
LAS TIC EN EL MERCADO ACADÉMICO: ANÁLISIS DE LA IDENTIDAD DEL DOCENTE DE PSICOLOGÍA

Darío Torres Durán
Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo
daritord@gmail.com

Resumen

En este trabajo se analiza la incorporación de las Tic a la normatividad del mercado académico en una universidad pública mexicana. A través de entrevistas a docentes se tomó la teoría de la modernidad líquida de Bauman para construir el concepto de conflicto de identidad profesional que viven los profesionistas en un campo donde laboran en calidad de profesores donde se ven obligados a cambiar su imagen social para seguir comercialmente vigentes.

El trabajo presentado es parte de una investigación en proceso sobre la identidad profesional de los psicólogos que laboran como docentes universitarios. Se recuperan como categorías de análisis los conceptos de identidad profesional y mercado académico. Mediante una entrevista previa al estudio, se colocan en perspectiva sus discursos a fin de revelar el cambio de imagen social realizado a partir de la incorporación de las Tic al mercado académico.

Palabras clave: identidad profesional; mercado académico; Tic; conflicto de identidad profesional; docentes universitarios; imagen social.

Abstract

This paper analyses the incorporation of ICT to norms of academic market in a Mexican public university. Through interviews with teachers the Bauman's liquid modernity theory was taken to build the concept of conflict of professional identity that the professionals live in the field they work like teachers when seen themselves impelled to change their social image to continue their commercial vigency.

This work is presented like part of research in progress about professional identity of psychologist who works like academics. In this paper the concepts like professional identity and academic market are recovered. Previus to this study through an interview, we place in perspective their talks to show the change in social image with the ICT incorporation to academic market.

Keywords: professional identity; academic market; ICT; conflict of professional identity; university teachers; social image.

I. Introducción

El propósito de este trabajo es analizar la identidad profesional de los docentes de psicología en relación a la incorporación de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en el mercado académico. Se toma el caso de la Escuela Superior de Actopan de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, en México. El análisis tiene como punto central el cambio de imagen social del docente de psicología en relación a la incorporación de nuevos saberes en sus prácticas laborales y como una forma de enfrentar el conflicto de identidad profesional. Se tiene como base las entrevistas realizadas a los docentes donde el hilo conductor fue la autopercepción de su rol laboral. Esto, como parte de una entrevista preliminar para la realización de una investigación sobre la identidad profesional de los psicólogos que laboran como docentes universitarios.

En un primer momento se intenta clarificar el concepto de identidad y la identidad profesional como parte del mismo en la sociología, particularmente de la teoría de la modernidad líquida de Bauman (2009). Consideramos a la identidad como la construcción de un proyecto de vida bajo las dimensiones de: rol, valores e imagen social. Se retoma el concepto de conflicto de identidad generado por la pérdida de valores y se construye el concepto de *conflicto de identidad profesional*. Concluimos esta parte con una conceptualización de la identidad profesional del psicólogo

En un segundo momento se reflexiona el concepto de mercado académico presente en investigaciones del 2000 a la fecha. A fin de ubicar la incorporación de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en los espacios de intercambio de cosas materiales y simbólicas.

En un tercer momento se analiza la identidad profesional de los docentes de psicología en relación a la incorporación de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación recuperando entrevistas previas donde la autopercepción de sus actividades laborales y conocimientos ponen en evidencia la existencia de un conflicto de identidad profesional en los profesores universitarios.

Finalmente se hacen algunas conclusiones sobre el cambio de imagen social que los docentes de psicología realizan para enfrentar el conflicto de identidad profesional que ocurre en relación a la incorporación de nuevos saberes a una profesión polivalente, cuya formación básica se ve poco privilegiada a razón de profesionalizar sus prácticas laborales.

II. La identidad profesional

El rey Milinda le preguntó al sabio con el que debatía frente al pueblo:

-¿Cuál es su nombre señor? ¿Cómo es conocido por todos?

A lo que el sabio respondió:

-Me llamo Nagasena, oh gran rey. Y como Nagasena soy conocido. Más, aunque mis padres me dieran un nombre como tal, esta palabra es solo una designación, un término conceptual, un apelativo corriente, un mero nombre. Aquí no puede ser asida una persona real.

El carro, de las preguntas del rey Milinda.

El texto que se cita, hace referencia a una construcción social de suma importancia en la vida personal y profesional: la identidad. El tema de la identidad es introducido formalmente a las ciencias sociales por el psicoanálisis, pero ocupa un lugar central en ellas a partir de la década de 1960 y actualmente es algo nuevo en tanto voz, en tanto objeto y en tanto problema (Lomnitz, 2002. En: Palomar Vereá, 2007). Así lo demuestran las categorías de la identidad que se encuentran en las teorías sociales clásicas y actuales.

