

CÓDIGO DE ÉTICA DE LA ASOCIACIÓN DE PSICOLOGÍA PUERTO RICO

NORMAS ÉTICAS DE LOS PSICOLOGOS/AS

El psicólogo cree en la dignidad y el valor de cada ser humano. Es su obligación aumentar el conocimiento de sí mismo y el de los demás. Mientras realiza sus tareas, respeta al sujeto que pueda ser objeto de su estudio. No usa su profesión ni su influencia ni permite que sus servicios sean utilizados por otros para lograr propósitos inconsistentes con los principios expuestos en este código. Al mismo tiempo que requiere libertad para comunicar sus hallazgos acepta la responsabilidad que esta libertad conlleva: responsabilidad de tener la competencia que reclama para sí, de su objetividad al informar sus resultados y de tener en consideración por los mejores intereses de sus colegas y de la sociedad.

Principio 1: Responsabilidad

El psicólogo comprometido por su profesión y su vocación a la tarea más digna y noble como es el estudio, el conocimiento y desarrollo integral de cada ser humano, de gran importancia a la conducta profesional, íntegra y responsable enmarcada siempre dentro de los cánones de la ética y las buenas costumbres.

- a. Como científico, el psicólogo cree que sirve mejor a la sociedad investigando aquello que a su mejor juicio necesita investigarse; planifica su investigación de forma tal que reduzca al mínimo la posibilidad de que sus resultados puedan desorientar y publica informes completos de su trabajo sin descartar nunca el material explicativo que pueda modificar la interpretación de los resultados.
- b. Como educador, el psicólogo reconoce que es fundamental suya el ayudar a otros a adquirir conocimientos y destrezas y a esperarse en su propio mejoramiento profesional. Debe también proyectar adecuada imagen en su conducta y trabajo profesional.
- c. Como profesional que brinda servicios psicológicos, el psicólogo actúa responsablemente para con el individuo y la sociedad ya que su trabajo puede afectar decisivamente la vida y felicidad de otras personas.
- d. Como profesional tiene además la responsabilidad de utilizar adecuadamente las técnicas psicológicas que estén al día y de acuerdo con los hallazgos de investigaciones recientes.
- e. Como supervisor de personal que ofrece servicios psicológicos, tiene la responsabilidad de velar porque éstos cumplan con los

requisitos exigidos al profesional que los brinda directamente.

Principio 2: Competencia

El mantenimiento de altos niveles de competencia profesional es una responsabilidad compartida por todos los psicólogos en el mejor interés del público y de la profesión misma.

- a. El psicólogo, celoso de su profesión, desalienta la práctica de la psicología a personas que no están preparadas y ayuda al público a identificar psicólogos competentes que puedan dar servicios profesionales confiables dentro de las distintas áreas de especialización de la psicología. Cuando un psicólogo o una persona que se identifica como tal, viola éstas normas éticas, aquellos psicólogos que tienen conocimiento del caso deben inmediatamente notificarlo al comité de normas y prácticas éticas de la Asociación de Psicología de Puerto Rico, según el procedimiento establecido en el mismo.
- b. El psicólogo reconoce los límites de su competencia y las limitaciones de sus técnicas y no ofrece servicios, para los cuáles no está preparado. El psicólogo estimula al cliente a conseguir ayuda en los aspectos importantes de su problema cuando éstos caen fuera de los límites de su competencia. Este principio requiere, por ejemplo, que tomen medidas para el diagnóstico y tratamiento de problemas médicos pertinentes y para el referimiento o consulta con otros especialistas.
- c. El psicólogo que lleva a cabo labores clínicas reconoce que su efectividad depende en gran medida de su habilidad para mantener buenas relaciones interpersonales y que la existencia de trastornos temporeros o duraderos en su personalidad puede interferir con sus habilidades, o distorsionar su percepción de los demás. Debe evitar, por lo tanto, el realizar cualquier actividad en la que sus problemas personales puedan dar lugar a servicios profesionales de inferior calidad o infligir algún daño a su cliente. Si ya esta envuelto en dicha actividad, tan pronto se percata de su problema personal, debe buscar ayuda profesional competente para determinar si sigue o no atendiendo a su cliente.

