E

n las conclusiones del artículo *Information Mediums Effect On Information Sharing Behavior,* escrito por Zaidi, Syed K, Henderson, Cassy D, Li, Yuanqin, Akaaboune, Ouadie, publicado por *The Journal of Theoretical Accounting Research*; New Rochelle Tomo 17, N.º 1, (Fall 2021): 1-29, se lee: “(…) *Results revealed marginal effects arising from using an anonymous KMS to share negative information. Meaning, collectivist individuals with high face dimension are slightly more likely to share negative information anonymously. This indicates that a KMS may be useful in collectivist countries with face dimension for collecting information on a coworker's past mistakes if the individual believes the information will remain genuinely anonymous. This finding is particularly significant for organizations in collectivist cultures with face dimension due to the challenges they face in obtaining negative information. ―On the contrary, the study found that individuals are far less likely to share positive information in a KMS. This is likely due to the desire to maintain respect and prestige that collectivist with face dimension possess. Reporting successes anonymously, with not add any value to this desire. Along the same line, the study also found that managers in collectivist societies with face dimension should encourage the sharing of positive information in an FTF setting. Collectivist cultures with face dimension will share positive information with a manager or group because of the prestige and recognition gained from sharing their successes. The results show a FTF medium of communication is particularly useful with junior managers and females. More specifically, managers at lower levels and female employees are more willing to share positive information in a FTF setting.* (…)” Ciertamente es diferente comunicarse cara a cara o utilizar otros medios de administración de conocimiento. Además, también estamos de acuerdo que el anonimato tiene un efecto percibible en la comunicación. Este estudio trató de una sociedad colectivista (podrían asumirse los siguientes grupos: individualista, colectivista, colectivista con o sin dimensión cara a cara). Es un error pensar que lo que se escribe y circula será oído y comprendido por todos. En las organizaciones la comunicación es deficiente y llega a convertirse en mensajes diferentes a los emitidos. A veces los preconceptos mitológicos vencen los nuevos informes. Todo esto lo podemos aplicar a los informes, reportes, opiniones o dictámenes. Los contadores llevan años perfeccionando la forma de expresarse, difundiendo modelos que garanticen mensajes precisos. Pero deben hacer estudios de legibilidad para establecer realmente qué han comprendido los destinatarios de sus comunicaciones. Varias veces encontrarán que el público no capta el significado que ellos han atribuido a sus palabras, porque este usa generalmente un lenguaje común y no técnico como suelen hacerlo los profesionales de la contabilidad. El individualismo genera una tendencia al secreto, con el cual tiene que combatir la información transparente y completa. Por eso encontramos tantos administradores tratando de decir lo menos posible, por lo que acuden a abogados y comunicadores.

*Hernando Bermúdez Gómez*