Para Bauman (2005), la noción de identidad en nuestro mundo moderno ha sido definida por las nuevas Tecnologías de la comunicación y la información (Tic) como el teléfono celular y la Internet. Para el autor, la identidad es un proyecto que se inventa en vez de descubrir, en tal sentido forma parte de un objetivo de vida y por lo tanto es siempre precario e incompleto. Frente a la relación actor/estructura se ha fragmentado y se ha rearticulado a partir de otras lógicas como la licuefacción de los vínculos sociales o la llamada *modernidad líquida* (Bauman, 2009). En esta lógica, la identidad se coloca como un conjunto de actividades coordinadas e interrelacionadas cuya realización busca conseguir un objetivo dentro de un tiempo dado. Pero ¿quién realiza la invención a la que se refiere el autor?

A diferencia de Bauman, que conceptualiza a la identidad como un rol, Castells (2004) considera que la identidad es la fuente de sentido y experiencia para la gente. La define como el proceso de construcción del sentido, atendiendo a un atributo cultural, o un conjunto relacionado de atributos culturales, al que se da prioridad sobre el resto de las fuentes de sentido. Y hace una importante distinción entre la identidad y el rol o el conjunto de roles. Nos dice que los roles se definen por normas estructuradas por las instituciones y organizaciones de la sociedad. Aunque sostiene que las identidades pueden originarse en las instituciones dominantes cuando los actores sociales las interiorizan y construyen su sentido en torno a esta interiorización. Esto nos lleva a su

hipótesis principal: quién construye la identidad colectiva, y para qué, determina en buena medida su contenido simbólico y su sentido para quienes se identifican con ella o se colocan fuera de ella (Castells, 2004: 28 y29).

En el mismo sentido, Montes (2010) define a la identidad como un conjunto de valores que proporcionan un significado simbólico a la vida de las personas, reforzando su sentimiento como individuos y su sentimiento de pertenencia. Establece tres tipos de identidades: Social, como discriminación entre grupos; Cultural, como un conjunto de valores, tradiciones, símbolos, creencias y modos de comportamiento que cohesionan a un grupo social; Personal, como identificación que destaque los caracteres propios, distintivos y diferenciadores de cada sujeto. Además, nos dice que una persona se puede definir: por su grupo cultural o su comunidad de origen y/o por su papel profesional y estatus social. En la primera clasificación, la persona es identificada por sus rasgos físicos, lingüísticos y señas de identidad culturales. En la segunda, por el tipo de actividad que ejerce, es decir, por un papel (rol) estructurado, rutinario y estandarizado. La autora nos menciona que la imagen social que tiene una persona de sí misma, es lo que le da sentido a sus actos y a su vida en general. Si una persona sufre de una pérdida de identidad puede generar graves problemas tanto a la sociedad como al individuo. En tal sentido, la pérdida de valores (morales, políticos e ideológicos), ha contribuido a la progresiva desintegración de la imagen que se toma del grupo al que se pertenece. Entonces nos encontramos ante una crisis de identidad, una pérdida de valores que afectan la imagen social y requiere de una resignificación para ser resuelta, es decir, que la persona con una crisis de identidad se ve en la necesidad de reconstruir su imagen para no ser excluido socialmente del grupo que le da pertenencia.

Para Machuca (2008), este es el marco en el que se establecen pertenencias sociales múltiples y la identidad profesional es una de las dimensiones que integran a la identidad social de los individuos y se conforma principalmente en la socialización dentro de contextos estructurados (Machuca, 2008:5). Sin embargo, tales estructuraciones se encuentran actualmente enfrentado un conflicto de identidad profesional, ya que la pertinencia sobre su formación para satisfacer las demandas del mercado laboral está siendo muy cuestionada. En parte, este conflicto surge de la creencia tradicional –acuñada en la modernidad–de que los saberes adquiridos en la escuela tendrían una vigencia permanente.

Paéz (2010) dice que las figuras profesionales emergentes en estos ámbitos viven la construcción de la cultura e identidad profesional como un proceso en donde la socialización tiene un papel fundamental pues ocurre a lo largo de toda la vida. En tal sentido, la identidad profesional

se construye y reconstruye en razón de los cambios y los movimientos que se dan en el entorno de los individuos. Uno de estos entornos es el laboral. Aunque en los últimos años se ha venido diluyendo su capacidad de socialización y por lo tanto su poder como constructor de identidades, sobre todo por la precarización laboral.

