

Representaciones sociales de la profesión del psicólogo en ingresantes a la carrera de psicología de Córdoba, Argentina⁹

Fernanda Chmil

Licenciada en Psicología
Universidad Nacional de Córdoba
Córdoba, Argentina
Correo electrónico: ferchmil@hotmail.com

Florencia Gañan

Licenciada en Psicología
Universidad Nacional de Córdoba
Córdoba, Argentina
Correo electrónico: flor_g2004@hotmail.com

Leonardo Adrian Medrano

Doctor en Psicología
Universidad Siglo 21
Córdoba, Argentina
Correo electrónico: leomedpsico@gmail.com

Pablo Ezequiel Flores Kanter

Licenciado en Psicología
Universidad Siglo 21
Córdoba, Argentina
Correo electrónico: ezequiefk@gmail.com

Recibido: 26/08/2016

Evaluado: 21/09/2016

Aceptado: 13/11/2016

Resumen

Objetivo: analizar las representaciones sociales sobre la profesión del psicólogo en ingresantes a la carrera de Psicología de Córdoba, Argentina. **Método:** se abordó el contenido de las representaciones como campo semántico mediante un diseño pluri-metodológico desarrollado en dos fases, con la participación total de 260 aspirantes. En la Fase I, se realizó un análisis prototípico de la representación social, considerando el orden de aparición, la frecuencia y la co-ocurrencia de las palabras evocadas. En la Fase II, se trabajó con el valor simbólico de las palabras evocadas, para lo cual se realizaron 42 entrevistas, divididas por sexo en partes iguales. **Resultados:** diferencias entre las representaciones sociales de los ingresantes y el ejercicio profesional del psicólogo propiamente dicho. **Conclusión:** predominó el modelo clínico psicoanalítico en detrimento de las demás áreas del ejercicio profesional de la psicología. Además, se aprecia una visión de la psicología centrada más en el tratamiento de trastornos que en la promoción del bienestar psicológico.

Palabras clave

Representaciones sociales, ingresantes, profesión del psicólogo.

9 Para citar este artículo: Chmil, F., Gañan, F., Medrano, L.A., & Flores Kanter, P.E. (2017). Representaciones sociales de la profesión del psicólogo en integrantes a la carrera de psicología de Córdoba, Argentina. *Informes Psicológicos*, 17(1), pp. 143-158 <http://dx.doi.org/10.18566/infpsic.v17n1a08>

Social representations of the profession of psychologist in freshmen entering the career of Psychology in Cordoba, Argentina

Abstract

Aim: to analyze the social representations on the profession of psychologist in freshmen students admitted to the career of Psychology in Córdoba, Argentina. **Method:** the contents of the representations as a semantic field was dealt with using a pluri-methodological design developed in two phases, with the full participation of 260 applicants. In Phase I, a prototype analysis of the social representation was made, where the order of appearance, the frequency and the co-occurrence of words evoked were considered. In Phase II, 42 interviews divided by gender in equal parts were conducted, as part of the work done with the symbolic value of words evoked. **Results:** there are differences between the social representations of the students admitted and the professional exercise of the proper psychologist. **Conclusion:** there is predominance of the psychoanalytic clinical model at the expense of the other areas of the psychology professional activity. In addition, a vision of psychology centered more in the treatment of disorders than in the promotion of psychological welfare is appreciated.

Keywords

Social representations, freshmen, the profession of psychologist.

Representações sociais da profissão do psicólogo em aspirantes da carreira de psicologia de Córdoba, Argentina

Resumo

Objetivo: analisar as representações sociais sobre a profissão do psicólogo em aspirantes à carreira de Psicologia de Córdoba, Argentina. **Método:** abordou-se o conteúdo das representações como campo semântico fazendo uso de um desenho pluri-metodológico desenvolvido em duas fases, com a concorrência total de 260 aspirantes. Na fase I, realizou-se uma análise prototípica da representação social, considerando a ordem de aparecimento, a frequência, e a co-ocorrência das palavras evocadas. Na fase II, trabalhou-se com o valor simbólico das palavras evocadas, para o qual foram feitas 42 entrevistas, divididas pelo sexo em partes iguais. **Resultados:** diferenças entre as representações sociais dos aspirantes e a prática profissional do psicólogo em quanto tal. **Conclusão:** o modelo clínico psicanalítico teve predominância em detrimento das outras áreas da prática profissional da psicologia. Além disso, destaca-se uma visão da psicologia com um foco maior no tratamento de transtornos do que na promoção do bem-estar psicológico.

Palavras chave

Representações sociais, aspirantes, profissão do psicólogo.

Introducción

La elección de una carrera se encuentra condicionada por múltiples factores. En efecto variables cognitivas, sociales y afectivas pueden influir considerablemente en las elecciones vocacionales realizadas. Una variable de gran importancia, aunque habitualmente obviada en este proceso vocacional son las representaciones sociales. Tal como señala León (2002), las representaciones sociales permiten que los individuos conviertan una realidad extraña o desconocida en una realidad familiar, actuando así como guías de acción, ya que los individuos organizarán y orientarán sus cursos de acción en función de la definición que realicen de la situación. Es por ello que las representaciones sociales sobre la profesión del psicólogo resultan especialmente relevantes en la población de ingresantes a la carrera de Psicología, dado que las representaciones que se poseen sobre su propia disciplina determinarán en gran medida su futuro ejercicio profesional (Ríos, Medrano, & Moretti, 2011).