Principio 3: Normas Morales y Legales

En la práctica de su profesión, el psicólogo demuestra respeto por los códigos sociales y las expectativas morales de la comunidad en que trabaja. Reconoce que violar las normas morales y legales aceptadas puede involucrar sus clientes, estudiantes o colegas en conflictos personales dañinos y puede comprometer su propio nombre y la reputación de la

profesión. El psicólogo reconoce, asimismo, el derecho del cliente a mantener sus propias normas morales. De ninguna manera interfiere en las creencias o principio morales o religiosos de sus clientes, ni trata de modificarlos, sino que los respeta y trabaja de acuerdo con los mismos.

Principio 4: Falsa Representación

El psicólogo evita todo tipo de falsa representación acerca de sus cualificaciones profesionales así como de sus afiliaciones a organizaciones o instituciones con las cuales dice estar vinculado.

- a. El psicólogo no reclama directamente, o por implicación, cualificaciones profesionales que difieren de las que posee; o describe falsamente alguna filiación a cualquier institución, organización o individuo; o lleva a otros a asumir que posee títulos o cualidades profesionales que en realidad no tiene. El psicólogo es responsable de corregir a todo aquel que describa falsamente su preparación o afiliaciones e informar al Comité de Ética cuando la situación lo amerite.
- b. Un psicólogo no describe en forma falsa una institución u organización con la cual está afiliado, imputándole características que no posee.
- c. Un psicólogo no utiliza su afiliación a la A.P.P.R. para propósitos inconsistentes con los de la Asociación.
- d. Un psicólogo no se asocia ni permite que su nombre se utilice con relación a unos servicios o productos de manera tal que se describa en forma falsa: (1) dichos servicios o productos, (2) el grado de responsabilidad que tiene el psicólogo por los mismos, o (3) la naturaleza de la afiliación del psicólogo en relación a los mismos.

Principio 5: Declaraciones Públicas

El reconocimiento de las limitaciones personales y profesionales caracteriza todas las aseveraciones de los psicólogos que brindan información al público, ya sea directa o indirectamente.

- a. Los psicólogos que interpretan la ciencia de la psicología o los servicios de los psicólogos a sus clientes o al público general tienen la obligación de informar con honradez y exactitud en cuanto a éstos. La exageración, el sensacionalismo y otros tipos de tergiversaciones deben ser evitados.
- b. Cuando se ofrece información sobre procedimientos y técnicas psicológicas, se indicarán que serán utilizadas únicamente por

- personal debidamente capacitado.
- c. Un psicólogo en funciones como tal, que participa en actividades por radio o televisión no toma parte en anuncios comerciales que recomienden la compra o utilización de un producto.

Principio 6: Confidencialidad

Salvaguardar la información que se ha obtenido sobre un individuo al llevar a cabo las tareas de enseñanza práctica profesional o investigación, es una de las obligaciones principales de un psicólogo. Dicha información no se le comunica a otros excepto en casos especiales y atendiendo a las siguientes guías:

- a. Toda comunicación profesional es estrictamente confidencial.
- b. El psicólogo que le pide a un individuo que revele información personal durante el transcurso de entrevistas, pruebas o evaluación, o que permite que tal información le sea comunicada, lo hace solamente después de asegurarse que la persona está completamente consciente de los propósitos de la entrevista, prueba o evaluación así como de la utilización que se dará a dicha información. El psicólogo es responsable de informar al cliente aquellas situaciones generales en que no se compromete a mantener confidencialidad.
- c. La información confidencial recibida se revela a las personas envueltas, profesionales y/o autoridades públicas pertinentes, cuando el cliente amenace con inferir daño irremediable a sí mismo y/o a terceras personas.
- d. La información obtenida a través de consultoría, psicoterapia, evaluación psicológica o psicométrica se discute solamente con propósitos profesionales y sólo con aquellas personas a quienes realmente les concierne el caso previa autorización del cliente. Los informes escritos y orales deben incluir solamente datos relevantes a los propósitos de la evaluación.
- e. El psicólogo guarda el principio de confidencialidad con relación a información obtenida en servicios prestados previamente con otro fin, cuando dicha información puede afectar los procesos de selección de su cliente en instituciones académicas o de trabajo excepto en casos en que exista la situación contemplada en el inciso "c".
- f. Sólo después de obtener permiso explícito y/o por escrito será revelada la identidad de los sujetos de una investigación. Cuando se