Según Santamaría (2007), la precarización laboral se manifiesta en la sociología de diversas maneras: marginación, vulnerabilidad, invisibilidad, exclusión, etc. Y se refiere a que el empleo asalariado, estable, seguro y protegido, que durante el proyecto de la modernidad fue la norma social, es hoy día una condición minoritaria y eso tiene repercusiones en la vida de los trabajadores. La precarización del empleo, continua la autora, está relacionada con la flexibilidad e inestabilidad de las condiciones laborales, pues el empleo precario actual se define por su ilegalidad y por su informalidad como por su falta de regulación y de reconocimiento, legal, político y social. Nos dice que la precarización laboral perturba aquellos mecanismos que hicieron del empleo un valor central para los sujetos que vivían de su trabajo. De tal manera que la función del mercado laboral como punto de orientación para la construcción de identidades individuales y colectivas se encuentra cuestionada (Santamaría, 2007:630 y 631)

Los empleos *para toda la vida* que caracterizaron a la época moderna de la humanidad tienden a desaparecer y cuando no, a transformarse en el nombre de la globalización (Castells, 2004), haciendo cada vez menor la capacidad del mercado laboral para absorber a los cada vez más profesionistas en todas partes del mundo. Esto causa que los empleos sean más competidos pero también que los profesionistas estén adquiriendo constantemente nuevos saberes para tener nuevas prácticas y así, ser más competitivos, dicho de otra manera, para mantenerse vigentes como producto de consumo en el mercado laboral.

En virtud de lo anterior, construimos el concepto de *crisis de identidad profesional* y lo definimos como: el sentimiento de frustración que ocurre en la realización del proyecto de vida que se produce cuando la formación profesional deja de ser pertinente para realizar las actividades propias del rol laboral y el profesionista se ve obligado a integrar nuevos saberes en su práctica profesional para mantener su imagen social vigente en el mercado laboral.

En la tendencia del actual orden social, de acuerdo con Gimeno Sacristán (2002) es evidente que son cada vez más las profesiones que se ejercitan y se profesionalizan, legitimándose por el dominio de competencias ligadas a la posesión de los conocimientos previos que se consideran básicos para tales actividades, más que por la competencia mostrada en el ejercicio de la actividad profesional. Dicha tendencia es desigualmente evidente en las distintas esferas de la actividad

laboral ya que, mientras que para algunas ocupaciones se pueden precisar qué bases de conocimientos se ligan directamente a su ejercicio, en otras esa relación entre conocimiento y desempeño es muy difusa. (Gimeno Sacristán, 2002: 184 y 185). Este es el caso de los profesores universitarios y en particular de los psicólogos que laboran como docentes universitarios, pues al profesionalizarse en la docencia, su conocimiento básico adquirido en la formación va dejando de ser preciso. Esto significa que el nivel de exigencia en aspectos académicos es cada vez menor y la exigencia en conocimientos pedagógicos e integración de las Tic en sus actividades laborales es cada vez mayor (Gimeno Sacristán, 2002). A esta ampliación de la formación básica común se le mira como un aspecto conveniente en el puesto de trabajo, y las políticas educativas que regulan el mercado académico condicionan los estímulos económicos al cumplimiento de la integración de las Tic o de otros saberes pedagógicos en el perfil profesional del docente. Para Gimeno Sacristán (2002), esta situación es consecuencia de la evolución de un mercado laboral que retrasa la entrada en el mundo del trabajo porque reclama saberes cada vez más sólidos para afrontar procesos cada vez más complejos y cambiantes, en los que el “saber profesional” tiende a convertirse en una serie de competencias intelectuales genéricas que antes se veían como de alta especialidad. Es decir, que el mercado laboral demanda cada vez más un valor polivalente en la preparación para el mundo del trabajo.

El caso de los profesionales de la psicología, los psicólogos, no es ajeno a los cambios que generan conflicto de identidad profesional. Harrsch (2005) nos dice que resulta de primordial interés conocer el proceso de desarrollo encaminado a la adquisición de una identidad profesional, que se da en la persona a lo largo de su formación como psicólogo. Para esta autora, el logro de la identidad supone la autopercepción constante frente a situaciones de cambio. La identidad profesional va a darse por esa autopercepción en relación con la inserción del psicólogo en la vida laboral (Harrsch, 2005: 2).

Es bien sabido que para muchos profesionistas, incluido el de la psicología, *ser profesor* es la primera –y en muchos casos la única- opción de empleo. En este sentido, los psicólogos son absorbidos por el mercado laboral en calidad de profesores principalmente en las escuelas de nivel medio superior y superior. Es aquí donde el psicólogo pone en práctica los saberes, valores y la imagen social que adquirió durante su formación profesional. Es decir, la identidad profesional del psicólogo es colocada en el rol de ser docente universitario en un mercado estructurado por normas laborales que en la actualidad, están orientadas por políticas de tendencia globalizadora.

