



## ÉTICA Y COMUNICACIÓN. UN DILEMA ENTRE PRINCIPIOS Y VALORES

Recibido: 30/12/2015 Aceptado: 19/01/2016

Oñate, Lina

Universidad Privada Dr. Rafael Bellosó Chacín, URBE, Venezuela

[linaonate994@gmail.com](mailto:linaonate994@gmail.com)

### RESUMEN

Esta disertación tiene como finalidad describir la ética en los procesos de comunicación. Siendo la comunicación organizacional una actividad dinámica que mantenga cierto grado de estructura, la cual, sin embargo no es estática sino cambiante y debe ajustarse al desarrollo de la misma. Dicha investigación se realizó bajo un proceso analítico teórico conceptual, bajo los principios de Cortina (2010), Etkin (1998), Guédez (2002) y Shein (1999), entre otros. Asimismo, el artículo hace reseña a la ética; una reflexión mancomunada entre principios y valores, la comunicación; conformada por resolución de problemas, influencia sobre la opinión y promoción de la acción, la importancia de la comunicación; actividades combinadas para alcanzar las metas propuestas, así como también la ética y comunicación; caso de aplicación en la industria petrolera. En dicho contenido, puede resumirse que para el logro de la ética y la comunicación, se debe (pensar - hablar y/o expresar - hacer) en un mismo sentido. Lo que nos lleva a la ética y comunicación asertiva y eficaz, al mismo tiempo cumpliendo con los roles de la comunicación y evitar los conflictos de interés ya que son muy frecuentes y diversos dentro de la industria petrolera, tienen un gran impacto tanto en la información que llega a los internos como externos, los cuales en su gran mayoría no son divulgados para su mejora.

**Palabras clave:** ética, comunicación, conducta.

### ETHICS AND COMMUNICATION. A DILEMMA BETWEEN PRINCIPLES AND VALUES

#### ABSTRACT

This dissertation aims to describe the ethics in communication processes. It is a dynamic organizational communication activity to keep some degree of structure, which however is not static but must adjust to changing and developing it. This research was conducted under a conceptual theoretical analytical process, under the principles of Cortina (2010), Etkin (1998), Guédez (2002) and Shein (1999), among others. Also, the article makes ethics review; a joint reflection between principles and values, communication; consists of troubleshooting, influence opinion and promote the action, the importance of communication; combined activities to achieve goals, as well as ethics and communication; When used in the oil industry. In this content, it can be summarized that the achievement of ethics and communication, should (think - talk and / or express - do) in the same direction. Which brings us to the ethical and assertive and effective communication, while fulfilling the roles of communication and avoid conflicts of interest



because they are very common and many within the oil industry, have a great impact on both the information They reaching internal and external, which mostly are not disclosed for improvement.

**Key words:** ethics, communication, conduct.

## INTRODUCCIÓN

Si partimos del hecho que en las ciencias sociales, el derecho, y la ética como comportamientos están sujetos a nuevas confrontaciones ante la realidad de los mismos hechos, amerita entonces construir novedosas categorías de análisis moral que interpreten mejor los cambios y tendencias de la sociedad. Los esquemas clásicos, metodologías y conceptualizaciones son valiosas herramientas, pero en ocasiones exigen adaptación e incluso transformación para su mayor utilidad en el estudio de los fenómenos sociales.

Si lo moral tiende a estar determinado por los actos y estos por nuestros caracteres y valores, entonces la relatividad de la ética fundamenta y moldea todos los actos y los convierte en morales desde la perspectiva individual. Esto hace la concepción de la ética peligrosa llevándonos a un comportamiento “amoral”. ¿Se hace entonces necesario aceptar los supuestos de la razón jurídica y política sobre la razón religiosa? conduciéndonos a teorizar nuevas bases del comportamiento moral y dirigiéndonos a una neo concepción de la ética.

Todo ello nos induce a aceptar el hecho que no compartimos todo el mismo sistema moral e incluso poco probable que lo compartamos en un futuro cercano. Y esto por un hecho real, vivimos en un mundo caracterizado por un pluralismo que nos conduce a tomar el acto moral desde una perspectiva individual. Pero tal individualismo produciría un relativismo de lo moral que sería peligroso e indeseable. Sin embargo, ninguna de esas posibilidades es la última palabra en materia de una propuesta moral.

