

CÓDIGO DE ÉTICA APPR

PREAMBULO

La Psicología como disciplina se ha hecho más visible. Cada vez más los puertorriqueños y las puertorriqueñas reclaman el saber que ésta provee como vehículo para ayudarles a resolver situaciones de vida y enfrentar las exigencias de la vida en comunidad. En este sentido, los psicólogos y las psicólogas que conforman la matrícula de la Asociación de Psicología de Puerto Rico, se comprometen a aumentar y a desarrollar el conocimiento científico y profesional de la conducta y a promover el uso de este conocimiento para promocionar una mayor autonomía personal, una mejor convivencia, en las organizaciones y la sociedad en general.

Asimismo, reconocen y aceptan que la práctica de la psicología requiere de un compromiso personal de esforzarse a actuar éticamente y de alentar el comportamiento ético en estudiantes, supervisores/as, empleados/as y colegas. De igual manera, respetan los derechos y la reputación de la institución o la organización con la cual están asociados/as.

Este Código de Ética presta atención especial a la diversidad cultural y social, al surgimiento de las nuevas tecnologías y a la perspectiva de género.

Los psicólogos y las psicólogas alientan y se comprometen con el respeto por las diferencias individuales, culturales, de género, de orientación sexual, de condición económica y religiosa. Este respeto por la diferencia sitúa al profesional de la psicología en una actitud más sensible hacia las prácticas

1 discriminatorias. El derecho a la diferencia es el derecho de las personas a ser
2 reconocidos como miembros de cierto grupo social. En esta postura del
3 profesional de la psicología se encarna el respeto a la dignidad de la persona.
4 Al asumirla, se comprometen a preservar y proteger los derechos civiles y
5 humanos de la población a la que sirven, así como a cuidar la privacidad e
6 integridad de aquéllos y aquéllas que requieren sus servicios y de los/as que
7 aceptan participar en proyectos de investigación psicológica.

8 Los psicólogos y las psicólogas muestran sensibilidad a los cambios
9 científicos y tecnológicos y al modo cómo éstos impactan el ejercicio de sus
10 actividades profesionales. Reconocen que la tecnología introduce nuevos
11 elementos, no solamente en el modo en que se construye la información, sino
12 que presenta nuevas posibilidades de relaciones. Los cambios que generan la
13 incorporación de las nuevas tecnologías en la práctica de la psicología en todas
14 sus modalidades, hacen nacer también nuevas responsabilidades y nuevas
15 consideraciones éticas.

16 Finalmente, el propósito de este Código de Ética es proveer principios
17 generales orientados a las situaciones con que se encuentran los psicólogos y
18 las psicólogas en el ejercicio de su profesión y establecer reglas de conducta
19 profesional que han de regir su práctica. Reconocemos que existirán
20 situaciones donde lo exigido en este Código de Ética difiera de lo requerido por
21 la Ley o las instituciones en las que prestan servicios los profesionales de la
22 psicología, en cuyo caso la conducta de éste/a debe cumplir con el principio
23 ético más elevado.

1 **PRINCIPIO 1: Responsabilidad**

2 Los psicólogos y las psicólogas comprometidos/as con su profesión y su
3 vocación que conlleva el estudio, el conocimiento y el desarrollo integral de cada
4 ser humano, asumen su quehacer profesional de manera íntegra y responsable,
5 enmarcado siempre dentro de los cánones de la ética y las buenas costumbres.

6 Asumen responsabilidad profesional y científica hacia la comunidad y la
7 sociedad en la que viven; promoviendo el bienestar de los ciudadanos y las
8 ciudadanas y un desarrollo social continuo.

9 En su práctica profesional actúan responsablemente para con el individuo
10 y la sociedad ya que su trabajo puede afectar decisivamente la vida y el
11 bienestar de otras personas. Además, tienen la responsabilidad de utilizar
12 adecuadamente las técnicas psicológicas que estén al día y de acuerdo con los
13 hallazgos de investigaciones recientes y en consonancia con sus propios valores
14 y principios. En su trabajo, asumen sus responsabilidades mediante un
15 constante desarrollo personal, científico, técnico y ético.

