

# Retórica en el discurso del Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad como organismo regulador de las Normas Internacionales de Información Financiera

## Rhetoric in the speech of the Council of International Accounting Standards as a regulatory body of the International Financial Reporting Standards

Clara Peña Dugarte\*

Universidad de los Andes, Mérida-Venezuela

**Forma de citar este artículo en APA:** Peña Dugarte, C. (enero – junio, 2017). Retórica en el discurso del Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad como organismo regulador de las Normas Internacionales de Información Financiera. *Science of Human Action*, 2(1), 56-67.

\* Posgrado en Ciencias Contables, Especialista Tributario, área rentas internas. Participante de la séptima cohorte del Doctorado en Ciencias Contables de la ULA. Universidad de los Andes. Mérida, Venezuela. Correo electrónico: clarapd@hotmail.com

## Resumen

La retórica es un discurso persuasivo que pretende intervenir en los intereses particulares de otras personas y, de esta manera, imponer sus criterios; y se caracteriza por tener una perspectiva subjetiva. A partir de estas premisas, se plantea como objetivo de la investigación analizar la retórica en el discurso del International Accounting Standards Board–IASB (Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad), como organismo regulador de las Normas Internacionales de Información Financiera–NIIF. El estudio se encuentra enmarcado en un enfoque cualitativo, circunscrito a la modalidad documental. Se tomó como base el trabajo Young (2003), en el que se pudo observar la influencia de la retórica en la contabilidad, en los estándares de normas internacionales y, de esta manera, establecer la postura con respecto a esta investigación, para finalizar con algunas conclusiones, entre las cuales se destaca que el IASB impone su postura de cómo debe ser presentada la información financiera mediante la emisión de las NIIF.

## Palabras claves:

Retórica; discurso; contabilidad; normas internacionales.

## Abstract

Rhetoric is a persuasive speech seeking to intervene in the private interests of others, and through that way, to impose its criteria; and it is characterized by having a subjective perspective. From these premises, the aim of the research is to analyze the rhetoric in the speech of the IASB (International Accounting Standards Board), as a regulatory organism of IFRS (International Financial Reporting Standards). The study is framed within a qualitative approach, limited to the documentary mode. Based on the work done by Young (2003), where the influence of rhetoric in Accounting in international norms and standards was observed, and thus establish the position with respect to this research, ending with some conclusions, by which it stands out that the IASB imposes its position of how the financial information through the issuance of IFRS should be presented.

## Keywords:

Rhetoric; discourse; accounting; international standards.

# Introducción

La retórica es considerada como una perspectiva individual capaz de manipular los argumentos, con el fin de originar diversas acciones y posturas entre un público. Es por esta razón que surge el objetivo de la investigación, que es analizar la retórica en el campo de la contabilidad, desde la influencia que tuvo en la adopción de estándares de Normas Internacionales de Información Financiera.

Una de las críticas que recibe la retórica es que esconde la realidad y manipula al usuario. Debido a la influencia que surge del concepto de retórica, específicamente en el área contable, el presente artículo estará dirigido a analizarla en el discurso del IASB, organismo regulador de las NIIF.

Para ello, la investigación se realizó por medio de un estudio documental, el cual incluyó revisión de las estrategias utilizadas por la retórica y la asignación de categorías; además, se tomó como artículo de referencia la afirmación hecha por Young (2003), quien sostiene que la contabilidad es construida y no representa la realidad. Se encuentra manipulada por los intereses de un grupo de personas formadas con un punto de vista particular en cuanto al significado de varios aspectos de la contabilidad, como es el caso de la emisión de los estándares de información financiera.

El artículo se estructura en varios puntos para dar respuesta al objetivo planteado: (1) La retórica, (2) Retórica en el discurso contable, (3) Retórica en el discurso del IASB como organismo regulador de las normas. Por último, se mencionarán algunas conclusiones.

## 1. La retórica

La retórica es definida como “el arte de persuasión” (Aristóteles, 1926, p. 15). Ésta pretende predisponer a un público en particular para que actúe de una manera específica, bien sea que adopte una política, cumpla con una ley o acepte los resultados de una investigación.

La retórica forma parte de las artes necesarias para la vida en sociedad. Así lo afirma Abbagnano (1995):

La retórica es afín a la dialéctica, tanto a una como a otra, en efecto se ejerce para demostrar tesis opuestas, no para persuadir a favor de cualquier acción, sea buena o mala, sino solo para señalar el camino de la persuasión. Su objeto es el estudio de lo probable (p. 513).

