

Sistema de Vigilancia Tecnológica

BOLETÍN NOVEDADES TIC

TIC



ABRIL 2024

1. NORUEGA TIENE UN INFORME QUE PONE POR LAS NUBES PROHIBIR LOS MÓVILES EN LAS ESCUELAS.

Fecha: 25/04/2024

En un tema que divide a los expertos, el informe aporta un enfoque muy interesante. Pero necesita contexto



En los últimos días, un informe noruego sobre las prohibiciones de los teléfonos móviles en las escuelas el país ha levantado una enorme. Y no es para menos: en un tema que divide radicalmente no solo a la población, sino a los propios expertos... el informe sostiene que el impacto de esas medidas es enorme.

El informe habla de una reducción del 60% de consultas por síntomas psicológicos, la disminución de casos de bullying y una mejora significativa en los resultados académicos de las chicas. Además, los efectos que muestra son mucho más intensos en la población de bajos recursos.

Pero ¿Cómo es posible que algo tan potente haya pasado desapercibido en otros países? ¿Qué está haciendo Noruega exactamente y cómo podemos aprender de ellos?

¿Qué está haciendo Noruega con los móviles? Esa es la primera gran pregunta y la respuesta es que el país escandinavo no

está haciendo nada a nivel nacional con los teléfonos en las escuelas. Como se reconoce la autora del informe, no existen unas directrices nacionales sobre el uso de móviles en las escuelas.

Sin embargo, en contra de lo que podríamos pensar, esto lo hace más interesante (y no menos). Como es normal (y, de hecho, como ha pasado en todos los países que no tienen políticas nacionales), durante los últimos diez años las escuelas han ido desarrollando diferentes enfoques para abordar el problema. En general, estudiar ese quirigay regulatorio es un desafío e impide que tengamos datos más sólidos sobre el problema.

En ese sentido, el trabajo de Sara Abrahamsson constituye un esfuerzo muy interesante por reunir información a nivel local, sistematizarla y ponerla en relación con un buen número de indicadores. Eso sí, el informe, aunque intenta implementar algunos sistemas de control, no deja de ser un estudio correlacional que, por su alcance, se deja muchas cosas fuera.

¿Y cuáles son sus conclusiones? Abrahamsson sugiere cinco grandes descubrimientos: 1) que las prohibiciones reducen en un 60% el número de consultas por síntomas psicológicos a psicólogos o médicos generales; 2) reducen la incidencia de bullying cuando la prohibición llega antes de la secundaria; 3) mejoras en los resultados académicos de las niñas y un menor absentismo; 4) el efecto es mayor en chicas de un estrato socioeconómico bajo; 5) es mejor retirar los móviles por completo que dejar que los niños los tengan (aunque sea en silencio).

En general, esos beneficios se concentran en las chicas. Abrahamsson reconoce que no ha encontrado mejoras ni en la salud mental, el rendimiento académico o el

absentimos de los niños. De hecho, si nos vamos a los datos (y aunque la autora no lo subraye) parece que las prohibiciones espolean el acoso entre los niños.

Un factor de confusión. Ahí está, aunque no parezca evidente, el mayor problema del informe. Casi todas las mejoras están relacionadas con el acoso. Y si algo tiene Noruega, es un enorme problema (histórico) con el acoso escolar.

Pese a que Noruega siempre ha sido un país extremadamente sensibilizado con este problema (y buena parte de la investigación sobre el tema se originó allí en los 70), desde mediados la década de los 10 el tema se volvió insostenible y se introdujeron una serie de cambios en todo el país que consiguieron que, según la monitorización del Departamento de Educación noruego, los casos de bullying hayan caído sostenidamente entre 2016 y la pandemia.

Y el informe, pese haberse publicado ahora, analiza datos que van desde 2010 y 2018. Por eso hablo de "factor de confusión": los hallazgos son muy interesantes, pero se producen simultáneamente a otros programas y no se discute en ningún momento qué impactos han tenido las diferentes medidas. Eso limita mucho la utilidad del trabajo.