El panorama planteado hasta ahora, nos dice que la identidad no deja de ser un proceso de

construcción social permanente en relación a espacios estructurados, tal vez por una ideología o por una política, como el centro laboral, en donde el sujeto se va diferenciando de otros actores sociales y cuando se trata de un mercado donde la formación profesional es un requisito de ingreso, como sucede con el rol de docente universitario, la identidad profesional es la construcción reconstruida en relación a la estructura estructurada por las normas que regulan la vida laboral. Si pensamos en el caso de los profesionales de la psicología, nos encontramos entonces ante la reconstrucción de una identidad profesional del psicólogo que se encuentra laborando como docente universitario. Este problema se acentúa con la incorporación de las Tic al mercado académico.

III. Las Tic en el mercado académico

El concepto de mercado, de acuerdo con Bazúa (1997) se refiere a una situación histórico-social en la que el Estado establece y garantiza la plena libertad civil de los individuos. En tal virtud, los individuos y las empresas disponen de derechos de propiedad sobre sus recursos (incluidos ellos mismos en tanto recurso) y del derecho a la libertad para realizar los intercambios que les dicte su voluntad. Por estas disposiciones individuales, las empresas se dedican a maximizar racionalmente su bienestar tomando las decisiones de uso de sus recursos (incluidos los humanos y tecnológicos) que les parezcan más eficientes en el contexto general formado por las instituciones estatales y las políticas gubernamentales. De esta manera, “el mercado puede resolver el problema de la pobreza pero no el de la desigualdad económica” (Bazúa, 1997). El autor nos dice que el mercado tiene a la friccionalidad como dinámica clave, es decir, que la eventual insatisfacción ex post de los intercambiantes es uno de los elementos que vuelven sistémica la competencia, lo que obliga a los productores a producir a los costos mínimos posibles dada la actualidad tecnológica. De no hacerlo así, los competidores lo “sacarían del mercado”. Bazúa refiere que es un error común creer que la noción de mercado se aplica solamente a la economía, ya que se trata de cualquier situación micro o mesosocial en la que impere el intercambio de cosas materiales o simbólicas a través de la oferta y la demanda. En relación a las instituciones de educación superior, nos habla de un intercambio de cosas simbólicas que satisface los deseos y preferencias de los consumidores como una conditio sine qua non para poder maximizar el bienestar propio. Nosotros recuperamos esta noción de mercado para referirnos al intercambio de cosas materiales y simbólicas que ocurre entre la universidad y los trabajadores contratados en calidad de docentes. Lo identificaremos como mercado académico.

En el mercado académico, la universidad oferta puestos académicos y fija como criterio principal para ocupar las vacantes disponibles una cierta escolaridad de los candidatos (Rodríguez Jiménez, 1997). Así mismo define, asigna y vigila las funciones y responsabilidades mediante un mecanismo que formaliza, regula y coordina las acciones de sus integrantes que Rodríguez Jiménez (1997) nos refiere como el gobierno universitario, con el cual la institución trata de cumplir los objetivos institucionales. Sin embargo, el autor nos dice que el mercado y las instituciones tienen límites en cuanto a la asignación de puestos vacantes, por lo que se genera una competencia entre los demandantes (académicos) por valorar lo mejor posible sus bienes de intercambio (conocimientos). Pero lo importante, señala, es que la competencia está regulada por principios entre los que se encuentran los de los propios académicos y aquellos que han sido impuestos por la institución. Pero no solo el acceso al mercado académico está regulado por normas institucionalizadas, sucede lo mismo con la permanencia, las promociones y las remuneraciones o los estímulos económicos. En este sentido, Villa Lever (2001) analizó el mercado académico con la identidad del académico como punto central a partir de dos elementos: la institución universitaria y el trabajo profesional que desarrollan. Tomó como eje de análisis las percepciones que los docentes tienen de su trabajo y encontró que la carrera académica se desarrolla entre una serie de tensiones que le van dando forma, pues se trata, dice, de una élite – formada por los que acceden a códigos del saber por medio de la universidad- que se ve obligada a enseñar antes que completar su propia formación académica, como tal, refiere que viven su profesión en medio de una fuerte indiferenciación institucional que los desalienta a seguir adelante; se acomodan entre las pocas exigencias de la normatividad que hace inútil la necesidad del desarrollo profesional y la promoción laboral. No obstante, cuando se incorporan al mercado académico siendo jóvenes esto les permite formarse y, si logran un empleo definitivo –como puede ser el caso de un tiempo completo- perciben una seguridad económica a futuro y la oportunidad de promoverse con base en el ritmo de trabajo personal.