En términos generales, las representaciones sociales son sistemas cognitivos en los que es posible reconocer estereotipos, opiniones, creencias, valores y normas que suelen tener actitudes positivas o negativas en las formas de actuar de los sujetos (León, 2002). Se manifiestan también como sistemas de códigos, lógicas clasificatorias, principios interpretativos y orientadores de las prácticas, definen la llamada conciencia colectiva. Estudiar la representación social de un objeto permite reconocer además cómo el pensamiento social guía las actividades diarias

de los sujetos, sus construcciones y visión del mundo, posibilitando entender la dinámica de las interacciones sociales.

Con frecuencia, se ha recurrido a la Teoría de las Representaciones Sociales para estudiar las creencias sociales compartidas por los estudiantes y profesionales de la psicología. En la actualidad abundan los estudios empíricos referidos a las representaciones sociales de la profesión del psicólogo, tanto en el extranjero (Beltrán, 2000; Orellana et al., 2008; Sierra et al., 2005; Torres López, Maheda Guzmán, & Beltrán, 2004), como en Argentina (Aisenson et al., 2005; Sans de Uhlant, Rovella, & De Barbenza, 1997; Scaglia, et al. 2002). Aunque todas refieren a las representaciones sociales sobre la profesión del psicólogo, cabe señalar que las mismas han abordado diferentes niveles de análisis de dichas representaciones y con metodologías variadas entre sí.

Entre los trabajos realizados, cabe destacar la investigación de Sierra et al. (1993), quienes a partir de una encuesta aplicada a 765 estudiantes del último curso de Licenciatura en Psicología de 15 universidades españolas, concluyeron que hay una marcada preferencia por la Psicología Clínica frente a otras áreas como la Psicología Social o Educacional y que, a pesar de que la orientación es mayoritariamente conductual, hay un incremento de los estudiantes que se identifican con el Psicoanálisis dependiendo de la universidad en que estudian.

Por su parte, Beltrán (2000) investigó las representaciones sociales sobre la constitución de la identidad social y profesional de los académicos de psicología, en la Universidad de Guadalajara. Para tal fin utilizó cuatro categorías de análisis:

identidad como producción cultural, el ethos de la profesión de origen, así como la historia profesional y curricular. Los resultados obtenidos sugieren que la representación simbólica de los psicólogos se orienta a la preservación de principios como la justicia, honestidad, el compromiso por la “salud psicológica” de los demás y la propia. Las constantes en este enfoque son las de considerar la psicología como una profesión de servicio, cuya búsqueda está orientada a beneficiar a la sociedad entera y en especial a las clases marginadas, de ahí la cercanía en considerar la profesión como un apostolado (un trabajo por y para los demás).

En nuestro país, Sans de Uhlant et al. (1997) realizaron un proyecto de investigación con el objetivo de conocer la imagen que poseen del psicólogo los estudiantes de Psicología y el público en general, en San Luis. Se aplicaron encuestas a una muestra de estudiantes de Psicología que se encuentran cursando de primero a quinto año en la Universidad Nacional de dicha provincia, así como también a una muestra compuesta por estudiantes de otras carreras (física, química, matemática, computación), comerciantes, empleados públicos y docentes no universitarios. Los resultados obtenidos destacan que los estudiantes evidencian mayor realismo y manejan información más adecuada cuando optan por esta carrera, siendo su decisión más reflexiva y clara; anteponen el ejercicio profesional a otro tipo de objetivos, poseen expectativas más positivas en relación a las posibilidades laborales, salariales y de inserción laboral. Sus preferencias se inclinan por las áreas de psicoterapia y psicodiagnóstico. Para los estudiantes las condiciones personales y el equilibrio emocional son atributos más valiosos que la capacitación y

la actualización del terapeuta. La muestra conformada por estudiantes de otras carreras, comerciantes, empleados públicos y docentes no universitarios, evidenció coincidencias notables con la de los estudiantes, pero su representación del psicólogo presenta relieves aún más positivos, evidenciando confianza y respeto por el rol profesional del psicólogo.

Desde otra perspectiva, Scaglia et al. (2002) iniciaron una investigación descriptivo-exploratoria, con técnicas cuantitativas-cualitativas centrándose únicamente en la representación del quehacer profesional del psicólogo en los ingresantes a la carrera de Psicología de la Universidad de Buenos Aires y en ingresantes al área de Humanidades de la misma institución. Entre las conclusiones obtenidas, se plantea que los ingresantes poseen una representación del psicólogo ubicado en una práctica profesional asistencial de carácter individual. Extremando esta representación mediante imágenes gráficas (diapositivas) para visualizar su caracterización, el psicólogo es imaginado en un consultorio particular, sentado en un sillón con un paciente recostado en un diván. Esta imagen remite a una identificación del psicólogo con un psicoanalista, este modelo hegemónico del psicólogo psicoanalista es posicionado como un ideal profesional a alcanzar. A partir de los resultados los autores plantean que la prevalencia del imaginario clínico asistencial dificulta el acercamiento a otras áreas profesionales. Asimismo, se evidencia que la gran mayoría de los ingresantes no conocen las distintas áreas de especialización del psicólogo y cuando aparecen actividades profesionales ligadas al área forense, educacional o laboral están investidas de las modalidades del ejercicio profesional clínico asistencial.

Similar a la investigación anterior, partiendo de egresados y estudiantes de la carrera de Psicología, Aisenson et al. (2005), realizaron en la Universidad de Buenos Aires un estudio exploratorio y descriptivo mediante la implementación de 406 entrevistas; con el objetivo de conocer la representación sobre la carrera y la profesión del psicólogo. En la misma se afirma que los estudiantes manifiestan la fuerte impronta de la clínica psicoanalítica en la oferta curricular y su incidencia en la planificación de la carrera profesional y la orientación de los proyectos profesionales, aunque en algunos casos comienzan a visualizarse otras áreas con mejores posibilidades de inserción profesional.

