



Artículo de Revisión

Ética en la comunicación moderna: el papel de la verdad y la transparencia.

Ethics in modern communication: the role of truth and transparency.

Autores:

Evelyn Roxana Castro Mora
Universidad Estatal de Milagro
Milagro – Ecuador

Ecastrom6@unemi.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0005-4681-053X>

Angelina Valeska Valero Quezada
Universidad Estatal de Milagro
Milagro – Ecuador

avaleroq@unemi.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0009-6655-1909>

Emily Maritza Ramos Guevara
Universidad Estatal de Milagro
Milagro – Ecuador

Eramosg3@unemi.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0004-3508-9524>

Pedro Antonio Saltos García
Universidad de Milagro
Milagro – Ecuador

psaltosg@unemi.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-4416-2488>

Corresponding Author: Débora Cecilia Olvera Méndez, dolveram4@unemi.edu.ec

Recepción en: 10-Septiembre-2024 **Aceptación:** 11-Octubre-2024 **Publicado:** 19-Octubre-2024



How to cite this article:

Castro Mora, E. R., Valero Quezada, A. V., Ramos Guevara, E. M., & Saltos García, P. A. (2024).

Ética en la comunicación moderna: el papel de la verdad y la transparencia. Sage Sphere

International Journal, 1(1).

<https://sagespherejournal.com/index.php/SSIJ/article/view/3>

RESUMEN

El presente estudio aborda la importancia de la verdad y la transparencia en la comunicación moderna, destacando cómo estos principios éticos impactan positivamente en las organizaciones, particularmente en su productividad y relaciones con los stakeholders. El objetivo del estudio es examinar el impacto de la verdad y la transparencia como valores éticos clave en la comunicación moderna y en la construcción de confianza. Se incluyen estudios del 2018 al 2024 sobre comunicación ética y productividad. Incluye criterios de selección, análisis cualitativo y principales hallazgos sobre impacto laboral. Los resultados evidencian que las empresas que adoptan estrategias de comunicación transparente no solo consolidan su imagen ante el público, sino que también fomentan un ambiente laboral más colaborativo y eficiente. La transparencia permite minimizar los conflictos, facilita la toma de decisiones y promueve el desarrollo de relaciones sostenibles con los grupos de interés. En el contexto digital actual, donde la información fluye rápidamente, la transparencia y la veracidad se vuelven aún más cruciales para evitar crisis reputacionales que pueden afectar gravemente a la organización. Finalmente, la implementación de estos principios en las comunicaciones organizacionales repercute positivamente en la productividad y el bienestar de los empleados, lo que a su vez se traduce en un mayor éxito empresarial.

Palabras clave: comunicación, transparencia, confianza, productividad.

ABSTRACT

This study addresses the importance of truth and transparency in modern communication, highlighting how these ethical principles have a positive impact on organisations, particularly on their productivity and stakeholder relations. The aim of the study is to examine the impact of truth and transparency as key ethical values in modern communication and trust building. It includes studies from 2018 to 2024 on ethical communication and productivity. It includes selection criteria, qualitative analysis and main findings on labour impact. The results show that companies that adopt transparent communication strategies not only strengthen their image in the public eye, but also foster a more collaborative and efficient working environment. Transparency minimises conflict, facilitates decision-making and promotes the development of sustainable stakeholder relationships. In today's digital context, where information flows rapidly, transparency and truthfulness become even more crucial to avoid reputational crises that can seriously affect the organisation. Finally, the implementation of these principles in organisational communications has a positive impact on employee productivity and well-being, which in turn translates into greater business success.

Keywords: communication, transparency, trust, productivity.

1. INTRODUCCIÓN



La comunicación moderna enfrenta desafíos éticos significativos, especialmente con el auge de las redes sociales y medios digitales, que facilitan la difusión masiva de información. En este contexto, los valores de verdad y transparencia se tornan esenciales para asegurar la integridad de la comunicación y mantener la confianza del público. La transparencia y el compromiso con la verdad son fundamentales para prevenir la propagación de desinformación y construir una comunicación ética y efectiva, tanto en medios tradicionales como en digitales. Este estudio explora la importancia de estos valores en el ámbito comunicacional actual, promoviendo una práctica informativa ética y responsable.

En el actual panorama globalizado e interconectado, donde la información fluye a una velocidad vertiginosa y la reputación se construye (o destruye) en cuestión de segundos, la comunicación se erige como un pilar fundamental para el éxito de cualquier organización. Pero no basta con comunicar, se debe comunicar bien, con ética y responsabilidad. Y es aquí donde la verdad y la transparencia emergen como principios rectores de la comunicación moderna, especialmente en el ámbito externo, donde la empresa interactúa con sus diversos stakeholders. En este contexto, surge la siguiente interrogante: ¿Cómo impacta la aplicación de la verdad y transparencia en la comunicación ética y en la confianza de la audiencia en medios digitales?