Rondero López (2002) analizó el mercado académico en México, considerando como primer elemento de categorización las relaciones laborales con el sindicato. Encontró unidades organizativas internas que operan más allá de las fuerzas del mercado que supone una relación entre trabajadores, sindicatos y estado, donde la normatividad que resulta de dichas relaciones privilegia la reducción de los costos de la presencia de sindicatos y la formación de sus miembros. El mercado académico en México, como otras partes del mundo, es un mercado segmentado (Fanelli, et. al., 2002) ya que existe una amplia zona de profesores con contratos precarios por hora-clase

dedicados a la docencia en licenciatura y un sector de tiempo completo en proceso de ampliación. El autor utiliza el concepto de migración en el mercado académico para referirse a la movilización que hacen los profesionistas egresados del nivel licenciatura y que se insertan como profesores en el nivel de posgrado. Nos dice que el acceso al mercado laboral académico es regulado por cada universidad, pero incluso dentro de la misma, las contrataciones, normas académicas y remuneraciones son diferentes. Refiere que, incluso en el mercado académico de una universidad, existen condiciones laborales y formas y montos de remuneración que suelen diferir en función de los recursos que logra generar el programa educativo. Sin embargo, esta diferencia también consiste en la clasificación que se haga del docente de acuerdo al tipo de contratación con el que se incorporó en el mercado académico de una universidad.

Nosotros identificamos esta realidad en un grupo de psicólogos que laboran como docentes en la Escuela Superior de Actopan (ESA) de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo (UAEH) en México. De los cuales tomamos dos entrevistas y a partir de sus discursos analizamos la identidad profesional de los docentes de psicología en relación a la incorporación de las Tic en el mercado académico.

En la UAEH se pueden apreciar al menos cuatro tipos de contrato¹ con el que se emplea a los profesores en la ESA desde su inicio de actividades en 2000 hasta el 2010.

1. De 2000 a 2004: contrato colectivo que incluye prestaciones como prima vacacional, seguridad social, aguinaldo de 60 días, vacaciones pagadas, titularidad de la asignatura por concurso y dos años de impartirla, pero sobre todo, que el acceso al mercado de trabajo le daba derecho al trabajador de pertenecer y gozar los beneficios de un sindicato.
2. De 2004 a diciembre de 2006: contrato colectivo en el que se conservan las anteriores prestaciones pero el acceso al sindicato se condiciona a dos años de permanencia ininterrumpida en el trabajo. Preferentemente que no haya un cambio de al menos una de las asignaturas que imparte.
3. De enero de 2007 a agosto de 2007: contrato en el que se siguen conservando las prestaciones laborales pero hasta diciembre de 2010 ninguno de los trabajadores que ingresó en este periodo ha sido sindicalizado, a pesar de tener hasta tres años de antigüedad.
4. De agosto de 2007 a 2010: se contrata al trabajador por periodos semestrales y al final de cada uno debe firmar una recontractación, no se le pagan 60 días de aguinaldo sino el mínimo que marca

¹ A partir de 2010 se ha tenido conocimiento de trabajadores que son contratados por honorarios, pero este referente es para personal administrativo y técnico. El contrato por honorarios en México opera cuando no se reconoce entre la entidad o dependencia y el prestador de los servicios, ninguna relación laboral (Diario Oficial de la Nación)

la ley que son quince, no se le pagan vacaciones y su sindicalización está condicionada a factores que no siempre responden solo a la antigüedad.

Así es como podemos visualizar las condiciones laborales en las que son contratados los profesores de la UAEH que se caracterizan por ser un empleo cada vez más precario.

De los más de 30 docentes que laboran en el programa de psicología que oferta la ESA-UAEH, cinco de ellos están contratados en calidad de profesores de tiempo completo, uno de los cuales funge como el coordinador académico de la licenciatura. La ley orgánica de la universidad establece que debe contratarse a un profesor de tiempo completo por cada 40 alumnos inscritos en el plantel. Hasta el semestre enero-julio de 2011 se encontraban inscritos más de 360 alumnos en psicología. Cifra que se ha mantenido y tiende a aumentar. Por lo tanto, en teoría deberían existir por lo menos ocho profesores en calidad de tiempo completo para atender el programa de psicología. Esto significa que la proporción de profesores de tiempo completo que atienden el programa de licenciatura está cubierta al 50%. Dentro de este universo realizamos dos entrevistas semiestructuradas a psicólogos que laboran como docentes universitarios en la ESA-UAEH. Sus discursos son un referente para el análisis de la identidad profesional del docente de psicología en la ESA-UAEH. Ahora bien, ¿cómo influye la incorporación de la Tic al mercado académico en la identidad profesional de los docentes de psicología? A continuación presentamos los resultados de una entrevista que se realizó a dos psicólogos que laboran como docentes universitarios en la escuela mencionada.

