

Una teoría tridimensional de la identidad¹

Inicialmente, queremos decir que este texto no tiene el intento de constituirse efectivamente en una teoría psicológica de la identidad. El título solamente hace un homenaje a la notable conferencia presentada por Robert Sternberg en el 29° Congreso de la SIP, en Lima, Perú. Tanto para quien estuvo como para quien no estuvo en el Congreso, se recomienda la lectura de dicho artículo (Sternberg, 2003).

Parafraseando Sternberg, vamos a proponer que la *identidad* (sea de una persona, una empresa, una idea, una teoría, o de un objeto concreto o abstracto) presenta tres dimensiones: i) *apariencia*; ii) *contenido*; iii) *denominación*. Y es el conjunto de estas tres dimensiones que distingue el objeto o la entidad identificada de todas las demás.

Empecemos por la *apariencia*. Podemos definir esta dimensión como la percepción que el cerebro tiene de la presencia del objeto identificado, la cual es expresada con adjetivos como *bello, agradable, atrayente, repulsivo, perturbador*. Los objetos concretos se refieren a una dimensión eminentemente *sensorial*, aprehendida por (uno o más dentro) la visión, el tacto, la audición, el olfato y el gusto. Para los objetos abstractos, esta dimensión se instala a través de una serie de "sensaciones" inducidas subjetivamente, por ejemplo, una sensación de protección, de seguridad (o de amenaza, de miedo), ocasionada sólo por saberse que algo existe o puede estar cerca y que está (o no está) a disposición, si usted lo necesita. Por ejemplo, la imaginación puede poner un fantasma malo y feo en la oscuridad...

En segundo lugar, hablemos del *contenido*. Se trata, ahora, de qué ofrece el objeto a quien entra en contacto con él y la capacidad que este contenido posee de satisfacer un anhelo de quien hace la búsqueda. Así, el contenido de una buena religión consuela y ampara de manera eficaz quien está con carencia en el alma, el "contenido" de un buen restaurante alimenta quien lo procura con las necesidades de alimentación del cuerpo, etc.

Finalmente, hablemos sobre la *denominación*. A través de esta dimensión se asocia uno o más elementos cortos y característicos (palabras, números, íconos, sonidos) a todo el complejo contexto establecido por las dos otras (apariencia y contenido). Cada uno de estos elementos, sean ellos uno, dos o más, deben inmediatamente traer a la conciencia de quien los percibe un panorama lo más completo posible del objeto identificado, llevando apropiadamente a la emoción pertinente. Como ejemplo, se percibe la gran cantidad de características de apariencia y contenido traídas a la mente por denominaciones como Apple, Linux, IBM, Ferrari, Toyota, Einstein, Bronfenbrenner, Piaget, Pelé, budismo, NASA, mohai, Machu Picchu, sombrero, Julia Roberts, Torre Eiffel, tango, Harrison Ford.

Otro criterio para distinguir entre las tres dimensiones de la identidad es el cuidado que cada una de ellas exige. Mientras

la denominación se define, en general, sólo una vez en toda la existencia, y la apariencia se modifica de modo muy eventual, el contenido necesita ser permanentemente trabajado, para que la identidad se mantenga y garantice su calidad.

Podemos hacer una prueba de esta propuesta tridimensional de la identidad, aplicándola a la Revista Interamericana de Psicología. A través del ejercicio, quizás se pueda encontrar una manera de hacer aún más positiva su imagen y aún más eficaz su impacto en la psicología interamericana.

Para conquistar la identidad, hace falta que una publicación tenga un grupo de caracteres propios y exclusivos. Elementos de *contenido* - científicos, procesales - y de *apariencia* - gráfico-visuales - modelan y establecen la personalidad de una revista. Sin embargo, para tener una identidad bien fundamentada es importante que la publicación presente padrones de calidad coherentes con las expectativas de la comunidad científica internacional. La identidad también se pronuncia en relación de igualdad hacia los valores de las variables de calidad.