Sostiene Cortina (2010, p. 115) “La tarea moral actual más bien debiera consistir en la búsqueda de lo que muchos entienden como una ética cívica”, una ética de mínimos en el sentido de llegar a consenso sobre aquellos actuares básicos que debemos tener para la convivencia social que se convierte en actuares innegociables y transversales, en lo que pudiéramos reconocernos todos (independientemente de credos o filiaciones particulares). Para Fernández (1994) es una ética básica, cuyos contenidos pudieran ser ampliamente comparados y servir de plataforma para la ética de máximos que cada quién pueda elegir como propia.

La tarea entonces no es tan fácil; no solo el Estado y los Gobiernos estarían convocados para ello, sino la iglesia y las religiones, los organismos internacionales, las empresas y toda la sociedad civil.

Por todo lo anterior, pudiéramos llegar a una simple reflexión: la ética ha de ser entendida como algo exclusivamente humano; como lo diría Nietzsche “demasiado



humano”, que nos conduce a una interrogante totalmente moral inducida por Kant: “¿Qué debo hacer?”.

### ÉTICA. UNA REFLEXIÓN ENTRE PRINCIPIOS Y VALORES

Reflexionar sobre ética es abordar la temática relacionada con principios y valores, orientada en constituirnos en personas cada vez mejores, sin embargo, el dilema es ¿Mejores comparadas con qué?, y buscando las ciertas razones para reconocernos como humanos. Ahora la cuestión es como conceptualizamos la ética en el contexto actual de crisis y de autoproclamado pluralismo ideológico.

Según Etkin (1998), y de obligatoriedad ética, es el hacer bien a la persona y a la sociedad, de aquella manera en la cual se acrecienta su libertad y garantice simultáneamente el tener el mismo acceso al sistema de libertad abierto para todos. Esta es la diferencia entre una ética de los intereses personales y la ética corresponsable del bien común.

Por otra parte, Guédez (2002) considera la ética parte integrante a la naturaleza humana, donde el hecho de ser ético va más allá de un comportamiento que para unos puede ser visto como “bueno” o “malo”, es más sobre el carácter de las personas. Esta concepción argumenta lo que Savater (1991) menciona en la significación que el da a los valores, el sentido que no sería correcto hablar de valores éticos o no éticos, ya que lo que es verdaderamente ético es la acción de seleccionar, jerarquizar y armonizar valores de acuerdo a lo que se decide actuar en nuestras vidas.

Por otro lado, la búsqueda cada vez mayor de adquirir dicho comportamiento ético se hace cada vez más prioritario; va más allá de la simple reducción del margen de error, sino que permite minimizar e incluso evitar las percepciones que pueden dejar dichos comportamientos a la reputación que en algunos casos son hasta irreversibles. De allí se hace complejo aceptar tales comportamientos éticos de manera simple, ya que se convierte en un asunto intrínseco del ser humano donde se confronta a la persona en su propia conciencia, de tal manera que los valores y principios que están inmersos en ella se convierten en elementos condicionantes y que la fundamentan y orientan.

En tal sentido, se puede establecer que la ética es la conjugación de autoestima, solidaridad y participación. La primera porque podemos decir que la autoestima “es el primer deber hacia sí mismo”. Es capacidad de auto-conocimiento, auto-evaluación, auto-aceptación, auto-respeto, auto-disciplina y auto-concepto, de la misma manera también se sostiene que “las siete R” de la autoestima son: respeto, responsabilidad, riesgo, reconocimiento, relaciones, roles y renovación.

Por otra parte se habla de las seis prácticas para el desarrollo de la autoestima y, en tal sentido se menciona el vivir conscientemente, la auto-aceptación, la responsabilidad, la asertividad, la intencionalidad y la integridad. Es decir, la ética puede definirse como la reflexión sobre los principios y valores, se preocupa por lograr mejores personas y busca las verdaderas razones de todos para ser mejores seres humanos.



## LA COMUNICACIÓN VISTA COMO PROCESO DE INFLUENCIA EN LA OPINIÓN Y PROMOCIÓN DE LA ACCIÓN

El proceso de comunicación se configura y define como un sistema de símbolos compartidos, que sugiere e implica un intercambio entre las personas que intervienen en el proceso comunicativo entre aquellos símbolos comunes. Según Fernández (1996) de allí es necesario considerar un grado mínimo de experiencia común y de esos significados compartidos entre aquellas personas que participan en el proceso comunicativo.