¿Entonces? ¿Qué conclusiones podemos sacar nosotros? No está de más recordar que, en este tema, la confusión es enorme. Hay estudios para todos los gustos: desde aquellos que señalan que prohibir los teléfonos es una forma barata de mejorar el desempeño de los alumnos (y mejorar su implicación) a los que dicen que el impacto es insignificante. Ese mismo trabajo sueco llega a decir que "las prohibiciones del teléfono móvil no tienen ningún impacto en el desempeño de los alumnos".

Por eso, aunque, sin lugar a dudas, el informe noruego es interesante, resulta insuficiente. Sobre todo, si queremos sacar conclusiones que aplicar en nuestro día a día. Sea como sea, no parece que se trate del gran estudio que logre zanjar el debate entre los especialistas. Desgraciadamente.

Disponible en:

<https://www.xataka.com/medicina-y-salud/este-informe-noruego-moviles-escuelas-defiende-datos-prohibicion-total-poco-complicado>

2. LOS DIRECTIVOS TECNOLÓGICOS RECONOCEN QUE SUS EMPRESAS NO ESTÁN PREPARADAS PARA LA IA

Fecha: 25/04/2024

El 80% de los directores de sistemas de información (CIO) cree que los avances y desarrollos en inteligencia artificial tendrán un efecto positivo significativo en su negocio.



Sin embargo, seis de cada diez admiten que es muy difícil o extremadamente difícil demostrar ahora mismo el retorno de la inversión en este campo.

A pesar de la actual carrera por la inteligencia artificial entre las grandes tecnológicas, los propios líderes de estas empresas no se ven incorporando la IA en su día a día, según se desprende de una encuesta realizada por Lenovo a 750 directores de sistemas de información (CIO) de una decena de mercados.

El informe "Inside the Tornado: How AI is Reshaping Corporate IT Today" (Dentro del tornado: Cómo la IA está remodelando la informática empresarial actual), revela que a pesar de tener claro que la IA forma parte su horizonte empresarial y que gran parte del crecimiento en los próximos tiempos vendrá de los avances en este campo, los responsables tecnológicos sienten que la IA aún necesita tiempo para llegar a implantarse en el día a día de sus compañías.



La falta de infraestructura informática y de políticas corporativas sobre su uso ético son los principales factores que están impidiendo a esta tecnología establecerse con más firmeza en las empresas.

Para hacer el informe se ha encuestado a 750 jefes de tecnología en 10 mercados globales sobre sus opiniones en inteligencia artificial. El 42% de los directivos reconoce que no espera ver un retorno de la inversión realizada en IA hasta al menos dos años después de su implantación.

En todo caso, la mayoría de los CIO (un 51%) explica que tienen como prioridad la incorporación de inteligencia artificial, y esa prevalencia solo es comparable a la preparación para hacer frente a las amenazas en ciberseguridad.

"Después de años de expansión de los departamentos de Información y Tecnología hacia responsabilidades no tradicionales, ahora estamos viendo cómo la IA está

obligando a los CIO a volver a su mandato principal", ha explicado el presidente del grupo de soluciones y servicios de Lenovo, Ken Wong, "Esto está impulsado por la clara promesa de la adopción de la IA combinada con la presión a la que se enfrentan los líderes de TI para demostrar el valor de estas inversiones."

La carrera por el dominio de la IA y las notables expectativas que se han adherido a la tecnología está llevando a los CIO a gastar cada vez más y más en este campo. El 96% de los encuestados espera invertir más de lo que ya lo han hecho en los próximos doce meses. Pero, por otro lado, los expertos creen que tardaríamos en ver el crecimiento y la transformación que la IA puede llegar a ofrecer, lo que plantea si este hype de IA es exagerado o si estamos ante un intento por adelantarse a quien dice será la tecnología más transformadora del siglo.

A finales del año pasado, Bill Gates se reveló como una de las figuras tecnológicas más optimistas respecto a la IA: "La innovación es la razón por la que nuestras vidas han mejorado tanto en el último siglo. Desde la electricidad y los coches hasta la medicina y los aviones, la innovación ha mejorado el mundo". Sin embargo, varios líderes de la industria tecnológica y pesos pesados de la IA han asegurado que el rápido desarrollo de esta tecnología podría tener consecuencias catastróficas.

Un reciente reportaje del New Yorker ponía el acento en las corrientes que mueven a los apologistas y reaccionarios de la inteligencia artificial, dos corrientes que están chocando en Silicon Valley. Otro artículo de Político si, a la vista de las medidas planteadas por los líderes globales para regular la tecnología, en la práctica es realmente factible controlarla.