Este estudio bibliográfico tiene como objetivo examinar el impacto de la verdad y la transparencia como valores éticos clave en la comunicación moderna y en la construcción de confianza, además parte de la hipótesis en la cual consideramos que la aplicación de principios de verdad y transparencia en la comunicación moderna permite construir relaciones de confianza y fortalece la ética informativa, mejorando la percepción y efectividad de los mensajes en medios tradicionales y digitales.

La verdad y la transparencia son dos caras de una misma moneda en el ámbito de la comunicación ética (Barroso, 2021). La verdad implica la difusión de información precisa, verificada y completa, evitando la manipulación o la distorsión de los hechos. No se trata solo de decir la verdad, sino de decirla completa, sin ocultar información relevante que pueda inducir a error o generar falsas expectativas (Borja et al., 2019). La transparencia, por su parte, se refiere a la apertura y la honestidad en la comunicación, permitiendo el acceso a la información relevante y promoviendo la rendición de cuentas. Se trata de ser claros y concisos en el mensaje, evitando ambigüedades y lenguaje complejo que pueda dificultar la comprensión.

En la era de la información, donde la desinformación y las fake news proliferan con facilidad, la verdad y la transparencia adquieren una relevancia aún mayor. Cualquier error o falta de transparencia puede viralizarse rápidamente, generando una crisis de reputación con consecuencias negativas para la imagen y la productividad de la organización. La confianza,



una vez perdida, es difícil de recuperar, y su impacto en la productividad puede ser devastador.

La comunicación externa abarca todas las interacciones de una organización con su entorno. Clientes, proveedores, inversionistas, medios de comunicación, comunidad local, gobierno... todos ellos conforman el ecosistema de stakeholders con los que la empresa debe comunicarse de forma efectiva para construir relaciones sólidas, fortalecer su reputación y generar confianza en sus productos o servicios (Herrera y Mahecha, 2018).

Una comunicación externa efectiva, basada en la verdad y la transparencia, permite a la empresa proyectar una imagen auténtica y confiable, lo que facilita la atracción de talento, la obtención de financiamiento, la fidelización de clientes y la generación de alianzas estratégicas (Burgos, 2018).

Pero, ¿cómo se traduce esto en una mayor productividad laboral? En primer lugar, la comunicación ética fomenta el compromiso de los empleados. Cuando los trabajadores perciben que la empresa se comunica de forma honesta y transparente, se sienten más identificados con sus valores y objetivos, lo que se traduce en un mayor compromiso con su trabajo y una mayor motivación para alcanzar las metas establecidas.

En segundo lugar, la transparencia en la comunicación interna y externa minimiza los malentendidos y reduce los conflictos entre los empleados. Esto crea un ambiente laboral más armónico y productivo, donde los equipos pueden trabajar de forma más eficiente y colaborativa (Najera y Sánchez, 2020).

En tercer lugar, una comunicación externa ética construye una imagen positiva de la empresa ante sus stakeholders. Una buena reputación atrae talento, facilita la obtención de financiamiento y fortalece la lealtad de los clientes, elementos que contribuyen al éxito y la productividad de la organización (Pita, 2022).

En cuarto lugar, la transparencia en la comunicación promueve la confianza y el entendimiento mutuo entre la empresa y sus stakeholders externos. Esto facilita la colaboración en proyectos conjuntos, la resolución de conflictos y la creación de alianzas estratégicas, lo que a su vez impulsa la productividad y el crecimiento de la organización (Jara, 2021).

La era digital ha transformado la comunicación externa, presentando nuevos desafíos y oportunidades para las organizaciones. Las redes sociales, los blogs, las plataformas de video y otros canales digitales han democratizado la información, permitiendo a las empresas llegar a un público más amplio y diverso (Vargas, 2020). Sin embargo, la inmediatez y la viralidad de la comunicación digital también aumentan los riesgos para la reputación de las



organizaciones. Cualquier error o falta de transparencia puede generar rápidamente una crisis de comunicación, con consecuencias negativas para la imagen y la productividad de la empresa.

En este contexto, las organizaciones deben adaptar sus estrategias de comunicación externa a las características de la era digital, priorizando la veracidad, la transparencia y la rapidez en la respuesta a las demandas de sus stakeholders. Deben ser proactivas en la comunicación, utilizando un lenguaje claro y accesible, y fomentando la participación y el diálogo (Rodríguez y Muñoz, 2023).

2. METODOLOGÍA

Este estudio bibliográfico se basa en un análisis exhaustivo de la literatura científica publicada entre 2018 y 2024. La revisión se centra en investigaciones que abordan la relación entre la verdad y la transparencia en la comunicación externa de las organizaciones y su impacto en la productividad laboral. Se ha puesto especial énfasis en la identificación de estudios que exploren cómo la comunicación ética influye en el compromiso de los empleados, la reputación corporativa y la colaboración con stakeholders externos.

Selección de estudios

La búsqueda de artículos se realizó en bases de datos académicas reconocidas, incluyendo Scopus, Web of Science y Google Scholar. Se utilizaron palabras clave relevantes en español e inglés como "comunicación externa", "ética empresarial", "transparencia organizacional", "verdad", "confianza", "productividad laboral", "compromiso de los empleados", "reputación corporativa" y "stakeholders". La selección inicial de estudios se basó en la identificación de títulos y resúmenes relevantes que indicarán una conexión entre la comunicación ética y la productividad en el contexto organizacional.