Desde otra perspectiva más aristotélica cobra relevancia el hecho de dejar claro el objetivo principal de la comunicación, cual es la persuasión, es decir, la intención de conducir a los demás a compartir el mismo punto de vista. En ese orden, Savater (1999) sostiene que nos comunicamos con la finalidad de influir e impactar de una forma consciente a otras personas. De allí que el fin básico de comunicarnos es modificar la relación original entre nuestras percepciones respecto al medio que nos rodea.

Entendemos entonces al proceso de comunicación como un proceso que puede darse por la vía verbal, escrita, visual o a través de cualquier expresión que persiga transmitir una idea concreta, una información o pensamiento y que puede ejercer influencia en las personas. De allí y entendiendo que en las organizaciones públicas y específicamente las de acción local como alcaldías, el intercambio de ideas e información llega a ser la esencia que se convierte en su naturaleza de existir al traducirse en la calidad del servicio público que prestan, subordinando entonces todos los tipos de interacción y de su medio al proceso comunicativo.

Por otra parte, toda organización debe funcionar con libertad de comunicación entre todos sus miembros. En las organizaciones públicas cualquier funcionario puede solicitar directamente la asesoría o la ayuda de otro miembro, así como también pueden solicitar ayuda a sus subordinados. Todos estos contactos no suponen ninguna violación del control de línea mejorando el rendimiento y la velocidad con que se realiza el trabajo.

La comunicación se expresa mediante etapas sucesivas y no simultáneas, motivo por el cual, una vez establecida, queda claramente expuesta para poder describirla en sus fases o elementos como un proceso, y que se puede descomponerse en etapas más o menos regulares y secuenciales, teniendo en cuenta la dinámica de movimiento que relaciona los elementos entre sí en todo proceso comunicacional.

## LA COMUNICACIÓN COMO UNA COMBINACIÓN DE ACCIONES PARA EL LOGRO DE METAS

El proceso de la comunicación mantiene unida a toda organización ya que proporciona los mecanismos para transmitir la información vital que requieren las actividades para la consecución de los objetivos y metas establecidas, según Hodgetts (1999).

Refiere el autor citado que en el proceso de comunicación se hace necesario desarrollar competencias comunicativas de forma de poder utilizar adecuadamente las palabras, ya que por medio de ellas expresamos nuestros pensamientos, sentimientos e



ideas. Algunas personas tienen un inventario limitado de vocablos con los que se pueden expresar o que sus reminiscencias en una situación dada son restringidas. Puede suceder que un individuo piense que está diciendo lo correcto pero siempre parece expresarlo de la manera equivocada. Las palabras con unidades estructurales y el uso correcto de estas permiten crear una construcción de ideas, sentimientos y actitudes.

En cualquier actividad donde se necesite estar en permanente contacto con alguien, la comunicación es fundamental para el éxito de dicha labor y para su correcto funcionamiento. Dentro de las organizaciones, muchas veces se presentan inconvenientes, problemas o malentendidos, simplemente porque la comunicación no es buena y las directrices para realizar un trabajo no son las adecuadas.

Por ejemplo, imaginémosnos un mundo donde no existiera la comunicación, estaría desolado, desierto y muy próximo a la extinción, ya que nunca se intercambiarían ideas que harían que todo fuera mejor y se aprovecharan los talentos o potencialidades que pudieron haberse pensado pero nunca notificado.

Al mismo tiempo en las organizaciones, es frecuente encontrar que muchas han fracasado en sus intentos por implementar programas de cambio o estrategias de transformación, porque sus sistemas de comunicación tanto internos como externos han sido muy deficientes. Igualmente, estos proyectos han demandado una gran cantidad de esfuerzo y mucho dinero, los cuales serán difíciles de recuperar después.

Igualmente, cuando se presenta un fracaso en cualquier labor, lo primero que se pierde es la credibilidad. Sumado a esto también se genera un ambiente de incertidumbre porque no se sabe que camino se tomará ya sea para mejorar lo torcido o empeorar lo malo que se ha realizado. Dentro de una organización esto no debe existir porque genera un ambiente en el cual no se percibe con exactitud un correcto manejo directivo.

Por tal razón, para que no exista desunión al interior y al exterior de una empresa, se debe dar un manejo adecuado de la comunicación que permita la integración y buena relación de sus miembros, lo que repercutirá positivamente en todo sentido para la organización, especialmente en su aspecto económico, ya que el buen fluir de los mensajes es una inversión para el éxito de una compañía.