¿Será la inteligencia artificial la mejor inversión por parte de las tecnológicas o es

un desesperado intento de encontrar algo que las haga crecer?

Disponible en:

<https://www.businessinsider.es/directivos-tecnologicos-no-ven-empresas-preparadas-ia-1382053>

3. GOOGLE ESTÁ CONSIDERANDO HACER QUE LOS USUARIOS PAGUEN POR LOS SERVICIOS IMPULSADOS POR LA IA

Fecha: 25/04/2024

La medida representaría una revolución significativa en el negocio de búsquedas de la empresa y podría conducir a un cambio en su modelo de negocio basado en la publicidad.

Google está considerando la idea de cobrar por nuevas funciones 'premium' impulsadas por inteligencia artificial generativa, en lo que sería la mayor revolución jamás vista en su negocio de búsquedas. Así lo revela el Financial Times citando fuentes internas de la empresa.

Sería la primera vez que la empresa pone sus principales productos detrás de un muro de pago, lo que demuestra que todavía está intentando adaptarse a una tecnología que amenaza su negocio publicitario, casi un año y medio después del debut de ChatGPT.

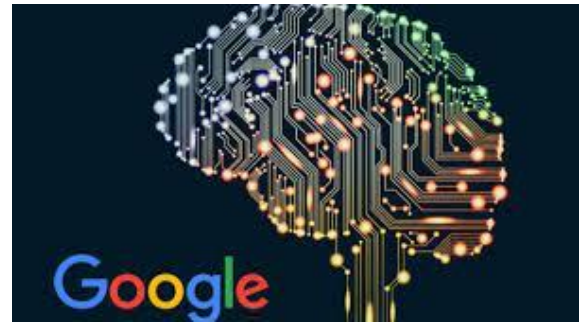
Sería la primera vez que Google ofrece un servicio de pago

Google está explorando opciones que incluyen añadir capacidades de búsqueda impulsadas por IA a sus servicios de pago premium, que ya ofrecen acceso a su nuevo asistente de IA Gemini en Gmail y Docs, según algunas personas familiarizadas con los planes.

Los ingenieros están desarrollando la tecnología necesaria para implementar el servicio, pero los ejecutivos aún no han

tomado una decisión final sobre si lanzarlo o cuándo.

En este escenario el motor de búsqueda tradicional de Google seguiría siendo gratuito, mientras que los anuncios seguirían apareciendo junto a los resultados de búsqueda incluso para los suscriptores.



Sin embargo, sería la primera vez que Google, que durante muchos años ofreció servicios gratuitos financiados íntegramente con publicidad, haría que la gente pague por mejorar su principal producto de búsqueda.

Google está experimentando con un servicio de búsqueda impulsado por IA

Google registró 175.000 millones de dólares en ingresos por búsquedas y anuncios relacionados el año pasado, lo que representa más de la mitad de sus ventas totales, lo que plantea un dilema para la empresa a la hora de adoptar las últimas innovaciones de la IA y preservar su principal fuente de beneficios.

Desde noviembre de 2022, cuando OpenAI lanzó ChatGPT, Google se ha esforzado por responder a la amenaza competitiva que supone este popular chatbot. ChatGPT puede proporcionar respuestas rápidas y completas a muchas preguntas, lo que amenaza con hacer superflua la lista de enlaces de un motor de búsqueda tradicional y los lucrativos anuncios que aparecen junto a ellos.

Google comenzó a probar un servicio de búsqueda impulsado por IA en una fase experimental en mayo del año pasado, presentando respuestas más detalladas a las consultas y, al mismo tiempo, ofreciendo a los usuarios enlaces para obtener más información y publicidad. Sin embargo, tardó en añadir a su motor de búsqueda principal algunas de las funciones de lo que ella denomina su experimento de 'experiencia generativa de búsquedas' o SEG por sus siglas en inglés.

Estos tipos de resultados de búsqueda son más caros para Google que sus respuestas tradicionales, ya que la IA generativa consume muchos más recursos informáticos. Google solo ha ofrecido acceso a SGE a un pequeño círculo de usuarios, incluidos algunos suscriptores de su paquete Google One, que ofrece ventajas como espacio adicional en la nube por una cuota mensual.

