



SEMANA EUROPEA DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL



Guía para las relaciones con los medios de comunicación
2019

#DiscoverYourTalent

Empleo, Asuntos
Sociales e In-
clusión



Acerca de la guía para las relaciones con los medios de comunicación

Si estás interesado en formar parte de la Semana Europea de la Formación Profesional 2019 y deseas promocionar tus eventos y actividades, has dado con la guía adecuada. Te orientará acerca de los diferentes canales de comunicación a los que puedes recurrir para concienciar sobre la Semana e, igualmente, acerca de las ventajas que aportan la educación y formación profesionales (EFP) en toda Europa.

Esta guía contiene:

- consejos y recomendaciones para abordar a los medios y formas de conseguir que tu historia destaque entre el resto;
- orientación sobre cómo elaborar un comunicado de prensa y una plantilla que se puede personalizar y enviar;
- fuentes de hechos y cifras; y
- sugerencias para llevar a cabo entrevistas.



¿Por qué contar a los medios tu implicación en la Semana Europea de la Formación Profesional?

Las tres primeras ediciones de la Semana Europea de la Formación Profesional fueron todo un éxito, y la Comisión Europea está organizando en estos momentos la cuarta Semana para seguir sensibilizando sobre la EFP. La Semana oficial está programada para los días 14-18 de octubre de 2019 y se han previsto cientos de eventos relacionados con la EFP en toda Europa durante todo este año. El evento europeo se celebrará en Helsinki.

La Semana y la campaña de comunicación correspondiente a la misma congregarán a proveedores de educación y formación, organizaciones de la sociedad civil, autoridades públicas, organizaciones empresariales y público en general para mejorar la imagen de la educación y formación profesionales (EFP). La Semana pretende sacar a colación el amplio abanico de oportunidades que la EFP puede brindar a los jóvenes y adultos, además del valor que aporta a la economía y el futuro del trabajo y competencias. El tema de este año es «La EFP para todos: competencias de por vida» y la Semana se centrará en aspectos como la excelencia, la inclusión y el componente de continuidad de la EFP.

Puedes servirte de la cobertura en los medios para promocionar tu evento/actividad y demostrar cómo encaja en la Semana, con el fin de hacerlo extensivo a un mayor número de personas y despertar su interés en participar. A su vez, el acontecimiento puede aumentar la popularidad de tu organización más allá de las redes existentes y difundir el mensaje de la actividad y la Semana a los cuatro vientos, hecho que contribuirá a elevar el grado de concienciación y cambiar la percepción de la EFP en tu país.

Los tipos de medios de comunicación que podrían estar interesados en la Semana son los siguientes:

Periódicos locales, páginas web y blogs



Periódicos locales, páginas web y blogs a los que puedes dirigirte previamente a la celebración de tu evento para animar a la gente a participar en él. En este caso, resultaría positivo emitir un comunicado de prensa aproximadamente dos semanas antes del acto, además de un recordatorio en los días previos a su celebración. También puedes llamar por teléfono a cualquier centro de medios que te gustaría que lo cubriera para atraer su atención hacia tu evento/actividad. La publicación o el canal podrá decidir si publicar una noticia previa al evento o quizá prefiera asistir el mismo día de la celebración y escribir una noticia basada en la experiencia que hayan vivido.

Listados de eventos



Las listas de eventos constituyen una buena forma de incitar a participar en tu evento al personal, deseoso, a menudo, de descubrir actos locales que vayan a darse en dicha área. En cuanto a las listas, cada una de ellas estipula sus propios requisitos; por consiguiente, deberás indagar un tanto para ceñirte lo máximo posible a ellos y enviarles detalles sobre tu evento.

Periódicos nacionales



Puede que los periódicos de tirada nacional estén ávidos de escuchar sobre la Semana y todos los eventos y actividades fijados para ella. Facilitar hechos y cifras que sean pertinentes para el gran público o bien citas y atractivas oportunidades de entrevista puede contribuir a estar en el punto de mira de dichas publicaciones.