De esta manera, la retórica establece un discurso sobre las cosas pasadas o futuras, del que el oyente puede ser un experto o solo un interesado en la información que se está exponiendo. Para Parelman (1997) existen tres géneros de retóricas: la deliberativa, la judicial y la demostrativa.

La deliberativa se refiere a los hechos futuros y debe convencer demostrando algo. La retórica judicial hace referencia a hechos acaecidos, su objeto es acusar o defender, persuadiendo que tales hechos son justos o injustos. La retórica demostrativa se refiere a cosas presentes y su objeto es alabarlas o condenarlas, como verdaderas o falsas, buenas o malas.

Esta forma de lenguaje ha sido un elemento importante en el proceso de construcción, desarrollo y transmisión del mundo, y puede decirse que “la práctica de la retórica proviene de estudios antiguos del oratorio político, que a su vez tienen repercusión en la modernidad” (Cockcroft, R. & Cockcroft, 1992, p. 3). De esta manera, representa un papel importante que tiene influencia en todos los aspectos y épocas de la sociedad.

Al estudiar el papel de la retórica, se menciona el trabajo sociológico de Pierre Bourdieu (1990), quien ha estudiado cómo la lengua es controlada, reformada y reconstituida por los agentes sociales con los objetivos de establecer y ejercer el poder (simbólico). Bourdieu expone que la comunicación social es rara vez un proceso imparcial de compartimiento de información y uso; por el contrario, se ve que la comunicación refleja una relación asimétrica entre agentes sociales que constantemente maniobran y luchan sobre recursos limitados.

La retórica forma parte de los análisis del discurso. Para McCloskey (1994), la retórica es vista como un antónimo de la verdad. Se considera como el conjunto de herramientas discursivas que son utilizadas diariamente para llevar al otro al convencimiento en los enunciados. A continuación se mencionarán algunas de las perspectivas que sobre el tema se pueden encontrar:

Para Gill & Whedbee (2000), “la retórica es el discurso calculado para influir sobre un auditorio hacia cierto fin en particular” (p. 234). Se trata de un tipo de discurso instrumental. Es un vínculo para fortalecer, alterar o dar respuestas a las opiniones de un público determinado. Además:

Su método consiste en identificar las estructuras textuales, discutir las y, en algunos casos, desarmarlas, a fin de establecer cómo operan para crear opiniones, sancionar ciertas maneras de mirar el mundo, o silenciar a determinadas personas o puntos de vista (Gill & Whedbee, 2000, p. 237).

Es considerada entonces un discurso para reforzar o desarrollar opiniones de una perspectiva individual o de un grupo de personas que tienen un interés en particular. Por medio de éste se construyen hechos o representaciones mentales y no, necesariamente, la presentación objetiva de datos.

Latour (1992) explica que la retórica “es el nombre de la disciplina que, durante milenios, ha estudiado cómo hacer que las personas creen algo o se comporten de una determinada forma y que ha enseñado a la gente a persuadir a los demás” (p. 30).

Latour manifiesta que cuando se habla de retórica de la ciencia, irá en contra de la tradición que expone que la ciencia no utiliza la retórica, sino que se basa en los hechos, pero para explicar estos hechos se emplea la argumentación, que no es otra cosa que el desarrollo de un discurso para demostrar alguna conclusión o resultado, bien sea por medio de artículos, libros, ponencias, videos, documentales, gráficos, tablas. De esta manera encontramos que la argumentación utiliza un discurso para demostrar hechos, por lo tanto, se observa la influencia que tiene la retórica en la argumentación.

Para reafirmar lo anteriormente expuesto, “a retórica de la investigación toma como punto de partida que toda investigación” desde la ciencias puras hasta la teología “es argumento. Ni los hechos de la historia ni las pruebas matemáticas hablan por sí mismas” (Bazerman et al., 2005, p. 74).

A continuación, siguiendo a Palerman (1997), se nombrarán términos y elementos importantes en el análisis retórico que son reconocidos desde los clásicos.

Como primero tenemos al *inventio* (hallazgo), por medio del que el orador selecciona, descubre, construye los argumentos por los cuales demostrará su tesis. Posteriormente, el orador realiza una *dispositio* u ordenamiento, con el fin de indicar los argumentos de una manera lógica dentro del discurso. Al presentar el discurso, el orador debe hacerlo de un modo claro, de acuerdo con el público al que se dirige; este acto se denomina *elocutio*. Por último, se encuentran la memoria. Es la fase en la que se recuerdan los argumentos y la disposición de los mismos, y la pronunciación; implica las estrategias adecuadas para la entonación del discurso. Los dos últimos elementos han perdido importancia debido a que, en la actualidad, el análisis se hace principalmente sobre los textos escritos.