- publican datos sin conseguir dicha autorización, el psicólogo asume la responsabilidad de disfrazar las fuentes adecuadamente.
- g. La información recibida en sesiones de consultoría, terapia y evaluación psicológica o psicométrica se usa con propósitos de enseñanza solamente cuando la identidad de las personas envueltas no se revela.
 - h. El psicólogo toma medidas para mantener la confidencialidad en la conservación y disposición final de los documentos confidenciales.

Principio 7: Respeto al Cliente

El psicólogo respeta la integridad de la persona o grupo objeto de sus servicios profesionales.

- a. El psicólogo, tanto en la industria, en la educación como en otras situaciones en que pueden surgir conflictos de intereses antepone el bienestar de todos los seres humanos envueltos en la controversia a cualquier otro tipo de consideración. Debe promover la búsqueda de soluciones óptimas para el funcionamiento global versus los intereses particulares de grupos específicos.
- b. Cuando hay un conflicto entre profesionales, el psicólogo se preocupa principalmente por el bienestar de cualquier cliente envuelto y en segundo lugar se preocupa por los intereses del grupo profesional.
- c. En los casos que envuelven referimientos, la responsabilidad del psicólogo por los intereses de su cliente continúa hasta que esa responsabilidad es asumida por el profesional a quien se refirió el cliente o hasta que la relación con el psicólogo que hace el referido termine por mutuo acuerdo.
- d. El psicólogo procura terminar una relación clínica o de consultoría cuando razonablemente entiende que el cliente no se benefició con la misma.
- e. En situaciones de referido, consulta u otros cambios en las condiciones del tratamiento estén indicados pero sean rechazados por el cliente, el psicólogo evalúa cuidadosamente el daño que pueda hacerse al cliente, a sí mismo, y a su profesión de continuarse la relación y toma el mejor curso de acción, en vista a dichos factores.
- f. El psicólogo que requiere pruebas psicológicas para propósitos didácticos, de clasificación y/o de investigación, protege a los

examinados asegurándose de que las pruebas y sus resultados sean usados en forma profesional. Deberá garantizarse el anonimato del examinado a menos que éste autorize por escrito el ser identificado.

- g. Debe asegurarse un ambiente de privacidad apropiado en las tareas psicológicas, a fin de proteger tanto al cliente como al psicólogo de cualquier daño real o atribuido, así como a la profesión de cualquier censura.

Principio 8: Relaciones con el Cliente

El psicólogo informa al solicitante de sus servicios de aquellos aspectos importantes en la posible prestación de los mismos que podrían afectar la decisión del cliente en caso de entrar en dicha relación.

- a. Cuando el cliente, por disposición de ley, no se le reconoce capacidad para autorizar la prestación de servicios psicológicos, la persona responsable del cliente debe ser informada de las circunstancias que puedan influir en la relación terapéutica.
- b. El psicólogo no entra generalmente en relaciones psicoterapéuticas con miembros de su familia, amigos íntimos, compañeros cercanos u otros cuyo bienestar pueda verse afectado por esta relación dual.
- c. En aquellas áreas donde la calidad de los servicios profesionales no se vea afectada, la prohibición arriba mencionada no aplica. Así, por ejemplo, el psicólogo puede utilizar programa de modificación de conducta donde estime que sus servicios no van a estar afectados por factores emocionales.

Principio 9: Servicios Impersonales

Los servicios psicológicos con propósito de diagnóstico o tratamiento, se proveen solamente en el contexto de una relación profesional y no se ofrecen a través de conferencias públicas, o demostraciones, artículos de periódicos o de revistas, programas de radio o televisión, el correo o medios similares.

