

I.	<b>Introducción</b> .....	1
II.	<b>Glosario</b> .....	2
III.	<b>Entregando tu mensaje de manera simple y efectiva — Relaciones Públicas y Publicidad</b> .....	3
	<b>Definición</b> .....	3
	<b>Relaciones Públicas y Publicidad en comparación con anuncios</b> ..	3
	<b>Como reconocer una historia que es digna de ser publicada</b> .....	4
	<b>Medios de comunicación impresos de transmisión</b> .....	4
IV.	<b>Como funcionan las Relaciones Públicas y la Publicidad</b> .....	5
	<b>Definición de los Mercados Claves</b> .....	5
	<b>Distribución</b> .....	5
	<b>Coordinación Oportuna</b> .....	6
	<b>Desarrollando y Manteniendo listas de Medios de Comunicación</b> .....	6
	<b>Estableciendo relaciones con los medios de comunicación</b> ...	7
V.	<b>“La Clave” de las Noticias</b> .....	8
VI.	<b>Consejos Prácticos</b> .....	9
	<b>Reglas para reproducir el material por escrito</b> .....	9
	<b>Reglas para los Boletines de Prensa</b> .....	10
	<b>Reglas para el envío de Fotografías</b> .....	11
	<b>Reglas para el envío de “Alertas”</b> .....	12
	<b>Reglas para la publicación de un artículo de interés</b> .....	12
	<b>Reglas para los servicios de Anuncios Públicos</b> .....	13
	<b>Reglas de la Revista <i>Columbia</i></b> .....	14
	<b>“<i>Knightline</i>” es otra de las publicaciones del Consejo Supremo</b> ...	15
	<b><i>Suplemento del Programa</i></b> .....	15
	<b><i>Noticiero de los Escuderos de Colón</i></b> .....	15
VII.	<b>Noticieros mensuales del Consejo y el sitio Web del Consejo</b> .....	16
VIII.	<b>Recaudación de Fondos para personas con incapacidades intelectuales</b> ..	18
IX.	<b>Oportunidades adicionales para llevar a cabo nuevas formas de relaciones públicas</b> .....	19
X.	<b>Adenda</b> .....	20
	<b>Ejemplo de un boletín de prensa</b> .....	20
	<b>Ejemplo de Alerta a los medios de comunicación</b> .....	26
	<b>Ejemplo de un anuncio de Servicio público</b> .....	27
	<b>Ejemplo de la publicación de una foto</b> .....	28
	<b>Reglas que determinan el uso del nombre y los emblemas de la Orden</b> ...	29
	<b>Ejemplo de la autorización para el uso de fotografías</b> .....	31

# Introducción

---

En tu capacidad de Caballero de Colón, debes buscar siempre nuevas formas mediante las cuales puedes engrandecer la misión de la Orden y sus contribuciones a la Iglesia, a la comunidad y al prójimo.

Relaciones públicas puede ser una herramienta de comunicación muy valiosa en el avance de los principios de Caballeros de Colón y en el aumento del apoyo de la comunidad para tu Consejo y sus actividades. Este manual está diseñado para proporcionarle a tu consejo todas las herramientas que necesita para llevar a cabo un programa de relaciones públicas de mucho éxito.

Relaciones públicas es simplemente comunicación efectiva de un mensaje a una audiencia. Para desarrollar un programa de relaciones públicas que es verdaderamente efectivo el mensaje se debe entregar en forma continua para así fortalecer la imagen de los Consejos y expandir su impacto en la sociedad.

Si le prestas atención a la información contenida en este manual estarás en posición de llevar a cabo programas de publicidad para tu consejo que son efectivos y consistentes.

Muchas recompensas se derivan de un programa de relaciones públicas bien organizado. En el caso de Caballeros de Colón un programa efectivo puede:

1. Crear en la comunidad una conciencia sobre tu Consejo y su labor.
2. Crear una imagen positiva de Caballeros de Colón en su totalidad y de su consejo en especial.
3. Desarrollar un programa de promoción que de a conocer al consejo y a sus actividades.
4. Comunicar mensajes clave a audiencias específicas.
5. Aclarar mal entendidos.
6. Fortalecer el apoyo que la comunidad le presta a Caballeros de Colón y a su misión.
7. Ayudar en el reclutamiento de nuevos miembros.

Su introducción a las relaciones públicas comienza con un glosario de la terminología. Una sección especial que habla sobre como llevar el mensaje en forma clara y específica. Las mecánicas de las Relaciones Públicas y por último reportajes y el manejo de información exclusiva. Ejemplos del material de promoción se incluye también en el Addendum.

Bienvenido al mundo de las Relaciones Públicas. Es nuestro sincero deseo que este manual te proporcione la ayuda necesaria para que cumplas con tu cometido en el campo de relaciones públicas.

# Glosario

---

## **Mensaje**

Es la información que deseas comunicarle a un grupo de personas clave o a un grupo específico de personas.

## **Lista de los Medios de Comunicación**

Es una lista de los periódicos, revistas, estaciones de radio y televisión en tu localidad. Debes dirigir todas tus actividades en relaciones públicas a estos medios de comunicación.

## **Audiencia clave o audiencia específica**

Es el grupo de personas al cuál se le quiere especialmente comunicar el mensaje. La audiencia puede incluir familias, jóvenes, etc.

## **La Prensa y Comunicados de Prensa**

El comunicado de prensa es un anuncio por escrito de una actividad o programa que se da a conocer al público a través de periódicos, revistas o mediante estaciones de radio y de televisión. (Ejemplos de comunicados están disponibles en el Addendum, páginas 20-25).

## **Fotografías de Publicación**

Esta publicación incluye una foto y una breve descripción, escrita a máquina, de la misma. (Ejemplos están disponibles en la página 28 del Addendum).

## **Alerta para los Medios de Comunicación**

Es un anuncio por escrito de un evento que se llevará a cabo próximamente e incluye información referente a Que, Quién, Donde, Cuando y Por qué, para que se distribuya por medio de la prensa o de la televisión, solicitando participación y cobertura. (Ejemplo disponible en el Addendum, página 26).

## **Anuncio de Servicio Público (ASP)**

Es un anuncio audiovisual, por video, o por casete, a la comunidad, de una actividad o evento para que se distribuya por medio de los periódicos o estaciones de radio y televisión. (Ejemplo disponible en el Addendum, página 27.)

## **Artículo Principal**

Es una historia de mayor alcance que una comunicación de prensa que a menudo incluye un aspecto de interés humano. Se distribuye mediante la prensa o la televisión.

## **Compañías locales de cable**

Compañías locales de cable tienen disponibles canales de televisión para programas que se originan localmente, de organizaciones de la comunidad y o de individuos.

## **El Vocero de los Medios de Comunicación**

Es la persona designada por tu consejo para que hable con los medios de comunicación sobre los programas del consejo y de la Orden y proporcionar citas textuales.

## **Mención a través de la Prensa**

Es cuando la actividad o programa del consejo se menciona en un artículo que aparece en un periódico, en una revista, o bien por la radio y la televisión. La mención la puede haber iniciado el consejo o el medio de comunicación mismo. Un artículo de calidad menciona el nombre de la organización o del consejo.

# Entregando tu mensaje de manera simple y efectiva

## Relaciones Públicas y Publicidad



### Relaciones públicas y publicidad en comparación con anuncios

Al igual que los anuncios, las relaciones públicas cuentan principalmente con los medios de comunicación para hacer llegar mensajes específicos a audiencias determinadas pero en contraste con los avisos, el espacio y tiempo publicitario que se le otorga es gratis debido a la labor que hace relaciones públicas. Por ejemplo, el costo de un aviso del tamaño de la mitad de una página en un periódico de mayor circulación es cerca de \$15,000, mientras que el costo de una editorial que ocupa el mismo espacio y que se publica mediante las relaciones públicas es cero.

En contraste con los avisos de promoción, las relaciones públicas no pueden garantizar o controlar donde, cuando, y ni siquiera si la cobertura tendrá lugar. Esa es una decisión que le pertenece a los medios de comunicación. Pero cuando la labor tiene éxito, la función de relaciones públicas tiene una influencia muy significativa porque los medios de comunicación presentan en sus editoriales los mensajes que desean enviar y no los que se compran para poner avisos o transmitirlos por radio o la televisión. Esto es lo que se conoce bajo el nombre de “endorso de terceras personas” y es de gran valor cuando se trata de dar a conocer una organización y su mensaje.

### Definición

Relaciones públicas es el centro de comunicaciones diseñado para crear un conocimiento extenso y positivo de una organización, su papel, su labor, sus programas y su misión.

Un componente crítico de las relaciones públicas es la publicidad. Esfuerzos exitosos de publicidad hacen que los medios de comunicaciones publiquen editoriales en la forma de noticias o artículos principales en periódicos, revistas y referencias, avisos o entrevistas en las estaciones de radio y televisión. La publicidad es una forma muy efectiva para mantener al público informado acerca de los muchos aspectos de Caballeros de Colón en tu comunidad.