Tal como puede observarse en los diferentes antecedentes revisados, una de las características principales en el estudio de las representaciones sociales es la variedad de estrategias y técnicas de investigación utilizadas, debido a que se trata de un constructo complejo que posee diferentes niveles de análisis. Sin embargo, para lograr un abordaje integral de las representaciones sociales deben considerarse dos orientaciones en su estudio (Jodelet, 1991). Una primera orientación que aborda el estudio de las representaciones sociales considerando su contenido como un *campo estructurado*. Desde este marco los investigadores tratan de describir los elementos constituyentes de la representación, es decir, informaciones, creencias, valores, opiniones, etc. Dichos contenidos son abordados generalmente mediante el uso de cuestionarios, conversaciones, análisis de documentos y entrevistas, entre otros métodos. Una segunda orientación señalada por Jodelet (1991) es la que aborda el estudio de las representaciones sociales considerando su contenido como un *campo semántico*,

aislado a través del uso de diferentes técnicas de asociación de palabras. En este caso se trata de analizar las estructuras elementales alrededor de las cuales se cristalizan los sistemas de representación tratando de identificar el núcleo central de la representación y sus elementos periféricos.

Considerando que, a pesar de la diversidad metodológica observada en los antecedentes, ninguno de ellos aborda el estudio de las representaciones sociales analizando su contenido como campo semántico, el presente trabajo tiene por objetivo principal analizar las representaciones sociales que poseen los ingresantes a la carrera de Psicología sobre la profesión del psicólogo mediante la identificación de los contenidos nucleares y periféricos de dichas representaciones. La importancia de realizar este estudio en la población de ingresantes se debe fundamentalmente a dos factores. El primero es que las representaciones sociales sobre la profesión del psicólogo podrían determinar el modo en que los ingresantes se orientan y actúan en este nuevo escenario académico y social. En efecto, tal como señala Doise (1993) las representaciones sociales intervienen en el funcionamiento del sistema cognitivo e influyen en la organización de los sistemas de creencias y conocimiento de la realidad, determinando así los comportamientos de las personas. En segundo lugar, debe destacarse que, si bien se cuenta con estudios antecedentes sobre representaciones sociales de la profesión del psicólogo en ingresantes universitarios, dichos estudios abordan los contenidos de dichas representaciones como campos estructurados dejando sin considerar el comportamiento semántico de dichos contenidos.

Método

Diseño

El presente estudio se enmarca dentro de los diseños descriptivos transversales mediante encuestas (León & Montero, 2007).

Participantes

Del estudio participaron 218 ingresantes universitarios a la carrera de Psicología, con edades comprendidas entre los 17 y los 54 años ($M= 20.89$; $DE= 7.77$). Los participantes fueron seleccionados por medio de un muestreo no probabilístico accidental (León & Montero, 2003). Se trabajó con los ingresantes de diferentes cursos (turnos mañana, tarde y noche). Al trabajar con grupos intactos autoconformados por factores que no inciden directamente con la investigación, los riesgos de generalización no son tan grandes (Grasso, 2001).

Instrumentos

Siguiendo la teoría del núcleo central, se construyó un cuestionario dividido en dos partes. La primera parte apuntó a que el ingresante consignara información relativa a su sexo, edad, lugar de procedencia y nivel socioeconómico. En la segunda parte se formuló una pregunta abierta: “¿*Cuáles son las palabras o imágenes que vienen a tu*

mente cuando piensas en la profesión del psicólogo?” Cabe señalar que se utilizó la aclaración “palabra o imagen” ya que en el proceso de objetivación de una representación social con frecuencia los conceptos abstractos, relaciones o atributos son transformados en imágenes concretas (León, 2002). Los participantes contaron con un espacio de 5 renglones para responder.

Procedimiento

Antes de aplicar el instrumento, los participantes fueron adecuadamente informados acerca de los objetivos de la investigación, el anonimato de sus respuestas, y su participación voluntaria. Previo consentimiento de los participantes, se efectuó una aproximación y caracterización descriptiva de las representaciones sociales apelando para su estudio al orden de aparición, la frecuencia y la co-ocurrencia de las palabras evocadas, buscando estudiar las relaciones o conexiones entre el término inductor y los contenidos semánticos. Cabe destacar, que durante el desarrollo de esta fase se siguió uno de los postulados más fuertes de Abrieu (2001): en una asociación de palabras los términos citados primero son más importantes que los otros.

La administración del cuestionario se realizó de manera colectiva, en el horario regular de clases y con autorización de los profesores a cargo. Cabe destacar nuevamente que se informó a los participantes sobre el tratamiento de los datos y objetivos de la investigación. Sumado a ello se garantizó el anonimato y la confidencialidad de las

respuestas. Una vez recolectados los datos se procedió a cargarlos y analizarlos en el paquete estadístico SPSS 11.5. El método que se utilizó para explorar las representaciones sociales de la profesión del psicólogo, fue el *análisis prototípico* desarrollado por el profesor Pierre Vergés (citado en Petracci & Kornblit, 2007).

A partir de la lista de términos evocados, se realizó un *análisis lexicográfico* que puso en evidencia el “prototipo” de la representación. Este prototipo busca evidenciar la organización del contenido, cruzando dos indicadores: la frecuencia de aparición de los ítems en la muestra encuestada, con el rango de aparición de estos ítems (definido como el rango promedio calculado sobre el conjunto de la muestra); es decir, determinar si la palabra fue evocada en primer lugar, en segundo, etc.

