

Nombramientos



SAS España ha nombrado a **Gonzalo Domínguez** nuevo director de Alianzas.



Entelgy Ibai promociona a **Javier Astigarraga** a director general.



Jorge Bustos es nuevo Country Sales Manager de Alfresco Software en España y releva a Bill Brooks.



Prensa y Empleo

La FAPE ha denunciado el aumento de las ruedas de prensa sin preguntas, la reducción de las redacciones y la sustitución de los periodistas experimentados por becarios, junto con la existencia de contratos de trabajo sumamente precarios.

Sin cobertura

● La mayor parte de los lectores de Computing están vinculados al ámbito TIC y conocen, lógicamente, de primera mano cuál es su situación laboral. Igualmente, nosotros intentamos contribuir en la medida de lo posible, a informarles sobre los pronósticos asociados a los niveles de empleabilidad de su sector y a cómo les afecta la crisis, según lo demuestran cifras de la patronal Ametic y otras entidades. Tras muchos artículos que personalmente he podido publicar al respecto tanto en el papel como en la web, me permitirán los lectores que por una vez me tome la atribución de darle la vuelta a la tortilla para hablar sobre nuestra situación, la de los medios de comunicación y las personas que están detrás de los artículos que leen.

Y es que casualmente, buscando datos para elaborar un artículo, me topé con un estudio de la consultora PwC sobre el futuro de la prensa. Pero antes de referirme a él, me gustaría ofrecer tan sólo unos pocos titulares dados a conocer por la Asociación de la Prensa de Madrid a la que pertenezco. No-

¿Sobreviviremos?



icias como que la editorial Axel Springer anuncia el cierre de cinco revistas y el cese de empleados, o que el Grupo Prisa anuncia 200 despidos y una rebaja salarial del 10% a toda la plantilla, o que la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE) ha denunciado toda clase de abusos y precariedad de los becarios, son sólo algunas breves pinceladas

que por desgracia tenemos que escuchar todos los días, y que están dejando de ser noticia. El movimiento 'Gratis no trabajo' denuncia todos los días numerosas ofertas abusivas para los periodistas, con empresas que se niegan incluso a pagarles, pero pidiendo a cambio, eso sí, una serie de exigencias y requisitos casi imposibles de cumplir.

Prensa y Empleo

Desde noviembre de 2008, se han destruido al menos 6.234 puestos de trabajo, y en esta cifra no están incluidas las previsiones, ni los ERE no llevados aún a cabo pese a estar firmados o presentados.

Prensa y Empleo

Cerca del 40% de los periodistas desempleados están ubicados en Madrid.



Por **Lucía Bonilla**

Ante este panorama cabe preguntarse si los medios de comunicación conseguiremos sobrevivir, o si por el contrario, los periodistas deberíamos irnos reciclando y buscarnos otra profesión. Hay diversas opiniones al respecto, pero me gustaría intentar quedarme con las más positivas. Volviendo al artículo

por los 1.200 millones que recaudará entonces la prensa digital. Así, paradójicamente, nuestra ruina también puede ser nuestra gran tabla de salvación. PwC espera que la publicidad online aumente de cara a 2016 a nivel global un 15,9%, lo que supondrá unos ingresos de 188.000 millones de dólares. El

Según el artículo de PwC, el futuro de la prensa es incierto pero hay atisbos de esperanza

de PwC, el futuro de la prensa es incierto, pero hay atisbos de esperanza. La caída de ingresos del papel se debe al auge de Internet, y es que uno de sus peores enemigos es la banda ancha. Así, en los países donde está muy extendida cae fuertemente la distribución de los periódicos y revistas impresas, a favor de los digitales. Según el estudio, el gasto en periódicos de papel caerá de los 30.500 millones de dólares el pasado año a los 29.700 en 2016, un 0,5% en cinco años, pero se suplirá

pago por búsqueda a través de Google Adwords y otros de la competencia continuará atrayendo la mayor parte del gasto, mientras que el aumento del tráfico en las redes sociales y los banners seguirán siendo atractivos para los anunciantes. Además, gracias al aumento de la creciente proliferación de smartphones y tabletas, la publicidad móvil crecerá un 36,5% hasta alcanzar los 24.500 millones de dólares. ¿Serán entonces las nuevas tecnologías nuestra salvación?