---

## Como reconocer una historia que es digna de ser publicada

La información que se le envía a los editores y a los locutores debe referirse a eventos locales de actualidad que pueden ser de interés para los lectores, los oyentes y los televidentes.

A continuación se proporciona una lista de aquellas actividades del consejo en las cuales los medios de comunicación pueden estar interesados aunque es muy posible que hayan muchas otras que están estrechamente relacionadas con tu consejo y con tu comunidad.

1. Presentación de premios que se le otorgan a miembros del consejo, o al consejo, al igual que presentaciones de premios a otras organizaciones o individuos.
2. El número de nuevos miembros que se reclutó durante la última campaña de reclutamiento.
3. Nuevos funcionarios.
4. Campeonatos de tiro libre de balón cesto y de fútbol.
5. Programas para personas mayores.
6. Programa RSVP (Devolución de fondos en apoyo de las vocaciones)
7. Proyectos de recaudación de fondos para personas con incapacidades físicas o intelectuales.
8. Cursos de resucitación cardiopulmonar (CPR) u otros cursos relacionados con la salud.
9. Renovaciones a la Iglesia de mayor envergadura.
10. Programas para los ganadores de becas.
11. Otros proyectos para recaudar fondos para la comunidad.
12. Apoyo de Caballeros de Colón para las víctimas de desastres naturales.
13. Asistencia de primera mano para las familias que han experimentado desastres catastróficos personales, pérdidas y enfermedades.
14. Premios del Consejo para la “Familia del Año” y el “Caballero del Año.”
15. Resultados locales de la Encuesta Anual de las actividades fraternales.
16. Contribuciones económicas a agencias de la comunidad.

17. Aniversarios de importancia y otras actividades relacionadas con los mismos.
18. Cualquier otro evento que se puede clasificar en forma superlativa: el más grande, el más pequeño, el de última hora, el más nuevo, el más viejo, etc.

## Medios de comunicación impresos o de transmisión

Los medios de comunicación están divididos en dos secciones principales: por escrito y transmitidos. Debes usar ambos para diseminar tu información acerca de las actividades locales.

### *Medios de Imprenta*

- En los periódicos están incluidas las ediciones diarias, semanales, al igual que publicaciones de la comunidad—del consejo de estado, seculares, diocesanas, y étnicas.
- En las revistas se incluyen publicaciones del estado, de la comunidad, de asociaciones al igual que revistas de interés especial, tales como las de deportes, las de la juventud y en particular Columbia.
- En los boletines de noticias se incluyen los de los consejos, de las iglesias, y de organizaciones tales como la de personas mayores, de las cámaras de comercio, y de publicaciones de las bibliotecas y de las escuelas.

### *Medios de Transmisión*

- Por radio incluye AM, FM y estaciones en línea con programas de noticias, entrevistas y entretenimiento.
- En las transmisiones por televisión están incluidas las estaciones de la red al igual que las estaciones locales e independientes y sus sitios Web.
- Estaciones de televisión por cable incluye estaciones de cable que tienen disponibles programas que se originan localmente. No todas las estaciones de cable locales tienen disponibles programación local, de modo que verifique la lista de programas de televisión o llame al operador de la estación de cable local para determinar cuales son las estaciones de cable que ofrecen programas locales.

# Como Funcionan la Relaciones Públicas y la Publicidad

## Definición de los mercados claves

Para que un programa de relaciones públicas y publicidad tenga éxito debe ver la forma de alcanzar el público apropiado con el mensaje apropiado. Primero es preciso evaluar el tema del mensaje. ¿A quién se le debe dirigir el mensaje? ¿A quién estás tratando de alcanzar, a las familias, a los jóvenes, a los líderes de la comunidad, a la gente de negocios o al público en general?

A medida que desarrollas tu lista de los medios de comunicación, (para detalles refiérete a la pagina 6) puedes conectar el público específico que tienes en mente con los medios de comunicación que mejor pueden alcanzar ese público. Los medios de comunicación te pueden decir quienes constituyen su público.

Por ejemplo, si tu consejo que está en Peoria está planeando un gran evento o actividad que requiere apoyo del público, el medio de comunicación apropiado es el *Journal-Star* de Peoria y no el *Chicago Tribune*.

## Canales de distribución

La distribución de noticias y artículos principales requiere que se le preste atención a varias funciones mecánicas.

## Duplicados

El artículo se debe imprimir claramente en papel con el membrete de Caballeros de Colón. Es preciso asegurarse de que todas las copias son legibles y limpias.

## Métodos de Distribución

**Por mano**—si vives en una comunidad pequeña a lo mejor quieres entregar los artículos personalmente. Esto le da un toque personal muy efectivo.

**Por fax o por correo electrónico**—la mayoría de los reporteros tienen reglas específicas relacionadas *con la forma* en que se les hacen llegar los noticieros. Puede que un reportero tenga una dirección de correo electrónico pero prefiere que los noticieros urgentes se le envíen por fax o mediante cualquier otra *forma escrita*.

**Por correo regular**—si los artículos se envían por correo regular deben mandarse a la atención específica de la persona que es el punto de contacto. Llame al medio de comunicación para obtener el nombre de la persona a la cual se le deben enviar los artículos.

**Por correo electrónico**—existen servicios profesionales que se dedican a la distribución de noticieros mediante correos electrónicos que van directamente a la sala de prensa. Si el noticiero que tienes que mandar es urgente y le puede interesar a personas que viven en otras comunidades, este puede ser el método ideal de envío.



---

## Coordinación Oportuna

Para tener éxito en publicidad, la coordinación oportuna de la publicación del noticiero de los eventos es crítica. Muchas veces el fracaso o el éxito de una campaña y de un evento dependen de esta coordinación. Tu consejo puede hacer uso de la publicidad para alcanzar dos metas: (1) anunciar un evento con anticipación con el objeto de obtener una participación máxima de parte de los miembros o del público; e (2) informarles a los miembros y al público los logros del consejo y de la Orden.

Eligiendo el momento oportuno para hacer el anuncio puede hacer la diferencia cuando se trata de obtener cobertura de parte de los medios de comunicación. Por lo tanto, tu noticiero se le debe enviar a los medios de comunicación con dos semanas de anticipación a la fecha durante la cual se celebrará el evento o la actividad. A medida que se acerca la fecha, haz un seguimiento mediante llamadas telefónicas.

Para artículos que están relacionados con los miembros o funcionarios, con resultados de recaudación de fondos y otras actividades, busca la forma de enviar los artículos lo más pronto posible y nunca dejes pasar más de dos días después que se celebró el evento o actividad. No te olvides que no hay noticias en noticias cuya hora ya pasó.

Tu reputación como fuente de información sufrirá grandes estragos si esperas hasta el último momento para invitar a los medios de comunicación a un evento o para enviarles un artículo sobre una actividad o programa que ya tuvo lugar. Tampoco recibirás la cobertura que les has pedido. Por lo tanto asegúrate de preparar y distribuir tu material con suficiente anticipación.

## Desarrollando y manteniendo listas de medios de comunicación

Un componente clave en cualquier esfuerzo en el campo de relaciones públicas es contar con listas de los medios de comunicación que están al día. Una de las formas para desarrollar esta lista es consultar tu guía telefónica local para obtener una lista de todos los periódicos, revistas, radio, televisión y estaciones de cable. Otra forma es poniéndose en contacto con asociaciones internacionales, organizaciones de mujeres, o una organización internacional de relaciones públicas. Puede que estas organizaciones, u otras, tengan un directorio de los medios de comunicaciones locales o puedan identificar fuentes que venden listas conteniendo información sobre los medios de comunicación. Incluye también en tu lista los boletines de la Iglesia y de tu consejo de estado así como periódicos diocesanos.

En el caso de los periódicos el mejor contacto es generalmente el editor local o el editor religioso. Para la televisión, radio y estaciones de cable, el mejor punto de contacto es el editor o director a cargo de las noticias y otros eventos. En el caso de anuncios de servicio público, lo mejor es dirigirse al director de servicios públicos. La mejor forma de averiguar quien es el punto de contacto más apropiado es llamar y preguntar.

Tu lista debe incluir las fechas de plazo de los medios de comunicación quienes tendrán mucho gusto en proporcionártelas. No te olvides que aún dentro de la misma organización, diferentes departamentos se rigen por diferentes requisitos y distintas fechas. Anota también cual es la forma preferida para enviarle tu artículo a tu punto de contacto: por fax, por correo ordinario, por mano o por correo electrónico.

Debes actualizar la lista cada tres meses. En los medios de comunicación el personal cambia de puesto a menudo. Una simple llamada por teléfono puede verificar que tu punto de contacto está todavía allí.

---

## Estableciendo relaciones con los medios de comunicación

Después de desarrollar la lista de los medios de comunicación, el paso siguiente es conocer personalmente a tus nuevos puntos de contacto. Mantén la comunicación corta y al grano especialmente cuando se trata de periódicos y estaciones de televisión en las ciudades grandes.