16 a. Como investigadores observan la seguridad y el bienestar de sus
17 participantes en todo momento. Se guían conforme al respeto por los
18 derechos fundamentales, la dignidad y el valor de las personas y de la
19 sociedad. Planifican su investigación de forma tal que reduzcan al
20 mínimo la posibilidad de que sus resultados puedan desorientar, y
21 publican informes completos de su trabajo sin descartar nunca el material
22 explicativo que pueda modificar la interpretación de los resultados.

- 1 b. En su función docente reconocen que es tarea fundamental suya facilitar
2 a otros el generar conocimientos, y desarrollar destrezas para esmerarse
3 en su propio mejoramiento profesional. Se distinguen por el rigor y la
4 calidad académica, reconociendo los límites de las técnicas que utilizan y
5 proyectan una imagen adecuada en su conducta y trabajo profesional.
- 6 c. Como supervisores de aquel personal que ofrece servicios psicológicos,
7 tienen la responsabilidad de velar y asegurar que los mismos cumplan
8 con los requisitos exigidos por la práctica. Proveen una supervisión
9 adecuada y oportuna a internos y estudiantes; reconocen su obligación
10 primaria de ayudar a otros a producir conocimientos y desarrollar
11 destrezas, así como a mantener niveles académicos y profesionales
12 elevados. Son cuidadosos en el empleo de la influencia que por la
13 asimetría de las funciones pueden ejercer sobre sus supervisados.
- 14 d. Como funcionarios de una organización, los profesionales de la psicología
15 tienen la responsabilidad de permanecer alerta y no aceptar presiones
16 que puedan distorsionar sus informes e impedir el uso apropiado de los
17 mismos.

18 **PRINCIPIO 2: Competencia**

19 Mantener niveles altos de competencia profesional es una
20 responsabilidad compartida por todos los psicólogos y las psicólogas en el mejor
21 interés del público y de la profesión misma. En este sentido, los profesionales
22 de la psicología:

- 1 a. Reconocen los límites de su competencia y las limitaciones de sus
2 técnicas, y no ofrecen servicios para los cuáles no están preparados.
- 3 b. Desalientan la práctica de la psicología por personas que no estén
4 preparadas para ejercer la misma. Orientan al público a identificar
5 aquellos psicólogos y psicólogas competentes para el ejercicio de la
6 profesión. Desde esta perspectiva, cuando un/a psicólogo/a o una
7 persona que se identifica como tal, violenta estas normas éticas, aquellos
8 psicólogos/as con conocimiento del asunto, deben notificarlo
9 inmediatamente al Comité de Ética de la APPR, según el procedimiento
10 establecido por la Asociación.
- 11 c. Comparten la responsabilidad de mantener normas elevadas de
12 competencia profesional, en resguardo del interés público y de la
13 profesión.
- 14 d. Reconocen y asumen las diferencias individuales referentes a edad,
15 género, identidad, etnia, nacionalidad, religión, lenguaje, posición
16 socioeconómica, ideología política y religiosa, orientación sexual, nivel
17 cultural, impedimento o incapacidad. Alcanzan y mantienen el
18 adiestramiento y la experiencia necesarias para ofrecer servicios
19 profesionales y de investigación competentes.
- 20 e. Reconocen la necesidad de educación continua y se mantienen alerta a
21 nuevos descubrimientos científicos y cambios sociales.
- 22 f. Tienen en cuenta que las competencias necesarias para asistir, enseñar y
23 estudiar grupos humanos varían con la diversidad de dichos grupos.

- 1 g. Estimulan al cliente a conseguir ayuda en los aspectos importantes del
2 problema cuando éstos caen fuera de los límites de su competencia.
- 3 h. Reconocen que la efectividad sus intervenciones depende, en gran
4 medida, de su habilidad para mantener relaciones interpersonales
5 saludables.
- 6 i. Conocen sus sistemas de creencias, sus valores, necesidades y
7 limitaciones, y la forma como los mismos influyen en su actividad
8 profesional.
- 9 j. Evitan cualquier actividad en la que sus problemas personales puedan
10 afectar sus servicios profesionales o dañar a un cliente. De ser
11 necesario, por estar comprometido en tal actividad, buscan asistencia
12 profesional competente.

13 **PRINCIPIO 3: Normas Morales y Legales**

14 En la práctica de su profesión, los psicólogos y las psicólogas demuestran
15 respeto por los códigos sociales y las expectativas morales de la comunidad en
16 que trabajan. Reconocen, asimismo, el derecho del cliente a mantener sus
17 propias normas morales. Se mantienen informados de las disposiciones legales
18 vigentes referentes a su práctica profesional. Se preocupan por la modificación
19 de las leyes que pueden perjudicar al interés público o a la profesión y se
20 ocupan de promover una legislación que favorezca a ambos.