- a. No se considera práctica ética la preparación de informes de personal y de recomendaciones basadas en datos de pruebas obtenidas por correo a menos que estas evaluaciones sean parte integral de una relación del psicólogo con la compañía y que por ello el psicólogo tenga conocimiento pleno de la situación que envuelve al evaluado. Así puede asegurarse el psicólogo de que sus informes escritos serán adecuados a sus propósitos y bien interpretados por el cliente. Estos informes no deben incluir

análisis de los rasgos de la personalidad del sujeto que sólo se lograrían a través de entrevistas intensivas con el mismo. Los informes no deben dar recomendaciones específicas en cuanto al empleo o ubicación del sujeto ya que podrían conflagrar con los de la compañía.

Principio 10: Promoción de Servicios

El psicólogo rige su labor a base de normas profesionales, no comerciales, al dar a conocer su disponibilidad para ofrecer servicios profesionales.

- a. El psicólogo no busca directamente sus clientes para diagnóstico o terapia individual.
- b. En el listado de una guía telefónica sólo debe aparecer: nombre, grado académico, dirección y número telefónico. Puede también incluir una breve identificación de las áreas principales de los servicios; por ejemplo: terapia de niños, selección de personal, etc.
- c. La promoción de la práctica privada está limitada a: nombre, grado o título certificado, dirección, número telefónico, horas de oficina y una breve descripción de los servicios ofrecidos.
- d. Un psicólogo o una agencia que anuncie servicios profesionales no clínicos, pueden usar folletos descriptivos, no evaluativos, de los servicios que se ofrecen. Estos pueden ser enviados a profesionales, escuelas, empresas comerciales, agencias del gobierno y otras organizaciones similares.
- e. El folleto no debe incluir testimonios de clientes satisfechos. Tampoco deben administrarse u ofrecerse pruebas gratis si es para representar la naturaleza o eficacia de los servicios que el psicólogo ofrece. El psicólogo no debe reclamar tener destrezas únicas, no disponibles a otros miembros en la profesión, a menos que dicha eficacia especial pueda ser demostrada satisfactoriamente.
- f. El psicólogo no debe estimular o permitir (hasta donde sea posible) que un cliente tenga ideas exageradas de los servicios que ha recibido. Reclamaciones hechas a los clientes sobre la eficacia de sus servicios no están permitidas a menos que el psicólogo esté dispuesto a someter las mismas a un escrutinio profesional por medio de la publicación de los resultados y reclamaciones en revistas

profesionales.

Principio 11: Relaciones entre Profesionales

Un psicólogo actúa con integridad en sus relaciones con colegas en psicología y otras profesiones. Para proteger los intereses de clientes y colegas, se requiere que los psicólogos asociados o en actividades corporativas, hagan un arreglo ordenado y explícito en cuanto a las condiciones de su relación y su posible terminación. Cuando un psicólogo emplea a otro psicólogo, debe también establecer un acuerdo justo y explícito de las condiciones de su contratación.

Principio 12: Remuneración

Los honorarios estipulados en la práctica profesional deben ir a la par con los servicios profesionales brindados.

- a. Al establecer el precio de los servicios profesionales, el psicólogo considera cuidadosamente la situación económica del cliente para cumplir con los honorarios establecidos. En determinados casos, el psicólogo debe estar dispuesto a ofrecer sus servicios recibiendo poca o ninguna remuneración.
- b. El psicólogo no acepta recibir comisión, descuento u otro tipo de remuneración por referir clientes a otros servicios profesionales.
- c. El psicólogo en práctica clínica o consultoría no usa sus relaciones con los clientes para promover sus ganancias personales, el lucro de la agencia, o empresas comerciales de ningún tipo.
- d. Un psicólogo no cobra honorarios ni ninguna otra forma de remuneración al cliente en aquellos casos que éste ha sido referido como parte del servicio que el psicólogo brinda a la agencia.
- e. El psicólogo no debe recibir remuneración económica por servicios ofrecidos a clientes dentro de las horas que ese psicólogo está rindiendo servicios por los cuáles devenga un sueldo.