Siempre recuerda estas simples pautas al llamar por teléfono al punto de contacto “apropiado”:

- Como representante de relaciones públicas de Caballeros de Colón, cuando llames por teléfono da tu nombre y el de tu organización e indica la razón de tu llamada.
- Los editores y los locutores siempre tienen que cumplir plazos por lo tanto pregunta si el momento es oportuno, y si no lo es, averigua cuando puedes volver a llamar.
- Una vez que te has comunicado con tu punto de contacto, puedes hablar por teléfono o bien concertar una reunión para hablarle sobre las actividades que el consejo piensa desarrollar y determinar que clase de información tu punto de contacto prefiere usar en el futuro.
- Siempre expresa tu agradecimiento por la cantidad de tiempo que la gente te concede. Una vez establecida tu relación llama de vez en cuando, para no molestar, porque los editores y los locutores están siempre sumamente ocupados, y, muy importante, no preguntes si van a publicar o a usar tu artículo.
- No te olvides que tu artículo está compitiendo por limitado espacio con varios otros artículos y que los medios de comunicación no siempre te darán cobertura porque no tienen que hacerlo. Tu relación con ellos se pondrá en peligro si exiges apoyo.
- De vez en cuando no te olvides de enviar una nota de agradecimiento a tus puntos de contacto por todo el apoyo que te han proporcionado.



# “La Clave” de las Noticias

---

No siempre es fácil encontrar la forma de crear interés de parte de los medios de comunicación. Entregar los artículos a tiempo es sin duda importante, pero igualmente importante es identificar el aspecto del programa o del evento que le interesará a los medios de comunicación y al público. Esto es lo que llamamos “La Clave” de las noticias.

A forma de ayuda en el desarrollo de tu plan, crea y mantén un calendario que incluye “los eventos que se tienen que celebrar”: una lista exhaustiva, cronológica, de las iniciativas pendientes que pueden transformarse en “la clave” de las noticias.

En el caso de Caballeros de Colón estas pueden ser:

1. Anuncios de nombramientos de nuevos funcionarios.
2. Ganadores de los campeonatos de tiro libre de balón cesto y de fútbol al nivel local, de distrito, de estado o internacional.
3. La cantidad de fondos que se reúnen para la comunidad mediante funciones de beneficencia, dando ejemplos de como se emplea el dinero.
4. Ejemplos de cómo las personas mayores se benefician mediante los programas de la Orden y menciona uno o dos receptores.
5. Logros del Caballero de más edad y del Caballero más joven.
6. Un proyecto interesante de servicio a la comunidad indicando el número de horas de trabajos voluntarios y el número de voluntarios que participaron.
7. Resultados de la encuesta anual de la actividad fraternal.
8. Honores o actividades de los Escuderos.

Estas sugerencias no sólo son buenos temas sino que también ofrecen excelentes oportunidades para sacar fotos de los eventos y actividades y hacerlos formar parte de un artículo principal. Por ejemplo, mande una foto de acción de la Competencia de Tiro Libre o ayude a los medios de comunicación a desarrollar un artículo especial sobre una persona mayor que ha recibido ayuda mediante un programa de Caballeros de Colón. Si tomas la foto, debe ser de calidad profesional, es decir, una imagen nítida con buen contraste de un tema interesante.

Usa tu imaginación, no tengas miedo de pedir la opinión de tus puntos de contacto en los medios de comunicación. En la mayor parte de los casos verás que están deseosos de ayudarte. Recuerda que ellos necesitan un buen artículo tanto como tu necesitas publicarlo.

# Consejos Prácticos

---

## Reglas para reproducir el material por escrito

Aún cuando se tenga la información apropiada se arruina la oportunidad de tener cobertura de parte de los medios de comunicación si se dejan de respetar algunas de las reglas para presentar las copias. El material por escrito que requiere una cantidad mínima de trabajo de parte del editor tiene la mejor posibilidad de ser publicado. Al enviarle material por escrito (incluyendo boletines de prensa, fotografías y noticieros) a un editor o locutor recuerda que es importante hacer lo siguiente:

- La apariencia de un boletín de prensa, o de cualquier otro material, refleja el grado de profesionalidad de Caballeros de Colón y de ti mismo.
- Mantén la información breve y concisa.
- Presenta los boletines escritos a máquina, a doble espacio, en una página de tamaño 8.5" x 11" si es posible en papel con el membrete de Caballeros de Colón usando solamente el lado del frente del papel.
- El margen debe ser por lo menos 1" a ambos lados del boletín dejando espacio para notas y cambios de redacción.
- Muestra el nombre del punto de contacto en Caballeros de Colón, al igual que el título y el número de teléfono en la esquina a la derecha de la primera página del boletín. Si no hay papel con membrete de Caballeros de Colón añádele a esta información el nombre del consejo y su dirección.
- Comienza el primer párrafo con el nombre de la ciudad/estado/provincia (todo escrito con letras mayúsculas) en donde se originó la información al igual que la fecha de envío.
- Si el artículo cubre más de una página, pon la palabra "más" al final de cada página para compaginar el artículo en caso de que las páginas se separen.
- Después del último párrafo, en la próxima línea, pon el símbolo "###" en el centro de la línea para indicar el fin del boletín de prensa.
- En todos los boletines de prensa se debe incluir el lenguaje estándar que describe a Caballeros de Colón, (Ve ejemplos en las paginas 20-25 del Addendum).
- Para referencia en el futuro guarda copias de todo el material que envías.
- Distribuye todo tu material por mano, por fax, por correo electrónico o por correo regular. Dependiendo de los diferentes plazos establecidos por los diversos medios de comunicación, debes considerar el uso de todos los medios de distribución para enviar tus artículos.

---

## Reglas para los Boletines de Prensa

(Para uso en los medios de comunicación de imprenta y televisión)

- Para tu boletín usa un título de acción que llame la atención.
- Identifica el propósito y objetivo principal del boletín y hazlo tu “tema de entrada” en el primer párrafo. Usa esta entrada para cautivar y mantener la atención del editor.
- Asegurate que tu boletín tiene la respuesta a seis preguntas muy importantes en relación con tu tópico: ¿Quién, Qué, Donde, Cuando, Como y Por qué?
- Al escribir tu boletín siempre pon la información más importante al principio de él. Organiza la información de manera descendente, es decir de mayor importancia a menor importancia. (Si el medio de comunicación acorta el boletín lo más probable es que elimine la parte final del escrito, la información de mayor importancia quedará intacta.)
- Asegurate que los nombres, los números, las citas textuales y otra información factual está correcta y que las citas se atribuyen debidamente a la persona que las dijo, incluyendo nombre y título de la misma.
- Mantén la información factual, evita opiniones excepto cuando se atribuyen a las citas.
- Siempre debes conseguir autorización verbal o por escrito de cada persona que se cita en el boletín para poder mencionar su nombre y publicar su declaración.
- El boletín debe ser claro, conciso y bien enfocado—prueba con un tema a la vez.
- Llama por teléfono para asegurarte que se recibió tu boletín y debes estar preparado para enviar una copia adicional si el editor está interesado en la historia pero no encuentra o no recuerda haber recibido el original.

---

## Reglas para el envío de fotografías

- A los periódicos envíales fotos satinadas en blanco y negro de un tamaño 4" x 5" o 5" x 7". La revista Columbia prefiere recibir fotos en colores.
- Al hacer los preparativos para tomar la foto, usa un segundo plano simple y ordenado.
- Si es posible, siempre que puedas incluye gente en la fotografía y porque están representando a Caballeros de Colón asegurate que no están posando para la foto sino que se ven presentables y cómodos. Procura incluir también alguna forma de identificación de Caballeros de Colón tales como insignias, carteles, chaquetas, camisetas, gorras, etc.
- La foto debe mostrar la acción que es la causa de la historia que se está publicando. Por ejemplo, en vez de tomarle una foto a un Caballero que le está entregando un cheque al administrador de un hospital local (lo que se conoce como "apretar (la mano) y sonreír") la foto debe mostrar lo que el hospital va a hacer, o hizo, con la donación, como por ejemplo un paciente usando el equipo que se compró, etc.
- Para poder publicar la fotografía, debes obtener permiso por escrito de cada una de las personas que aparece en la ella. Lo mejor es tener a mano un formulario de consentimiento para el uso de la foto. (Un ejemplo se proporciona en la página 31 del Addendum.)
- La leyenda que acompaña a la foto se debe enviar siempre escrita a máquina, las personas que aparecen en la foto se deben identificar de izquierda a derecha. Verifica que los nombres y los títulos están correctos. Usa una hoja de papel de 8.5" x 11". Escribe a máquina la leyenda en la mitad más baja de la página y pega la foto en la otra mitad.
- No escribas nunca en el frente o en la parte de atrás de la foto y no la grapes al boletín.
- Envía fotos sólo a los medios de comunicación de imprenta con la excepción de algunas estaciones de televisión que usan diapositivas como el telón de las noticias que el locutor está dando.
- Llama por teléfono para tener la seguridad de que la foto se recibió.
- No les pidas a los medios de comunicación que devuelvan las fotos. Haz suficientes copias como para mantener una en los archivos.
- Si tus medios de tecnología lo permiten, los medios de comunicación reciben ahora fotos que se envían por correo electrónico. Ponte en comunicación con tus puntos de contacto para ver si están interesados en proceder de este modo.