21 **Principio 4: Falsa Representación**

1 Los psicólogos y las psicólogas se comprometen a ofrecer información
2 exacta y correcta de su formación y cualificaciones profesionales, evitando en
3 todo momento la falsa representación.

- 4 a. Ofrecen información veraz y exacta de los títulos académicos obtenidos,
5 especializaciones, formación, habilidades y destrezas que poseen, así
6 como los procedimientos que manejan.
- 7 b. Proveen información correcta y veraz de sus afiliaciones a organizaciones
8 o instituciones profesionales.
- 9 c. Corrigen la información que le adjudican grados o cualificaciones que no
10 poseen o afiliaciones a instituciones a las que no pertenecen.
- 11 d. Evitan que sus nombres se vinculen a servicios o productos que se
12 describen de forma falsa.

13 **Principio 5: Declaraciones Públicas**

14 Los psicólogos y las psicólogas asumen en sus declaraciones publicas
15 una postura critica y el debido respeto por los limites del conocimiento científico.

- 16 a. Al dar información acerca de procedimientos y técnicas psicológicas,
17 establecen con claridad que solo deben ser aplicados por profesionales
18 competentes para ello.
- 19 b. En sus declaraciones u opiniones profesionales públicas adecuan la
20 información al publico que la reciban.
- 21 c. Como socios/as de la APPR se abstienen de hacer declaraciones
22 publicas que afecten la credibilidad y la reputación de la organización.

1 **Principio 6: Confidencialidad**

2 El respeto por la privacidad y el derecho a la intimidad son los principios
3 sostenedores del derecho a la confidencialidad. La naturaleza de la relación
4 profesional exige que se guarde estricta confidencialidad, de lo contrario la
5 intervención psicológica puede verse afectada por la falta de confianza y
6 credibilidad.

7 a. No intervienen en asuntos o controversias que puedan obligarlos a revelar
8 información amparada por el principio del secreto profesional, excepto
9 cuando se trate de una orden judicial.

10 b. Guardan secreto de la información obtenida de sus clientes aún después
11 de concluida la relación profesional. La muerte de la persona que recibió
12 los servicios no los exime de su obligación frente a la confidencialidad.

13 Este principio se extiende aún cuando se realice una consulta entre
14 colegas.

15 c. Desarrollan e implantan todas las medidas pertinentes para garantizar la
16 confidencialidad al crear, almacenar, acceder, transferir y eliminar los
17 expedientes bajo su control, con las precauciones apropiadas, ya sean
18 éstos impresos, digitalizados, video grabados o a través de redes
19 cibernéticas. La eliminación de expedientes debe hacerse conforme a las
20 reglamentaciones y leyes vigentes.

21 d. Comunican información confidencial sin incurrir en violación del secreto
22 profesional bajo las siguientes circunstancias:

- 1 1. Cuando existe un peligro claro e inminente para el cliente u otras
- 2 personas.
- 3 2. Cuando se trate de la comisión de un delito o de prevenir daños
- 4 que pudieran asociarse al mismo.
- 5 3. Cuando tengan que defenderse de acciones o denuncias
- 6 establecidas por el cliente en foros judiciales, administrativos o
- 7 profesionales.
- 8 4. Cuando el propio cliente, teniendo la capacidad para consentir,
- 9 autoriza que se revele la información.
- 10 5. Cuando la información obtenida es de tal tipo que existen estatutos
- 11 o leyes vigentes que ordenan al profesional que se divulgue a las
- 12 autoridades pertinentes.

- 13 e. La información obtenida en relaciones profesionales de tipo clínico o
- 14 consultivo, así como los datos relacionados a evaluaciones a menores de
- 15 edad, estudiantes, empleados/as u otras personas, se discuten sólo con
- 16 fines profesionales y con aquellas personas relacionadas al caso.