Dimensión 1: apariencia

Ciertamente, el aspecto estético no es el determinante, pero en nuestra búsqueda de mantener la identidad de la Revista Interamericana de Psicología e incrementar su relación de igualdad con otras publicaciones científicas que atienden a los padrones de calidad internacional, presentamos a la comunidad científica, con inmensa y renovada satisfacción, el primer número del año 2004. El nuevo *design* de la portada, su proyecto gráfico y formato representan un esfuerzo estético de acompañar el dinamismo de la Psicología internacional. Hay una preocupación creciente de los investigadores en encontrar vehículos de calidad para la divulgación de sus estudios y para la adquisición de conocimiento puesto al día en su área. La confianza conquistada por la RIP en la comunidad científica tiene por base su tradicional calidad, regularidad y periodicidad, su posibilidad amplia de divulgación y circulación. Se presenta ahora con una apariencia valerosa y actual, que la hace ágil para la lectura y el manejo, despertando más el interés en el volumen y en su contenido. La aplicación de este cambio visual propone, ciertamente, marcar la historia de nuestra revista con "la nueva ropa", o sea, una nueva apariencia.

Dimensión 2: contenido

La América Latina necesita vehículos para la amplia y actual divulgación de sus producciones. El incentivo a las revistas científicas es fundamental, porque estas son la expresión del conocimiento. La Psicología se ocupa con la necesidad de encontrar respuestas para los fenómenos de la conducta humana, del funcionamiento del cerebro y de la conciencia, entre otros. El psicólogo informado podrá proponer nuevas prácticas, basado en la realidad científica, política, cultural y social, que contemplen a las demandas de la comunidad.

¹ El Editorial fue revisado por el Dr. Jorge Sarriera a quién los editores agradecen cordialmente.

Para los latinoamericanos, esta tarea es aún más ardua. Los investigadores deben publicar sus estudios, revelando la riqueza de la investigación, con mucha dedicación y lucha, aunque en condiciones de trabajo, muchas veces, inciertas. Los investigadores y otros profesionales de la Psicología quieren, además, saber, a través de la lectura de las revistas científicas, sobre los estudios de sus colegas científicos. El debate debe mantenerse entre el conocimiento acumulado en la historia de la Psicología, las respuestas alcanzadas en el presente y el futuro de la investigación y la producción de conocimiento. Para el debate no importa qué hacen los investigadores, si es básico o aplicado, si cuantitativo o cualitativo, si individual o en el grupo, si diversificado o especializado. Sin embargo, son importantes que los resultados obtenidos sean pertinentes para la comunidad científica y para la comunidad en general. La relevancia de una revista científica evaluada a través del interés e del impacto de los resultados de las investigaciones que ella publica.

Nosotros reafirmamos el papel científico e histórico que la Revista Interamericana de Psicología ostenta para llevar a cabo a la ciencia de la Psicología internacional, con la nueva composición de la Junta Editorial Científica. Aprovechamos para saludar a nuestros consultores por el voto de confianza en nuestro trabajo. Nosotros agradecemos, también, a todos que vienen colaborando como evaluadores *ad hoc*. En este número aún se presenta la mayoría de artículos que han sido arbitrados en el período de administración de la editora anterior Dra. Irma Serrano-García. En los números que siguen, los artículos que se aceptaron fueron evaluados desde que nosotros asumimos como editores de la RIP.

La preocupación con la calidad de la investigación en nuestro proceso editorial proyecta la preocupación creciente de los autores de manuscritos, y eso es evidente en la presentación cuidada y en el respeto a las normas de publicación de la revista. La apreciación dada por los consultores y miembros de la Junta contribuye para la mejora del manuscrito. El diálogo de los autores, con consejeros, consultores y los editores se basa en una actitud crítica, constructiva y, principalmente, de respetuoso intercambio científico. Este proceso se mantiene y desarrolla de forma educativa para todos.