Publicaciones especializadas



Puede que las publicaciones especializadas también quieran saber acerca de la Semana. En ese caso, deberías acercarte a estas a la mayor brevedad ya que su calendario editorial puede coparse de antemano. La información que hagas llegar a las publicaciones puede ser más técnica. Igualmente, dar acceso a un embajador o experto interesante alentará la cobertura.

Radio y TV



La radio y la televisión podrían estar interesadas, particularmente en los eventos más animados e inusuales que tienen lugar, ya que estos proporcionan un buen telón de fondo para filmar una grabación.



Relaciones con los medios de comunicación

A renglón seguido, precisamos una lista de comprobación sencilla que puedes consultar si deseas generar cobertura para tu evento y la Semana. A la lista le sigue una serie de consejos y recomendaciones más exhaustivos.

Lista de comprobación relativa a las relaciones con los medios de comunicación

- ✓ Decide en qué medios quieres centrarte.
- ✓ Adapta el modelo de comunicado de prensa con información concerniente a tu actividad.
- ✓ Añade noticias e información interesantes y pertinentes que sean específicas de tu país/región.
- ✓ Comparte fotografías, vídeos, citas, infografías, etc. que se puedan publicar.
- ✓ Reflexiona sobre a quién se podría entrevistar.
- ✓ Distribuye por correo electrónico los comunicados de prensa e imágenes a los contactos de los medios de comunicación.
- ✓ Realiza un seguimiento de los principales medios de comunicación a través de llamadas telefónicas.
- ✓ Incluye tu nombre y datos de contacto para poder responder a las consultas.
- ✓ Persónate en el lugar el día señalado para dar la bienvenida a los periodistas y presentarlos a personas relevantes.

Selecciona a qué medios dirigirte

El primer paso consiste en determinar qué medios tienen presencia en tu área local o regional para, posteriormente, recabar los datos de contacto de los periodistas que cubren los eventos locales, temas ligados al empleo y educación, asuntos europeos o cuestiones de política social. Para ello, puedes visitar su página web o llamar a las redacciones de los medios de comunicación. Asimismo, puedes enterarte del procedimiento necesario para que tu acto se incluya en las listas de eventos mencionadas.

Consejos: una buena lista de contactos constituye la primera piedra para una cobertura fructífera de los medios de comunicación.

Inscribir tu actividad en las listas de eventos te reportará una mayor visibilidad.



Elaboración de un comunicado de prensa

La mejor manera de suministrar información a los medios es remitirles un comunicado de prensa. Te aconsejamos emplear la plantilla de comunicado de prensa de la Semana Europea de la Formación Profesional disponible en la página web como referencia. Escoge una plantilla en el idioma que necesites; no tienes más que cumplimentar la información referente a tu evento/actividad y precisar los datos concernientes a una región concreta que, a tu juicio, sea interesante y pertinente.

La mayoría de organizaciones de medios de comunicación prefieren recibir comunicados de prensa en el cuerpo de un mensaje de correo electrónico antes que en adjunto. Así pues, copia y pega el comunicado de prensa en un correo electrónico antes de remitirlo.

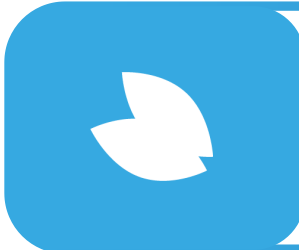


Consejos:

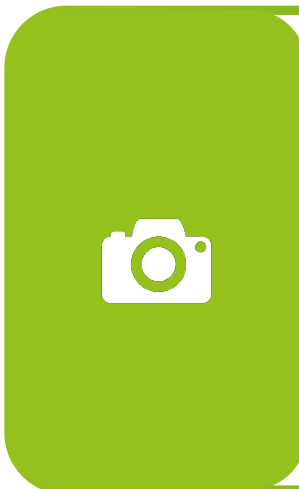
- ✎ Inserta primero la información que sea importante. Intenta responder siempre a las preguntas qué, quién, cuándo, dónde y por qué.
- ✎ Utiliza frases cortas y un lenguaje ameno.
- ✎ Prescinde de jergas o lenguajes demasiado especializados y desglosa las abreviaturas.
- ✎ No te olvides de incluir citas y cifras.
- ✎ Envía una foto que puedan utilizar los periodistas (incluye solamente fotografías que puedan publicar sin infringir derechos de autor o derechos de protección de datos personales).
- ✎ Facilita tus datos de contacto para consultas.