17 **PRINCIPIO 7: Bienestar de la Persona**

18 Los psicólogos y las psicólogas respetan la dignidad, integridad, el

19 derecho a la privacidad, la confidencialidad y la autodeterminación de la persona

20 o personas a quienes brindan sus servicios profesionales. Asumen la diversidad

21 cultural y las diferencias individuales de edad, género, identidad, etnia, raza,

22 nacionalidad, religión, lenguaje, orientación sexual, impedimento o incapacidad y

- 1 nivel socioeconómico en sus intervenciones y prácticas psicológicas. Para
2 trabajar por el bienestar de la persona a quien atienden:
- 3 a. Reconocen la posición de poder frente a quienes requieren sus servicios
4 por lo que evitan satisfacer intereses personales en detrimento de los
5 objetivos por los cuales éstos han sido requeridos.
 - 6 b. En sus informes escritos son sumamente cautos, prudentes y críticos
7 frente a nociones que degeneran fácilmente en etiquetas devaluadoras y
8 discriminatorias.
 - 9 c. Aseguran un ambiente de privacidad apropiado a las tareas psicológicas,
10 a fin de proteger a la persona y al profesional contra daños reales o
11 atribuibles y que generen censura a la profesión.
 - 12 d. En situaciones en las que la función del psicólogo y la psicóloga entre en
13 conflicto con intereses de diversas partes tales como patronos y
14 trabajadores, anteponen el bienestar de todos los seres humanos
15 involucrados en el asunto a cualquier otra consideración. Definen la
16 índole y dirección de sus responsabilidades e informan a todas las
17 personas interesadas al respecto.
 - 18 e. Cuando al cliente, por su estado emocional o por disposición de ley, no se
19 le reconoce capacidad para autorizar la prestación de servicios
20 psicológicos, la persona responsable del cliente debe consentir y ser
21 informada de las circunstancias que puedan influir en la relación
22 terapéutica.

- 1 f. El profesional de la psicología, no entra en relaciones psicoterapéuticas
2 con miembros de su familia, amistades íntimas, compañeros y
3 compañeras cercanos u otros, cuyo bienestar pueda verse afectado por
4 esta relación dual. En situaciones especiales de crisis o urgencia en la
5 que la intervención no pudiera delegarse, ésta debe circunscribirse al
6 mínimo necesario, hasta poder efectuar un referido pertinente.
- 7 g. Termina una relación clínica o de consultoría cuando razonablemente
8 entiende que la persona no se beneficia de la misma. De ser necesario,
9 canaliza o refiere al profesional adecuado.
- 10 h. En situaciones de referido, consulta o cambio de intervención
11 recomendada y que es rechazada por el cliente, , el psicólogo o la
12 psicóloga evalúa cuidadosamente los posibles riesgos tanto al cliente, al
13 profesional que interviene. De continuarse la relación; toma las acciones
14 pertinentes y realiza esfuerzos para que la persona comprenda la
15 recomendación.
- 16 i. Cuando el psicólogo o la psicóloga refieren a una persona, la
17 responsabilidad de estos/as continúa hasta que el profesional a quien se
18 hizo el referido la asuma o hasta que la relación termine por mutuo
19 acuerdo.
- 20 j. Cuando hay conflictos entre profesionales, los psicólogos y las psicólogas
21 se preocupan primordialmente por el bienestar de la persona involucrada,
22 relegando a un segundo plano los intereses de su grupo profesional.
- 23 k. Antes de decidir ofrecer o prestar servicios a una persona o entidad que
24 recibe servicios psicológicos de otro proveedor, los profesionales de la

1 psicología sopesan cuidadosamente los pormenores específicos de la
2 intervención y el bienestar para el cliente potencial. Discuten el asunto
3 con el cliente y minimizan el riesgo de confusión y conflicto. Consultan
4 con los otros proveedores de servicios cuando sea apropiado y proceden
5 con cautela y sensibilidad para evitar daño.

6 l. Toman las medidas razonables para evitar relaciones con sus clientes,
7 estudiantes, supervisados, participantes de investigación, clientes de
8 organizaciones u otras personas que les incapaciten su función como
9 profesional ni que haya riesgo de explotación o daño hacia la persona.

10 m. Cuando se le requiere, por disposición legal, política institucional o
11 circunstancias extraordinarias, ejercer más de una función en un
12 procedimiento judicial o administrativo, aclaran los límites de su
13 intervención y la extensión del principio de confidencialidad.