Cuando se intenta planificar alguna acción o decisión y posteriormente llevarlo a término es importante que la base de comunicación esté sustentada de manera que permita desarrollar una buena comunicación y así evitar los inconvenientes surgidos normalmente en cada proceso. Al mismo tiempo, lograr que exista un perfecto entendimiento y una buena comunicación entre todos los participantes de la organización, ésta debe asesorarse muy bien por expertos que coordinen las actividades que permitan una excelente productividad, desarrollo, competitividad, rentabilidad y, en general, un perfecto funcionamiento que redunde en beneficios múltiples tanto a trabajadores como a la misma empresa.

Tomando en cuenta que, un empleado motivado trabajará mejor, y si trabaja mejor, su rendimiento aumentará, ocasionando que una compañía se desarrolle muy bien y se



refleje su buen estado en la atención que se les dé a sus clientes. Es decir, al desarrollar una comunicación excelente con la cual algún miembro de la organización no perciba que ha sido olvidado ni discriminado, sino por el contrario, tratar que se sienta como parte integrante e importante en la organización, su satisfacción será reflejo del éxito de la organización.

Entonces, podemos decir que todo gerente debe esforzarse para que sus empleados sientan que son escuchados y que hacen parte fundamental en la compañía, al existir una comunicación fluida y eficaz. Solo así se conseguirá un compromiso alto por parte de los trabajadores y los resultados se verán en todas las áreas de la organización.

Shein (1999, citado por Seijo, 2007) deja claro que el valor del proceso de comunicación interpersonal se convierte en una plataforma de ayuda a los miembros de las organizaciones para la creación de las bases que conforman el valor de la cultura comunicacional, que permita una mejor convivencia en la empresa, entendida esta, como una gran comunidad de creación de pensamientos, es decir una comunidad de comunicación.

En otras palabras, la gestión gerencial requiere de los procesos comunicacionales, y más aún en la gestión de instituciones públicas, ya que al entender estos procesos como algo intrínseco a la persona, se convierten en la clave para los procesos de liderazgo que crean impacto en los procesos de la comunicación corporativa, y desde los mismos procesos de trabajo hasta los que están y se desarrollan en el individuo. De allí que los procesos de gerencia se convierten en la metáfora de la misma cultura comunicacional y de los procesos de interacción comunicativa humana y organizacional, la cual tiende a determinar el estilo de gerencia, aunque en algunos casos resalte el impacto de la cultura sobre la comunicación, según Parra y otros (2008).

El obstáculo de mayor relevancia que se desarrolla en los procesos de comunicación está relacionado al hecho que cualquier persona pueda sentirse con la capacidad para poderla desarrollar. En la actualidad se debe reconocer la misma necesidad de comunicarse, sin embargo, no todas las personas desarrollan las competencias comunicativas que les permita diferenciar el proceso de comunicación asertiva del simple hecho de enviar mensajes que en muchos casos son inconexos y con muy poco contenido, que lejos de ayudar a entender la información crean un cúmulo de dudas sobre la misma.

De allí que adquirir la habilidad para comunicarse se hace esencial para la organización, por cuanto esta contribuye a la mejor ejecución de los procesos, sustentados concretamente en competencias comunicacionales como un conjunto de elementos característicos de una persona que se encuentra a lo interior, y que lo conducen a poder lograr un desempeño eficiente en un trabajo. Es decir, sólo serán competencias comunicacionales si están relacionadas con los resultados operacionales y estratégicos esperados por la organización, según Enebral (2004).



## ÉTICA Y COMUNICACIÓN

Según Fiske (1982, p. 55) define a la comunicación como: "interacción social por medio de mensajes". Por su parte, Pasquali (1978, p. 24) afirma que "la comunicación aparece en el instante mismo en que la estructura social comienza a configurarse, justo como su esencial ingrediente estructural, y que donde no hay comunicación no puede formarse ninguna estructura social".

En ese sentido se infiere que el término comunicación debe reservarse a la interrelación humana, al mismo intercambio de información entre hombres, sean cuales fueren los aparatos intermediarios utilizados para facilitar la interrelación a distancia. Luego de un gran esfuerzo de abstracción definitoria concluye considerando a la comunicación como: "la relación comunitaria humana consistente en la emisión-recepción de mensajes entre interlocutores en estado de total reciprocidad, siendo por ello un factor esencial de convivencia y un elemento determinante de las formas que asume la sociabilidad del hombre".

