



Comisión
Europea

SEMANA EUROPEA DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL



2018 | Guía para las relaciones con
los medios de comunicación

#DiscoverYourTalent

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

Si eres parte interesada y socio de la Semana Europea de la Formación Profesional y deseas promover sus eventos, has dado con la guía adecuada. Esta guía te orientará acerca de la serie de canales de comunicación a los que puedes recurrir para concienciar respecto a la Semana Europea de la Formación Profesional e, igualmente, acerca de las ventajas que aportan la educación y formación profesionales (EFP) en toda Europa.

La guía contiene:

- consejos y recomendaciones para abordar a los medios y formas de conseguir que tu historia destaque entre el resto;
- un modelo de comunicado de prensa que puedes personalizar y enviar;
- fuentes de hechos y cifras;
- sugerencias para llevar a cabo entrevistas.

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

Dado el éxito cosechado por la Semana Europea de la Formación Profesional en sus dos primeras ediciones, la Comisión Europea prepara a fecha de hoy la segunda Semana Europea de la Formación Profesional para sensibilizar sobre la educación y formación profesionales (EFP). La Semana oficial está programada para los días 5-9 de noviembre de 2018 en Viena. Asimismo, se han previsto cientos de eventos relacionados con la EFP en toda Europa para los meses comprendidos entre septiembre y diciembre de este año.

La semana y las correspondientes comunicaciones 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 agrega a la economía y el futuro del trabajo y las competencias.

Puedes servirte de la cobertura en los medios para promocionar tu acto y demostrar cómo encaja en la Semana Europea de la Formación Profesional, con el fin de hacerlo extensivo a un mayor número de personas y despertar su interés en asistir al mismo. A su vez, el acontecimiento puede ser útil para 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.

Tipos de medios de comunicación a los que podría atraer la Semana Europea de la Formación Profesional:

- **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 la celebración del mismo. También puedes contactar por teléfono con los medios que te susciten mayor interés para atraer la atención hacia tu historia. La publicación o canal en cuestión puede optar por organizar un acto anterior a la actividad o, quizá, prefiera asistir el día señalado y redactar un artículo que verse sobre él.

- 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 cuanto a las listas, cada una de ellas estipula sus propios requisitos, por tanto, deberás indagar un tanto para ceñirte lo máximo posible a ellos y enviarles detalles sobre tu evento.
- Puede que los **periódicos de tirada nacional** estén ávidos de escuchar sobre la Semana y todos los eventos fijados para la misma. Facilitar hechos y cifras que sean pertinentes para el gran público, o bien citas y atractivas oportunidades de entrevista pueden contribuir a estar en el punto de mira de dichas publicaciones.
- Puede que las **publicaciones especializadas** 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. Dar acceso a un testimonio interesante o bien a un experto entusiasta alentará la cobertura.
- Posiblemente, **la radio y la TV** estén avidas de averiguar, en concreto, la clase de actos dinámicos y peculiares planificados que pueden redundar en un nutrido trasfondo de filmaciones y grabaciones.

Relaciones con los medios de comunicación

A renglón seguido, precisamos una lista de comprobación que puedes consultar si deseas obtener cobertura para tu evento y la Semana Europea de la Formación Profesional. 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 información sobre una región concreta o país europeo que consideres relevante.
- ✓ Compila fotografías, citas e infografías publicables.
- ✓ Reflexiona sobre aquello que puedes ofrecer en una entrevista.
- ✓ 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 QUÉ MEDIOS DIRIGIRSE?

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 bien llama a las redacciones y estudios de los medios de comunicación. Asimismo, puedes enterarte del procedimiento necesario para que tu acto se incluya en las listas de eventos mencionadas.

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 el European Vocational Skills Week press release template disponible en [la página web](#). Escoge la plantilla referente a tu país y luego, no tienes más que cumplimentar la información referente a tu evento y precisar los datos concernientes a una región concreta que, a tu juicio, sea importante.

Cuándo distribuir el comunicado de prensa

Como hemos señalado previamente, en el caso de los medios de comunicación locales y diarios, puedes remitir el comunicado de prensa a los periodistas oportunos con dos semanas de antelación al evento. Se aconseja enviar un recordatorio a un día o dos del acto. En cuanto a publicaciones y revistas especializadas, puedes 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.