14 n. Cuando acuerdan brindar servicios psicológicos a individuos o entidades
15 a través de un plan o seguro de salud (relación de terceras partes), éstos
16 esclarecen la naturaleza de la relación con todas las personas y
17 organizaciones involucradas. Esto es, el papel de psicólogo/a (terapeuta,
18 consultor/a, evaluador/a, perito), identificar quién es el cliente, el uso de
19 los servicios provistos, uso de la información obtenida y los límites de la
20 confidencialidad.

21 o. Si en la práctica de la profesión hacen uso del espacio cibernético y otros
22 medios electrónicos, deben mantener los más altos y rigurosos
23 mecanismos de protección de la integridad de la persona.

1 **PRINCIPIO 8: Promoción de Servicios**

2 Los psicólogos y las psicólogas se atienen a las más estrictas normas
3 profesionales, no comerciales, al dar a conocer y ofrecer sus servicios
4 profesionales. En la promoción de los servicios se evitarán las expresiones
5 fraudulentas, la falsa representación, la exageración, la superficialidad y el
6 sensacionalismo y otras formas de información equivocada.

- 7 a. En la promoción de sus servicios, anteponen siempre las normas
8 profesionales a sus intereses comerciales.
- 9 b. Hacen la publicidad de forma mesurada, incluyendo sólo aquella
10 información que sea útil y de modo que no tergiverse la naturaleza y
11 eficacia de los servicios.
- 12 c. No buscan directamente, ni por medio de terceros, la clientela para
13 brindar sus servicios profesionales. Esta prohibición no excluye los
14 contactos apropiados con los colaterales de las personas que están
15 recibiendo servicios, ni excluye los servicios en situaciones de desastres
16 o aquellos de alcance comunitario.
- 17 d. No utilizarán el precio o gratuidad del servicio como forma de
18 propaganda.
- 19 e. En el directorio de una guía telefónica sólo aparecerá el nombre, grado
20 académico, dirección, número telefónico, horas de oficina y una breve
21 descripción de los servicios ofrecidos.
- 22 f. Los psicólogos y las psicólogas que anuncien servicios profesionales
23 cuando trabajan por cuenta propia o afiliados a alguna agencia, pueden

1 usar folletos descriptivos, no evaluativos, de los servicios que se ofrecen.
2 Estos folletos pueden ser enviados a profesionales, escuelas, empresas
3 comerciales, agencias públicas y otras organizaciones similares.

4 g. Son responsables de los anuncios, catálogos, folletos o material
5 promocional sobre talleres, seminarios u otros programas educativos que
6 no conceden grados. Describen de manera clara y precisa el público para
7 el cual está diseñado el programa, los objetivos educativos, los
8 presentadores, los recursos y el costo de tales actividades.

9 h. No solicitan testimonios de personas en terapia o de otros clientes
10 satisfechos.

11 i. No administran u ofrecen pruebas gratis si es para representar la
12 naturaleza o eficacia de los servicios que el profesional ofrece.

13 j. No reclaman destrezas únicas, no disponibles a otros miembros en la
14 profesión, a menos que dicha eficacia especial pueda ser demostrada y
15 validada satisfactoriamente.

16 k. No estimulan o permiten, hasta donde le sea posible, que una persona
17 tenga ideas exageradas o expectativas irreales de los servicios que
18 ofrecen.

19 **PRINCIPIO 9: Relaciones entre Profesionales**

20 Los psicólogos y las psicólogas actúan con integridad, respeto y
21 honestidad en sus relaciones con otros colegas de la psicología y de otras
22 profesiones.

- 1 a. No se expresan ni se conducen de manera despectiva y ofensiva hacia
2 sus colegas u otros profesionales o al trabajo que éste o ésta realiza.
- 3 b. Cuando la acción del colega plantee reparos éticos o científicos,
4 propiciarán un diálogo responsable y constructivo y sólo de no observarse
5 un cambio o persistir la acción, denunciarán la misma al foro
6 correspondiente.
- 7 c. Cuando surja la necesidad y sea profesionalmente indicado, los
8 profesionales de la psicología cooperarán con otros profesionales para
9 garantizar la prestación de servicios efectivos y apropiados.
- 10 d. Para proteger los intereses de clientes y colegas es necesario que los
11 psicólogos y las psicólogas asociados entre sí, o en actividades
12 corporativas, hagan un arreglo ordenado y explícito en cuanto a las
13 condiciones de su relación profesional y su posible terminación.
- 14 e. Se abstienen de intervenir en aquellos asuntos donde otro colega esté
15 prestando sus servicios, salvo que el cliente o el otro profesional lo
16 autoricen, evitando así la competencia desleal. Cuando un profesional de
17 la psicología emplea a otro psicólogo o psicóloga establece un acuerdo
18 justo y explícito de las condiciones de su contratación.

