N

os siguen impresionando los estudios académicos que se han apoyado en la psicología para dilucidar el comportamiento de los usuarios de la información financiera.

Hoy en día tenemos machotes, es decir, un modelo de estados financieros que se mantiene, cambiando año tras año las cifras. Su apariencia es sobria y, si se quiere, apeñuscada. Al mismo tiempo estamos admirando emisores que se están aventurando a presentar su información combinando la redacción acostumbrada con imágenes, colores y tipos de letra más llamativos.

Un reciente artículo ([*Joint Effects of Boilerplate and Text Markup on the Judgments of Novice and Experienced Users of Financial Information*](https://aaajournals.org/doi/10.2308/bria-52582). De: *Henry, Elaine, Peytcheva, Marietta*, Behavioral Research in Accounting, 10504753, Spring2020, Vol. 32, Fascículo 1) informa: “(…) *Encontramos que boilerplate reduce la sensibilidad a la información de diagnóstico y diluye el fallo, pero la presencia de marcado compensa este efecto negativo ([65]; [87]). También encontramos que el efecto de la marca es más beneficioso cuando la cantidad de boilerplate es mayor que cuando es menor. Mientras markup ofrece la ventaja de hacer la información recién introducido más sobresalientes, contrarrestando así el efecto de dilución de boilerplate, marcado también impone costos reduciendo la legibilidad*. (…)”

Por lo tanto, las características editoriales, la forma de escribir, las repeticiones de un año a otro, de una nota a otra, las notas al pie, los resaltados, subrayados o despliegues, tienen efecto sobre los lectores de la información, dependiendo de su experiencia. En todo caso, estas herramientas pueden distraer la atención para centrarla en asuntos de menor importancia que, aunque se mencionan, se presentan de forma que puedan pasar desapercibidos.

El artículo nos cuenta que estas situaciones han sido advertidas por el supervisor del mercado de capitales en los Estados Unidos de América, quien está tratando de controlarlas.

En nuestro medio, el estilo de descomponer saldos de cuentas en subcuentas abulta, pero muchas veces no añade nada significativo. Es una forma de no decir nada, aunque se escriba mucho.

El problema pedagógico se encuentra en que los profesores no somos conscientes de los efectos de los modelos que utilizamos en las asignaturas. Muchos profesionales de la contabilidad se acostumbran a usar modelos que no han sido analizados. La falta de crítica implica que los preparadores desconocen lo que están generando.

Son muchos los modelos al alcance de la profesión. Se toma un formato y se rellena, porque trata de una situación parecida a la que tenemos entre manos. De tanto acudir a opiniones favorables, repetidas, llegamos al momento en el cual cualquier cambio alarma a los clientes. Ejercen presión, disminuyendo la libertad de opinar. Grave daño.

*Hernando Bermúdez Gómez*