---

### Reglas para el envío de “Alertas”

- Envía alertas de los boletines para anunciar próximos eventos y así conseguir la participación de los medios de comunicación.
- Escribe a máquina en el tope de la página la palabra “Alerta”
- Ponle al artículo un título corto y pegadizo que le llamará la atención a los medios de comunicación.
- Las alertas no deben ser de más de una página de largo. Mientras más cortas mejor.
- Proporciona una lista de Quién, Qué, Donde, Cuando de las fotografías acompañadas de un escrito claro y simple. Explícales a los medios de comunicación la razón por la cual crees que deberían darle cobertura al evento.
- Llama por teléfono para tener la seguridad de que recibieron la alerta.

### Reglas para la publicación de un artículo de interés

- En contraste con los boletines informativos que típicamente se enfocan en datos concretos, (nombres, números, eventos específicos, etc.) los artículos de interés se concentran en el aspecto humano de las personalidades y sus relaciones personales.
- Un artículo de interés, por ejemplo, se puede enfocar en las personalidades o en la historia de los programas mismos de Caballeros de Colón.
- A menudo, son los medios de comunicación los que escriben o producen los artículos de interés. Debes procurar interesar a tus puntos de contacto para que los escriban o los produzcan.
- Para informarles a los medios de comunicación sobre una próxima oportunidad para publicar un artículo de interés, debes escribir una sinopsis breve de la idea que tienes en mente y ponerte en contacto con el medio de comunicación más apropiado para la publicación del artículo y conversar acerca de tus ideas.
- Después de la conversación envía una carta incluyendo tu sinopsis.
- Un artículo de esta naturaleza se ofrece generalmente como algo “exclusivo”. Esto quiere decir que se le ofrece solamente a un medio de comunicación en contraste con los boletines de prensa, de fotografías, y anuncios de servicios públicos los cuales se envían a todos los medios de comunicación simultáneamente. Si el primer medio de comunicación no está interesado en el artículo entonces se lo puedes ofrecer a otro. No trates de interesar en el artículo a más de un medio de comunicación a la vez

---

## Reglas para los Servicios de Anuncios Públicos

- Cada vez que tengas que anunciar una actividad para la comunidad auspiciada por Caballeros de Colón, (por ejemplo la Competencia de Tiro Libre o actividades para reunir fondos), o cuando estás proporcionando información que le interesa a la comunidad, (por ejemplo, mensajes relacionados con actividades familiares o con la seguridad de la juventud) usa el Servicio de Anuncios Públicos. Actividades para reunir fondos para los pobres, proyectos especiales de la comunidad, y eventos especiales son también perfectos temas para emplear el Servicio de Anuncios Públicos.
- Para la radio, ponte en contacto con el Director de Servicios Públicos de la estación para conseguir información relacionada con el formato que debes usar para el anuncio. La mayoría de ellos usan un espacio de 30 segundos por anuncio pero hay algunos que usan 60 segundos. De modo que tienes dos opciones: puedes escribir el anuncio y leerlo en voz alta para tener la seguridad de que cumple con la regla de los 30 o 60 segundos o puedes grabar el anuncio para distribuírseles a las estaciones. Pregúntales a las estaciones cuales son sus requisitos.
- Cuando se trata de la televisión, debes ponerte en contacto con el Director de Servicios Públicos para obtener las especificaciones pertinentes incluyendo la duración y uso de los visuales. En general los visuales son: o una diapositiva o un video de corta duración. Puedes proporcionar los visuales acompañados de tu propio guión, o bien puedes hacer que el artículo de interés público lo desarrolle un estudio de producción local para su distribución. Aunque tus visuales no tienen que ser de una naturaleza comercial, deben ser interesantes y profesionales.
- Al enviar tu grabación es importante que la acompañes con una carta mediante la cual explicas porque el Anuncio de Servicio Público es importante y de interés para los oyentes y televidentes.
- Con cualquier formato que uses para distribuir tu anuncio ya sea a la radio o a la televisión siempre incluye una copia escrita a máquina del mensaje (en letras mayúsculas, a doble espacio indicando el largo del mensaje). Escribe a máquina “Anuncio de Servicio Público” al encabezar la página.
- Cuando escribas tu Anuncio no te olvides que el texto se leerá en voz alta de modo que léelo en voz alta para que tengas una idea de cómo va a sonar.
- Asegúrate que el anuncio está dirigido al director de anuncios de servicios públicos de cada estación de radio o estación de televisión.
- Llama por teléfono después de haberlo enviado para tener la seguridad que lo recibieron y se presentó en forma adecuada para su transmisión.
- Si decides producir tu propio video sobre el anuncio de servicio público no necesita ser vistoso pero si tiene que cumplir con el estándar de transmisión y debe ser filmado por un profesional. No se aconseja usar un video hecho en casa.
- De vez en cuando el Consejo Supremo produce anuncios de servicio público para la radio y la televisión los cuales los consejos pueden obtener sin costo alguno para proporcionárselos a los medios de comunicación locales. Es posible que los consejos puedan conseguir un espacio de mayor tiempo para mostrar sus avisos si llaman a los directores de las estaciones locales para pedirles que transmitan el aviso y les demuestran la importancia del mensaje para la comunidad local.

---

## Reglas de la Revista Columbia

Todos los miembros de la Orden reciben la revista Columbia todos los meses. Se publica en Inglés, francés Español y Polaco y contiene artículos de interés general y columnas de noticias sobre la Orden.

“Knights of Columbus News” incluye una actualización mensual de las actividades del Consejo Supremo, de la junta de directores y de la oficina del Consejo Supremo.

“Caballeros en Acción” denotan las actividades de los consejos locales y de estado, asambleas, y círculos que se usan para proporcionarles ideas para nuevos proyectos en otras jurisdicciones que pueden servir como un modelo del Colombismo para los Caballeros de Colón o posibles candidatos. Algunos de los ejemplos del tipo de actividades que son apropiadas para esta sección incluye un consejo que esta reuniendo dinero para un centro de embarazos en peligro, trabajan en un comedor para los pobres o patrocinan el desarrollo de un programa benéfico para construir casas para los ancianos.

La mayor parte de las noticias que envían los consejos locales y los consejos de estado serán publicadas en la revista. Pero debido al programa de producción de la revista el material de Caballeros en Acción se prepara para su publicación con dos meses de anticipación y debido a que el espacio en la revista es limitado y la cantidad de material que se recibe es enorme, es posible que pasen varios meses antes de que se publique un artículo.

Cada 30 días, el informe del mes anterior de Caballeros de Colón que recibe Columbia se edita y se publica en [www.kofc.org](http://www.kofc.org).

Columbia se interesa particularmente en historias y artículos relacionados con proyectos de Caballeros de Colón destinados a resolver problemas de la comunidad, los cuales son de sumo interés para sus lectores. Hazte la pregunta: “¿sería de interés para el resto de los miembros leer sobre nuestras actividades en ....?” y piensa en un área alrededor de 500 millas de distancia.

La revista busca también fotos en colores de proyectos de voluntarios que demuestran acción para incluirlas en la página “Construyendo un mundo mejor.” Este es un artículo que aparece en la

parte interior de la tapa de la revista que destaca el servicio de un consejo a la Iglesia o a la comunidad y la necesidad de reclutar nuevos miembros.

La edición en línea de Columbia está disponible en el sitio Web de la Orden, [www.kofc.org](http://www.kofc.org) haciendo clic en el enlace “Columbia”. La edición mensual contiene muchos de los artículos y columnas de la versión en papel de la revista al igual que una versión amplia de noticias de Caballeros en Acción. Virtualmente todos los envíos de artículos por escrito y las fotos se publican en esta sección que se actualiza mensualmente.

Un folleto, “Tu historia en Columbia”, que proporciona todos los datos relacionados con el envío de los artículos, incluyendo instrucciones para tomar fotografías de buena calidad, para que aparezcan en la sección Caballeros en Acción de la versión en papel y en línea de la revista, está disponible a través de Columbia. Copias de este folleto se proporcionan en el envío anual de “Surgir...con Servicio”. Si por algún motivo tu consejo no ha recibido el folleto ponte en contacto con Columbia para que te lo envíe. Mientras tanto puedes seguir las reglas que se han dado en otras secciones de este manual para los boletines de prensa y las fotografías. No te olvides que todas las fotos tienen que ser en colores.