Por otro lado, para identificar y diferenciar gráficamente los elementos constituyentes de la representación social, se siguió el criterio comunicado por Petracci y Kornblit (2007) según el cual, las palabras mencionadas a partir del término inductor “*Psicólogo/Profesión del Psicólogo*” se distribuyen en un cuadrante conformado en función de cuatro elementos de la representación social. 1) Núcleo mayoritario, el cual constituye el elemento más importante sobre la representación social en cuestión. El mismo está conformado por las palabras más mencionadas en primer lugar. 2) Núcleo minoritario, son elementos menos importantes del núcleo de la representación, pero que otorgan diversidad a la misma. Está conformado por las palabras menos mencionadas en primer lugar. 3) Periferia mayoritaria,

está conformada por los elementos más mencionados después del primer lugar, y 4) periferia minoritaria, está conformada por los elementos menos mencionados después del primer lugar.

Se consideraron y analizaron las co-ocurrencias de las palabras evocadas a partir del término inductor. Estas pueden ser definidas como la aparición simultánea de dos “datos” en un espacio pre delimitado. Mediante este análisis de correspondencias de tablas de contingencias se pueden establecer relaciones de proximidad, determinación, asociación, equivalencia, oposición, exclusión, simultaneidad, secuencialidad u orden. También se pueden explorar las estructuras de relaciones lógicas entre palabras. El paso del análisis de frecuencias al análisis de co-ocurrencia constituye un paso metodológico importante desde las frecuencias hacia el contenido semántico de las representaciones sociales; sin embargo, se debe tener cuidado de no pretender extraer inferencias acerca de la significación de las relaciones observadas: se deduce que sólo existe alguna fuerza de unión entre dos conceptos, pero no cuál es el tipo de relación.

Resultados

Los participantes evocaron un total de 942 palabras, imágenes o expresiones, es decir, un promedio de 4.32 palabras diferentes por persona. Asimismo, de las 942 palabras evocadas 221 fueron palabras diferentes. Cabe

señalar que dicha variabilidad se observa luego de un proceso de unificación de palabras semejantes (por ejemplo, “sillón y diván” “análisis y analizar”).

Con el fin de identificar las palabras de mayor saliencia o porcentaje de aparición, se realizó un análisis de frecuencia de la totalidad de los términos evocados. Los resultados obtenidos se presentan en la Tabla 1. Destacamos que se obviaron de los análisis aquellas palabras con una saliencia inferior al 1%, estableciendo dicho valor como punto de corte.

Tabla 1.
Análisis de frecuencias de las palabras evocadas sobre “Profesión del Psicólogo”.

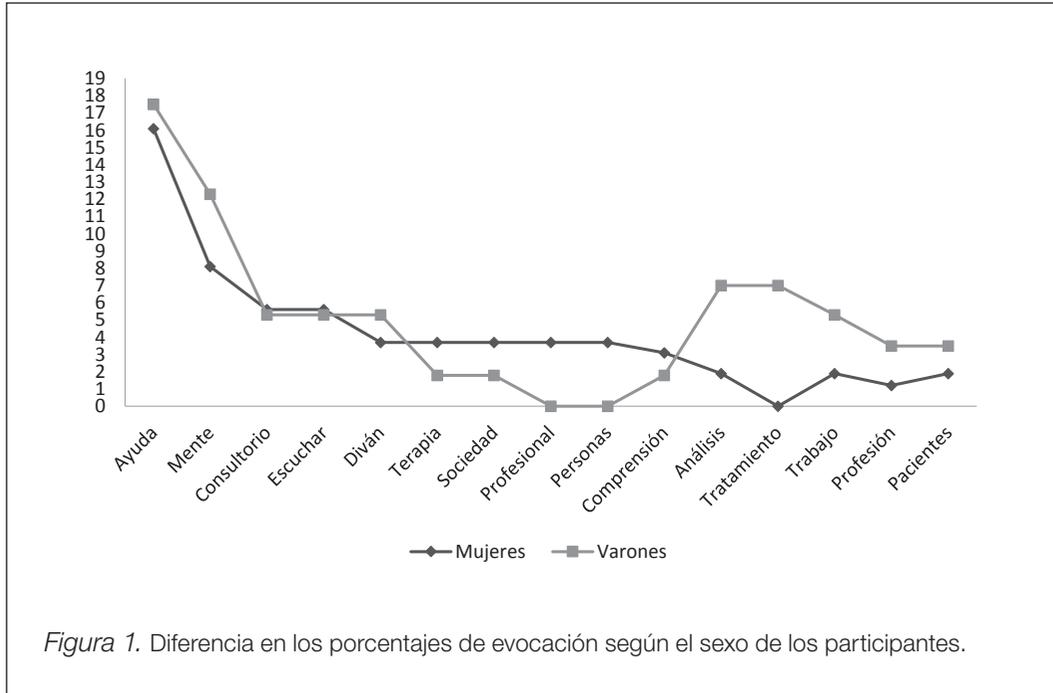
Palabras evocadas	Frecuencia	Porcentaje
Ayuda	94	9.72
Mente	44	4.55
Escucha	39	4.03
Consultorio	33	3.41
Investigación	33	3.41
Comprensión	29	3.00
Problemas	18	1.86
Psicoanálisis	18	1.86
Análisis	17	1.76
Trabajo	16	1.65
Sociedad	16	1.65
Personas	15	1.55
Paciente	13	1.34
Diván	13	1.34
Conducta	12	1.24
Estudio	11	1.14
Terapia	11	1.14
Tratamiento	11	1.14
Entendimiento	10	1.03

Como puede apreciarse en la Tabla 1, las cinco palabras con mayor saliencia refieren a: Ayuda; Mente; Escucha; Consultorio; Investigación.