Dentro de los elementos tradicionalmente utilizados en la retórica se encuentran los recursos estilísticos; entre ellos:

- ▶ Logos: este recurso estilístico es utilizado apelando a la razón, a la lógica del argumento. Es el recurso más usado por la ciencia. El elaborar un método de investigación, la búsqueda de causalidades, la presentación de los argumentos dentro de un artículo, la exposición de gráficas y cuadros explicativos, y el estilo impersonal de escritura, son apelaciones a la razón, al conocimiento.

- ▶ Ethos: con este elemento se acerca a la credibilidad del orador. Dentro de la retórica de la ciencia, esta credibilidad se apoya en recursos como los argumentos de autoridad y la apelación a la objetividad de la ciencia. La credibilidad del científico está en la capacidad de innovación, innovación que debe obedecer al método científico.
- ▶ Pathos: este recurso llamará a los sentimientos del auditorio, del público. En momentos de polémicas científicas, los sentimientos, las emociones, se harán presentes al argumentar en contra del otro o al defender la posición propia.
- ▶ Estilo: el estilo de la ciencia busca ser impersonal y, además, breve y claro. Para Gross (2006), el estilo de la ciencia es paradójico, un oxímoron, ya que, por un lado, se pretende que sea modesto, claro, sin muchos ornamentos en términos estilísticos, y por otro lado, se quiere que el discurso científico lo englobe todo y solucione cualquier tipo de problemas.

Estos elementos permanecen inmersos en el discurso retórico, en el cual se apoya el ponente para persuadir al público y, de esta manera, presentar los argumentos necesarios para captar la atención y la pronta aprobación de la propuesta presentada.

## 2. La retórica en la contabilidad

Para Chua (1986), la contabilidad ha sido vista como un sistema de información que representa la realidad. Además, le otorgan un carácter objetivo a la información que ella produce; se dice también, que es una disciplina neutral, sin interés alguno. Estas son distintas formas de comprender la contabilidad, que para Fabián (2011) ha cambiado en los últimos tiempos; ha sido objeto de discusiones en relación con su desempeño en las organizaciones y la sociedad. Fabián (2011) comenta que la contabilidad, al igual que la ciencia, es retórica, por presentar un discurso emitido por una comunidad, con un mensaje particular, encaminado a un grupo específico para influir en sus decisiones.

Donald McCloskey (1994), uno de los principales exponentes de la economía, ha hecho un análisis de la retórica utilizada en esta ciencia, especialmente la economía neoclásica. Para McCloskey (1994), “la ciencia es escrita con intención, la intención de persuadir a otros científicos, tales como los científicos económicos” (p. 320). De esto se deduce que la ciencia no está libre de retórica, porque para argumentar sus resultados y convencer al público necesita persuadir por medio del discurso.

McCloskey (1994) comenta que los economistas tienen dos actitudes ante los discursos. Una actitud oficial, por la cual los economistas se reconocen a sí mismos como científicos; estos científicos buscan como propios y adecuados los requerimientos del método científico (hipotético-deductivo). Y la segunda actitud es de carácter implícito; tiene que ver con el trabajo real de investigación, en donde hacen uso de la retórica para elaborar sus argumentos.

A partir de estas premisas, se comienza a cuestionar el discurso o argumentos utilizados en el desarrollo de las teorías contables, dejando de lado su carácter objetivo y neutral, puesto que la ciencia es escrita con intención y para escribirla se necesita de la argumentación, que a su vez utiliza un discurso para dar a conocer los resultados de algún hecho o experimento que los expertos consideren importante.

La contabilidad es una ciencia social y, como tal, sus estructuras teóricas deben responder a las transformaciones del mundo que le rodea, la contabilidad tiene que ver con las relaciones sujeto-objeto, las estructuras teóricas deben tener correspondencia con la práctica social y contable; de esta manera, se pretende que se crucen el mundo de lo formal y el de lo real.

Al igual que en la ciencia, los discursos expresados en la contabilidad tienen influencia de la retórica, por ser argumentados desde la perspectiva de los individuos que desean imponer su criterio. A continuación, se presentará un ejemplo de los tres géneros de retóricas; la deliberativa, la judicial y la demostrativa, pero aplicado a la contabilidad.