Crea tu comunicado de prensa

El cometido de tu comunicado de prensa es proporcionar información novedosa y pertinente a los profesionales del periodismo, además de cualquier material adicional que estos puedan publicar: fotos, vídeos, casos de éxito, citas, infografías, hechos y cifras.



Contenido visual de la campaña de la Semana Europea de la Formación Profesional: este contenido visual debería estar incluido en todos los comunicados de prensa para mostrar que tu evento forma parte de la Semana. Este contenido está disponible en la [página web](#).



Fotos del evento: Las fotos de tus eventos anteriores son material ideal que incluir en los comunicados de prensa. Por consiguiente, una buena práctica es asegurarse siempre de que las personas que acudan a tu evento sepan que están siendo fotografiadas y que entiendan cómo se van a utilizar dichas imágenes. Puedes hacerlo incluyendo una frase en las invitaciones o entradas. También puedes colocar pósteres subrayándolo el día del evento. Es importante respetar que la gente no desee que ellos mismos o sus hijos sean fotografiados. Para las imágenes que muestren a personas de manera individual, necesitarás que estas firmen un formulario de autorización, por lo que podría ser mejor centrarse en fotografiar a grupos en los que no sea posible identificar a las personas.



Fotos de dominio público: Si utilizas fotos de Internet, presta atención a los requisitos de derechos de autor. Para estar seguro, puedes optar por imágenes de dominio público que puedes encontrar en sitios como [Pixabay](#) y [Unsplash](#), ya que las restricciones de uso de sus licencias son muy fáciles de cumplir.



Vídeos: Incluye un enlace a los vídeos de la Semana que se pueden encontrar en la página web, algunos de los cuales cuentan con subtítulos en todos los idiomas de la UE. Los vídeos son una gran manera de atraer el interés de la gente y los pueden utilizar canales de televisión y las ediciones en línea de publicaciones locales y nacionales.



Historias motivadoras: Elige historias de la biblioteca «[Comparte tu historia](#)» y vuelve a proponer contenido de la página web de la Semana para demostrar la importancia de la EFP, la Semana y tu evento.



Citas: aludir a una cita en tu comunicado de prensa es un plus. Los autores pueden ser los ponentes de tu evento, expertos de tu organización o bien testimonios de los estudiantes.



Hechos y cifras relativos a la EFP: referentes a las regiones, países específicos o a toda la UE.