Posteriormente se realizó un análisis comparativo de la frecuencia de evocación de las palabras, según el sexo de los participantes. Para facilitar la comparación entre los grupos, y siguiendo los lineamientos propuestos por Valdez (2000), se optó por conformar una lista que contuviera las 15 principales palabras evocadas. Los resultados se encuentran expuestos en la Tabla 2 y la Figura 1.

Tabla 2.
Diferencia en los porcentajes de evocación según el sexo de los participantes.

	Mujeres	Varones
Ayuda	16.1	17.5
Mente	8.1	12.3
Consultorio	5.6	5.3
Escuchar	5.6	5.3
Diván	3.7	5.3
Terapia	3.7	1.8
Sociedad	3.7	1.8
Profesional	3.7	0
Personas	3.7	0
Comprensión	3.1	1.8
Análisis	1.9	7
Tratamiento	0	7
Trabajo	1.9	5.3
Profesión	1.2	3.5
Pacientes	1.9	3.5



Tal como puede verse en la imagen, algunas palabras definidoras de la profesión del psicólogo varían bastante en función del sexo. De esta manera, los varones definen más la profesión a partir de las palabras: Mente; Análisis; Tratamiento; Trabajo; Profesión; Pacientes. Mientras que las mujeres utilizan en mayor medida las palabras: Terapia; Sociedad; Profesional; Personas.

Con el objeto de conocer la jerarquía de los elementos que componen la representación social e identificar su estructura y organización, se procedió a realizar un análisis del prototipo de la representación social siguiendo los criterios propuestos por Vergés y descriptos por Navarro, Carrascal y Londoño (2010). Tal como se mencionó anteriormente para analizar el prototipo de la representación se consideraron dos indicadores: la frecuencia de aparición y orden de mención de las palabras. En función del cruce de ambos indicadores se identificaron los elementos

periféricos y del núcleo central de la representación, tal como los denominan Petracci y Kornblit (2007):

Núcleo mayoritario, conformado por las palabras más mencionadas en primer lugar: ayuda, mente, consultorio, escuchar, diván, análisis, sociedad, terapia, comprensión, investigación, personas, profesional, trabajo, paciente, psicoanálisis y tratamiento.

Núcleo minoritario, conformado por las palabras menos mencionadas en primer lugar: profesión, salud mental, diálogo y estudio.

Periferia mayoritaria, conformada por los elementos más mencionados después del primer lugar: problemas, solución, clínica, comportamiento, conducta, entendimiento, niños, prevención, Freud, independencia, locura, patología, conocimiento, inconsciente, pensamiento, profesor y social.

Periferia minoritaria, conformada por los elementos menos mencionados después del primer lugar: anteojos, apoyo, aprendizaje, diagnóstico, inteligencia, relación y vivencias.

Para visualizar con mayor claridad la organización de la representación social sobre la profesión del psicólogo que presentan los ingresantes, se confeccionó la Tabla 3.

Tabla 3.

Palabras asociadas al término inductor "Profesión del Psicólogo" según frecuencia y orden de aparición.

	<i>Palabras Mencionadas por encima del Promedio</i>		<i>Palabras Mencionadas por debajo del Promedio</i>
	Núcleo Mayoritario		Núcleo Minoritario
Palabras Mencionadas en 1 lugar.	Ayuda	Comprensión	Profesión
	Mente	Investigación	Salud Mental
	Consultorio	Personas	Dialogo
	Escuchar	Profesional	Estudio
	Diván	Trabajo	
	Análisis	Paciente	
	Sociedad	Psicoanálisis	
	Terapia	Tratamiento	
	Periferia Mayoritaria		Periferia Minoritaria
Palabras Mencionadas en 2, 3, 4 y 5 lugar.	Problemas	Independencia	Anteojos
	Solución	Locura	Apoyo
	Clínica	Patologías	Aprendizaje
	Comportamiento	Conocimiento	Diagnóstico
	Conducta	Inconsciente	Inteligencia
	Entendimiento	Pensamiento	Patología
	Niños	Profesión	Relación
	Prevención	Social	Vivencia
	Freud		

Nota. Se excluyen de los cuadrantes periféricos las palabras mencionadas en el primer lugar

A continuación, se procedió a efectuar un análisis de similitud para identificar las relaciones existentes entre los elementos. En este sentido, cabe recordar que las representaciones sociales se definen como un conjunto de elementos cognitivos que se relacionan entre sí, por lo cual no sólo debe atenderse a los

elementos de contenido y su jerarquía, sino también a las relaciones existentes entre los mismos. Para efectuar este análisis se calculó un índice de similitud sobre la base del criterio de co-ocurrencia, vale decir, la cantidad de veces que los elementos fueron evocados de manera conjunta (Tabla 5).