La competencia con Microsoft

Hace más de un año, Microsoft, que tiene una amplia asociación con OpenAI, lanzó una búsqueda mejorada basada en GPT y un chatbot, ahora llamado Copilot, en su motor de búsqueda Bing. Sin embargo, las nuevas capacidades de IA han contribuido poco a aumentar la cuota de mercado de Bing, que está muy por detrás de Google.

Algunos analistas han advertido de que el negocio publicitario de Google podría verse perjudicado si su motor de búsqueda ofreciera respuestas generadas por la IA más completas que ya no exigieran a los usuarios hacer clic en los sitios web de sus anunciantes.

Además, muchos editores en línea que dependen de Google para el tráfico de Internet temen que menos usuarios visiten sus sitios si la búsqueda de Google, impulsada por la IA, extrae información de

sus páginas web y la presenta directamente a los usuarios.

Este año, Google agregó un nuevo nivel premium a su servicio de suscripción para consumidores Google One para los usuarios que querían usar su chatbot Gemini, más avanzado. También agregó Gemini a Workspace, su conjunto de aplicaciones en línea productivas, como Gmail y Docs.



Google aún no ha decidido cómo lanzar sus nuevos servicios

No está claro exactamente cómo intentaría la empresa integrar la investigación basada en la IA en estos servicios de pago, que ofrecen distintos niveles de precios, ni cuándo estaría lista para su lanzamiento. Es posible que Google aún decida lanzar ciertos elementos de su servicio experimental impulsado por IA en su principal motor gratuito con el tiempo.

Google ha declarado que la empresa “no está trabajando ni considerando” una experiencia de búsqueda sin publicidad, pero que seguirá “creando nuevas capacidades y servicios premium para mejorar nuestras ofertas de suscripción en Google”.

“Durante años, hemos estado reinventando la búsqueda para ayudar a las personas a acceder a la información de la forma que les resulta más natural”, afirma Google. “Con

nuestros experimentos de IA generativa en las búsquedas, ya hemos atendido miles de millones de consultas y estamos registrando un crecimiento positivo de las consultas de búsqueda en todos nuestros principales mercados. Seguimos mejorando rápidamente el producto para satisfacer las nuevas necesidades de los usuarios”.

Disponible en:

<https://impactotic.co/inteligencia-artificial/google-esta-considerando-hacer-que-los-usuarios-paguen-por-los-servicios-impulsados-por-la-ia/>

4. SECTOR BANCARIO, DE SALUD Y GUBERNAMENTAL CON MAYOR CONFIANZA DIGITAL

Fecha: 24/04/2024

El Índice de Confianza Digital de Thales 2024 revela que los servicios bancarios, de atención médica y gubernamentales son los sectores más confiables cuando se trata de compartir datos personales. Mientras que las empresas de medios y entretenimiento, redes sociales y logística ocupan el último lugar de los rankings de las industrias.



Thales, proveedor de tecnología y seguridad, encuestó a 12.426 consumidores de 13 países acerca de su relación con las marcas y los servicios en línea y les preguntó cuáles eran sus expectativas en cuanto a la privacidad y cómo las marcas podían ganar su confianza.

“La investigación examina la relación de los consumidores con las marcas y los servicios en línea, sus expectativas de privacidad, así como sus opiniones sobre cómo las marcas pueden ganarse su confianza”, afirma Sergio Muniz, director de Gestión de Acceso para América Latina de Thales.

La investigación reveló que un 89 % de los clientes desean compartir sus datos con organizaciones, pero ello se produce con algunas advertencias no negociables. El 87 % esperan algún nivel de derechos de privacidad de las compañías con las que interactúan en línea.

El 55 % esperan que se les informe sobre la recolección de sus datos, mientras que el 53 % buscan que se les respete el derecho a que se eliminen sus datos personales. Además, el 39 % desea tener el derecho a corregir sus datos personales, el 33 % quiere tener el derecho a solicitar una copia de sus datos personales y el 26 % quiere trasladar sus datos de una plataforma a otra.