IV. La identidad profesional de los psicólogos que laboran como docentes universitarios

Las características de los docentes entrevistados son de: psicólogo uno, que tiene cuatro años laborando como profesor por asignatura, egresó en el año 2002 de una escuela privada estatal y se incorporó al mercado académico en el 2007, con una formación básica en el área de psicología educativa, habiendo laborado anteriormente como profesor por asignatura en el nivel medio superior; cuenta con estudios de especialidad y al momento de la entrevista se encontraba cursando estudios de maestría. Psicólogo dos, con nueve años laborando como profesor por asignatura, egresado en el año 1992 de una escuela pública nacional y se incorporó al mercado académico en el 2002, con una formación en el área de psicología clínica, habiendo laborado anteriormente como consultor y capacitador en el sector privado; cuenta con estudios de maestría pero no está titulado.

El análisis de la identidad se realiza presentando una pregunta que correspondió a la

entrevista, a continuación la respuesta de cada psicólogo y en seguida una interpretación teórica, a fin de aproximarnos a una serie de conclusiones que se elaboran al final del trabajo.

Entrevistador: ¿En qué consiste el trabajo de un psicólogo?

Psicólogo uno: básicamente en ayudar a las personas. Yo les ofrezco un conocimiento profesional que obtuve “quemándome las pestañas” y ellos obtienen soluciones a sus problemas. Es un intercambio que hacemos, pero a veces ellos (los consumidores del servicio psicológico) me exigen que sea más de lo que yo mismo me propongo ser, es decir, quieren que yo sea como su guía espiritual o algo así.

Psicólogo dos: es una tarea muy bonita, me gusta ser psicóloga porque veo como la gente crece al resolver sus problemas. A mí me gusta que ellos vayan encontrando la solución a sus problemas, pero eso sí, tengo que estar siempre alerta a lo que dicen para orientarlos. Creo que mi trabajo como psicóloga consiste en gran parte en saber escuchar.

La autopercepción de los psicólogos entrevistados es de una imagen social de ayuda o asistencia social, pero bajo ciertos criterios que corresponden tanto a la dimensión personal como a la profesional en tanto actitud y ética, respectivamente.

Entrevistador: ¿En qué consiste el trabajo de un psicólogo que imparte clase en la universidad?

Psicólogo uno: es muy parecido al que siempre he desarrollado –como profesor en preparatoria-, prácticamente tengo que ir a contar la experiencia que he acumulado. La verdad me relaja mucho dar clase, como que siento que puedo hablar con libertad de las cosas que me laten.

Psicólogo dos: uff, pues si hay mucha diferencia, en el consultorio siento que yo soy mi propio jefe y en la universidad me siento vigilada, como amarrada de las manos porque no puedo tomar tantas decisiones. A menos que se trate de los materiales de estudio, pero no me gusta cuando disponen de mi tiempo para ir a cursos y esas reuniones donde me hacen perder el tiempo por muy poquito dinero que me pagan. A veces quisiera dejarlo pero no siempre hay consultas y ese es un dinero seguro porque tengo dos hijos y estoy separada, entonces necesito las prestaciones.

Es claro que el psicólogo que labora como docente percibe su trabajo como un espacio muy estructurado, donde sus acciones están reguladas por una normatividad institucional. Sin embargo percibe que cierto grado de libertad en la elección de los contenidos curriculares.

Entrevistador: ¿Qué conocimientos necesita para realizar su labor docente?

Psicólogo uno: son importantes muchas cosas, primero hay que saber la disciplina. Como decía un maestro mío “primero debes dominar el lenguaje de la psicología, luego la forma en que se hace ciencia y luego vivir más allá de la ciencia”. Yo creo que eso es lo que yo predico en mis clases y

así me ven mis alumnos. Siempre me dicen que soy como una especie de rebelde de la psicología, pero eso sí, siempre estoy leyendo y yo creo que eso es lo más importante para ser profe.

Psicólogo dos: pues debes tener el título primero, si no cómo. Luego hay que dar materias que uno domine porque si no los alumnos te comen. A veces nos dan materias que no tienen nada que ver con nuestra formación y luego vienen los problemas porque no da tiempo de prepararse. Pero sobre todo que debes dar clases de algo que te guste.