Adicionalmente para determinar la intensidad de la co-ocurrencia se calcularon porcentajes considerando el total de participantes que evocaron en primera instancia el elemento de la representación en análisis. De esta manera se obtiene un índice de probabilidad condicional por palabra, vale decir, la probabilidad de mencionar una palabra “Y”, luego de haber mencionado una palabra “X”. La probabilidad condicional, a diferencia de la probabilidad a priori, apunta a determinar la ocurrencia de un evento (chocar un auto, por ejemplo) si ya ocurrió un evento anterior (consumir

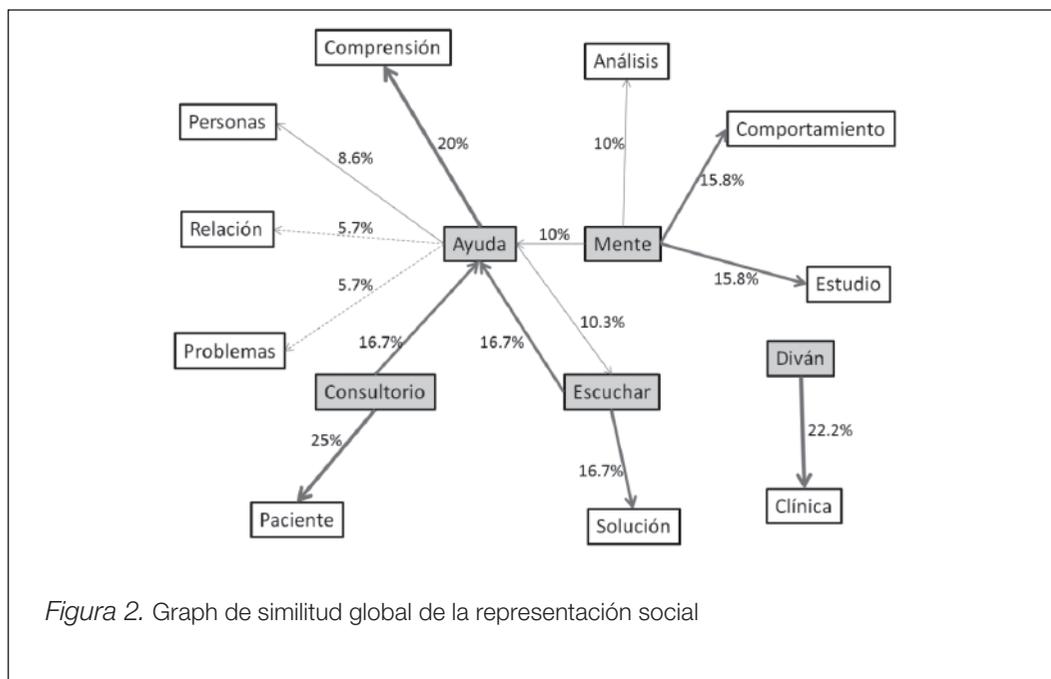
alcohol, por ejemplo). En este caso se estimaría un índice de probabilidad condicional por palabra para determinar la intensidad de la co-ocurrencia de palabras. Por ejemplo, de las 35 personas que mencionaron en primera instancia “ayuda”, 7 mencionaron a continuación la palabra “comprensión”, mientras que 2 mencionaron la palabra “relación”. Al examinar estos valores puede establecerse que si se ha mencionado la palabra “ayuda” es más probable que a continuación se mencione la palabra “comprensión” (20%), que la palabra “relación” (5.7%).

Tabla 4.
Análisis de Frecuencia de Co-ocurrencia entre los elementos de la representación social.

		Frecuencia	Intensidad de la Co-ocurrencia
Ayuda (n=35)	Comprensión	7	20%
	Escuchar	4	10.2%
	Personas	3	8.6%
	Problemas	2	5.7%
	Relación	2	5.7%
Mente (n=20)	Comportamiento	3	15.8%
	Estudio	3	15.8%
	Análisis	2	10%
	Ayuda	2	10%
Consultorio (n=12)	Ayuda	2	16.7%
	Paciente	3	25%
Escuchar (n=12)	Ayuda	2	16.7%
	Solución	2	16.7%
Diván (n=9)	Clínica	2	22.2%

Sobre la base de los resultados expuestos en la Tabla 5, se elaboró un Graph de similitud para expresar gráficamente

las relaciones establecidas entre los elementos de contenido de la representación (Figura 2).



La imagen resultante permite obtener una visualización concreta de la forma en que los elementos evocados interactúan, es decir, nos proporciona la estructura en que este campo de conocimiento se articula desde el punto de vista de sus límites y conformación interna. La información que aporta este Graph se centra además en la intensidad de las relaciones, determinada por el grosor de los enlaces y de la centralidad de los conceptos intervinientes dada por la frecuencia de las expresiones, y la integración que los mismos tienen con el resto de los elementos de la representación. Tal como se aprecia, las frecuencias más altas de co-ocurrencia se dieron en relación a los términos ayuda, mente, consultorio, escuchar y diván. A su vez, el par más frecuentemente asociado por los entrevistados fue “ayuda-comprensión”, con un total de 7 menciones.

De las anteriores Tablas (3 y 4) así como del análisis efectuado mediante el graph (figura 2) es posible hacer

inferencias acerca de la Representación Social predominante en el grupo de ingresantes universitarios. En ellos predomina una imagen de profesional especializado en el área Clínica, tal cual se deriva de las palabras definidoras Diván, Terapia, Tratamiento, Paciente, Análisis, Psicoanálisis (todas estas palabras incluidas en el núcleo central de la representación). Asimismo, dentro del área clínica parece predominar una visión de especialización psicoanalista del profesional. En el graph esto se evidencia en la conexión entre la definidora Clínica y la palabra Diván. Si se observa el graph es posible ver que las palabras Ayuda, Comprensión, Escuchar, Solución, Consultorio y Paciente, aparecen fuertemente interconectadas. Intentando lograr un resumen de lo detallado, es posible observar una representación de un profesional que en síntesis busca por medio de la escucha y la comprensión ayudar al paciente a encontrar soluciones a sus problemas, dentro de un ámbito específico como es el consultorio, y en una relación particular terapeuta-paciente.

Finalmente, el objeto de estudio que le compete a este profesional es la Mente y el Comportamiento de las Personas.