El material para la sección “Caballeros en Acción” de la revista en papel o la versión en línea se deben enviar a: Columbia, 1 Columbus Plaza, New Haven, CT 06510-3326, o por correo electrónico a [Columbia@kofc.org](mailto:Columbia@kofc.org) Cuando se envían fotos mediante el correo electrónico se deben enviar como archivos de imágenes separados y el tamaño debe ser, por lo menos, de 4.5 pulgadas de ancho con una resolución de 300 dpi, o mayor. No te olvides de incluir en el correo electrónico información relacionada con la leyenda.

### **La forma en que el Consejo Supremo distribuye los boletines de prensa**

La naturaleza de las noticias del Consejo Supremo puede ser de orden local, de estado, nacional o internacional y es esta naturaleza la que determina el grado de distribución del boletín de prensa fuera de la red informativa de la Orden.

---

Los boletines de prensa se publican en el sitio Web de la Orden, [www.kofc.org](http://www.kofc.org), y es en el enlace “Noticias” donde todos los Caballeros de Colón tienen acceso a ellos. Además, todos los boletines de prensa se les envían por correo electrónico a los funcionarios del consejo de estado, especialmente al diputado de estado y al presidente de publicidad para que se incluyan en las publicaciones locales y de estado de Caballeros de Colón.

Dependiendo del alcance de las noticias, los boletines de prensa se pueden enviar también a varios medios de comunicación laicos y religiosos, como por ejemplo el “Catholic News Service”, (que distribuye todas las publicaciones diocesanas), estaciones de radio y periódicos nacionales.

### **“Knightline” es otra de las publicaciones del Consejo Supremo**

Y una de las formas de comunicación más esenciales para diseminar información acerca del Consejo Supremo y de la variedad de sus programas, de la Junta de Directores y sus actividades, y otras noticias de interés e información que emanan de la oficina del Consejo Supremo. Knightline se publica 12 veces al año y se les envía a los funcionarios del consejo y al personal del Programa de Servicio para mantenerlos al tanto de las noticias, los programas e iniciativas que les puede ser muy útil en el desempeño de sus responsabilidades al nivel local.



Debido a que su único foco está centrado en las noticias que genera la oficina del Consejo Supremo, no te debes poner en contacto con “Knightline” para publicar artículos que son específicos de tu consejo

### ***Suplemento del Programa***

El Suplemento del Programa se publica 12 veces al año y se les envía a los líderes de los consejos acompañados de “Knightline” y les proporciona a los consejos información y recordatorios relacionados con los programas de servicio y esfuerzos de reclutamiento de miembros. Este noticiero sirve de suplemento al material de programación “Surgir....con Servicio” que se le proporciona a los consejos al comienzo del año fraternal.

Aunque algunos de los artículos que aparecen en el suplemento invitan respuestas del lector, la mayor parte del material tiene su origen en la oficina del Consejo Supremo de modo que no es el vehículo apropiado para buscar y conseguir publicidad para los consejos.

### ***Noticiero de los Escuderos de Colón***

Es una publicación mensual para y acerca de las personas que están envueltas en las actividades de los Escuderos de Colón, la organización oficial de la juventud de Caballeros de Colón. El Noticiero de los Escuderos de Colón proporciona noticias e información relacionada con los programas de los Escuderos a una audiencia de Escuderos y a los Caballeros de Colón que supervisan el programa.

El Noticiero de los Escuderos de Colón desea recibir artículos relacionados con los informes sobre los Escuderos mismos o sobre los Círculos, y de sus eventos. Los artículos se deben enviar al: Editor, Squires Newsletter, Knights of Columbus, 1 Columbus Plaza, New Haven CT 06510-3326.

# Noticieros mensuales del Consejo y el sitio Web del Consejo

Mediante el boletín de noticias del consejo, se gana en membresía, apoyo para las actividades del consejo y se estimula el interés en Caballeros de Colón.

Es preciso nombrar un editor a cargo del noticiero que tenga buen sentido de organización y administración así como un don para conseguir y propagar noticias. Entre sus responsabilidades está el ponerse en contacto con los funcionarios del consejo y los presidentes de los comités para obtener artículos de interés, solicitar anuncios de publicidad, escribir editoriales y supervisar el diseño de la publicación.

Emplea las mismas reglas que se proporcionaron para las fotos, artículos y boletines de prensa para desarrollar los artículos para el noticiero del consejo. Envía una copia al Departamento de Servicios Fraternal del Consejo Supremo, 1 Columbus Plaza, New Haven CT 06510-3326.

A continuación te proporcionamos algunas sugerencias relacionadas con temas apropiados para su publicación:

- Artículos y boletines de prensa que se han desarrollado para su publicación en los periódicos locales y revistas. Si los temas le han interesado al público en general no hay duda que les interesarán también a los miembros del consejo.
- Anuncios de funciones que el consejo está planeando celebrar y avisos relacionados con asuntos de negocios del consejo tales como el pago de cuotas, elecciones, etc.
- Incluir regularmente una columna del Gran Caballero en donde se destacan noticias de importancia y se celebran los logros de los miembros.
- Información que se recibe de la oficina del Consejo Supremo tal como una película de Caballeros de Colón que se está mostrando en televisión o durante una campaña de cartas dirigidas a los legisladores.

- Una columna del capellán para proporcionar comentarios de importancia.
- Un informe de cada uno de los directores de los Programas de Servicio relacionado con las actividades en el calendario.
- Extractos de discursos de dignatarios visitantes.
- Un calendario de próximos eventos al cual los miembros se pueden referir con facilidad.
- Una lista de cumpleaños, aniversarios, fallecimientos, felicitaciones, etc.
- Campañas para promover la membresía.
- Una columna para Seguros de Caballeros de Colón escrita por uno de los agentes de seguros.
- Avisos relacionados con las ejemplificaciones del Primer, Segundo, y Tercer Grados.
- Reimpresiones de artículos de noticias que aparecen en “Knightline” o el Suplemento del Programa y de ideas de programación de interés para todos los miembros.

El formato del noticiero del consejo dependerá del presupuesto y el volumen de noticias disponible. Tu noticiero se tiene que ver lo mejor posible. Legibilidad es tan importante como los artículos que están bien escritos. Si es posible, procura que un diseñador gráfico o un director informático se encargue del diseño de tu noticiero. Al “diseñar” el noticiero no te olvides de lo siguiente:

- No dejes de indicar el nombre, número y la ubicación del consejo en un lugar prominente del noticiero.
- Procura no poner demasiada información en la primera página porque entonces es difícil leerla. Deja una cantidad suficiente de “espacio en blanco” alrededor de los artículos y de las ilustraciones.

- No uses más de dos tipos de letras distintos. El uso de muchos estilos diferentes crea una impresión confusa.
- Las fotografías y las ilustraciones ayudan a desarrollar el interés de los lectores y se puede emplear para añadirle gráficos al noticiero del consejo. Recortes de arte gráfico de Caballeros de Colón están disponibles visitando el sitio Web de la Orden, [www.kofc.org](http://www.kofc.org) e incluyen motivos de programación, de membresía, de arte religioso y otras imágenes. Las fotografías y las ilustraciones deben estar relacionadas con los artículos que se publican y deben contar con las leyendas apropiadas.



consejos de estado o a sitios Web de consejos que están

### El sitio Web del Consejo

Muchos de los consejos tienen ahora su propia portada en el sitio Web mundial. Se pueden encontrar fácilmente y ofrecen muchas ideas que tu consejo puede querer adoptar o modificar para su propio uso. Virtualmente todos los libros relacionados con “como se hacen las cosas en Internet” proporcionan instrucciones muy fáciles de seguir para establecer tu propia portada. La sección “Para Funcionarios” del sitio Web de la orden tiene disponible un patrón del sitio Web para los consejos.

Como todo lo que tiene que ver con relaciones públicas, no te olvides nunca de tu objetivo en comunicaciones básicas y los intereses de la audiencia clave que quieres alcanzar. Además de toda la información que se encuentra disponible en tu sitio Web, siempre deja lugar para poner tus boletines informativos de manera que estén disponibles en la portada. Una vez que se ha creado el sitio Web del consejo, se debe mantener actualizado y se le debe promover a través del material publicado por el resto de los medios de comunicación. No te olvides de incluir el número de teléfono, dirección y correo electrónico del consejo especialmente cuando se trata de boletines de prensa. Puedes también incluir un enlace directo al sitio Web del Consejo Supremo, [www.kofc.org](http://www.kofc.org), o enlaces a sitios Web de otros

cercanos. Antes de publicar material de otro sitio Web o de cualquier otra fuente de información no sólo debes acreditarlos sino también debes conseguir permiso para usar el material.

### Anuncios

Muchos de los consejos financian su publicación mediante avisos que se someten a un riguroso proceso de selección. Desde el punto de vista de la editorial y de las finanzas, es mucho mejor conseguir avisos de un grupo específico de clientes que pagan una cantidad fija por la publicación continua del o de los avisos, en cada edición, en vez de vender avisos mensuales.