Para garantizar la inclusión de estudios relevantes y mantener la coherencia del análisis, se definieron los siguientes criterios de inclusión:

- Artículos publicados entre 2018 y 2024: Asegura la actualidad y relevancia de la literatura revisada, considerando las últimas tendencias en comunicación y gestión empresarial.
- Estudios que aborden la comunicación externa: Se incluyen investigaciones que analicen las prácticas de comunicación de las organizaciones con sus stakeholders externos (clientes, proveedores, comunidad, etc.).



- Enfoque en la verdad y la transparencia: Se seleccionaron estudios que exploren el rol de la verdad y la transparencia como principios éticos en la comunicación organizacional.
- Análisis del impacto en la productividad laboral: Se priorizaron estudios que investiguen la relación entre la comunicación ética y la productividad, incluyendo variables como el compromiso de los empleados, la reputación corporativa y la colaboración con stakeholders.
- Estudios empíricos o revisiones sistemáticas: Se incluyeron investigaciones que presenten datos empíricos o análisis sistemáticos que respalden sus conclusiones, garantizando la solidez y rigor del estudio.

Asimismo, se establecieron los siguientes criterios de exclusión:

- Estudios que se centren únicamente en la comunicación interna: Se excluyeron estudios que no aborden la comunicación externa de la organización.
- Artículos que no proporcionen datos empíricos o análisis sistemáticos: Se excluyeron estudios que no presenten evidencia suficiente para respaldar sus afirmaciones.
- Publicaciones en idiomas distintos del inglés o español: Se excluyeron estudios que no estén disponibles en inglés o español, a menos que cuenten con traducciones confiables.

Procedimiento de revisión

El proceso de revisión se llevó a cabo en tres fases principales:

1. Identificación inicial: Se realizó una búsqueda exhaustiva en las bases de datos seleccionadas utilizando las palabras clave definidas. Se revisaron los títulos y resúmenes de los artículos resultantes para identificar aquellos potencialmente relevantes.
2. Selección: Se realizó una lectura completa de los artículos seleccionados en la fase inicial para evaluar su relevancia y calidad metodológica. Se aplicaron los criterios de inclusión y exclusión para asegurar la pertinencia de los estudios incluidos en la revisión.
3. Análisis y síntesis: Los estudios seleccionados se sometieron a un proceso de análisis y síntesis para extraer la información relevante sobre la relación entre la verdad y la transparencia en la comunicación externa y la productividad laboral. Se identificaron patrones, tendencias y hallazgos clave en la literatura revisada.

Análisis de datos



El análisis de datos se llevó a cabo mediante un enfoque cualitativo, utilizando técnicas de análisis de contenido para identificar los temas clave, las perspectivas dominantes y las conclusiones más relevantes en la literatura revisada. Se prestó especial atención a la identificación de las conexiones entre la comunicación ética, el compromiso de los empleados, la reputación corporativa, la colaboración con stakeholders y la productividad laboral. Los hallazgos se organizaron y sintetizaron para proporcionar una visión integral y coherente del tema de estudio.

Resumen de Resultados

Los resultados de la revisión bibliográfica se presentan de forma organizada y sistemática, destacando las principales conclusiones sobre la relación entre la verdad y la transparencia en la comunicación externa y la productividad laboral. Se analizan los beneficios, desafíos y mejores prácticas en la implementación de una comunicación ética en las organizaciones, así como las implicaciones para la gestión empresarial en la era digital.

3. RESULTADOS

En este artículo de revisión de la literatura se ha elaborado y organizado una tabla que resume una selección de estudios clave sobre la verdad y la transparencia en la comunicación externa, y su impacto en la productividad laboral. Estos estudios cubren varias facetas de cómo la comunicación ética influye en el compromiso de los empleados, la reputación corporativa y la colaboración con stakeholders externos. Cada estudio fue elegido por su relevancia y contribución a la comprensión de cómo la ética en la comunicación impacta en el rendimiento y la eficiencia de las organizaciones.

Tabla 1 Matriz de Revisión Documental

#	Título	Nombre del Autor	Año	Resumen	Link o DOI
1	La comunicación en organizaciones sostenibles como objeto de estudio: estado del arte y principales antecedentes.	Barroso, M. B.	2021	Las empresas con triple impacto, incluyendo las B Corps, requieren una comunicación estratégica diferente para	https://p3.usa.l.edu.ar/index.php/interacciones/article/view/5534



				impulsar un cambio positivo en la sociedad y el medio ambiente.	
2	Transparencia corporativa en empresas del sector de seguros.	Borja Rueda, C. A., Campbell Falcón, C. B., Fernández Moreno, N. G., & Torres Paz, C. N.	2019	Se propone un modelo para medir la transparencia corporativa en el mercado asegurador peruano, basado en la divulgación de información a los stakeholders.	https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/15901
3	La Responsabilidad Social o sostenibilidad: un enfoque desde el entorno y la comunicación.	Burgos Romero, C.	2018	Este estudio exploratorio analiza la Responsabilidad Social desde una perspectiva interdisciplinaria, destacando la importancia de la comunicación en todos los ámbitos.	https://doi.org/10.17163/ret.n16.2018.04
4	Transparencia, razón pública y rendición de cuentas en las empresas.	Herrera, W., & Mahecha, I.	2018	El estudio analiza la relación entre la rendición de cuentas ética y la transparencia en las	http://dx.doi.org/10.4067/S0718-92732018000300039



