

Link: <https://www.biobiochile.cl/noticias/opinion/tu-voz/2024/11/08/la-comunicacion-sostenible-como-necesidad-estrategica-para-las-instituciones.shtml>

Raúl Peña Silva En un contexto global donde la sostenibilidad ha pasado de ser una tendencia a una prioridad, las instituciones tienen el reto de integrar prácticas de comunicación sostenible en sus estrategias de posicionamiento. Esto no solo implica adaptar mensajes alineados con los valores de responsabilidad social y ambiental, sino también comprometerse en sus acciones con el bienestar del planeta y la sociedad. La comunicación sostenible, entendida como una herramienta ética y responsable que fomenta el diálogo inclusivo y respeta la diversidad, es hoy fundamental para construir confianza y generar un impacto positivo en la opinión pública. Incorporar comunicación sostenible en las estrategias de las instituciones implica utilizar un lenguaje que refleje compromiso con el medio ambiente, la equidad y la justicia social. Esto va más allá de promover productos o servicios; se trata de construir una narrativa coherente que muestre cómo la organización contribuye al bien común. Por ejemplo, al emplear un lenguaje inclusivo y claro, las instituciones abren espacios de comunicación accesibles para audiencias diversas, lo cual es crucial en un mundo interconectado y multicultural. Así, se promueve no solo la comprensión, sino también la identificación de la audiencia con la institución. El impacto positivo de la comunicación sostenible en la opinión pública es significativo. Cuando una organización es transparente sobre sus acciones y valores, genera confianza y credibilidad en sus audiencias.

Este tipo de comunicación crea un lazo emocional, demostrando que la institución no solo se preocupa por sus propios intereses, sino también por el bienestar social y ambiental. La transparencia y el compromiso auténtico permiten que los mensajes trasciendan, generando una percepción positiva que se traduce en lealtad y apoyo público. Además, adoptar una comunicación sostenible ofrece una ventaja competitiva en el posicionamiento institucional.

Las organizaciones que muestran un enfoque sostenible y ético en su comunicación suelen destacarse frente a otras que aún operan con modelos de comunicación tradicionales. La sociedad actual busca instituciones comprometidas y responsables, por lo que aquellas que adopten estas prácticas no solo refuerzan su reputación, sino que también atraen a un público que valora estos principios.

La sostenibilidad en la comunicación, entonces, no es solo una moda, sino una inversión a largo plazo para la imagen institucional. La necesidad de que las instituciones adopten la comunicación sostenible es, por lo tanto, urgente.

En un entorno de constante cambio y desafío, apostar por un modelo comunicacional que respete la diversidad, la equidad y la responsabilidad ambiental no solo es una decisión estratégica, sino una muestra de liderazgo. Las instituciones que se comprometen con este enfoque no solo contribuyen al bienestar colectivo, sino que también construyen una base sólida para su futuro, proyectándose como referentes de ética y compromiso en la sociedad. Raúl Peña Silva

Jefe de Comunicaciones de la **Universidad Bernardo OHiggins**.  
Magíster en Comunicación y Negocios. Nuestra sección de OPINIÓN es un espacio abierto, por lo que el contenido vertido en esta columna es de exclusiva responsabilidad de su autor, y no refleja necesariamente la línea editorial de BioBioChile