En los informes financieros, el género deliberativo -que se refiere a hechos futuros- lo encontramos en las estimaciones que se le realizan a algunas partidas, y de esta manera se podrán demostrar comportamientos en el futuro y así tomar la decisión adecuada. Por otro lado, el género judicial, hace referencia a hechos acaecidos en el pasado; en los informes financieros se hallan cuando se hacen análisis comparativos de varios periodos, con el propósito de demostrar la actuación de la organización y de esta manera tomar decisiones para mejorar el crecimiento de la organización; también al género judicial se le puede relacionar con la auditoría, ya que aplicándola se evalúa el desempeño de la empresa en diferentes periodos y asimismo se tomará en consideración el resultado para aplicar los correctivos necesarios. Por último, el género de la retórica demostrativa es la valoración que hacen las organizaciones a sus propios informes por medio del análisis financiero, a partir de esto, se emiten juicios acerca de las acciones positivas o negativas que hacen las mismas empresas.

### 3. Retórica en el discurso del IASB como organismo regulador de las NIIF

La evolución histórica de la contabilidad ha permitido desarrollar un proceso contable que admite la intervención en sus estructuras, modelos y metodología, haciéndola una práctica social que interactúa con todas las esferas de la sociedad: política, económica, psicológica y religiosa.

Esta intervención se ha podido observar con mayor énfasis en el proceso de adopción de las normas internacionales, viéndose una marcada influencia por parte del organismo emisor; por lo tanto, lejos de ser un conocimiento que hable sobre la verdad de la realidad, es un conjunto de creencias acerca de lo que debería ser la contabilidad, por ejemplo, en cuanto a presentar información que esté libre de sesgo, dar más importancia a la esencia sobre la forma, la manera como se deben reconocer los arrendamientos financieros.

En la presente investigación se analizará la retórica en el discurso del IASB como órgano regulador de las NIIF; es decir, el estudio propone analizar los elementos empleados en el discurso del IASB para el proceso de adopción de las normas internacionales.

El enfoque del uso del lenguaje y el papel de la retórica son un instrumento de persuasión para convencer a otros de la realidad contable. Este lenguaje se convierte en estrategia para persuadir al oyente de la necesidad, la importancia y la admisibilidad de las normas, como también exponer la insignificancia de otros aspectos contables. Esta situación se puede observar mediante las normas emitidas por el IASB; este organismo fija mayor importancia a algunas cuentas contables y otras ni las considera -como es el caso del efectivo en caja y banco, cuentas por cobrar y por pagar-, centrándose solo en unas partidas relacionadas estrechamente con los mercados financieros, como lo son las inversiones, arrendamientos, activos intangibles.

Para Young (2003), la “asignación en categorías de importante y no importante es un aspecto crucial en el ajuste del estándar en el cual la realidad de la contabilidad es construida” (p. 622). Young expone que las normas están preparadas por miembros de un órgano regulador y, como tal, son propuestas desde un punto de vista particular para satisfacer intereses de un grupo de personas; en este caso, el grupo de personas sería las empresas que cotizan en el mercado de valores. El IASB utiliza la retórica como un lenguaje para controlar, reformar, establecer objetivos y de esta manera, ejercer el poder.

Bourdieu (1991) expone que “la idea de la comunicación social rara vez es un proceso imparcial de uso de la información. En cambio, se ve que la comunicación refleja una relación asimétrica entre agentes sociales que constantemente maniobran y luchan sobre recursos limitados” (p. 66). En este contexto, la comunicación para



Bourdieu es un medio de poder, un instrumento usado por los organismos para asegurar posición y establecer el dominio. Así lo podemos observar en el Prólogo de las Normas Internacionales de Información Financiera, en el que se establece que los objetivos del IASB son:

(a) desarrollar, buscando el interés público, un único conjunto de normas contables de carácter mundial que sean de alta calidad, comprensibles y de obligado cumplimiento, que exijan información comparable, transparente y de alta calidad en los estados financieros y en otros tipos de información financiera, con el fin de ayudar a los participantes en los mercados de capitales de todo el mundo, y a otros usuarios, a tomar decisiones económicas; (b) promover el uso y la aplicación rigurosa de tales normas; (c) cumplir con los objetivos asociados con (a) y (b), teniendo en cuenta, cuando sea necesario, las necesidades especiales de entidades pequeñas y medianas y de economías emergentes; (d) llevar a la convergencia entre las normas contables nacionales y las NIIF, hacia soluciones de alta calidad (Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad, 2010, párr. 6, p. A16).