Principio 13: Seguridad de las Pruebas

La validez de las pruebas psicológicas como instrumentos de evaluación objetiva depende en gran parte del desconocimiento que de ellas tiene el público. Es imprescindible que el acceso a las mismas esté limitado a psicólogos o profesionales certificados en Puerto Rico. Esto debe ser así para proteger tanto el uso en sí de las pruebas como al cliente al cual se le administran las mismas.

- a. Es responsabilidad directa del psicólogo el control de las pruebas que él usa como medio de enseñanza (específicamente el control del material de las mismas) ya que su valor objetivo puede verse afectado al hacerse público dicho contenido específico.
- b. El psicólogo, bajo ninguna circunstancia, debe entrenar personal clerical o profesional no certificado en la administración e interpretación de pruebas, cualesquiera que éstas sean. Se ha de proteger, ante todo, la integridad del cliente, hasta donde sea posible, contra cualquier mala interpretación que pueda derivarse de los resultados de estas pruebas.

Principio 14: Uso e Interpretación de las Pruebas

Es imperativo que el psicólogo, al administrar una prueba, tome en consideración el elemento de transculturación implícito, si alguno, en las mismas. Se ha de considerar que la cultura del puertorriqueño es muy particular en cuanto a su estilo de vida, actitudes y creencias las cuales son esencialmente diferentes a las de cualquier otra cultura.

- a. El psicólogo tiene el deber de utilizar como primera alternativa aquellos instrumentos de medición y evaluación que ya están normalizados y adaptados para la población dentro del área geográfica en la cuál se piensa hacer uso de dichas pruebas.
- b. Ningún psicólogo debe obtener remuneración por administrar pruebas que han sido pagadas por algún programa o agencia gubernamental o privada.

Principio 15: Interpretación de los Resultados de las Pruebas

Al interpretar los resultados de una prueba, se ha de tomar en consideración la situación del cliente, sus metas y/o aspiraciones. También se ha de tomar en cuenta el contexto social en que se desenvuelve el cliente y las oportunidades de aprendizaje que haya podido disfrutar.

- a. Una vez se hayan interpretado los resultados, estos han de ser discutidos con el cliente con el propósito de verificarlos. Debe ser el psicólogo que ha administrado las pruebas el que discuta los hallazgos y la interpretación de los mismos con el cliente y con cualquier familiar o particular, o entidad, que el cliente autoriza para recibir dicha información. Si el cliente pide la divulgación de los resultados de la prueba una vez estos han sido interpretados y discutidos con él:

- a. Se le ha de aclarar al cliente los posibles riesgos que se corre al divulgar dicha información.
 - b. Se ha de tener constancia de la autorización del cliente.
 - c. Si es una agencia o representante de ésta la que solicita la información debe enviar una carta donde haga explícito el propósito que se tiene en cuanto al uso que se le va a dar a esta información. Esta carta debe venir acompañada por una hoja de autorización firmada por el cliente y/o sus familiares o encargado legal.
-
- b. Nunca se debe perder la perspectiva de que los instrumentos de evaluación y medición son tan sólo unas guías que ayudan al psicólogo a formular unas hipótesis clínicas o diagnósticas. Los resultados de las mismas así como su interpretación no son datos absolutos y completamente objetivos sino que también está envuelto en este proceso de evaluación la observación clínica con las posibles implicaciones que de ello se pueden derivar.

Principio 16: Publicación de Pruebas

Las pruebas psicológicas se ofrecen para publicación comercial a impresores y/o distribuidores que presenten sus pruebas en forma profesional y que las hagan accesibles sólo a personas cualificadas.

- a. La prueba debe ir acompañada de un manual, folleto técnico u otro informe adecuado que describa el método de construcción y normalización de la prueba y que resuma la investigación con propósitos de validación.
- b. La población para la cual se a desarrollado la prueba y los propósitos para los cuales se recomienda deben estar mencionados en el manual. Las limitaciones de la confiabilidad de la prueba y los aspectos de su validez en los cuales falta o sea inadecuada la investigación, deben estar claramente mencionados. En especial, el manual debe contener una advertencia en cuanto a las interpretaciones que puedan hacerse que no hayan sido fundamentadas por investigaciones.
- c. El catálogo y el manual deben indicar la preparación profesional requerida para interpretar adecuadamente las pruebas.

