captar una mayor cantidad de suscripciones, ya sea mediante la participación de congresos y la actualización de base de datos (por ejemplo, miembros de principales organizaciones profesionales).

Algunas de las estrategias que ha utilizado el editor para incrementar la promoción de la revista son las siguientes: participación en simposios sobre revistas de psicología en los cuatro últimos congresos de la Sociedad Interamericana de Psicología (SIP), realizados en Costa Rica, Chile, Puerto Rico y Brasil; envío de información de la RPC a la Lista de Psicólogos Interamericanos (IAPSY-L); intercambio de publicidad con algunas de las principales revistas de psicología en español (por ejemplo, La Revista Latinoamericana de Psicología); envío de cortesía a psicólogos y universitarios de varios países; participación en los principales eventos de psicología en México, etcétera.

## Suscripciones

La Librería Internacional de la Editorial El Manual Moderno posee un Departamento de Suscripciones que se encarga de este rubro, es decir el manejo de las suscripciones de la RPC, desde su aparición.

La suscripción a la revista puede ser por un año (dos números) y tiene un costo de \$ 95.00 (noventicinco pesos mexicanos) para nacionales y U.S. \$ 30.00 (treinta dólares americanos) para extranjeros. La suscripción por dos años (cuatro números) es de \$ 145.00 (México) y U.S. \$ 45.00 (extranjero).

Desde su inicio la RPC exige que los psicólogos que envían artículos para ser considerados para su posible publicación deben estar suscritos a la misma en el año en que envían su trabajo. Esta medida ha sido también aplicada a los miembros del Consejo Editorial a partir del bienio 1998-99, quienes deben estar suscritos por dos años. Esta medida introducida por el editor ha permitido contar con una interesante cantidad de suscripciones a la RPC.

Los interesados en solicitar folleto informativo de la revista pueden dirigirse al distribuidor exclusivo: Librería Internacional, S.A. de C.V., Departamento de Suscripciones, Revista de Psicología Contemporánea. Av. Amsterdam, 287, Col. Hipódromo Condesa, CP 06100 México, D.F. Tels. 265 11 68 y 265 11 57 Fax. 265 11 64. Correo electrónico: libinter@compu serve.com.mx.

En caso de que un colega esté interesado en que su universidad evalúe la posibilidad de suscribirse a la RPC, puede dirigirse al autor y solicitar se le envíe un ejemplar de cortesía del último número de la revista (Correo electrónico: loblitas@ spin.com.mx), proporcionando sus datos completos, así como de la institución en donde presta sus servicios.

## **Perspectivas de Psicología Contemporánea**

La RPC tiene como perspectiva constituirse en una de las dos revistas más importantes del país, tanto en calidad como en cantidad. En el primer caso, asegurando los controles internos para publicar trabajos relevantes y que signifiquen un aporte a la psicología; en el segundo caso, optimizando los actuales procesos de difusión, promoción y canalización.

Para inicios del próximo milenio esperamos que la RPC se convierta en una publicación con mayor presencia en México y en el extranjero, especialmente en América Latina. Asimismo, que pueda competir con las dos principales revistas de mayor circulación y prestigio.

Otra meta para fines del presente siglo, es que la cantidad de suscripciones, tanto individuales como de instituciones, se incremente en forma significativa, de tal manera que la RPC sea conocida en todos los países latinoamericanos, por parte de la comunidad psicológica, universidades y asociaciones profesionales. Esto puede lograrse en la medida que la revista pueda emplear adecuadamente todos los canales de comercialización que utiliza MM para promover y comercializar su fondo editorial.

La RPC cuenta con los antecedentes y medios para convertirse en una publicación de primer orden en los países de habla hispana, no solamente por lo que ha conseguido en sus primeros cinco años de existencia, sino también por el firme respaldo con que cuenta El Manual Moderno es una de las casas editoriales más importantes de México y de América Latina.

## Recomendaciones

Basado en mi experiencia de una década de editor y de haber dirigido tres revistas especializadas, me permito sugerir las siguientes recomendaciones a los colegas que editan revistas de psicología:

- Conseguir el financiamiento institucional de la revista para asegurar la periodicidad de la misma, y convencer a los directivos de que la “ganancia” de la institución no tanto está en el dinero sino en la proyección de la imagen académica.
- Sería deseable conseguir algún patrocinio de la revista para que la publicación no sea percibida por parte de los financieros únicamente como un egreso.
- Asegurar la materia prima de la revista, es decir los artículos, por lo menos con un año de anticipación.
- Asesorarse con un experto en marketing para garantizar la colocación del producto (la revista) en el mercado (universidades, asociaciones, institutos y particulares), mediante un adecuado y realista plan de mercadotecnia.

- Entrar en contacto con los principales editores de revistas de psicología para realizar consultas. Siempre hay disposición para transmitir la experiencia.
- Tener injerencia no solamente en lo editorial sino también tener participación en los otros procesos que demanda una revista, como por ejemplo en la promoción y difusión.
- Participar en congresos y certámenes de psicología ya que constituyen foros excelentes para la difusión de la revista.
- Difundir la publicación mediante un folleto informativo, así como canjes y cortesías (destinar 10% del tiraje).