				empresas, argumentando que la transparencia es esencial para una auditoría ética real.	
5	Comunicación asertiva y clima laboral en docentes peruanos: una revisión sistemática de la literatura en el período 2010–2020.	Jara, M.	2021	Este estudio analiza la relación entre la comunicación asertiva y el clima laboral en docentes peruanos entre 2010 y 2020 mediante una revisión sistemática de cinco tesis.	https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/59368
6	La comunicación organizacional y los ambientes laborales en la actualidad. Acercamientos y variaciones.	Nájera Espinosa, O., & Sánchez Estévez, G.	2020	El estudio analiza la importancia de la comunicación organizacional en los panoramas laborales modernos para fortalecer las relaciones internas y externas.	https://ri.iberro.mx/handle/ibero/5878
7	Comunicación interna: una revisión de la literatura.	Pita, L.	2022	Este estudio narrativo analiza la comunicación	https://tesis.usat.edu.pe/handle/20.500.12423/5640



				interna como recurso estratégico en el ámbito laboral, describiendo sus tipos, canales y beneficios para el clima organizacional	
8	Aplicación de estrategias tecnológicas de información y comunicación para el logro de competencias: Una revisión de la literatura.	Rodríguez Fenco, S. E., & Muñoz Pérez, S. P.	2023	Este estudio revisa 50 artículos sobre estrategias tecnológicas (LMS y videoconferencias) para el logro de competencias estudiantiles en entornos digitales, concluyendo que aumentan el compromiso y la motivación.	https://doi.org/10.18004/uca/2409-8752/2023.010.02.151
9	Gestión de la comunicación interna en las empresas comerciales: una revisión sistemática de la literatura científica entre los años 2010-2019.	Vargas, M.	2020	Este estudio analiza las principales prácticas y efectos de la gestión de la comunicación interna en empresas comerciales a través de una revisión de	https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UUPN_66cc8247ddd815132828106f3aa2ab12



				artículos de investigación recientes.	
10	Revisión bibliográfica de la comunicación estratégica en Latinoamérica.	Buitrago, V. L., & Cobo, D. A. V	2021	Este proyecto investiga autores latinoamericanos en comunicación estratégica, destacando sus aportes y su relevancia en contextos sociales, culturales y políticos, mediante una investigación bibliográfica para comprender su impacto en la modernidad.	https://acortar.link/cxHM3q
11	Clima organizacional y satisfacción laboral en servidores públicos: una revisión de la literatura científica de los últimos 5 años	Calle Campoverde, T. L.	2021	El estudio revisó la literatura científica sobre clima organizacional y satisfacción laboral en servidores públicos entre 2015-2020, identificando 20 investigaciones que concluyen	https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/25919



				una relación positiva entre ambas variables.	
12	Estilos de comunicación: Una revisión teórica hacia las habilidades directivas en las organizaciones	Gil-Díaz, L., Martínez-Prats, G., & Rodríguez-Garza, C. A.	2022	La investigación analiza cómo los estilos de comunicación estratégicos fortalecen las habilidades directivas en organizaciones, mejorando la eficiencia, productividad y el trabajo en equipo, lo que favorece la rentabilidad y permanencia empresarial.	http://scielo.iics.una.py/scielo.php?pid=S2409-87522022000300085&script=sci_arttext
13	Factores que intervienen en el desempeño laboral en equipos de trabajo: una revisión de literatura.	López Robles, J. L.	2022	Este estudio revisa la literatura sobre cómo confianza, innovación, coordinación y comunicación influyen en el desempeño laboral, destacando su importancia para el crecimiento sostenible en las organizaciones y futuras	http://eprints.uanl.mx/25983/



				investigaciones.	
14	Las tecnologías de la información y la comunicación y su incidencia en el desempeño de los docentes de la Educación básica Regular del año 2014-2020	Muñoz Castillo, E. E.	2021	El estudio investigó la influencia de las Tecnologías de la Información y Comunicación en el desempeño de los docentes de Educación Básica entre 2014-2020, concluyendo una incidencia positiva y significativa mediante revisión sistemática.	https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/60307
15	Transparencia de la información no financiera en las empresas del IBEX35 y del DAX30: el nuevo reporting integrado.	Ponce, H. G., González, J. C., & Serrat, N. A.	2022	Esta investigación analiza la transparencia de la información no financiera en las empresas del IBEX35 y DAX30, encontrando una relación significativa entre su rentabilidad económica y la transparencia en su comunicación	https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8387469