Según Escobar (2000) la ética adquiere una importancia tal que se convierte en plataforma y base para los estudios y comprensión de los comportamientos en la vida moral, y se sustenta con el pensamiento de algunos filósofos representativos de la historia, tales como Sócrates, Platón, Aristóteles, Kant, entre otros, los cuales muestran que la filosofía no es puramente teórica, sino la cual desemboca en problemas prácticos relacionados con la situación concreta del hombre, hacen pensar. Asimismo revelan que detrás de toda filosofía, tal vez, haya una decisión de tipo moral. De allí que, no se puede considerar nuestras acciones sin una acción moral que las oriente, y que se convierta en guía de la vida y de los valores humanos.

La situación de la ética y comunicación en la industria petrolera, ha promovido y puesto de manifiesto la capacidad de supervivencia y comunicación que deben desarrollar las organizaciones para permanecer competitivas en el mercado en el cual operan, satisfaciendo al mismo tiempo, tanto las exigencias internas y externas del medio ambiente. Es así, como los cambios tecnológicos, sociales, culturales, económicos, políticos, entre otros, han marcado la pauta de acción que la gerencia debe seguir para garantizar el cumplimiento de estas exigencias.

Se pueden describir tres puntos importantes dentro de la misma como:

- Verdad y comunicación:

Reflexionar acerca de la "verdad" se debe hacer con una amplitud para no caer en una relatividad de ella misma, así como se ha caído con la ética y su libre albedrío en cuanto lo que es ético para algunos no lo es para otros. De tal forma que la verdad como acepción dentro de la ética se correlaciona con el proceso comunicativo, en cuanto no a lo que deseamos manifestar, sino al cómo lo expresamos, y es allí donde verdad y ética se entrecruzan para formar una triada epistémica: ética-verdad- comunicación que desmonta la concepción de la relatividad de la "verdad" y de la "ética".



Dentro de las concepciones filosóficas de las teorías de la verdad, se pueden observar tres aspectos que se convierten en fundamentos que dan origen al debate teórico-filosófico de la noción de la verdad:

La idea de la manifestación

La idea de autenticidad

La idea de correspondencia, adecuación o conformidad

- Libertad y comunicación

Otro aspecto que se debe entender al igual que la noción de la “verdad” y acerca de la “libertad”, entendida esta como la libertad y autonomía de elegir nuestras decisiones con una aceptación implícita de responsabilidad que se desprende de dichas decisiones, más cuando impactan a terceros. Es la condición ideal que persigue toda persona en cuanto a la capacidad libre de tomar decisiones ante las diferentes opciones de acciones u omisión de su comportamiento, incluso de elegir hasta la orientación de su propia existencia. Dentro de esas libertades se encuentran algunas modalidades como la libertad de expresión, que está relacionada con la libertad de conciencia, de dar información y opinión, estas dos últimas se corresponde a lo que conocemos como “libertad de comunicación”, que se corresponde con el uso de los medios de comunicación social.

- Justicia y comunicación

Para reflexionar sobre la justicia es necesario abordar la injusticia; y también considerar la clase de acciones que las relaciona. En una primera aproximación en estas acepciones notamos que pudiera considerarse “justicia” el hábito que adquieren y desarrollan las personas para realizar “lo justo”, e inclinando sus acciones en obrar justamente, y desear lo justo.

Igualmente, la injusticia la podemos entender como el hábito que impulsa actuar injustamente y desear lo injusto, lo no justo. En ese sentido no se puede considerar la misma acepción a las ciencias y a las facultades del hombre igual a sus hábitos. A juicio de Cortina (2010) la facultad, al igual que la ciencia, se puede considerar igual para todos, no así con el hábito, que traduce una acción para uno sólo, no para todos. Ante ello la autora cita una ejemplificación: “la salud jamás produce actos que sean contrarios a la salud; sólo produce cosas saludables. Así, decimos que un hombre pasea saludablemente, cuando pasea como el hombre sano”. Cortina (2010, p. 27).

Pero el hombre injusto no siempre elige más de lo que le corresponde, sino que toma menos de lo debido cuando se trata de cosas malas en absoluto. Pero como el mal menor se considera en cierto sentido un bien, y la avaricia tiende hacia el bien, por ello se lo considera avaro. Este es también inicuo, porque la palabra iniquidad comprende también esta idea y es un término común.