Otro aspecto pertinente para la Revista Interamericana de Psicología es el diálogo entre los investigadores internacionales. La sumisión de estudios de investigadores de varios países latinos y también ibéricos revela el interés de conocerse entre ellos. Este hecho es, probablemente, resultado de la indexación de la revista en varios sistemas internacionales, pero contempla también la credibilidad que conquistó entre los investigadores. Felizmente en el último año, la revista recuperó algunas indexaciones que había perdido y se insertó en nuevas bases de datos de magnitud internacional.

Nosotros, los editores, esperamos atender al desafío de la comunidad latinoamericana e internacional y priorizar la información actual en la Revista Interamericana de

Psicología, contribuyendo al desarrollo y crecimiento del área y para que ésta se integre en las páginas de la historia de la Psicología.

Dimension 3: denominación

Si se elige la denominación de la revista una vez en la vida, no hay razones para preocuparnos con ella en el caso de la RIP. ¿RIP? ¿O será IJP? ¿Cuál es el nombre de la revista? ¿O el nombre del *Journal*? Nuestra revista tiene doble denominación. Por un lado, este es un aspecto justo y correcto. El "ser interamericana", buscando integrar y representar la Psicología de un continente, en el cual el español y el inglés son los idiomas oficiales de la mayoría de los países, es, sin duda, un aspecto significativo de la identidad de la revista. La duplicidad del nombre solamente traduce esta vocación. A lo mejor, la revista debiera tener nombre también en portugués y francés.

El reverso de esta medalla, por lo tanto, viene cuando se considera la selva en que la literatura científica se ha transformado en la actualidad y cuando se considera la asociación de la calidad de un periódico con la cantidad de veces que es citado en artículos científicos. Corremos el peligro de tener nuestras citas ora computadas con un nombre, ora con otro, lo que puede reducir en hasta el 50% nuestro impacto, hecho que ciertamente afecta, además, nuestras posibilidades de indexación. Si ordenamos los periódicos de Psicología por título, la Revista Interamericana de Psicología está muy lejos de *Interamerican Journal of Psychology*. Muchas personas no percibirán que se trata del mismo periódico. Otras, quizás, se pregunten sobre ello? ¿Cuántos efectivamente investigarán la posibilidad?

Entonces, ¿qué podemos hacer? ¿Mantener las raíces y la tradición, permaneciendo las dos denominaciones? ¿O asumimos o privilegiamos una de ellas? ¿O preservamos los dos nombres de la portada, pero insistimos que, en citas, se utilice exclusiva y sistemáticamente uno de ellos? ¿Y cuál sería? ¿Revista Interamericana de Psicología o *Interamerican Journal of Psychology*?

Los editores solos no pueden tomar esta decisión, talvez ni la Junta de la SIP lo pueda. Además, hace falta oír lo que piensan los lectores, autores y consultores de la revista. Entonces pedimos que nos den su opinión respecto a esta cuestión. Esperamos su mensaje por la dirección electrónica: sugecorr@psicorip.org.

Muchas gracias,

Piotr Trzesniak
Editor Ejecutivo

Sílvia Helena Koller
Editora

Referencia

Sternberg, R. (2003). A duplex theory of hate: development and application to terrorism, massacres and genocide. *Review of General Psychology* 7, 299-328.

A tri-dimensional theory of identity

Let us state, right at the start, that this text does not have the intent of being a psychological theory of identity. The title only makes a reverence to Robert Sternberg's outstanding talk at the 29th. Congress of the ISP, in Lima, Peru. So much for whom was at the Congress, as well as for whom was not, the reading of the article his presentation was based on (Sternberg, 2003) is highly recommended.