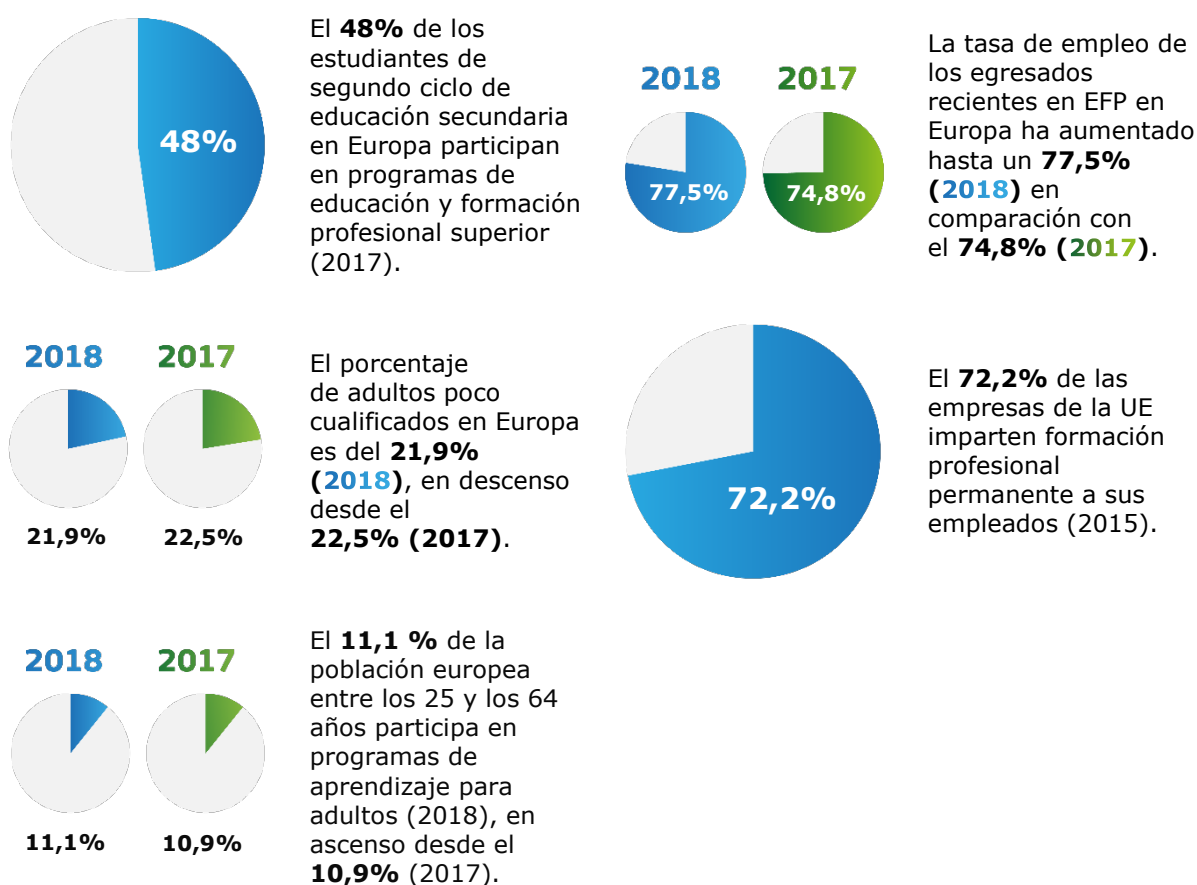
Fuentes de hechos y cifras

Cabe la posibilidad de que tu organización tenga acceso a hechos y cifras destacados y de interés. De no ser así, en lo sucesivo hallarás algunas fuentes europeas de hechos y cifras de países determinados que quizá te resulten útiles. No te olvides de citar la fuente siempre:

- Monitor de la Educación y la Formación de 2018: informes nacionales, fichas informativas e infografías (DG EAC).
- Informes nacionales de la EFP en Europa (Cedefop).
- Base mundial de datos EFTP - Información de países [International Centre for Technical and Vocational Education and Training (UNEVOC) y UNESCO].
- Base de datos de educación UOE (UNESCO/OCDE/Eurostat).
- Estadísticas de educación y formación profesional (Eurostat).
- Estadísticas sobre aprendizaje para adultos (Eurostat).

Asimismo, puedes ojear las páginas de las agencias nacionales de EFP, así como del Ministerio/Departamento de Educación de tu país, pues, posiblemente, dispongan de informes nacionales en el ámbito de la educación y formación profesional.

Las estadísticas a nivel de la UE pueden aportar una comparación interesante y Eurostat es una buena fuente de dichos datos:



Distribuir el comunicado de prensa

Para los **medios de comunicación locales** y **diarios**, debes remitir el comunicado de prensa con dos semanas de antelación al evento. Además, se aconseja enviar un recordatorio uno o dos días antes del acto.