De allí que el reconocimiento de lo que le corresponde a cada persona como derecho es lo que entendemos por justicia. Esta categorización axiológica es lo que la autora



citada menciona como las cuatro “virtudes” que Platón expone en sus diálogos y que conforma, para él y su maestro Sócrates, la “virtud ética” que se sustenta en cómo lo expresamos. De allí que la justicia o la injusticia se manifiesta no solo por nuestras acciones sino por nuestro verbo, aunque estas acciones se constituyen en sí mismo verbo comunicativo.

### **METODOLOGÍA**

El presente estudio adquirió un diseño bibliográfico, definido por Arias (2006) como aquellos estudios basados en la búsqueda y análisis de datos secundarios, de fuentes documentales, bien sean impresas, audiovisuales o electrónicas, en ese sentido se tipificó como documental. El análisis de la información recopilada se realizó a través de la hermenéutica interpretativa y crítica que se asume según Hurtado (2010) como el proceso de comprender los hechos de textos y fuentes bibliográficas.

Igualmente se aplicó la técnica de análisis lógico para el estudio de los datos recolectados, acudiendo a la hermenéutica para la interpretación objetiva de los documentos sujetos a estudio en la presente investigación, según Haskell (2009).

### **REFLEXIONES FINALES**

En conclusión, basado en los argumentos anteriormente desarrollados se puede decir, entonces, que la ética surge como el eje de las conductas individuales necesarias para que las personas individualmente consideradas, organizaciones, países y el mundo en general asuman el compromiso de vivir, convivir y sobrevivir. Tomando en cuenta que la comunicación es parte fundamental e indispensable en lo personal y empresarial, se entiende como todo el conjunto de mensajes que se debe intercambiar entre los integrantes de una organización, así como el entorno donde se esté desarrollando, y sin ella, muy posiblemente no existiría nada, ya que es la base para crear estrategias, planes y programas para la subsistencia de cualquier actividad.

De igual manera, los valores éticos no sólo deben establecerse de manera lógica sino deben ser un compromiso de la fuerza laboral para consolidar una cultura organizacional.

En el mundo actual, está claro que sin ética y comunicación no existe nada. Lo que tiene que hacerse es apegarse a la organización para la implantación de estas, y así encaminarla hacia el logro de todos los objetivos empresariales, colaborando para que la planeación, ejecución y posterior control de las estrategias administrativas, no contenga ninguna falla y sean desarrolladas de la mejor manera posible.

### **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- Arias, F. (2006). El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica. 5ta edición. Editorial Epísteme.
- Cortina, A. (2010). Ética sin Moral. España. Editorial Tecno.



- Seijo, C., Plata, D. y Añez, N. (2007). Gerencia ética de la comunicación en organizaciones de futuro. Documento en línea. Disponible en: <http://psicopediahoy.com/gerencia-etica-organizaciones/>. Consulta: 28/01/2014.
- Etkin, J. (1998). La doble moral de las Organizaciones. Los sistemas perversos y la corrupción institucionalizada. España. Editorial Mc.Graw Hill.
- Enebral, J. (2004). Coaching para mayor eficacia y calidad de vista del directivo. Revista Capital Humano. Volumen 11, número 17, (pp 20-22).
- Fernández, J. (1996). Ética para Empresarios y Directivos. España. Esic Editorial.
- Fiske, J. (1982). Introducción al estudio de la comunicación. Colombia. Editorial Norma.
- Guédez, V. (2002). La ética gerencial. Venezuela. Editorial Planeta Venezolana.
- Escobar, J. (2000). Administración estratégica. Un enfoque integrado. Colombia. Editorial Mc Graw Hill.
- Haskell, R. (2009). Hermenéutica. Interpretación eficaz hoy. Colombia. Editorial Clie.
- Hodgetts, R. (1999). Modern Human Relations at Work. Dryden Press. Cornell University. USA.
- Hurtado, J. (2010). Metodología de la Investigación. Guía para la comprensión holística de la ciencia. Venezuela. Quirón Ediciones.
- Pasquali, A. (1978). Comprender la Comunicación. Venezuela. Universidad Monte Ávila.
- Parra, E. Rojas R. y Arapé, E. (2008). Comunicación y Conflicto. El arte de la negociación. Revista Negotium. Volumen 4, número 10, (pp 17-35).
- Savater, F. (1991). Ética para Amador. Colombia. Planeta Editorial.
- Savater, F. (1999). Ética y ciudadanía. Venezuela. Universidad de Monteavila.