Thus, paraphrasing Sternberg, we will propose that the *identity* (of a person, a company, an idea, a theory, a concrete or abstract object) presents three dimensions: i) *appearance*, ii) *content*, and iii) *denomination*. The settings of these three dimensions distinguish the identified object or entity from any other of the same or of different species.

Let us begin with *appearance*. We will define this dimension as the way the brain apprehends, perceives, the presence of the identified object or entity, reacting to it with adjectives like *beautiful, pleasant, attractive, repellent, annoying*. If the object is concrete, this dimension is eminently sensorial, apprehended by (one or more among) vision, tact, audition, smell and taste. For abstract objects, this dimension settles through a series of subjectively induced "sensations", for example, a sensation of protection or security (or of threat or fear), only caused by knowing that something may exist or may be close, and that it is (or is not) available, if you need it. For instance, imagination can put a bad and ugly ghost in the dark...

In second place, let us talk about *content*. It consists of what the object or entity offers to the person who contact it and the capacity this content possesses of satisfying a yearning of who makes the contact. For example, the content of a good religion consoles and aids in an effective way the soul of someone who is suffering, the "content" of a good restaurant feeds the body of someone who is starving..

Finally, let us mention *denomination*. This dimension associates one or more short and particular elements (words, numbers, icons, sounds) to the whole complex context settled down by the two other dimensions (appearance and content). Each one of the elements individually, or any subset of them, immediately brings to the mind of who perceives them the most possible complete panorama of the identified object, appropriately inducing the pertinent emotion. As example, the following names elicit a full set of characteristics appearance and content to the mind: Apple, Linux, IBM, Ferrari, Toyota, Einstein, Bronfenbrenner, Piaget, Pelé, Buddhism, NASA, mohai, Machu Picchu, sombrero, Julia Roberts, Eiffel tower, tango, Harrison Ford.

Another criterion to distinguish among the three identity dimensions is based on the care that each one of them demands. While the denomination is defined, in ge-

neral, only once in a life time, and the appearance is modified in a very eventual way, the content needs to be permanently concerned, so that the identity stays and its attributes are kept at a desired adequate standard.

We can make a test of this *three-dimensional theory of identity* applying it to the Interamerican Journal of Psychology. Through this exercise, perhaps it can be possible to make IJP's image even more positive and IJP's impact in the interamerican psychology even more effective.

To conquer the identity, it is necessary to present an exclusive set of characters. Scientific and procedural elements of the content and graphic and visual appearance attributes establish the personality of a journal. However, to have a well-based identity, it is important that the publication presents coherent patterns of quality regarding the international scientific community expectations. Identity is therefore manifested through equality regarding parameters of quality.

Dimension 1: Appearance

Certainly, the aesthetic aspect is not determinant, but in our search for the identity of the Interamerican Journal of Psychology, and to increase its relationship of equality with other scientific publications that assist to the international patterns of quality, we present to the scientific community, with immense and renovated satisfaction, the first number of 2004. The new design of the cover and the new format represent an aesthetic effort of accompanying the dynamism of the international psychology. There is a growing concern among investigators in finding vehicles of quality to divulge their studies and from which to acquire actual knowledge in their area. The trust conquered by the Interamerican Journal of Psychology in the scientific community has been based in its traditional quality, regularity and timing, on its large reach and circulation, and will be, from now on, accompanied by a gallant and up to date appearance that makes it lively for the reading and the handling, arousing the interest in the volume and its content. The application of this visual change proposes, certainly, to mark the history of our journal with the new "clothes", that is to say, a new appearance.

Dimension 2: Content

Latin America needs vehicles for the wide and current dissemination of its discoveries. The incentive to the scientific journals is fundamental, because they are the expression of the actual knowledge. Psychology is in charge of finding answers for phenomena related to human behavior, to the way brain works, and to conscience, among others. The informed psychologists will be able to propose new practices to contemplate the demands of the community, based on scientific, political, cultural and social aspects.