Al solicitar avisos para su publicación, no te olvides de la resolución que adoptó la Junta de Directores de Caballeros de Colón en 1985:

“VOTO, para que la Junta de Directores reafirme su posición que establece que se les prohíbe a las publicaciones fraternales, (de estado, de organización, de consejo, de asamblea, corporativa), aceptar avisos o noticias que se relacionen directamente o indirectamente con seguros de vida y de salud con excepción de avisos y artículos noticiosos relacionados con la promoción del programa de seguros de la Orden y que cualquier violación a esta regla, por cualquiera de las publicaciones, será causa para que se le prohíba a la publicación continuar usando el nombre o emblema de la Orden.”

# Recaudación de fondos para personas con incapacidades intelectuales

Miembros de Caballeros de Colón hacen una extensa labor para ayudar a las personas con incapacidades intelectuales. A medida que tu consejo trabaja para mejorar la calidad de vida de las personas con incapacidades intelectuales, es una buena idea tener reglas a las cuales adherirse cuando uno se refiere a personas con incapacidades intelectuales. Los folletos del consejo, los informes de los comités, los carteles y manuales, los boletines de prensa y el hablar diario deben ser precisos y considerados al referirse a personas con incapacidades intelectuales. A continuación te proporcionamos una pauta de lo que “**se debe y no se debe**” escribir o hablar:

- **HABLA O ESCRIBE** sobre “personas con incapacidades intelectuales” no sobre personas “retardadas”. No debes nunca identificar a la persona por su incapacidad procura encontrar otra de las muchas maneras mediante las cuales la puedes describir. Lo mejor es referirse a “gente con incapacidades intelectuales”.
- **NUNCA TE REFIERAS** a las personas con incapacidades intelectuales como si estuvieras hablando de niños. A los adultos con incapacidades intelectuales se les debe hablar, o se debe referir a ellos, como adultos. El artículo en un noticiero que normalmente se referiría a un adulto como “William C. Smith” no debe referirse a una persona con incapacidades intelectuales llamándole “Billy” o tratarle como un niño de cualquier otra manera.
- **NO USES** términos negativos tales como “víctima de”, “sufre de”, “condición lamentable”, etc., al describir a una persona con incapacidades intelectuales. Explica que una persona usa una silla de ruedas en vez de decir “inválido”.
- **NO IMPLIQUES** enfermedad al referirte a una persona con incapacidades intelectuales. La persona no está enferma y la condición no es contagiosa.

Lo más importante es recordar que la persona con cualquier incapacidad sea mental, física o emocional es persona. Habla o escribe sobre estos individuos con el respeto que se merecen. No te olvides que la forma en que tu tratas a estas personas puede tener gran impacto en la percepción que de ellos tiene otra gente.

## “**Campaña para ayudar a personas con incapacidades intelectuales**”

Uno de los programas de mayor éxito que los consejos de estado y los consejos locales de Caballeros de Colón realizaron a beneficio de personas con incapacidades intelectuales fue la campaña para reunir fondos mediante la cual los consejos recaudaron donaciones en las entradas de las tiendas o en las esquinas de las calles. En agradecimiento a los donadores se les daba un dulce (“Tootsie Roll”). La visibilidad de esta campaña fue tal que se ganó el nombre de “Tootsie Roll Drive”. Se entiende el porqué de este apodo pero se puede interpretar mal.

Caballeros de Colón no está relacionado, ni tiene acuerdos de ninguna especie con Tootsie Rolls o con su fabricante. De hecho, muchos consejos participan en la misma campaña para reunir fondos pero distribuyen otros artículos de agradecimiento. Referencias a este programa deben destacar el beneficio que se deriva de la recaudación de fondos sin darle publicidad al dulce. Por este motivo se recomienda que se promueva este proyecto bajo el nombre de “Campaña para ayudar a personas con incapacidades intelectuales” en vez de la “Campaña de Tootsie Roll”.

# Oportunidades adicionales para llevar a cabo nuevas formas de relaciones públicas

---

Un buen presidente de relaciones públicas siempre debe buscar medios adicionales de hacer publicidad y promover las actividades de su consejo. Además de los medios convencionales, tales como boletín de noticias de los consejos, periódicos locales, radio, televisión, Columbia, considera usar algunos de estos nuevos medios de comunicación:

- Publicaciones de la industria local—los editores de las publicaciones para los empleados de la industria local siempre están en busca de información para artículos que les puede interesar a sus empleados. Llama al editor para ver si esta interesado en publicar tu material.
- Anuncios al aire libre—la industria de anuncios al aire libre proporciona anualmente espacio gratis al nivel local y nacional. Los grupos locales pueden tener acceso a estos espacios poniéndose en contacto con los encargados del programa (Outdoor Advertising Association of America, Inc.) en su localidad o visitando [www.OAAA.org](http://www.OAAA.org). La Orden promueve o tiene disponible, a un costo razonable, carteles para promover causas tales como “Mantén a Cristo en la Navidad”, pro-vida, etc.
- Noticieros promoviendo compras gratis que generalmente se distribuyen semanalmente o bimensual cuyo foco principal son los supermercados y otras tiendas, también publican noticias.
- Publicidad directa en la forma de tarjetas postales le permite a los consejos elegir un cierto grupo de personas en particular a quienes les envían un mensaje conciso. La tarjetas postales prestan un gran servicio para recordarle al público eventos tales como el registro para votar, las elecciones, bazares, beneficios, ventas de objetos usados, asuntos fraternales, de la iglesia y de las escuelas.
- Afiches. El despliegue de afiches y carteles llamativos ayudan a establecer conciencia sobre próximos eventos. Para esto, debes alistar el talento de artistas

que son miembros de tu consejo, o emplea un profesional para que diseñe los afiches, o bien emplea los afiches y carteles que proporciona el Consejo Supremo. Siempre retira los carteles de circulación tan pronto se celebre el evento para el cual fueron diseñados. Esto te proporcionará también una oportunidad para darles las gracias a todos aquellos que te permitieron desplegarlos así como dar un informe sobre el éxito del evento.

- Publicidad relacionada con los balnearios y la convención. En varios de los balnearios y las ciudades en donde se celebran las convenciones, las cámaras de comercio publican folletos que les indican a los visitantes los eventos de interés. Estos se distribuyen a través de los hoteles y moteles de la zona.
- Otros medios de publicidad tales como Boletines de Anuncios de la Comunidad, Anuncios mediante altoparlantes son populares en algunos lugares pero no en otros. Averigua cual es la situación en tu comunidad antes de poner esta promoción en marcha.

# Adenda

---

## Ejemplo de un boletín de prensa

Escrito a máquina en papel con el membrete del consejo, incluye el nombre de la persona que es el contacto local y proporciona toda la información relacionada con tu consejo. Los datos del Consejo Supremo están disponibles a través del Departamento de Servicios Fraternal del Consejo Supremo, 1 Columbus Plaza, New Haven, CT 06510-3326, telefono: 203-752-4270.

PARA PUBLICACIÓN INMEDIATA

Para mayor información diríjase a:  
(nombre, número de teléfono  
y correo electrónico)

CABALLEROS DE COLÓN DONÓ (cantidad en dólares), (número de horas)  
HORAS A OBRAS DE CARIDAD EN (año)

(Nombre de la Ciudad, Estado/Provincia, Dirección de Correos). Caballeros de Colón de (nombre del consejo), Consejo (numero del consejo) en (ciudad) donó (cantidad en dólares) y (numero) de horas de servicio

(más)

---

## OBRAS DE CARIDAD PAGINA 2

voluntario a obras de caridad y de beneficencia en (año) de acuerdo a la Encuesta Anual de Actividad Fraternal de la organización.

Estas cifras fueron publicadas por el Gran Caballero de Caballeros de Colón (muestra nombre completo). “Estas cifras representan la generosidad extraordinaria, no solo en términos de dinero sino también en compromiso

personal, de parte de los Caballeros en (nombre de la ciudad),” dijo  
(apellido).

Caballeros de Colón es una organización católica, laica internacional que cuenta con más de 1.7 millones de miembros en los Estados Unidos, Canadá, México, las Filipinas, Polonia, y varios otros países.

El Consejo (número) de Caballeros de Colón cuenta con aproximadamente (número) miembros.

Internacionalmente, consejos locales y de estado de la organización prestaron un total de (total de horas de servicio voluntario) de servicio voluntario a programas y proyectos que sirven a la Iglesia y a la comunidad.

En una declaración publicada por la sede central en New Haven, Connecticut, el Caballero Supremo de Caballeros de Colón, presidente de la organización dijo que el número de horas de servicio que se prestaron a obras de caridad y otras contribuciones hechas por los miembros “fue un record de generosidad extraordinaria desplegado por católicos laicos comprometidos con los ideales de servicio más altos a la Iglesia y a sus comunidades.

“Las contribuciones monetarias tienen gran mérito y son dignas de mencionar, pero aun más digno de mención es el record de servicio personal establecido por los miembros. Esto es verdaderamente lo que llamamos caridad en acción,” dijo Anderson.