Discusión

La importancia de realizar este estudio en la población de ingresantes se debe fundamentalmente a dos factores. El primero es que las representaciones sociales sobre la profesión del psicólogo podrían determinar el modo en que los ingresantes se orientan y actúan en este nuevo escenario académico y social. Ellas son fundamentales para el conocimiento cotidiano del mundo y para tomar decisiones de acercamiento o distanciamiento sobre lo representado, siendo determinantes para el proceso de construcción social de la realidad. En este sentido, cabe preguntarse qué representación social de la profesión del psicólogo posee el ingresante universitario.

Los resultados obtenidos presentan ciertas semejanzas y algunas diferencias a los observados en estudios previos, sobre todo en lo referido al núcleo de la representación social sobre la profesión del psicólogo. En efecto se observa que la palabra “ayuda” constituye un elemento central del núcleo, observándose así la representación de una profesión ligada al servicio y orientada a beneficiar a la sociedad, tal como reporta Beltrán (2000). Tal como se aprecia en los resultados, la frecuencia más alta de co-ocurrencia gira alrededor de las palabras ayuda y comprensión; a su vez, la palabra “ayuda” es el término al que le siguen la mayor cantidad

de asociaciones evocadas. Esto refuerza la pertenencia de la palabra “ayuda” como el elemento más importante dentro del núcleo central de la representación.

Por otro lado, y en consonancia con estudios previos (Scaglia, et al. 2002; Sierra et al., 2005), se observa, particularmente en la totalidad de las co-ocurrencias encontradas durante el análisis efectuado, una fuerte impronta del modelo psicoanalítico y una visión predominantemente clínica de la profesión del psicólogo: ayuda-comprensión, ayuda-escuchar, ayuda-personas, ayuda-problemas, ayuda-relación, mente-comportamiento, mente-estudio, mente-análisis, mente-ayuda, consultorio-ayuda, consultorio-paciente, escuchar-ayuda, escuchar-solución, diván-clínica. De hecho, no se ven reflejadas significativamente otras áreas del ejercicio profesional tales como la sanitaria, educacional o laboral, por mencionar algunas.

Asimismo, de manera semejante a Orellana et al. (2008), se observa una representación social de la profesión del psicólogo relacionada con el trabajo en salud mental, en pacientes y en la sociedad, mediante la escucha y la comprensión. Esto se manifiesta en la investigación: el núcleo central mayoritario se organiza en torno a palabras tales como escuchar, comprensión, sociedad, pacientes, tratamiento, análisis, terapia, entre otras.

Es posible plantear que la marcada tendencia a ver al psicólogo desarrollándose dentro del área clínica, y específicamente trabajando en base a métodos psicoanalíticos, responde a la formación académica que se proporciona en las facultades de psicología de Argentina. Esto concuerda con los resultados obtenidos en el trabajo

de investigación de Castro (2004), quien manifiesta que tanto estudiantes avanzados como así también egresados de distintas facultades de Psicología de Buenos Aires, autoperiben una alta competencia casi exclusivamente en el área clínica y una baja autopercepción de capacitación en el resto de las áreas; reflejando así representaciones sociales compartidas por ambas poblaciones. A su vez, coincide con la investigación de Aisenson et al. (2004), quienes destacaron a través del análisis de las entrevistas el peso de la clínica psicoanalítica en la oferta curricular y su incidencia en la planificación de la carrera profesional, y en la orientación de proyectos profesionales.

Otro de los aspectos a destacar la acotada visión de los participantes sobre las áreas de ejercicio profesional, teniendo como parámetro la división establecida por la ley provincial 7.106 (1984): área Clínica, área Educacional, área Laboral, área Jurídica y área Social. Como consecuencia no son enunciadas actividades que el psicólogo puede desarrollar: diseño de programas, asesoría, orientación vocacional, colaborar en el proceso de enseñanza-aprendizaje, reclusión, selección y capacitación de personal, estudio, evaluación y actuación sobre problemas sociales, entre otros. Además, durante todo el trabajo de campo, si bien fue evocada la palabra investigación, ésta aparece relativamente aislada de las restantes, en efecto se observan nuevamente más elementos asociados a la práctica profesional clínica (análisis, diván, consultorio, por ejemplo); tampoco se observaron nodos relacionados con la enseñanza de la psicología, y a su vez son escasas las menciones vinculadas al diagnóstico en general.

Sumado a lo anterior, se aprecia en los resultados una visión de la psicología como ciencia abocada al tratamiento de la enfermedad, no encontrándose significaciones que denoten el rol de la psicología en la promoción de la salud, es decir, que partan de un enfoque salutogénico (Lellis, 2010) o positivo (Aspinwall & Staudinger, 2007). En efecto, los participantes han mencionado palabras tales como *Problemas, Locura, Patología, Asistencia por Trauma*. Asimismo, la principal palabra mencionada, *Ayuda*, se ve ligada a la palabra *Problemas*, siendo asociada también con *Consultorio y Paciente* (Ver Figura 1). Así, se evidencia una visión de la profesión ligada estrechamente al tratamiento de los problemas del paciente en un consultorio. Estos hallazgos son similares a los publicados recientemente por Ríos et al. (2011), en donde el núcleo central de la representación se basó principalmente en un modelo clínico-psicoanalítico; siendo representativas de elementos periféricos las respuestas más cercanas a teorías neuropsicológicas y cognitivo-comportamentales. Al igual que en el presente estudio, los autores observan una visión desproporcionada de la psicología centrada más en el tratamiento de trastornos que en la promoción del bienestar psicológico.