For the Latin Americans, this task is even more arduous. To publish their studies, revealing the wealth of investigation, researchers must show a lot of dedication and deal with hard and uncertain work conditions. The investigators and other professionals of Psychology also want, through the reading of the scientific journals, to know about the studies of other scientists. The debate should involve the knowledge accumulated in the history of Psychology, the presently reached answers and the future of investigation and knowledge production. For the debate it does not matter what the investigators make, if basic or applied, if quantitative or qualitative, if singular or in the group, if diversified or specialized research. However, it is important that the obtained results are pertinent for the scientific and general community. The relevance of a scientific journal is certainly evaluated through the interest and the impact of the research results it publishes.

We reaffirm the scientific and historical role that the Interamerican Journal of Psychology shows while carrying out the science of the international psychology, through the new composition of the Scientific Editorial Committee. We wish to greet our consultants for the trust in our work. We thank, also, to all our *ad hoc* reviewers. In this issue, most articles had been refereed during the administration of the former editor, Dr. Irma Serrano-García. The articles accepted for the issues to come were submitted after we assumed as editors of the IJP.

The concern with quality in our editorial process is projected in the growing concern of the authors, who are being very careful with the journal norms of submission. The appreciation given by the reviewers are polishing the manuscripts. The dialogue among authors, consultants, and editors is based on a critical but constructive attitude and, mainly, by respectful scientific exchange. This process is being educational for all.

Another pertinent aspect for the Interamerican Journal of Psychology is the dialogue among the international investigators. The submission of studies by investigators of several Latin and also Iberian countries reveals the interest of becoming well known to one another. This fact is, probably, result of the indexation of the journal in several international databases, but also contemplates the conquered credibility among the investigators. Happily in the last year, the journal recovered some indexations that were lost, and was inserted in new databases of international magnitude.

We hope to assist to the challenge of the Latin American and international community and to prioritize the current information in the Interamerican Journal of Psychology, contributing to the development and growth of the area, and integrating it into the pages of the history of Psychology.

Dimension 3: Denomination

If one chooses only once the denomination in the whole existence, there are no reasons to worry with the IJP. IJP? Or will it be RIP? Which is actually the name of the *Journal*? Or what is the name of the *Revista*? Our journal has a double denomination. On one hand, this it is a fair and correct aspect. Being *Interamerican*, the journal stands for the integration and representation of Psychology of a whole continent, in which Spanish and English are the official languages of most Countries. The duplicity of name only translates this vocation and, without a doubt, is a significant aspect of the identity of the journal. Perhaps the journal should also have names in Portuguese and French.

There is, however, a reverse of this medal, which raises when one considers the jungle of present time scientific literature, and the fact that the quality of a journal is sometimes measured by the number of citations it gets in scientific papers. We are in danger of having our citations computed sometimes to one name, other times to the other, what may reduce in 50% the journal's impact, and certainly affects, also, our indexation possibilities. If someone organizes Psychology journals by title in a databases, *Interamerican Journal of Psychology* will be very far from *Revista Interamericana de Psicología*. Most people will not perceive that it is one and the same journal. Other, maybe, will worry about, but do nothing. How many will indeed investigate this possibility and add up the results of both denominations?

Then, what shall we do? To maintain the roots and the tradition, remaining with two (or even more) denominations? Or do we assume and privilege one of them? Or do we preserve the two names on the cover, but insist that, in citations, only one of the names (which one?) must be used exclusively?

This is a decision too hard to be taken by the editors alone, may be it is too hard even for the board of the Society. It is necessary to know what readers, authors and reviewers of the journal think about. So we ask you to let us know your opinion regarding this subject. Please send a message to sugecorr@psicorip.org.

Thank you,

Piotr Trzesniak
Executive editor

Sílvia Helena Koller
Editor

Reference

- Sternberg, R. (2003). A duplex theory of hate: development and application to terrorism, massacres and genocide. *Review of General Psychology* 7, 299-328.