De esta manera, el IASB, a través del discurso presentado en sus objetivos, deja clara su autoridad, imponiendo la adopción de las normas y estableciendo la necesidad de estos estándares para presentar información transparente y de alta calidad.

El IASB presenta cada norma con una estructura similar, los hechos y argumentos son mostrados de forma ordenada, para ser impuesta como autoridad y ser aceptada sin críticas. Un ejemplo de cómo el IASB estructura la norma, lo podemos encontrar en el Prólogo:

Las normas aprobadas por el IASB incluyen párrafos que aparecen en letra negrita y otros que aparecen en letra normal, pero ambos poseen la misma autoridad. Los párrafos en letra negrita indican los principios importantes. Cada norma individual debe ser leída en el contexto del objetivo establecido en la propia norma y en este Prólogo (Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad, 2010, párr 14, p. A17).

En los ejemplos anteriores se puede observar como el IASB usa el discurso retórico para imponer sus criterios y alcanzar sus intereses particulares. Argumenta Young (2003) que las estrategias retóricas empleadas por el organismo emisor plasman la imagen de que un estándar contable es bueno, con lo que silencia las alternativas y las posibles críticas y da a conocer al IASB como un buen órgano emisor de estándares.

En las tablas 1 y 2 se presenta la relación que existe entre el discurso de la retórica y el organismo emisor de las normas IASB, haciendo un breve resumen de lo que se expuso en los puntos anteriores.

Tabla 1. Elementos que intervienen en la retórica del discurso

Elementos de la retórica	Órgano emisor (IASB)
<b>Inventio</b> o invento	El IASB escoge, descubre y construye los argumentos para demostrar su tesis. El órgano emisor de las normas se vale del auge de las empresas a partir de la revolución industrial, con la finalidad de seleccionar de manos de expertos las reglas contables basadas en la práctica y crear un cuerpo de postulados y principios contables.
<b>Dispositio</b> u ordenamiento	Este elemento estaría presente en el momento de definir las formas de representación. El dispositivo permite definir qué tipo de información se presenta y en qué orden. El IASB propone un esquema amplio y estructurado de principios de contabilidad, que servirá de referencia para resolver problemas específicos.
<b>Elocutio</b>	Es el momento en que el IASB presenta su discurso, de acuerdo con el público al que se dirige. Lo hace con la emisión de normas, lo cual sigue una estructura y, de esta manera, impone su autoridad y el obligatorio cumplimiento.

Fuente: elaboración propia con base en los elementos del discurso retórico.

Tabla 2. Tipos de argumentos utilizados por la retórica del discurso

Tipos de argumentos	Órgano emisor (IASB)
<b>Logos</b>	Es un conjunto de argumentos que no apelan a los sentimientos ni las valoraciones, sino que se basan en hechos reales, comprobables, demostrables. El IASB presenta las normas desde este punto de vista y así se pueden observar en el compendio de normas. Son presentadas a través del prólogo, de manera muy objetiva.
<b>Ethos</b>	El IASB, por medio de este argumento, se apoya para expresar su autoridad y la objetividad de las normas. Esto lo hace a través de la emisión de las normas, en las que especifica los pasos a seguir para dar cumplimiento y el calendario de aplicación. A simple vista, pareciera que presenta argumentos objetivos, pero se ve involucrado el juicio de valor, al establecer métodos para determinados sucesos. Así se expresa en el Prólogo de las Normas Internacionales de Información financiera (Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad, 2010, párr. 13, p. A-17).
<b>Pathos</b>	En este argumento se observa como el IASB apela a los sentimientos del oyente y, de esta manera, interviene en ellos para convérselos de que lo que se está presentando es lo correcto. Así, apela a las expectativas de los oyentes, quienes al ver como están presentadas las normas -específicamente el prólogo y marco conceptual-, tendrán suficientes motivos para adoptarlas.
<b>Estilo</b>	El estilo que presenta el IASB busca ser impersonal, es un discurso que engloba todo y soluciona todo tipo de problemas.

Fuente: elaboración propia con base en los elementos del discurso retórico.

## Conclusiones

El IASB, por medio de las NIIF, expresa la obligación de cumplir con los estándares impuestos por este organismo; así lo pudimos observar en enunciados anteriores, cuando mencionamos el párrafo 6 del prólogo de estas normas. Así se da la imposición de la norma a través del discurso y el cumplimiento de los propósitos establecidos por la organización.