Concluyendo, es necesario trabajar para que los estudiantes e ingresantes de psicología puedan adquirir una visión más global y completa acerca de su profesión en general y su quehacer/rol en particular. Siguiendo los postulados de Lellis (2010), sería importante para estos fines hacer hincapié en la promoción de: a) una visión de la profesión y el quehacer del psicólogo más amplia, que incluya áreas clásicas como ser la Psicología Laboral y Jurídica, pero también otras emergentes,

tales como la psicología ambiental y del tránsito; b) el conocimiento de marcos teóricos que doten de mayor diversidad a la perspectiva de la psicología, como por ejemplo los enfoques sistémicos y neurocognitivos, lo cual a su vez permita una inserción más competente en los distintos planos de intervención, esto es, el comunitario, el institucional, el familiar e individual; y c) una mirada que comprenda no sólo lo patológico, sino además acciones promocionales de salud que garanticen la mayor calidad de vida de las personas asistidas.

R eferencias

- Abric, J-C. (2001). *Prácticas Sociales y Representaciones*. México, D.F: Ediciones Coyoacán.
- Aisenson D., Monedero, F., Batlle, S., Legaspi, L., Aisenson, G., Vidondo, M.,... Alonso, D. (2004). *Representaciones de estudiantes y graduados recientes sobre la Carrera y la Profesión del Psicólogo. XII Anuario de Investigaciones*. Resumen recuperado de <http://www.psi.uba.ar/investigaciones/revistas/anuario/anteriores/anuario12/trabajo.php?id=108>
- Aspinwall, L. G., & Staudinger, U. M. (2007). *Psicología del Potencial Humano*. España: Gedisa.
- Beltrán, R. M. (2000). *Una mirada a la construcción de identidades. Los psicólogos de la Universidad de Guadalajara*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Castro, A. (2004). Las competencias profesionales del Psicólogo y las necesidades de perfiles profesionales en los diferentes ámbitos laborales. *Interdisciplinaria*, 21(2), 117-152.
- Doise, W. (1993). Debating social representations. In G. Breakwell & D. Canter (Eds.). *Empirical Approaches to Social Representation*. Nueva York: Oxford University.
- Grasso, L. (2001). *Introducción a la Estadística en Ciencias Sociales y del Comportamiento*. Córdoba: Universidad Nacional de Córdoba. Facultad de Filosofía y Humanidades.
- Jodelet, D. (1991). *La Representación Social: Fenómenos, Concepto y Teoría. Psicología Social II*. Pensamiento y vida social. Psicología Social y problemas sociales. Barcelona: Paidós.
- Navarro Carrascal, O., & Londoño, M. (2010). *Representaciones sociales del habitante de la calle*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana
- León, M. (2002). Representaciones Sociales: actitudes, creencias, comunicación y creencia social. En F. Morales, D. Páez, A. Kornblit & D. Asún (comps.). *Psicología Social*. Buenos Aires: Prentice Hall
- León, O., & Montero, I. (2003). *Métodos de Investigación en Psicología y Educación*. Madrid: McGraw Hill.
- Ley Provincial 7106: *Disposiciones para el ejercicio de la Psicología* (1984).
- Lellis, M. (2010). Psicología y políticas públicas saludables. *PSIENCIA*, 2(2), 102-106.

- Orellana, O. M., García A. L., Alvites R. J., Salazar C. M., Sotelo L. L., Sotelo L. N.,... Rivera M. J. (2008). Representaciones sociales sobre el psicólogo en profesores de la educación básica pública y privada de Lima (costa) y provincias (sierra y selva). *Revista IIPPS*, 11(2), 41-54.
- Petracci, M., & Kornblit, A. (2007). Representaciones sociales: una teoría metodológicamente pluralista. En A. Kornblit (Ed.), *Metodologías cualitativas en Ciencias Sociales. Modelos y procedimientos de análisis*. Buenos Aires: Biblos.
- Rios, M., Medrano, L. A., & Moretti, L. (2011). Estructura de las representaciones sociales sobre la psicología durante el transcurso de la carrera. *Revista de Enseñanza de la Psicología: Teoría y Experiencia*, 7(1), 11-19.
- Sans de Uhandt, M. S., Rovella, A. T., & De Barbenza, C. (1997). La imagen del psicólogo en estudiantes de Psicología y en el público en general. Resumen recuperado <http://bases.bireme.br/cgi-bin/wxislind.exe/iah/online/?IscScript=iah/iah.xis&src=google&base=LILACS&lang=p&nxtAction=lnk&exprSearch=217971&indexSearch=ID>
- Scaglia, H., Lodiéu, M. T.; Lubián, E.; Cossi, E.; Déboli, M., Mascó, M. I.; & Noailles, G. (2002). Representación profesional del psicólogo en ingresantes a la carrera de Psicología. *XII Anuario de Investigaciones*. Resumen recuperado de http://www.psi.uba.ar/accesos.php?var=investigaciones/revistas/anuario/anteriores/anuario8/representacion_prof.php
- Sierra J.C., Bermúdez, M.P., Teva, I., Agudelo, D., Bretón-López, J., Gutiérrez, O.,... Buela-Casal, G. (2005). Imagen de la Psicología como profesión sanitaria entre los estudiantes de Psicología. *Papeles del Psicólogo*, 26, 24-29.
- Torres López, T. M., Maheda Guzmán, M. E., & Beltrán C. A. (2004). Representaciones sociales sobre el psicólogo: investigación cualitativa en el ámbito de la formación de profesionales de la salud. *Revista de Educación y Desarrollo*, 2, 29-42.
- Yuni, J., & Urbano, C. (2003). *Técnicas para investigar y formular proyecto de investigación. Volumen II*. Córdoba: Brujas