En cuanto a **publicaciones y revistas especializadas**, debes mandar el comunicado de prensa previamente a que el calendario editorial comience a llenarse.

A la par, puedes añadir tu actividad a la **lista de eventos** hasta un mes antes, según la configuración de cada lista.

Forjar relaciones con la prensa

Entablar una buena relación con la prensa puede allanar el camino hacia la consecución de cobertura. Aparte de hacerles llegar el comunicado de prensa, puedes llamar por teléfono a los periodistas e invitarlos a cubrir tu evento. Acuérdate de preguntar si tienen algún requisito específico y de enviar un recordatorio antes del evento. Llegado el día, designa a una persona responsable de recibirlos y garantizar que cuenten con toda la información necesaria. Quizá ayude imprimir algunas copias del folleto de la Semana Europea de la Formación Profesional 2019 para repartirlas. En el enlace adjunto encontrarás el folleto en 24 lenguas.

Realizar entrevistas con éxito

Las entrevistas pueden concederse de manera presencial durante el acto, por teléfono o correo electrónico. En caso de solicitud de entrevista, indicamos ciertos consejos básicos que cabe tener en mente.



Consejos:

- Entrega al periodista información sobre el bagaje de tu organización y la Semana Europea de la Formación Profesional. La información sobre la Semana, su marco contextual y las cuestiones para 2019 se pueden consultar en la página web de la Semana Europea de la Formación Profesional.
- Determina de antemano qué quieres relatar. Puedes tomar apuntes de apoyo para la entrevista.
- Céntrate en los mensajes clave que quieres comunicar y, primeramente, expón los puntos principales.
- Sé conciso e ilustra la historia con ejemplos y anécdotas personales para hacerla sobresalir.
- Deja tus datos de contacto por si acaso el reportero necesita verificar cualquier información.
- Puede que estés interesado en que participe alguien más en la entrevista, por ejemplo, un orador o alguien que pueda aportar un testimonio. En ese caso, deberás estipular quién es la persona más propicia para la entrevista. Asegúrate de que la persona en cuestión no tenga problemas con que la prensa se ponga en contacto con ella. Hazle un resumen sobre qué tratar y de los mensajes clave de la Semana. Después, consensúa con el periodista un tiempo de reunión o una llamada



Herramientas útiles

- 📌 **Plantilla de comunicado de prensa de la Semana Europea de la Formación Profesional:** disponible en todos los idiomas nacionales de la UE y listo para adaptarlo y enviarlo.
- 📌 **Biblioteca «Comparte tu historia»:** llena de historias de éxito interesantes que puedes utilizar. ¡Añade también tus propias historias!
- 📌 **Elementos visuales de la campaña:** muestra que tus fotos e historias forman parte de la Semana.



Preguntas más frecuentes

¿Cómo puedo hacer que mi historia sea más atractiva para los medios?

Ten presente que a los periodistas les gustan las historias de la vida real, como son las vivencias personales, citas y cifras que harán que tu historia sobresalga.

¿La Comisión Europea proporciona datos de contacto de los medios de comunicación?

No. Dado que la Semana y la campaña dedicada a la misma se desempeña en los 28 Estados miembros, países del EEE y países candidatos, no es posible. En cambio, esta guía ofrece asesoramiento sobre la creación de una buena base de datos de medios e incluye sugerencias referentes a la consolidación de buenas relaciones con los periodistas.

En caso de que tuviera más preguntas, ¿con quién puedo ponerme en contacto?

Puedes escribir un mensaje de correo electrónico a: info@vocationalskillsweek.eu o llamarnos al: +44 (0)207 444 4264. De forma alternativa, puedes ponerte en contacto con nosotros a través de los medios sociales, escribiendo a las siguientes cuentas:



Contacto

Estamos encantados de responder a cualquier pregunta que desees formular sobre las actividades asociadas a las relaciones con los medios de comunicación.

Correo electrónico: info@vocationalskillsweek.eu

Teléfono: +44 (0)207 444 4264