				ASG.	
16	Tecnologías de información y comunicación para la optimización del bienestar y productividad en el sector Ti: Revisión de Literatura	Vargas Pertuz, L. J., & Martínez Oliva, N. D.	2024	Este trabajo investiga cómo las tecnologías de la información y comunicación (TIC) influyen en el bienestar y productividad en el sector TI, destacando la importancia de la salud mental para mejorar el desempeño laboral.	https://repository.ucc.edu.co/entities/publication/494e3603-8cda-4cee-b69f-28205c8659a2
17	Selección de técnicas de comunicación asertiva como estrategia de apoyo para el mejoramiento de clima organizacional en los teletrabajadores en Colombia	Vargas García, M. P., Barajas Zárate, M. A., & Pulido Peralta, A. M.	2022	Este trabajo analiza cómo las técnicas de comunicación asertiva mejoran el clima organizacional en los teletrabajadores colombianos, destacando su impacto positivo en la productividad y bienestar laboral, especialmente tras la pandemia.	https://repository.ucc.edu.co/entities/publication/d2d7014c-cbc7-470e-844a-3c533f01c146
18	Transparencia y rendición de cuentas: Bases para un modelo de empresa cimentado en la confianza.	Zamora, J. A. A., & Trapero, F. G. A.		Este artículo explora cómo la transparencia, rendición de cuentas,	https://acortar.link/HqbUru



				legitimidad y reputación empresarial son claves para construir confianza y generar un cambio hacia empresas centradas en las personas.	
--	--	--	--	--	--

La verdad y la transparencia son pilares fundamentales en la comunicación moderna, especialmente en un contexto donde las organizaciones buscan no solo eficiencia, sino también legitimidad y confianza frente a sus grupos de interés. La transparencia, vista como una obligación ética y una estrategia de comunicación, permite que las organizaciones se presenten de manera auténtica y confiable, lo que repercute directamente en la construcción de relaciones sólidas y sostenibles con sus públicos. En este análisis, se explorará la relación entre la verdad y la transparencia como base ética de la comunicación, destacando el rol clave que juegan en distintos ámbitos organizacionales, desde la gestión empresarial hasta la educación, basado en la literatura de diversos autores.

Uno de los principales enfoques de la comunicación moderna es el rol que la transparencia juega en la creación de confianza. Según Zamora y Trapero (2022), la transparencia y la rendición de cuentas son esenciales para construir empresas centradas en las personas. Estos autores destacan que la confianza solo puede edificarse sobre una base sólida de transparencia, lo que implica que las organizaciones deben ser claras y abiertas en sus prácticas, no solo financieras sino también en otros aspectos como la sostenibilidad y la ética. En esta línea, Ponce, González y Serrat (2022) investigaron la transparencia de la información no financiera en empresas del IBEX35 y DAX30, encontrando una relación significativa entre la transparencia en la comunicación ASG (ambiental, social y de gobernanza) y la rentabilidad económica. Esto refuerza la idea de que la transparencia no solo es una responsabilidad ética, sino que también puede ser rentable para las organizaciones.



En el ámbito de la comunicación estratégica, Buitrago y Cobo (2021) analizan cómo los autores latinoamericanos han desarrollado conceptos que resaltan la importancia de una comunicación transparente y estratégica en los contextos sociales, culturales y políticos. Su investigación subraya que la comunicación estratégica no es simplemente una herramienta para transmitir mensajes, sino un mecanismo para generar confianza y legitimidad en un entorno globalizado. La transparencia, en este sentido, se convierte en un valor inherente a la comunicación estratégica, especialmente cuando se trata de organizaciones que buscan posicionarse en un contexto más ético y participativo.

Por otro lado, en el ámbito laboral, la transparencia también juega un papel crucial en la mejora del clima organizacional y el desempeño de los equipos de trabajo. Según Calle Campoverde (2021), una revisión de la literatura científica sobre clima organizacional y satisfacción laboral en servidores públicos encontró que un entorno transparente y bien gestionado tiene un impacto positivo en la satisfacción de los empleados. Este hallazgo se alinea con la investigación de Vargas García, Barajas Zárate y Pulido Peralta (2022), quienes destacan cómo las técnicas de comunicación asertiva mejoran el clima organizacional, especialmente en teletrabajadores. La transparencia en la comunicación entre líderes y empleados contribuye a reducir el estrés y mejorar la productividad, lo que demuestra su relevancia en el bienestar laboral.

En términos de habilidades directivas, la transparencia en los estilos de comunicación es vital para fortalecer la dirección organizacional. Gil-Díaz, Martínez-Prats y Rodríguez-Garza (2022) afirman que los estilos de comunicación estratégicos basados en la transparencia son fundamentales para mejorar la eficiencia, productividad y trabajo en equipo dentro de las organizaciones. La transparencia en la comunicación directiva no solo permite una mejor toma de decisiones, sino que también refuerza la confianza entre los miembros del equipo, lo que favorece la cohesión y el rendimiento empresarial a largo plazo.