19 **PRINCIPIO 10: Remuneración**

20 Al iniciar su labor profesional, los psicólogos y las psicólogas llegan a un
21 acuerdo sobre la compensación específica y forma de facturar con las personas
22 que reciben sus servicios. Las tarifas y honorarios establecidos en la práctica

1 profesional se fijan en proporción a los servicios profesionales brindados. Los
2 profesionales de la psicología evitan establecer honorarios ostensiblemente
3 exagerados, conducentes a la explotación económica, así como los
4 indiscriminadamente reducidos, con propósitos de captación de clientela o
5 competencia desleal.

- 6 a. Al fijar sus honorarios profesionales, consideran cuidadosamente la
7 situación económica de la persona para cumplir con los honorarios
8 establecidos, así como los honorarios fijados por otros profesionales que
9 realizan trabajos comparables. Ofrecen parte de sus servicios recibiendo
10 poca o ninguna remuneración por ejemplo, cuando la situación del cliente
11 así lo amerite o cuando ocurran circunstancias de emergencia por motivo
12 de desastre natural o tecnológico.
- 13 b. No dan ni reciben comisión, descuento u otro tipo de remuneración por
14 referir personas a servicios profesionales.
- 15 c. No utilizan su relación profesional para promover sus ganancias
16 personales, las de una institución/organización, o para promover
17 empresas comerciales de tipo alguno.
- 18 d. No cobran honorarios ni otra forma de compensación en aquellos casos
19 en que la persona ha sido referida como parte del servicio que el
20 profesional le brinda a la agencia para la cual labora.
- 21 e. No reciben remuneración por servicios ofrecidos dentro de las horas en
22 que ese profesional rinde servicios por los cuales devenga un sueldo.

23 **PRINCIPIO 11: Seguridad de las Pruebas**

1 La validez de las pruebas psicológicas como instrumentos de evaluación
2 depende en gran parte de que su uso no esté viciado por excesiva exposición
3 del público a las mismas. Los psicólogos y las psicólogas deben mantener la
4 integridad y seguridad de las pruebas y otras técnicas de evaluación de manera
5 que permita el cumplimiento del Código de Ética, las leyes, estatutos estatales y
6 federales. Es imprescindible que el acceso a las mismas esté limitado a
7 psicólogos y psicólogas o profesionales certificados en Puerto Rico. Esto debe
8 ser así para proteger tanto el uso en sí de las pruebas como a la persona a la
9 cual se le administran las mismas.

- 10 a. Es responsabilidad directa de los psicólogos y las psicólogas el control de
11 las pruebas que usan como medio de enseñanza ya que su valor objetivo
12 puede verse afectado al hacerse público dicho contenido específico.
- 13 b. Bajo ninguna circunstancia adiestran personal de oficina o profesional no
14 certificado en la administración e interpretación de pruebas, cualesquiera
15 que éstas sean. Desalientan el uso de las pruebas por personas no
16 cualificadas. Protegen la integridad de la persona contra cualquier
17 interpretación errónea que pueda derivarse de los resultados de estas
18 pruebas.

19 **PRINCIPIO 12: Consentimiento para Evaluación**

20 Los psicólogos y las psicólogas explican en lenguaje claro y sencillo a la
21 persona que solicita servicios, su tutor o custodio legal, la naturaleza de cada
22 una de las pruebas o instrumentos a utilizar en el proceso de evaluación.

- 1 a. Aseguran que la persona que solicita servicios tiene la competencia física
2 y mental para entender la información y consentir libre y voluntariamente
3 a la evaluación.
- 4 b. Explican los métodos adicionales a utilizarse para realizar una evaluación
5 comprensiva y ofrecer recomendaciones pertinentes. Estos métodos
6 pueden incluir, pero no se limitan, a revisión de expedientes e informes
7 médicos, psicológicos, psiquiátricos, escolares, entrevistas a colaterales y
8 otros.
- 9 c. La persona que solicita servicios, su tutor o custodio legal debe autorizar
10 mediante consentimiento escrito y con su firma que se lleve a cabo la
11 evaluación.
- 12 d. Al hacer uso de un intérprete durante la evaluación, este debe estar
13 certificado por el organismo correspondiente. Obtienen el consentimiento
14 por escrito del cliente o tutor legal para poder hacer uso del, y orientan a
15 este sobre los principios de confidencialidad involucrados en el proceso.

