



**El informe Neuropsicológico:
Directrices para informar como
Neuropsicólogos.**

Juan Manuel Barroso y Martín
Universidad de Sevilla

**The Consumer-Oriented
Neuropsychological Report**

C. Armengol, E. Kaplan, y E. Moes (eds.),
2001.

EEUU: Psychological Assessment Resources.

Una de las actividades desarrolladas a diario por el neuropsicólogo, es, entre otras, la de resumir, sintetizar, y subrayar lo más importante de su trabajo de cara a ofrecer una información relevante que enfatice lo más importante del mismo para ser utilizado, si es necesario, como un informe.

Esta labor, que se recoge de forma concisa en un documento formal requiere de toda la habilidad personal para organizar la tremenda complejidad del trabajo realizado, siendo una de las labores que mas se demanda y asiduamente se realizar por este especialista.

The Consumer-Oriented Neuropsychological Report, es una publicación editada en palabras de sus autores en "respuesta a las necesidades propuestas igualmente por un grupo de clínicos y de estudiantes para seguir unas directrices que les puedan ayudar en su esfuerzo al redactar estos informes".

La compilación de este volumen nace gracias a las experiencias prácticas recopiladas durante varios años de un grupo de Neuropsicólogos clínicos como son todos los autores que en él contribuyen.

Juan M. Barroso y Martín. E-mail: jmbarro@us.es

Departamento de Psicología Experimental. Area de Psicología Básica. Universidad de Sevilla.

El libro, aunque de manera física solo está dividido en 13 capítulos, puede ser agrupado en diferentes secciones.

La *primera sección* que encuadra a los tres primeros capítulos, desarrolla aspectos pertenecientes a la *definición* de Neuropsicólogo, la de cliente, y la relación entre ambos. En el *capítulo primero*, escrito por E. Kaplan y E. Moes, se revisan las *directrices para la acreditación y la práctica del Neuropsicólogo*, así como se presentan algunas referencias históricas relacionadas con este tema. El *segundo capítulo*, de P. Finn, E. Moes, y E. Kaplan, presenta datos obtenidos de los principales clientes a los que van remitidos los informes (abogados, médicos, especialistas, etc..) sobre los *aspectos más importantes y relevantes que han encontrado en los informes Neuropsicológicos*. En el *capítulo tercero* C. Armengol argumenta la *importancia de la primera entrevista* para identificar los aspectos mas relevantes, tanto para obtener información del cliente, como para explicar que se va a obtener de la evaluación Neuropsicológica.

Dentro de la *segunda sección* están englobados los capítulos del cuatro al nueve. En ella se desarrolla otra de las grandes áreas en las que se ha dividido este libro: *el informe* en sí mismo. En el *capítulo cuarto* C. Armengol y W. Jamieson escriben sobre la controversia entre *evaluación comprehensiva versus el screening*: la necesidad de comprender conceptos como especificidad y sensibilidad; procesos diagnósticos diferenciales; aspectos éticos generados por los informes breves y muy centrados, etc... El siguiente capítulo, *quinto*, escrito por L. Jasper y J. Capuco, discute la importancia de las observaciones históricas y comportamentales, proporcionando el *marco contextual* en el que la evaluación se desarrolla, se interpreta, y se informa. Dentro del *sexto capítulo*, J. Mendoza, proporciona una visión general de las *áreas y de la estructura de un informe Neuropsicológico*, añadiendo un listado de los fallos más comunes al recoger los datos, en la interpretación, en la organización, y en el informe mismo. J. Pieniads y D. Kelland, en el *capítulo séptimo*, revisan la controversia actual sobre la *inclusión de puntuaciones* en el informe. El *capítulo octavo*, escrito por C. Armengol, E. Moes, D. Penney, y M. Sapienza, versa sobre el tópico observado en los informes neuropsicológicos de que regularmente las *recomendaciones son tan generales que no son útiles* argumentando cómo evitar este problema. En el capítulo que cierra esta sección, el *capítulo noveno*, T. Trudel y J. Taylor discuten sobre las ventajas y las limitaciones del *uso de ordenador* en la recogida de datos, la interpretación, y en los resultados globales.

La *tercera sección* la forman los capítulos diez, once, y doce. En ella se describen *directrices para escribir informes* dirigidos a los diferentes profesionales que los van a utilizar. El *capítulo décimo*, escrito por J. Scalón y J. Grubman, presenta información sobre como *escribir informes de forma breve* pero con contenidos oportunos y de información relevante cuando existe apremio temporal. R. Guare y M. Dawson, escriben el *capítulo onceavo* en el que describen las directrices para presentar *informes neuropsicológicos en el ámbito escolar* describiendo los desafíos específicos y las ventajas del trabajo desarrollado por equipos multidisciplinares en la escuela. En el *capítulo doceavo*, W. Derby explica las necesidades que debe cubrir un *informe neuropsicológico para el ámbito legal-forense*.

El capítulo final del libro, *treceavo*, *recopila una serie de informes neuropsicológicos*, a modo de ejemplos prácticos, enfocados para cubrir las diferentes necesidades de los profesionales que los solicitan –médicos, rehabilitadores, abogados, etc...- Estos están realizados en diferentes estilos y con un contenido también diferente en función de las demandas solicitadas.

The Consumer-Oriented Neuropsychological Report es una obra muy recomendable para todos aquellos que necesiten elaborar información en forma de informe neuropsicológico. Está dirigido a un amplio grupo de profesionales y a estudiantes en formación. Los estudiantes encontrarán en este libro una introducción práctica para la aplicación correcta de las técnicas y herramientas del examen neuropsicológico. Para los profesionales neuropsicólogos el libro no es un sustituto sobre su forma de pensar acerca de la evaluación y el informe de esta, sino que les aporta directrices que les pueden ayudar a organizar sus ideas para escribirlas en forma de informe más adecuadamente en su práctica clínica diaria.