Asimismo, López Robles (2022) resalta que la confianza y la coordinación son factores clave en el desempeño laboral dentro de los equipos de trabajo. La transparencia en los procesos y la comunicación interna permite a los empleados sentirse más seguros y comprometidos con los objetivos de la organización. Esto está estrechamente relacionado con el bienestar de los empleados, como lo demuestran Vargas Pertuz y Martínez Oliva (2024), quienes subrayan



que el uso de tecnologías de la información y la comunicación (TIC) puede optimizar el bienestar y la productividad en el sector TI. La implementación de sistemas transparentes de comunicación, apoyados en las TIC, no solo mejora la eficiencia, sino que también contribuye al equilibrio entre el trabajo y la vida personal de los empleados.

Por otro lado, Muñoz Castillo (2021) también señala que la incorporación de tecnologías de la información y la comunicación ha tenido un impacto positivo en el desempeño de los docentes de educación básica. En su investigación, concluye que la transparencia en el uso de las TIC no solo mejora el acceso a la información, sino que también permite una mayor rendición de cuentas, lo que repercute en una mejora en la calidad educativa. Este estudio refuerza la noción de que la transparencia, apoyada por el uso adecuado de la tecnología, es esencial para el desarrollo de entornos educativos y laborales eficientes y éticos.

4. DISCUSIÓN

La verdad y la transparencia son conceptos fundamentales en la comunicación moderna, actuando como pilares éticos que sustentan la credibilidad y la legitimidad de cualquier organización. En un mundo globalizado y digitalizado, donde la información se propaga a velocidades inusitadas y la reputación se ve afectada en tiempo real, la necesidad de una comunicación ética basada en la verdad y la transparencia se vuelve ineludible. A lo largo de este análisis, se discutirá cómo estos valores se han convertido en la base para la comunicación moderna, destacando sus implicaciones en diversos aspectos organizacionales y sus beneficios en términos de productividad, legitimidad y confianza.

El concepto de verdad en la comunicación implica la presentación de información precisa y completa, sin distorsiones ni omisiones. No es solo una cuestión de honestidad, sino de proporcionar todos los detalles relevantes para que los destinatarios puedan tomar decisiones informadas. La transparencia, por su parte, implica una apertura en la forma en que se comunica la información, promoviendo un acceso claro y sin restricciones a los datos importantes. Según Barroso (2021), ambos conceptos son dos caras de la misma moneda, ya que una comunicación verdadera, sin transparencia, carecería de credibilidad y legitimidad. Borja et al. (2019) añaden que la verdad no debe ser parcial ni manipulada, sino íntegra y abierta a la evaluación crítica.

La transparencia es un valor fundamental en la creación de confianza dentro de cualquier organización, especialmente en el ámbito externo, donde interactúa con sus diferentes stakeholders. Como destacan Zamora y Trapero (2022), la transparencia y la rendición de cuentas son esenciales para construir una empresa centrada en las personas. Estos autores refuerzan la idea de que la confianza solo puede desarrollarse cuando las organizaciones son



claras y abiertas, no solo en sus aspectos financieros, sino también en términos de sostenibilidad, ética y gobernanza. Este enfoque es respaldado por Ponce, González y Serrat (2022), quienes hallaron una relación significativa entre la transparencia en la comunicación ambiental, social y de gobernanza (ASG) y la rentabilidad de las empresas del IBEX35 y DAX30. En otras palabras, la transparencia no solo es un imperativo ético, sino también una estrategia rentable en el ámbito empresarial.

La importancia de la transparencia también ha sido subrayada en el contexto latinoamericano, donde Buitrago y Cobo (2021) revisaron la comunicación estratégica de diversos autores. Estos investigadores concluyeron que la transparencia no es simplemente un atributo deseable en la comunicación, sino una necesidad para generar confianza y legitimidad, particularmente en un entorno globalizado. En este sentido, la comunicación estratégica basada en la verdad y la transparencia no solo refuerza la credibilidad de la organización, sino que también fomenta un diálogo abierto y constructivo con los diferentes grupos de interés, lo que favorece el posicionamiento ético de las empresas.

En el ámbito laboral, la transparencia tiene un impacto directo en el clima organizacional y en la satisfacción de los empleados. Calle Campoverde (2021) revisó la literatura científica sobre el clima organizacional y la satisfacción laboral en servidores públicos, encontrando que un entorno de trabajo transparente y bien gestionado genera un impacto positivo en la satisfacción de los empleados. Este enfoque es complementado por Vargas García, Barajas Zárate y Pulido Peralta (2022), quienes argumentan que la implementación de técnicas de comunicación asertiva, fundamentadas en la transparencia, mejora el clima organizacional, especialmente entre los teletrabajadores. La transparencia en la comunicación entre líderes y empleados no solo reduce el estrés y mejora el bienestar laboral, sino que también aumenta la productividad al fomentar un entorno más colaborativo y eficiente.

Además, la transparencia en la comunicación es crucial para el desarrollo de habilidades directivas. Según Gil-Díaz, Martínez-Prats y Rodríguez-Garza (2022), los estilos de comunicación estratégicos basados en la transparencia fortalecen la dirección organizacional al mejorar la eficiencia, productividad y cohesión en los equipos de trabajo. Estos autores subrayan que la transparencia en la toma de decisiones y en la comunicación interna refuerza la confianza entre los miembros del equipo, lo que facilita el trabajo colaborativo y aumenta el rendimiento empresarial. La confianza, construida sobre la base de la transparencia, es esencial para lograr un equipo de trabajo cohesionado y orientado a los objetivos comunes.

