

# Las relaciones públicas para un grupo social

*Un buen programa de Relaciones Públicas a nivel de Grupo Social, puede lograr una mayor participación de sus miembros en la búsqueda de sus objetivos, una mayor cooperación de la Comunidad y una mejor imagen a los ojos del público.*

**S**i partimos del concepto de que todo lo que no es producción o finanzas es marketing, comprendemos que todo lo que una organización social hace es Marketing y principalmente su actividad más importante que es la de proyectar una Imagen positiva en la comunidad donde desenvuelve sus actividades. Las Relaciones Públicas aplicadas al grupo social, se las puede definir como la Imagen total proyectada por la Organización, tanto a sus miembros individuales como al público que las rodea. Por lo tanto los grupos sociales - fraternidades, grupos femeninos, club de Leones, Rotarios, Jaycees, voluntariados, etc. - hacen Marketing de su Imagen. Un buen programa de Relaciones Públicas a nivel de Grupo Social, puede lograr una mayor participación de sus miembros en la búsqueda de sus objetivos, una mayor cooperación de la Comunidad en los trabajos realizados y una mejor imagen a los ojos del público.

Las Relaciones Públicas, trabajan en la proyección de la imagen total de una Organización, con una mezcla de publicidad institucional, promoción

social y de actividades diarias destinadas a informar e impartir noticias para lograr que el público conozca y tome en cuenta al Grupo Social.

Si una Organización Social desapareciera hoy, lo sentiría la comunidad. Aunque parezca extraño, la verdad es que hay muchas comunidades que no saben que una determinada Organización Social, se encuentra funcionando dentro de sus ciudades o pueblos. La palabra IMAGEN se usa con frecuencia en Relaciones Públicas, sin embargo hay muchos grupos sociales que no tienen ninguna imagen o consiguen una muy pobre. Esto demuestra la necesidad de buenas Relaciones Públicas, que constituye la sangre de toda organización que desee tener un impacto positivo en la comunidad.

Los directivos de una Organización Social participante en la comunidad, deben no solamente hacer saber que existe esa Organización, sino también informar, interesar y hacer participar al público en las varias actividades del Grupo Social y hay dos clases de públicos que les debe interesar: los públicos especiales y el público en

general.

Los públicos especiales incluyen a los dirigentes cívicos locales, los funcionarios de gobierno, las organizaciones cívicas y las organizaciones similares de trabajo social. El público en general se compone de todos los miembros de la comunidad y que son informados por los líderes de opinión, que son los que deben comprender los objetivos y los logros de la Organización Social. La imagen de un Grupo Social, se puede resumir en dos conceptos:

\* La imagen es la impresión de sí mismo que cada Grupo Social procura causar a través de sus comunicaciones en general.

\* Su imagen es lo que los diferentes grupos - el público, los medios informativos, los líderes de la comunidad y sus componentes - piensan realmente de la organización del Grupo Social.

Con estos dos conceptos, se determina que lo importante no es solamente "lo que el Grupo dice" y "como lo dice", sino también que las personas con las que se relaciona y se está comunicando, comprendan y creen lo "que se dice". ■

Sergio Wieler  
Administrador de  
Empresas  
Docente de la UPSA.