Consejos para confeccionar el comunicado de prensa

- ✓ Inserta primero la información que sea realmente relevante. Intenta responder siempre a las preguntas qué, quién, cuándo, dónde y por qué.
- ✓ Utiliza frases cortas y un lenguaje ameno.
- ✓ Prescinde de un lenguaje demasiado especializado y desglosa las abreviaturas.
- ✓ No te olvides de incluir citas y cifras.
- ✓ Mándanos una foto que puedan emplear los periodistas (para ello, ¿cuentas con los permisos necesarios?).
- ✓ Facilita tus datos de contacto para consultas.

Llamadas de seguimiento

Los profesionales del periodismo reciben gran cantidad de comunicados de prensa a diario. Por consiguiente, una llamada telefónica puede hacer que tu comunicado de prensa resalte y, con ello, tengas oportunidad de «vender» tu historia. Además, de esta manera sabrás si piden cualquier requisito específico.

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, citas, infografías, hechos y cifras.

- **Fotos:** pueden tomarse durante el acto en cuestión o extraerlas de tu archivo personal, en el caso de que presentes tu comunicado de prensa previamente a tu evento. Asegúrate de que dispones de todos los permisos necesarios antes de pasárselas a los periodistas.

- **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.

CONSEJOS SOBRE EL APROVISIONAMIENTO 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 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 2017: 28 informes nacionales (DG EAC)
- EFP en Europa: Informes nacionales del Cedefop
- Base de datos EFTP - información de países (UNEVOC, International Centre for Technical and Vocational Education and Training, UNESCO)
- (UOE) Base de datos educacional (UNESCO/OECD/EUROSTAT)
- Estadísticas de educación y formación profesional (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.

EUROSTAT es una buena fuente de estadísticas a escala europea y nacional y facilita, entre otros, los siguientes datos:

- el 49 % de los estudiantes de segundo ciclo de educación secundaria en Europa participan en programas de educación y formación profesional superior (2016);
- la tasa de empleo de los egresados recientes de EFP¹ en Europa se sitúa en el 74,8 % (2017);
- el porcentaje de adultos poco cualificados² en Europa es del 22,5 % (2017);
- el 72,2 % de las empresas de la UE imparten formación profesional a sus empleados (2015);
- el 10,9 % de la población europea participa en programas de aprendizaje para adultos (2017).

RELACIONES CON LA PRENSA

Forjar una buena relación con la prensa allana 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 cualquier requisito específico y de enviar un recordatorio a pocos días 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 para repartirlas. En el enlace adjunto encontrarás el folleto en 24 lenguas.

¹ entre 15 y 34 años, [Eurostat](#);

² porcentaje menor que la enseñanza primaria y el primer ciclo de secundaria, [Eurostat](#);

CONSEJOS PARA ENTREVISTAS EXITOSAS

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:

- entrega al periodista información sobre el bagaje de tu organización y la Semana Europea de la Formación Profesional, información sobre la Semana, su marco contextual y las cuestiones para 2018 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 cierta 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. Consensúa con el periodista un tiempo de reunión o una llamada telefónica.

Herramientas que puedes usar

Puedes recurrir a European Vocational Skills Week press release template que hallarás [en la página web](#) para promocionar tu evento. Más concretamente, hay una plantilla general en inglés y también otro modelo de comunicado de prensa en el idioma de tu país. Para utilizar la plantilla, basta con rellenar la información específica y relacionada con tu actividad y complementarla con cualquier dato local que juzgues relevante. 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.

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. Debido a que la campaña 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 podría ponerme en contacto?

Puedes escribir un mensaje de correo electrónico a: info@vocationalskillsweek.eu o llamarnos a: +44 (0)207 444 4264. De forma alternativa, hay también una línea de asistencia de Yammer a través de la que contestaremos a tus preguntas.

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

Twitter: @EU_social @EuropeanYouthEU #EUVocationalSkills #DiscoverYourTalent

Facebook: @socialeurope, @EuropeanYouthEU