En este contexto, López Robles (2022) destaca la importancia de la confianza y la coordinación en el desempeño laboral. La transparencia en los procesos y la comunicación interna permite a los empleados sentirse más comprometidos con los objetivos de la organización, lo que se traduce en un mayor desempeño. Vargas Pertuz y Martínez Oliva



(2024) refuerzan esta idea al señalar que el uso de tecnologías de la información y la comunicación (TIC) puede optimizar el bienestar y la productividad en el sector TI. Estos autores argumentan que la implementación de sistemas transparentes de comunicación no solo mejora la eficiencia, sino que también contribuye al equilibrio entre la vida laboral y personal de los empleados, mejorando su bienestar general.

Por su parte, Muñoz Castillo (2021) muestra cómo la transparencia en el uso de las TIC ha tenido un impacto positivo en el desempeño de los docentes de educación básica. En su estudio, concluye que una mayor transparencia en la rendición de cuentas mejora la calidad educativa, lo que resalta la importancia de la transparencia no solo en el ámbito empresarial, sino también en sectores como la educación. En este sentido, la transparencia actúa como un catalizador para mejorar tanto la calidad de los resultados como la satisfacción de los actores involucrados, ya sean empleados o estudiantes.

5. CONCLUSIÓN

En conclusión, la verdad y la transparencia son esenciales para establecer una comunicación efectiva y ética en el contexto organizacional moderno. Estos dos principios actúan como la base sobre la cual se construye la confianza, tanto dentro de la organización como con sus diversos grupos de interés externos. La comunicación clara, precisa y abierta no solo fomenta un ambiente de trabajo positivo, sino que también refuerza la legitimidad de la empresa frente a la sociedad, lo que a su vez tiene un impacto directo en la reputación y el éxito empresarial. Las organizaciones que adoptan la verdad y la transparencia como valores fundamentales en su comunicación son capaces de generar un mayor nivel de compromiso y motivación entre sus empleados. Un entorno donde la información se transmite de manera honesta y sin ambigüedades permite a los empleados entender claramente sus roles, responsabilidades y el contexto en el que operan. Esto no solo mejora el clima organizacional, sino que también aumenta la productividad, ya que los trabajadores se sienten más seguros, valorados y alineados con los objetivos de la empresa. Además, la reducción de malentendidos y conflictos internos crea un ambiente más armonioso, donde los equipos pueden colaborar de manera más eficiente.

Por otra parte, la transparencia en la comunicación directiva fortalece la toma de decisiones y la capacidad de liderazgo. Cuando los líderes son claros y abiertos en su gestión de la información, se genera un ambiente de confianza y respeto entre los empleados, lo que facilita la cohesión del equipo y el logro de los objetivos organizacionales. Los empleados que confían en la dirección de su empresa son más propensos a estar comprometidos y a contribuir de manera significativa al éxito de la organización. Este tipo de liderazgo transparente, además, mejora la capacidad de los equipos para adaptarse a los cambios y enfrentar desafíos de manera más eficiente.



En el ámbito externo, la transparencia es igualmente crucial para las relaciones con clientes, inversionistas, proveedores y otros stakeholders. Las empresas que se comunican de manera abierta y sincera son percibidas como más confiables y éticas, lo que refuerza su reputación y facilita la creación de alianzas estratégicas y oportunidades de crecimiento. La transparencia en temas como la sostenibilidad, la responsabilidad social y el gobierno corporativo es cada vez más demandada por los consumidores y la sociedad en general, lo que pone de relieve la importancia de adoptar una comunicación responsable y ética.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Barroso, M. B. (2021). La comunicación en organizaciones sostenibles como objeto de estudio: estado del arte y principales antecedentes. *Interacciones*, 1(1).<https://p3.usal.edu.ar/index.php/interacciones/article/view/5534>
- Borja Rueda, C. A., Campbell Falcón, C. B., Fernández Moreno, N. G., & Torres Paz, C. N. (2019). Transparencia corporativa en empresas del sector de seguros.<https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/15901>
- Buitrago, V. L., & Cobo, D. A. V. (2021). Revisión bibliográfica de la comunicación estratégica en Latinoamérica. Universidad Santiago de Cali Facultad de Comunicación y Publicidad Finalmente. Recuperada de https://repository.usc.edu.co/bitstream/handle/20.500.12421.5134.https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/66065285/REVISION_BIBLIOGRAFICA-libre.pdf?1616256053=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DCita_en_Laspilla_V_y_Varela_D_2021_REVIS.pdf&Expires=1726515747&Signature=W-LHdXI5547UIZr5MBCTMx5ycz7rKcwl-zukGDN1TbplS2g6lWD54RPaMggAfMbrDRthW~MhLNCigus4b~1ksDrpCM~hDRQOwz367jSjCeBsZciawLP-Oz47~gbJBBfOHfsEMkRUXSuqB8mJK9bh2mvhH2BvQeDd-SwDQrzzxKEA9TAtCW4RC7pjKTla4QqTEpSJycZJZ~Bimj1N6zG4vob1Goiz0iAAAdII1W0Y00G1g76LPRMhQcjPm7vvZ7MWPlrXCZiNf3WVjReJWG-Yrc-VQZC5zSDVdkEEfrBIV52jgRGR3Ewmf7pv8Hua4HbOK5XfLHG8WXWFxwIkhk3ReQ_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA
- Burgos Romero, C. (2018). La Responsabilidad Social o sostenibilidad: un enfoque desde el entorno y la comunicación. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 8(16), 47-59.http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?pid=S1390-86182018000300047&script=sci_arttext
- Calle Campoverde, T. L. (2021). Clima organizacional y satisfacción laboral en servidores públicos: una revisión de la literatura científica de los últimos 5 años.<https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/25919>
- Gil-Díaz, L., Martínez-Prats, G., & Rodríguez-Garza, C. A. (2022). Estilos de comunicación: Una revisión teórica hacia las habilidades directivas en las organizaciones. *Revista Científica de la UCSA*, 9(3), 85-96.http://scielo.iics.una.py/scielo.php?pid=S2409-87522022000300085&script=sci_arttext
- Herrera, W., & Mahecha, I. (2018). Transparencia, razón pública y rendición de cuentas en las empresas. *Veritas*, (41), 39-68.https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-92732018000300039&script=sci_arttext
- Jara Jara, J. M. (2021). Comunicación asertiva y clima laboral en docentes peruanos: una revisión sistemática de la literatura en el periodo 2010–2020.<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/59368>
- López Robles, J. L. (2022). Factores que intervienen en el desempeño laboral en equipos de