16 **PRINCIPIO 13: Uso de las Pruebas Psicológicas**

17 Es imperativo que los psicólogos y las psicólogas al administrar y corregir
18 una prueba o procedimiento técnico, tomen en consideración el elemento de
19 transculturación implícito, en las mismas. Hacen énfasis en el elemento de
20 sensibilidad cultural y preferencia de lenguaje de la persona que solicita
21 servicios al seleccionar las pruebas e instrumentos. Consideran que la cultura
22 puertorriqueña, al igual que otras culturas, conforman elementos particulares
23 referentes a estilo de vida, actitudes y creencias. No debe perderse de

1 perspectiva que los instrumentos de evaluación y medición son tan sólo unas
2 guías que ayudan al profesional de la psicología a formular unas hipótesis
3 clínicas o diagnósticas. Los resultados de los mismos, así como su
4 interpretación, no son datos absolutos y completamente objetivos, sino que
5 también están mediatizados por las observaciones clínicas. Reconociendo y
6 asumiendo esta diversidad:

- 7 a. Administran e interpretan las pruebas de medición y evaluación
8 solamente para el/los propósito/s que dichas pruebas han evidenciado
9 adecuacidad y utilidad.
- 10 b. Utilizan como primera alternativa aquellos instrumentos de medición y
11 evaluación validados, normalizados y adaptados para la población con la
12 que se utilizara.
- 13 c. Al hacer uso de programas computadorizados para la corrección e
14 interpretación de las pruebas, se asegurarán de la validez del programa y
15 los procedimientos. El profesional que haga uso de los servicios y medios
16 tecnológicos o computadorizados de corrección e interpretación de las
17 pruebas, salvaguarda la confidencialidad de la información de la persona
18 evaluada.
- 19 d. Ningún psicólogo o psicóloga obtiene remuneración por administrar
20 pruebas que han sido pagadas por algún programa o agencia
21 gubernamental o privada.

- 1 e. Utilizan métodos científicos al momento de construir pruebas o
2 procedimientos técnicos a fin de que el uso y resultados de los mismos
3 cumplan con las normas propias de la construcción de instrumentos.
- 4 f. Al utilizar técnicas, instrumentos, o procedimientos que se encuentran en
5 fase experimental o etapas de validación, informan a la persona que
6 solicita servicios o su representante legal, la naturaleza experimental del
7 procedimiento al igual que los alcances y límites de sus usos.

8 **PRINCIPIO 14: Interpretación de los Resultados de las Pruebas**

9 Al interpretar los resultados de una prueba, toman en consideración la
10 situación sociocultural, económica, religiosa, las oportunidades de aprendizaje,
11 las metas y aspiraciones que haya tenido la persona evaluada.

12 a. Una vez interpretados los resultados, los psicólogos y las psicólogas
13 discuten los hallazgos y la interpretación de los mismos con la persona
14 evaluada, su tutor o representante legal, o entidad autorizada para recibir
15 dicha información. Si la persona evaluada pide la divulgación de los
16 resultados de la prueba, una vez éstos han sido interpretados y discutidos
17 con ella:

- 18 1. Aclara los posibles riesgos de divulgar dicha información.
- 19 2. Mantiene constancia de la autorización mediante firma de la
20 persona, su tutor o representante legal.
- 21 3. Si es una agencia o representante de ésta la que solicita la
22 información, esta debe venir acompañada por una hoja de

1 autorización firmada por la persona su tutor o representante legal,
2 y una carta explicativa en la que se especifique el propósito y el
3 uso de la información solicitada.

4 **PRINCIPIO 15: Publicación de Pruebas**

5 Los psicólogos y las psicólogas que desarrollen instrumentos y pruebas
6 psicológicas se aseguran que las mismas sean distribuidas a profesionales
7 cualificados por las casas publicadoras y distribuidoras.

- 8 a. La prueba debe ir acompañada de un manual, folleto técnico u otro
9 informe adecuado que describa el método de construcción y
10 normalización de la prueba y que resuma la investigación con propósitos
11 de validación.
- 12 b. El catálogo y el manual deben indicar la preparación profesional y las
13 destrezas mínimas requeridas para la administración, corrección e
14 interpretación adecuada de las pruebas.
- 15 c. Los anuncios de pruebas deben ser verídicos y descriptivos en vez de
16 emocionales y persuasivos.