Con más de 1.7 millones de miembros, Caballeros de Colón es la organización católica laica más grande del mundo. Les proporciona a sus miembros y a sus familias oportunidad para proporcionarle servicios voluntarios a la iglesia católica, a las comunidades, a las familias y a la juventud. Durante el año (muestra el año), Caballeros de Colón a todos los niveles de la organización recaudaron y distribuyeron \$ (número) millones a la caridad y prestaron (número) millones de horas en servicios voluntarios.

# # #

---

## Ejemplo de Boletín de Prensa

Escrito con letras de imprenta en papel con el membrete del consejo, incluye el nombre de la persona que es el contacto local y proporciona toda la información relacionada con tu consejo. Los datos del Consejo Supremo están disponibles a través del Departamento de Servicios Fraternal del Consejo Supremo, 1 Columbus Plaza, New Haven, CT 06510-3326, teléfono: 203-752-4270.

PARA PUBLICACIÓN INMEDIATA

Para mayor información diríjase a:  
(nombre, número de teléfono  
y correo electrónico)

### CABALLEROS DE COLÓN NOMBRA NUEVOS FUNCIONARIOS

(Nombre de la Ciudad, Estado/Provincia, Dirección de Correos). Caballeros de Colón de (nombre del consejo), Consejo (numero del consejo) en (ciudad) anuncia hoy funcionarios a los nuevos cargos para el (año).

Los funcionarios son: el Gran Caballeros o presidente local (nombre/ciudad), el Canciller (nombre/ciudad), y el Registrador (nombre/ciudad).

También se nombraron los siguientes funcionarios: Secretario Financiero (nombre/ciudad), Tesorero (nombre/ciudad), Lector (nombre/ciudad), Abogados (nombre/ciudad), Guardián (nombre/ciudad), y los guardias (nombres/ciudades).

La Junta de Síndicos incluye: (nombres/ciudades)

El Gran Caballero (apellido) ha sido miembro de Caballeros de Colón por (numero) de años sirviendo en los cargos de (proporciona una lista de los cargos). Residente de la ciudad (nombre de la ciudad) el Gran Caballero (apellido) es (cargo, compañía y localidad) y vive en (dirección) con su esposa y sus niños (muestra los nombres).

Con más de 1.7 millones de miembros, Caballeros de Colón es la organización católica laica más grande del mundo. Les proporciona a sus miembros y a sus familias oportunidad para proporcionarle servicios voluntarios a la iglesia católica, a las comunidades, a las familias y a la juventud. Durante el año (muestra el año), Caballeros de Colón a todos los niveles de la organización recaudaron y distribuyeron \$ (número) millones a la caridad y prestaron (número) millones de horas en servicios voluntarios.

# # #

---

## Ejemplo de Boletín de Prensa

Escrito con letras de imprenta en papel con el membrete del consejo, incluye el nombre de la persona que es el contacto local y proporciona toda la información relacionada con tu consejo. Los datos del Consejo Supremo están disponibles a través del Departamento de Servicios Fraternal del Consejo Supremo, 1 Columbus Plaza, New Haven, CT 06510-3326, teléfono: 203-752-4270.

PARA PUBLICACIÓN INMEDIATA

Para mayor información diríjase a:  
(nombre, número de teléfono  
y correo electrónico)

### CABALLEROS DE COLÓN ANUNCIA CAMPEONATO JUVENIL DE TIRO LIBRE

(Nombre de la Ciudad, Estado/Provincia, Dirección de Correos). Caballeros de Colón de (nombre del consejo), Consejo (numero del consejo) en (ciudad) patrocinara localmente la Competencia Internacional de Tiro Libre de Caballeros de Colón para la juventud que tendrá lugar (hora) el (fecha) en (localidad).

Con inscripción abierta para niños y niñas entre las edades de 10 a 14 años, el Campeonato de Tiro Libre es patrocinado anualmente por Caballeros de Colón. Los ganadores progresan a través de competencias locales, de distrito, y de estado/provincia. Basados en los resultados de las competencias al nivel de estado/provincia, los nombres de los ganadores internacionales los anuncia la sede central de Caballeros de Colón ubicada en New Haven, Connecticut.

*(Incluya aquí un párrafo que relata los beneficios y los premios para el programa).*

Todos los participantes deben comprobar su edad y presentar permiso por escrito de sus padres. Para conseguir los formularios de inscripción o cualquier otra información adicional, ponte en contacto con (nombre, dirección, número de teléfono, de la persona a cargo de la información).

Con más de 1.7 millones de miembros, Caballeros de Colón es la organización católica laica más grande del mundo. Les proporciona a sus miembros y a sus familias oportunidad para proporcionarle servicios voluntarios a la iglesia católica, a las comunidades, a las familias y a la juventud. Durante el año (muestra el año), Caballeros de Colón a todos los niveles de la organización recaudaron y distribuyeron \$ (número) millones a la caridad y prestaron (número) millones de horas en servicios voluntarios.

# # #

---

## Ejemplo de Boletín de Prensa

Escrito con letras de imprenta en papel con el membrete del consejo, incluye el nombre de la persona que es el contacto local y proporciona toda la información relacionada con tu consejo. Los datos del Consejo Supremo están disponibles a través del Departamento de Servicios Fraternal del Consejo Supremo, 1 Columbus Plaza, New Haven, CT 06510-3326, teléfono: 203-752-4270.

PARA PUBLICACIÓN INMEDIATA

Para mayor información diríjase a:  
(nombre, número de teléfono  
y correo electrónico)

### CONSEJO LOCAL DE CABALLEROS DE COLÓN RECIBE PREMIO MÁS ALTO

(Ciudad, Estado/Provincia - Fecha) El consejo (número) en (ciudad) ha recibido la distinción más alta de la organización internacional: Consejo Estrella para consejos locales.

El premio Consejo Estrella se otorga en reconocimiento de una labor excelente y completa en las áreas de membresía, promoción de programas de seguro fraternal y apoyo a las actividades dedicadas al servicio.

El premio se la presentó a la membresía (nombre y título de la persona haciendo la presentación) durante una ceremonia especial que tuvo lugar el (fecha).

(Incluye un párrafo relacionado con los programas y logros del consejo)

Con más de 1.7 millones de miembros, Caballeros de Colón es la organización católica laica más grande del mundo. Les proporciona a sus miembros y a sus familias oportunidad para proporcionarle servicios voluntarios a la iglesia católica, a las comunidades, a las familias y a la juventud. Durante el año (muestra el año), Caballeros de Colón a todos los niveles de la organización recaudaron y distribuyeron \$ (número) millones a la caridad y prestaron (número) millones de horas en servicios voluntarios.

# # #

## **Ejemplo de Boletín de Prensa**

Escrito con letras de imprenta en papel con el membrete del consejo, incluye el nombre de la persona que es el contacto local y proporciona toda la información relacionada con tu consejo. Los datos del Consejo Supremo están disponibles a través del Departamento de Servicios Fraternal del Consejo Supremo, 1 Columbus Plaza, New Haven, CT 06510-3326, telefono: 203-752-4270.

PARA PUBLICACIÓN INMEDIATA

Para mayor información diríjase a:  
(nombre, número de teléfono  
y correo electrónico)

### **CABALLEROS DE COLÓN ANUNCIA COMPETENCIA DE CARTELES EN CONTRA DEL ABUSO DEL ALCOHOL Y OTRAS SUBSTANCIAS**

(Ciudad, Estado/Provincia - Fecha) El consejo (número) en (ciudad) de Caballeros de Colón patrocinará localmente la Competencia de carteles en contra del abuso del Alcohol y otras Substancias.

Todos los jóvenes entre las edades de 8 a 14 años están invitados a participar en la Competencia de Carteles en contra del abuso del Alcohol y otras Substancias y se les pide que creen un cartel original con un eslogan diseñado a disuadir a sus compañeros y amigos para que no experimenten con drogas y alcohol.

La Competencia de Carteles en contra del abuso del Alcohol y otras Substancias es una competencia anual que otorga premios al nivel local, de distrito, de estado/provincia e internacional. Los participantes se dividen en un grupo de 8 a 11 años de edad y otro grupo de 12 a 14 años de edad.

Reconocimiento se les otorga a todos los concursantes por su participación. Para obtener formularios de entrada o cualquier otra información diríjanse al director de la escuela o a Caballeros de Colón (nombre del punto de contacto).

Con más de 1.7 millones de miembros, Caballeros de Colón es la organización católica laica más grande del mundo. Les brinda a sus miembros y a sus familias una oportunidad para proporcionarle servicios voluntarios a la iglesia católica, a las comunidades, a las familias y a la juventud. Durante el año (muestra el año), Caballeros de Colón a todos los niveles de la organización recaudaron y distribuyeron \$ (número) millones a la caridad y prestaron (número) millones de horas en servicios voluntarios.

# # #

---

### **Ejemplo de Alertas a los medios de comunicación**

Escrito con letras de imprenta en papel con el membrete del consejo, incluye el nombre de la persona que es el contacto local y proporciona toda la información relacionada con tu consejo.