- d. Los anuncios de pruebas deben ser verídicos y descriptivos en vez de emocionales y persuasivos.

Principio 17: Precauciones en la Investigación

El psicólogo asume responsabilidad por el bienestar de sus sujetos de investigación, tanto humanos como animales.

- a. Solamente cuando un problema tenga relevancia científica y no sea práctico investigarlo en ninguna otra forma y cuando los sujetos humanos adultos estén debidamente informados de los posibles efectos e implicaciones y aún así decidan participar en la investigación, se justifica que el psicólogo los exponga a tensión emocional o física como parte de la investigación.
- b. El psicólogo considera seriamente la posibilidad de que surgan efectos dañinos y trata de evitarlos o eliminarlos tan pronto se lo permita el diseño del experimento.
- c. Las investigaciones que utilicen drogas con seres humanos, (por ejemplo alucinógenos, psicotomiméticos, psicodélicas o sustancias similares) deben llevarse a cabo solamente en ambientes tales como clínicas, hospitales o facilidades de investigación que tengan las protecciones necesarias para los sujetos.

Principio 18: Crédito por Publicaciones

Se otorga reconocimiento a aquellas personas que han contribuido a la preparación y/o publicación de acuerdo a la labor realizada por éstas.

- a. Las principales contribuciones de carácter profesional hechas por varias personas a un proyecto en común, se reconocen como de autores en conjunto o co-autores. El experimentador o el autor que ha hecho la contribución principal en una publicación, se identifica mencionándose primero.
- b. Las contribuciones de carácter profesional, la ayuda clerical u otras similares de naturaleza no-profesional, y otras contribuciones de menor importancia, se agradecen en notas al calce o en la introducción.

- c. El agradecimiento a través de citas específicas se hace tanto para publicaciones como para materiales no publicados que sean relevantes a la investigación o al escrito.
- d. Un psicólogo que recoge y edita un material para publicar las contribuciones de otros, debe publicar el informe o simposio bajo el título del comité con sus respectivos nombres, apareciendo como coordinador o editor entre los demás miembros del comité.

Principio 19: Responsabilidad hacia la Organización

El psicólogo respeta los derechos y la reputación de la institución o la organización con la cual está asociado.

- a. Los materiales preparados por un psicólogo como parte de su trabajo regular bajo instrucciones de la organización son propiedad de la misma. Estos materiales son difundidos por el psicólogo en publicaciones o por otros medios de acuerdo con las normas y filosofía de la organización.
- b. El material informativo que resulte incidentalmente de una actividad apoyada por la organización y por la cual el psicólogo asume responsabilidad individual, se publicará sin que la agencia asuma responsabilidad alguna.

Principio 20: Actividades de Promoción

El psicólogo asociado con el desarrollo o promoción de instrumentos psicológicos, libros u otros productos ofrecidos a la venta es responsable de asegurar que dichos libros o productos se presenten en forma profesional y verídica.

- a. Las reclamaciones en cuanto al funcionamiento, beneficios o resultados están apoyadas por evidencia científica.
- b. El psicólogo con intereses financieros en la venta o uso de un producto psicológico evita un posible conflicto de intereses en la promoción de tales productos así como también comprometer sus responsabilidades profesionales y sus objetivos.

INTERPRETACION DEL CODIGO DE ETICA

- A. La Asociación de Psicología de Puerto Rico se reserva el derecho de interpretar este Código de Etica a través de un Comité de Etica nombrado por la Asamblea de la Asociación de Psicología de Puerto Rico.

- B. La Asamblea tiene el poder de revisar cualquier decisión o posición tomada por el Comité de Etica cuando así lo crea necesario.

Aprobado en asamblea extraordinaria el 22 de septiembre de 1978.