17 **PRINCIPIO 16: Precauciones en la Investigación**

18 Los psicólogos y las psicólogas asumen responsabilidad por el bienestar
19 de los sujetos de su investigación, ya sean participantes humanos o animales.

20 En atención a lo anterior:

- 1 a. La investigación psicológica de cualquier tipo se lleva a cabo respetando
2 la dignidad de las personas, sus creencias y su privacidad.
- 3 b. La información que se recoge con propósitos de investigación está sujeta
4 al principio de confidencialidad, del cual puede ser relevado solamente
5 con el consentimiento expreso de los participantes o de su representante
6 legal. La información generada por el proceso investigativo se divulga
7 manteniendo la confidencialidad de los participantes.
- 8 c. Informan al participante de todas las características de la investigación
9 que puedan influir en su decisión de participar o no en la misma. Orientan
10 y respetan la decisión del participante de continuar o retirarse de la
11 investigación.
- 12 d. La información escrita o divulgada por medios electrónicos o cibernéticos,
13 relacionada a una investigación, debe protegerse bajo condiciones de
14 seguridad y confidencialidad, tomando las medidas necesarias para que
15 terceras personas no tengan acceso a la información.
- 16 e. Solamente se justifica que los psicólogos y las psicólogas expongan a los
17 participantes a tensión física o emocional como parte de la investigación
18 cuando:
- 19 1. No sea factible investigarlo de alguna otra forma.
- 20 2. Los participantes adultos estén debidamente informados de los
21 posibles efectos e implicaciones del procedimiento y decidan
22 participar voluntariamente.

- 1 f. Consideran seriamente la posibilidad de que surjan efectos dañinos como
2 resultado de alguna metodología específica y tratan de evitarse o
3 eliminarse del diseño de investigación. Los profesionales de la
4 psicología son responsables de reparar cualquier efecto nocivo que
5 impacte a los participantes como resultado de su investigación.
- 6 g. Al utilizar animales en una investigación evita o minimiza por todos los
7 medios el dolor, el sufrimiento o la incomodidad que no sea
8 absolutamente necesaria y justificada por el valor científico de la
9 investigación. Las reglamentaciones federales y estatales para la
10 protección de animales aplicables a una investigación deben obedecerse
11 de manera responsable.

12 **PRINCIPIO 17: Crédito por Publicaciones**

13 Se otorga reconocimiento a aquellas personas que han contribuido a la
14 preparación o publicación de un artículo o una investigación de acuerdo a la
15 labor realizada por éstas. A tenor con lo anterior:

- 16 a. Las principales contribuciones de carácter profesional hechas por varias
17 personas a un proyecto en común, se reconocen como de autores en
18 conjunto o co-autores. El investigador o el autor que ha hecho la
19 contribución principal se identifica mencionándose primero en la lista de
20 autores.

- 1 b. Las contribuciones de carácter clerical u otras similares de naturaleza no-
2 profesional y otras contribuciones de menor importancia, se agradecen en
3 notas al calce o en la introducción del trabajo escrito.
- 4 c. Reconocen la fuente y el origen de las ideas que se plasman en un
5 escrito. No se reclama autoría sobre una idea, concepto o teoría que
6 pertenece a otro autor. El plagio y la copia de ideas o resultados
7 científicos es inaceptable.
- 8 d. Las Guías de Publicación de la Asociación de Psicología Americana
9 referentes a este principio aplican a las publicaciones de artículos o
10 investigaciones.

11 **INTERPRETACIÓN DEL CÓDIGO DE ÉTICA**

- 12 a. La Asociación de Psicología de Puerto Rico se reserva el derecho de
13 interpretar este Código de Ética a través del Comité de Ética de la
14 organización.
- 15 b. La Asamblea de socios tiene el poder de revisar cualquier decisión o
16 posición asumida por el Comité de Ética cuando así lo crea necesario.

17 **APROBADO EN CONTINUACIÓN DE ASAMBLEA EL 19 DE MAYO DE 2007**
18 **EN LA UNIVERSIDAD DE PUERTO RICO, RECINTO DE RÍO PIEDRAS.**