El IASB promueve la aplicación de las normas a nivel mundial, sin tomar en consideración el entorno económico en el que se va a desarrollar. Ejemplo de esta situación es la aplicación del método de medición; el valor razonable que se define como “el importe por el cual puede ser intercambiado un activo, o cancelado un pasivo, entre un comprador y un vendedor interesado y debidamente informado, que realizarán una transacción en condiciones de independencia mutua” (Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad para Pymes. NIIF<sup>1</sup>, 2009, párr. 2.34, p. 22).

Esta definición se da en economías donde existe un mercado activo, el cual debe presentar las siguientes características: a) Los bienes o servicios intercambiados en el mercado son homogéneos. b) Pueden encontrarse en todo momento compradores o vendedores para un determinado bien o servicio. c) Los precios son conocidos y fácilmente accesibles para el público. Es decir, debe haber un mercado libre, en donde el precio sea fijado por la ley de la demanda y la oferta, no debe haber ningún tipo de regulaciones y siempre deben existir partes interesadas en comprar o vender un determinado bien. De esta manera surge la inquietud ¿Cómo es el proceso de medición donde no existe un mercado activo?

El órgano emisor de las normas pareciera que manipula el discurso contable por medio de los estados financieros como una acción deliberativa legal. A través de los estados financieros, el IASB presenta la información de las empresas de la forma impuesta por dicho Consejo, y lo hace cumpliendo sus estándares, dando importancia a algunas partidas y a otras no, según el criterio que maneja.

Es necesario acotar que cuando se habla de que la contabilidad posee una retórica, no se afirma que lo que la contabilidad expresa es falso. Todo producto de la contabilidad, como todo producto de la ciencia, presenta discursos contruidos con uso de dispositivos retóricos con un fin: presentar una información particular a un público específico, que la acepta y la legitima.

## Referencias

Abbagnano, N. (1995). *Historia de la Filosofía*. Barcelona: Edit. Montaner y Simón.

Aristóteles. (1926). *El 'Arte' de Retórica*. En: J. H. Helada (Trad.). Londres: Biblioteca de Loeb Classical.

Bazerman, C., Litle, J., Bettel, L., Chavkin, T., Fouquette, D., & Garufis, J. (2005). *Reference guide to writing across the curriculum*. Indiana: Parlor Press.

<sup>1</sup> NIIF para pymes. Normas Internacionales de Información Financiera para pequeñas y medianas entidades

- Bourdieu, P. (1990). *The Logic of Practice*. Cambridge: Polity Press.
- Bourdieu, P. (1991). *Language and Symbolic Power*. Cambridge: Polity Press.
- Chua, W. (1986). Radical developments in accounting thought. *The accounting Review*, 61(4), 601-632.
- Cockcroft, R., & Cockcroft, S. (1992). *Persuading People. An Introduction to Rhetoric*. London: The Macmillan Press.
- Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad. (2009). *NIIF para PYMES. London. IFRS*.
- Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (2010). Prólogo de las normas Internacionales de Información Financiera. IFRS.
- Fabián, L. (2011). *Perspectivas de investigación, retórica y contabilidad*. [Documento en línea]. Recuperado de: [http://www.umanizales.edu.co/publicaciones/campos/economicas/lumina/12/8\\_perspectivas.pdf](http://www.umanizales.edu.co/publicaciones/campos/economicas/lumina/12/8_perspectivas.pdf).
- Gill, A., y Whedbee, K. (2000). *Retórica*. In t. van Dijk. El discurso como estructura y proceso. Estudios del discurso. Introducción multidisciplinaria. Barcelona: Gedisa.
- Gross, A. (2006). *Starring the text the place of rhetoric in science studies*. Illinois: Southern Illinois University Press.
- Latour, B. (1992) *Ciencia en Acción. Cómo Seguir a los Científicos e Ingenieros*. Barcelona: Editorial Labor.
- McCloskey, D. (1994). How to do a rhetorical analysis, and why. In R. Backhouse (Ed.), *Economic Methodology* (pp. 319-342). London: Routledge.
- Palerman, C. (1997). *El imperio retórico. Retórica y argumentación*. Bogotá: Editorial Norma.
- Young, J. (2003). *Constructing, persuading and silencing: the rhetoric of accounting standards. USA*. Accounting, Organizations and Society.