E

n el congreso sobre la fe pública que organizó la carrera de contaduría de la Pontificia Universidad Javeriana, en nuestra ponencia [La Fe Pública Contable](http://www.javeriana.edu.co/personales/hbermude/ensayos/LaFePublica%281990%29.tif), distinguimos entre confianza pública y fe pública.

El año pasado, la Corte Suprema de Justicia, Sala de Casación Penal, en la sentencia SP14549 de octubre 12 de 2016, sostuvo: “(…) *Siguiendo al diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, puede sostenerse que la confianza es la <<esperanza firme que se tiene de alguien o algo>>. Trasladando este concepto al ámbito jurídico, se concluye que la confianza es un sentimiento según el cual, en virtud de los antecedentes sociales, culturales, laborales, deportivos, religiosos, comerciales, profesionales, de amistad, familiaridad o afinidad, se tiene la convicción de que determinado individuo se comportará según las expectativas que de él se esperan, condiciones en las cuales se puede llegar a suponer fundamente que dicho sujeto también cuidará o administrará, como si fueran propios, los bienes de carácter patrimonial ajenos con los cuales entra en contacto, de suerte que no se apoderará de ellos, ni propiciará o dará lugar a que otro lo haga.* (…)”.

Tratándose de los contadores públicos, la comunidad espera que actúen con respeto de los principios éticos: 1. Integridad, 2. Objetividad, 3. Independencia, 4. Responsabilidad, 5. Confidencialidad, 6. Observancia de las disposiciones normativas; 7. Competencia y actualización profesional. 8. Difusión y colaboración; 9. Respeto entre colegas; 10. Conducta ética.

Son miles las ocasiones en que efectivamente los contadores se comportan como se espera de ellos. Hay casos, unos cientos, que no es así. Desafortunadamente, los medios de comunicación y la propia profesión, callan sobre los primeros y hacen bulla sobre los segundos. Las imágenes creadas por el poder mediático no corresponden a la realidad. No es posible luchar contra estas concepciones sino con la difusión necesaria realizada también a través de medios masivos de comunicación.

La imagen mala de ciertos contadores es ampliamente difundida por los mismos contadores. Esto puede hacerse para aprender de ello. Lamentablemente, también se hace para desprestigiar a los infractores y, por qué no, para poder coger su mercado.

Hay que elaborar documentos que al tiempo que atraigan a buenos candidatos, sirvan para hacer conciencia entre la comunidad de los servicios tangibles que les prestan los contadores y las garantías de ética y competencia.

Los seres humanos no somos perfectos. Mientras demostremos que nos esforzamos por actuar bien, nos deben tener paciencia. Muchas veces no entendemos lo que nos dicen, porque, aunque nos hablen en castellano, no entendemos la respectiva jerga.

*Hernando Bermúdez Gómez*