La formación profesional básica es necesaria para integrarse al mercado académico en calidad de docente universitario, pero la legitimidad que da el título no es suficiente, el psicólogo-docente siente la necesidad de seguir incorporando saberes a sus prácticas laborales, sobre todo ante los cambios de imagen o de rol que conlleva la relación con los demás en términos de alumnos o de superiores. El conflicto de identidad profesional surge en las relaciones estructuradas por el mercado académico.

Entrevistador: ¿Considera necesario el uso de las nuevas tecnologías en su labor docente? ¿Se ha capacitado para incorporarlas en su trabajo?

Psicólogo uno: la neta yo nunca las ocupo en mi clase, yo soy muy oral, como que siento más contacto con el alumno. Cuando das clase con el cañón está “cañón” porque se enfría la relación de enseñanza-aprendizaje. Yo creo que es mejor el contacto humano, por eso somos psicólogos, porque nos late el contacto con la gente, sino, seríamos como robots, todos automatizados. No me he capacitado por cuenta propia, siempre nos dieron cursos de computación en la escuela y ahora en la “uni” tengo que ir a los cursos de cada periodo intersemestral, pero me quedan debiendo porque mira, yo trabajo aquí con dos grupos y los cursos son hasta Pachuca, entonces la inversión que hago no es justa, yo vengo por dos horas al día en las tardes, porque mi trabajo en la prepa es en la mañana y a los cursos tengo que ir casi el doble de horas que le dedico a la uni.

Psicólogo dos: pues de alguna manera si las necesitas ¿no? Porque si no te vas quedando como rezagado y además en la escuela te obligan a hacerlo. Además, si quieres el estímulo académico es un requisito que tienes que cumplir y los que no estamos interesados en el estímulo, pues nos obligan porque nos tienen como muy vigilados. Si no asistes te descuentan las horas aunque los cursos sean en otro lugar y en un horario que no corresponde a tu trabajo.

La incorporación de la Tic al mercado académico se vivencia desde dos perspectivas: como una necesidad para mantenerse vigente en el mercado académico y como una obligación laboral que impone la institución.

Entrevistador: ¿Si en este momento perdiera su trabajo como docente, de que fuente obtendría

ingresos?

Psicólogo uno: la neta quien sabe, siempre he trabajado como orientador en prepa y actualmente como formador de psicólogos, entonces mi trabajo siempre ha sido en las escuelas. A mi gusta practicar yoga y me late la acupuntura, tal vez me metería de sanador, que es como realmente me concibo.

Psicólogo dos: no me preocupa tanto, como te digo, yo estoy ahí más por mis hijos que por el lugar. Con mis consultas a veces gano más en una hora de lo que me pagan en una semana.

Los psicólogos-docentes entrevistados se perciben como divididos entre dos dimensiones profesionales: por un lado se perciben desempeñando un rol estructurado por una normatividad institucional y por otro, con una imagen permeada de los intereses personales. Como si no encontraran la forma de empatar el rol de profesor con su imagen de psicólogos, a pesar de que el requisito para ser profesor es que sean psicólogos.

Entrevistador: ¿Se considera más psicólogo o más docente?

Psicólogo uno: ese es un problema porque la mayoría me dicen profe, pero yo me siento psicólogo. Si te fijas bien, no llevo una etiqueta en la frente que diga lo que soy. En términos abstractos soy lo que quiero ser, profe en la escuela y psicólogo en el corazón.

Psicólogo dos: antes, cuando trabajaba para el banco me sentía psicóloga, pero después de varios años de trabajar dando clases, ya no me siento como la psicóloga del banco, me siento como maestra de escuela. Solo en el consultorio me vuelvo a sentir libre de ser psicóloga.

Los psicólogos-docentes cumplen un rol que les da una imagen social, en ese sentido su identidad es construida en relación a la percepción que tienen de sí mismos y en función de la relación que tienen con los demás, pero estas relaciones se encuentran estructuradas por la institución donde laboran.

V. Conclusiones

A través de este recorrido hemos dado cuenta de un análisis de la identidad profesional de los psicólogos que laboran como docentes universitarios en relación a la incorporación de las Tic en el mercado académico. Hemos revisado cómo la normatividad laboral regula las relaciones sociales en las que se construye un proyecto de vida, aunque este no corresponda con la imagen autopercebida del rol profesional. Esto nos lleva a elaborar algunas conclusiones.