- trabajo: una revisión de literatura. Vinculatégica, 8(4), 168-181.
<http://eprints.uanl.mx/25983/>
- Muñoz Castillo, E. E. (2021). Las tecnologías de la información y la comunicación y su incidencia en el desempeño de los docentes de la Educación básica Regular del año 2014-2020: revisión sistemática. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/60307>
- Nájera Espinosa, O., & Sánchez Estévez, G. (2020). La comunicación organizacional y los ambientes laborales en la actualidad. Acercamientos y variaciones. <https://ri.iberomex.mx/handle/iberomex/5878>
- Pita Padilla, L. L. (2022). Comunicación interna: una revisión de la literatura. <https://tesis.usat.edu.pe/handle/20.500.12423/5640>
- Ponce, H. G., González, J. C., & Serrat, N. A. (2022). Transparencia de la información no financiera en las empresas del IBEX35 y del DAX30: el nuevo reporting integrado. Contaduría y administración, 67(1), 13. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8387469>
- Rodríguez Fenco, S. E., & Muñoz Pérez, S. P. (2023). Aplicación de estrategias tecnológicas de información y comunicación para el logro de competencias: Una revisión de la literatura. Revista Científica de la UCSA, 10(2), 151-164. http://scielo.iics.una.py/scielo.php?pid=S2409-87522023000200151&script=sci_arttext
- Vargas Alfaro, D. Y. M. (2020). Gestión de la comunicación interna en las empresas comerciales: una revisión sistemática de la literatura científica entre los años 2010-2019. <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/25868>
- Vargas Pertuz, L. J., & Martínez Oliva, N. D. (2024). Tecnologías de información y comunicación para la optimización del bienestar y productividad en el sector Ti: Revisión de Literatura. <https://repository.ucc.edu.co/entities/publication/494e3603-8cda-4cee-b69f-28205c8659a2>
- Vargas García, M. P., Barajas Zárate, M. A., & Pulido Peralta, A. M. (2022). Selección de técnicas de comunicación asertiva como estrategia de apoyo para el mejoramiento de clima organizacional en los teletrabajadores en Colombia. <https://repository.ucc.edu.co/entities/publication/d2d7014c-cbc7-470e-844a-3c533f01c146>
- Zamora, J. A. A., & Trapero, F. G. A. (2019). Transparencia y rendición de cuentas: Bases para un modelo de empresa cimentado en la confianza. Boletín de Estudios Económicos, 74(228), 517-538. https://www.researchgate.net/profile/Juan-Amezquita-4/publication/338956020_Transparencia_y_rendicion_de_cuentas_bases_para_un_modelo_de_empresa_cimentado_en_la_confianza_Transparency_and_Accountability_The_Foundation_s_to_Build_a_Model_for_Business_Grounded_in_Trust/links/5e34a889458515072d73f78b/Transparencia-y-rendicion-de-cuentas-bases-para-un-modelo-de-empresa-cimentado-en-la-confianza-Transparency-and-Accountability-The-Foundations-to-Build-a-Model-for-Business-Grounded-in-Trust.pdf



Conflicto de Intereses: Los autores afirman que no existen conflictos de intereses en este estudio y que se han seguido éticamente los procesos establecidos por esta revista. Además, aseguran que este trabajo no ha sido publicado parcial ni totalmente en ninguna otra revista.