R

eiterando sobre la importancia del mercadeo, nos referimos hoy a la certificación [*AAM Digital Marketing Fundamentals Certificate*](https://accountingmarketing.org/learning/skill-building/), conformada por los siguientes módulos: “*Module 1 – Setting Yourself up for Digital Success – Eric Majchrzak, CEO of BeachFleischman, ―Module 2 – Content Strategy – Julia Germeyer, Senior Marketing Manager, PBMares, ―Module 3 – Content Execution and Web – David Toth, Chief Growth Officer, Winding River Consulting, ―Module 4 – Email Marketing and Lead Generation – Allison Schlegelmilch, Chief Marketing Officer, RKL, ―Module 5 – Best Practices for Social Media – Rachel Hane, Marketing Manager, Johnson Lambert, ―Module 6 – SEO – Apoorv Dwivedi, Founder, Strategic Marketing Advisor, Fixyr, ―Module 7 – Paid Search Advertising Best Practices – Becky Livingston, Founder, Penheel Marketing, ―Module 8 – Analytics – Sarah Stage, Director of Marketing, Insero & Co. CPAs*” Como se puede ver, hay muchas opciones para mejorar en el campo citado. Una acción necesaria, planteada por nosotros en 1988, es el fortalecimiento de una cultura contable. Esta podría provenir de los colegios, como se hizo en los siglos pasados y probablemente hasta principios del siglo XX. Hoy, lamentablemente, muchísimos no tienen ni idea de la contabilidad. La culpa es de los contadores, cualquiera sea su rol: profesores, ejercientes, autoridades, etc. Prácticamente hoy no existen acciones hacia la comunidad en general orientadas a informarlos, orientarlos, educarlos, ayudarles a entender y a utilizar los respectivos conocimientos. Muchos más contadores y menos cultura contable. Gran ironía que se ha creado por mirar a dónde no toca. En todo caso, es necesario reposicionar la contabilidad como una ciencia verdaderamente humana, capaz de ayudar a los seres humanos a avanzar hacia una mejor vida. Repetimos, esperando que lo oiga la legión de abogados que cree que lo más importante son las normas, que la contaduría no se creó ni educa para actuar como oficiales de cumplimiento. El trabajo de los contables es especialmente difícil por la pérdida de ética que sufren las comunidades humanas, corroídas por el egoísmo, muchas veces dirigido por las mal llamadas finanzas, es decir, aquellas que ponen al dinero por delante y por encima de las personas. No podemos dejar que siga ocurriendo lo que los romanos llamaron “*capitis deminutio*”. Los contadores deben levantarse poniendo de presente su dignidad. Deben evitar, impedir, oponerse, a todos los extraños que quieren definir su ruta, sobre todo sin haber nunca estudiado verdadera contabilidad. Las leyes tienen que ser evaluadas y las diferencias deben ser expresadas. Los procesos deben atenerse a los caminos previstos, expresando en su recorrido una gran convicción y fortaleza. Es decir, creyendo en la ciencia contable deben encontrar su liberación política. De cierta manera, los contadores deben dedicarse a la filosofía contable. A meditar, a reflexionar, a estudiar, a examinar, las empresas. Con la libertad y el rigor del entendimiento deben rechazar a los que piensan que son técnicos a los que se pueden dar órdenes. No sé si finalmente serán contestarios. Pero confiamos en que siguieran soluciones.

*Hernando Bermúdez Gómez*