La autopercepción de los psicólogos entrevistados es de una imagen de asistencia social, que

realiza bajo condiciones ético-actitudinales desde una postura personal dentro de un rol profesional. El caso del psicólogo que labora como docente, cambia en gran parte dichas condiciones, ya que las actividades propias de trabajo están reguladas por una normatividad institucional. Sin embargo percibe que aún hay espacios dentro del rol docente y profesional donde puede tener cierto grado de libertad.

La formación profesional básica es necesaria para integrarse al mercado académico, pero la legitimidad que da el título no es suficiente, el psicólogo-docente siente la necesidad de seguir incorporando saberes a sus prácticas laborales, sobre todo ante los cambios de imagen o de rol que conlleva la relación con los demás en términos de alumnos o de superiores. A reserva de quedar excluido del grupo social al que pertenece, ya sea de forma real o simbólica. Esto genera un conflicto de identidad profesional porque las relaciones estructuradas por el mercado académico le imponen actividades a su rol que no siente que correspondan a la imagen social que ha construido. Dicho conflicto se ve acentuado por la incorporación de la Tic al mercado académico, que se vivencia desde dos perspectivas: como una necesidad para mantenerse vigente en el mercado académico y como una obligación laboral que impone la institución.

Los psicólogos-docentes entrevistados se perciben como divididos entre dos dimensiones profesionales: por un lado se perciben desempeñando un rol estructurado por una normatividad institucional y por otro, con una imagen permeada de los intereses personales. Como si no encontrarán la forma de empatar el rol de profesor con su imagen de psicólogos, a pesar de que el requisito para ser profesor es que sean psicólogos. En el mismo sentido, cumplen un rol que les da una imagen social y su identidad es reconstruida en relación a la percepción que tienen de sí mismos y de la relación que tienen con los demás. Pero estas relaciones se encuentran estructuradas por la institución donde laboran, por lo tanto, el rol docente predomina sobre la imagen de psicólogo, al menos en los espacios donde se le pide ser psicólogo para después transformarlos en docentes. La formación básica entonces es menos importante como disciplina y más importante como una imagen necesaria para desempeñar un rol.

Finalmente, el proyecto de vida del psicólogo no está coordinado con las actividades laborales propias del rol de docente universitario. Esta condición, la del rol docente, le da una imagen en el mercado laboral adecuada para el mercado académico pero no para el campo laboral de su profesión, de tal manera que el profesor no se identifica con la institución donde labora y esto repercute en la integración ambivalente que hace de los saberes en las nuevas tecnologías.

VI. BIBLIOGRAFÍA

Bauman, Z. (2005). *Identidad*. Lozada: Buenos Aires

-(2007). *Miedo líquido. La sociedad contemporánea y sus temores*. Paidós: España

-(2009). *Tiempos líquidos. Vivir en una época de incertidumbre*. Tusquets Editores: México

Bazúa, F. (1997). Estado, mercado e interés público en educación superior. En: Mungaray, A. y Valenti, G. (Coord.). *Políticas públicas y educación superior*. ANUIES: México

Diario Oficial de la Federación: México

Fanelli, A. M. et. al. (2002). *Entre la academia y el mercado. Posgrados en ciencias sociales y políticas públicas en Argentina y México*. ANUIES: México

Gómez Pérez J. R. (2004). *Las Tic en educación*. Consultado en: página web personal: <http://boj.pntic.mec.es/jgomez46/ticedu.htm> el mes de junio de 2011

Gimeno Sacristán, J. (2002). ¿Qué son los contenidos de la enseñanza? En: Gimeno Sacristán, J. y Pérez Gómez (2002). *Comprender y transformar la enseñanza*. Décima edición. Morata: Madrid

Harrsch, C. (2005). *Identidad del psicólogo*. 4ta. Ed. Prentice Hall: México

Machuca, A.E. (2008). *La identidad profesional de los sociólogos*. Maestría en Ciencias Sociales; FLACSO –Sede académica de México. México. 185 h.

Páez, M. (2010). *Socialización e identidad profesional*. UPN

Palomar Vereá, C. (2007). Reseña de “Identidad” de Zygmunt Bauman. *Espiral*, enero-abril, año/vol. XIII, número 038. Universidad de Guadalajara. Guadalajara: México. pp. 205-214

Rodríguez Jiménez, J. R. (1997). *Mercado y profesión académica en Sonora*. ANUIES: México

Villa Lever, L. (2001). *El mercado académico: la incorporación, la definitividad y las promociones*,

pasos para una misma trayectoria de formación. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, enero-abril, vol. 6, núm. 11, pp. 63-77

Rondero López, N. (2002). El mercado académico en México: reflexiones desde la sociología del trabajo. *Sociológica*. Año 17, número 49, mayo-agosto, pp. 205-229