ALERTA A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Para mayor información diríjase a:  
(nombre, número de teléfono  
y correo electrónico)

#### CAMPEONATO INTERNACIONAL DE TIRO LIBRE DE CABALLEROS DE COLÓN

- QUE: (nombre de la comunidad) la juventud participa en la Competencia Internacional de Tiro Libre de Caballeros de Colón.
- DONDE: (Nombre y dirección del lugar de la competencia)
- CUANDO: (Fecha y hora)
- POR QUÉ: (Descripción de los beneficios de la competencia)
- VISUALES: Niños y niñas de entre los 10 y 14 años de edad de (nombre de la comunidad) compiten con todas sus fuerzas en el tiro libre del balón cesto con

---

### **Ejemplo de un Anuncio de Servicio Público**

Escriba con letras de imprenta en papel con membrete del consejo e indique información relacionada con el punto de información local.

SERVICIO DE ANUNCIO PÚBLICO

(Ciudad, Estado/Provincia)

(Fecha)

CABALLEROS DE COLÓN PATROCINA PROGRAMA DE ENTRENAMIENTO DE CPR

CPR PUEDE SALVAR VIDAS. CABALLEROS DE COLÓN EN COOPERACIÓN CON LA “AMERICAN HEART ASSOCIATION” ESTÁ PATROCINANDO EL 23 DE MARZO UNA SESIÓN ESPECIAL DE ENTRENAMIENTO DE CPR EN EL “ST. JOSEPH’S HIGH SCHOOL” DE LAS 9 A.M. HASTA LAS 4 P.M.. PARA INSCRIBIRSE LLAME AL (NÚMERO DE TELÉFONO). PUEDES APRENDER CPR. NO DEJES DE HACERLO. SE LO DEBES A TU FAMILIA, A TU COMUNIDAD Y A TI MISMO.

DURACIÓN: 30 SEGUNDOS  
PARA MAYOR INFORMACIÓN DIRÍJASE A:  
(NOMBRE, NUMERO DE TELÉFONO, CORREO ELECTRÓNICO)

---

### **Ejemplo de la publicación de una foto**

Acompañando a la fotografía proporciona una leyenda de la foto escrita con letras de imprenta identificando a las personas que aparecen en ella de izquierda a derecha. Escribe la leyenda en la mitad inferior de una página de 8.5" x 11" y pega la foto en la mitad superior de la página.

CABALLEROS DE COLÓN DONA COMPUTADORAS

(Ciudad, Estado/Provincia - Fecha)

*(Pega la foto aquí)*

(Nombre) residente del hogar (nombre) para gente con incapacidades intelectuales, trabaja con una computadora personal en compañía del Gran Caballero (nombre completo). Los fondos para la compra del equipo de computadoras fueron proporcionados por el (nombre del consejo) de Caballeros de Colón (número) en (nombre de la ciudad).

Para mayor información diríjase a:  
(nombre, teléfono, correo electrónico)

---

## Reglas que determinan el uso del nombre y los emblemas de la Orden

De acuerdo con las reglas que la Junta de Directores ha establecido para el uso del nombre y los emblemas de la Orden, los puntos siguientes están vigentes:

- El nombre o el emblema de la Orden, el nombre de cualquier consejo de estado, organización o asamblea; el número de cualquier consejo o las palabras, consejo, organización o asamblea no se podrán usar en conexión con cualquiera publicación sin previa autorización de la Junta de Directores.
- Una publicación de esta índole deberá establecer claramente que es parte del consejo de estado o del consejo subordinado, organización o asamblea y no de la entidad de la Orden propia.
- La publicación será de propiedad del consejo de estado o del consejo subordinado, organización o asamblea y todos los recibos y pagos relacionados con la publicación del documento se habrán de realizar de la misma manera que el resto de las transacciones del consejo de estado, del consejo subordinado, organización o asamblea.
- Si la publicación está hecha por el Consejo de Estado estará sujeta a la censura del Diputado de Estado; si está hecha por un consejo subordinado estará sujeta no sólo a la censura del Diputado de Estado sino también a la del Gran Caballero; si se trata de una organización, a la censura del Diputado de Estado y el Presidente de la organización; y si es una asamblea a la censura del Maestre y del Fiel Navegante; y estos Diputados de Estado y otros funcionarios serán responsable por todos los asuntos relacionados con la publicación incluyendo artículos de promoción allí incluidos.
- Una valoración de parte del consejo de estado, consejo subordinado, organizaciones o asambleas con el objeto

de publicar tales documentos se considerará ilegal.

- El emblema de la Orden y el nombre “Caballeros de Colón” no podrá usarse en conexión con ningún otro emblema a no ser que sea la bandera nacional o el emblema de la nación, o en conexión con cualquier otro nombre que no sea el nombre del consejo de estado, del consejo subordinado u otra rama de la Orden.
- Una copia de cada edición regular y especial de la publicación se habrá de archivar en la oficina del Secretario Supremo.
- Se observarán estrictamente las disposiciones de la subdivisión 6, 7, 9, 10, 11, 18, 19, 22 y 23 de la Sección 162 de la Constitución y Leyes de la Orden, las partes aplicables de las cuales se indican a continuación:

6. La insubordinación premeditada, desacato y desobediencia de las instrucciones legales de las autoridades superiores.
7. Ser la causa de escándalos, de conducta escandalosa o prácticas poco apropiadas de un miembro de la Orden.

- 
9. Hablar, escribir, imprimir o publicar cualquier asunto o declaración que se habrá de considerar en contra de la armonía y la buena conducta de Caballeros de Colón, o que tenderán a crear discordia y disensión entre los miembros o bien crear escándalo público o ser la causa de ello.
10. Enviarles a los consejos subordinados, consejos de estado, funcionarios y miembros o a los delegados de consejos de estado o del Consejo Supremo material impreso o declaraciones que tienden a difamar o poner en duda la reputación de los funcionarios y directores de la Orden o sus políticas sin permiso previo de la Junta de Directores.
11. Usar el nombre de Caballeros de Colón o su membresía en la Orden en conexión con cualquier otro negocio, sea de orden social o de cualquier otra índole, sin permiso de la Junta de Directores.
18. Representar o usar el nombre de la Orden en forma inapropiada sin autorización de la Junta de Directores.
19. Hacer declaraciones falsas e injustas o difamar personalmente a un funcionario de la Orden mientras ocupa su cargo oficial.
22. Solicitar ayuda o contribuciones dentro del estado, distrito o territorio sin la autorización y aprobación del diputado de estado o diputado de territorio; o de otros estados, distritos y territorios sin la autorización de la Junta de Directores.

23. Haciendo solicitudes mediante su membresía en Caballeros de Colón en apoyo y a favor de candidatos a cargos de la Orden (incluyendo a los delegados de consejos de estado y supremo) en otra parte de la Orden. Cualquier miembro, que es elegido y que acepta y tiene conocimiento de tales solicitudes, dejará de estar en condiciones de asumir el cargo para el cual fue elegido.

- i. No se solicitarán suscripciones o material de promoción a no ser que sea dentro de la jurisdicción de estado o consejo, organización y distrito dentro del cual se origina la publicación.
- j. No está permitida la publicación de avisos políticos o anuncios de candidatos para cargos públicos o para otros cargos en otras sociedades, o para la Orden.
- k. La publicación de anuncios promoviendo cerveza, vino o licor, o de lugares donde se venden está prohibida.

Estas reglas están vigentes y aplican a cualquier publicación que está actualmente en circulación o que puede existir en un futuro.

El nombre “Caballeros de Colón” y el emblema de la Orden están protegidos por las leyes de patentes federales. Esta protección es parte de los intereses creados del Consejo Supremo.

Las imágenes artísticas de Caballeros de Colón, sean impresas o en forma electrónica, son de propiedad de Caballeros de Colón y están protegidas por las leyes estatales y federales. Se habrán de emplear solamente de acuerdo a las instrucciones del Consejo Supremo.

---

**Ejemplo de la autorización para el uso de fotografías**

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN

Yo, \_\_\_\_\_, mediante este formulario otorgo a CABALLEROS DE COLÓN, sus encargados, sus concesionarios, y sus representantes legales el derecho irrevocable para el uso del nombre, retrato, cuadro, fotografía, en todas sus formas y a través de diversos medios de comunicación, incluyendo representaciones para su uso en asuntos comerciales, educacionales y relaciones públicas, o mediante cualquier otro uso legal, y renuncio al derecho a inspeccionar o aprobar el producto final, incluyendo copias escritas, que se puedan crear. Soy mayor de edad. He leído esta autorización y estoy totalmente familiarizado con su contenido. (Si se es menor de 18 años, se requiere la firma de los padres o del guardián legal).

Testigo: \_\_\_\_\_

Firma: \_\_\_\_\_

Dirección: \_\_\_\_\_

Para: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
Dirección: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
Fecha: \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_\_