“En general, los resultados refuerzan que el derecho de los consumidores a la privacidad y la seguridad se considera innegociable. Más de una cuarta parte (29%) ha llegado a abandonar una marca en los últimos 12 meses porque exigía demasiada información personal, y el 26% abandonó una marca o servicio porque le preocupaba cómo se utilizaba la información”, añade Sergio Muniz.

La seguridad y la experiencia igualan a la confianza

Además de las exigencias de privacidad, la investigación hace hincapié en que las organizaciones también deben brindar una experiencia en línea sin inconvenientes para ganarse la confianza de sus clientes.

Las ventanas emergentes de anuncios publicitarios se destacaron por ser su frustración número uno (71 %), seguida de cerca por tener que configurar nuevamente la contraseña (64 %) y tener que reingresar información personal (64 %). Las opciones de cookies complejas también fueron mencionadas como una frustración principal por parte del 59 % de los encuestados.

Al respecto Sergio Muniz afirma que: “Una tendencia importante en torno a los datos de los consumidores en los últimos años ha sido el abandono gradual del uso de cookies de terceros en los principales navegadores web y plataformas móviles. Tras haber sido durante mucho tiempo un medio para que las empresas captaran datos sobre clientes y clientes potenciales mientras se movían por la web, la eliminación progresiva de esta opción significa que las marcas están creando formas de seguir haciéndolo por otros medios”.

La investigación reveló que los consumidores actuales son cada vez más conscientes del tiempo, el 22 % declaró que abandonaría una interacción en línea en un lapso de un minuto si sentía que tenía una experiencia frustrante. “Los clientes buscan experiencias lo más sencillas posible cuando se relacionan con las marcas, con un nivel razonable de seguridad que no se interponga en lo que intentan conseguir”, afirma Sergio Muniz.

Aunque no existe una solución mágica para ofrecer experiencias digitales excelentes, el 46% de los encuestados considera que para ofrecerlas es imprescindible disponer de una visión clara de los datos que los usuarios han consentido en compartir, mientras que un 36% lo considera bueno, pero no esencial.

Bancos, salud y gobierno con mayor confianza

“Estos tres sectores están muy regulados en cuanto a los tipos de datos que recopilan, manejan y gestionan, así como en cuanto a las medidas que deben adoptar para mantenerlos seguros”, asegura Sergio Muniz.



Por ejemplo, las instituciones financieras están obligadas en la mayoría de las jurisdicciones a utilizar la autenticación robusta de clientes (SCA, por sus siglas en inglés), que requiere al menos dos factores de conformidad, que pueden ser una combinación de dispositivos/soft token, un PIN o una contraseña, o biometría física. Por ello, no es de extrañar que los consumidores de todos los mercados encuestados confíen más en estos sectores.

Mientras que el sector salud y el gobierno son regulados pero no tienen todavía exigencias como la industria financiera (como MFA) que está mucho más avanzada. Y es cierto también que el sector salud y el gobierno han sufrido ataques (mucho más que la industria financiera), por lo que están tomando acciones.

Disponible en:

<https://impactotic.co/tecnologia/banca-salud-y-gobierno-con-mayor-confianza-digital/>

5. CIUDAD INTELIGENTE Y TRABAJO: 125 NUEVAS PROFESIONES PARA LAS CIUDADES DEL FUTURO

Fecha: 18/04/2024

Las profesiones emergentes en las ciudades inteligentes se referirán a la movilidad sostenible, las tecnologías digitales y la asistencia social. Entre los nuevos puestos de trabajo, según un informe de Randstad Research, se encuentran los administradores de bicicletas compartidas, los expertos en macrodatos, los diseñadores de barrios para personas mayores, entre otros.



En las ciudades inteligentes se crearán 125 nuevas profesiones. Así lo sugiere el nuevo informe de Randstad Research, «The Work of the Future in the City of the Future», que destaca cómo los cambios tecnológicos, demográficos y ambientales transformarán las ciudades y el modo de vida.

De ahí el nacimiento de nuevas profesiones: desde el diseñador de intermodalidades hasta el analista de sostenibilidad, desde el urbanista inteligente hasta el modelador de gemelos digitales, pasando por el urbanista circular o el diseñador de barrios para personas mayores. Estas son algunas de las 125 nuevas profesiones que nacerán en las ciudades del futuro, impulsadas por los cambios que están transformando las realidades urbanas.

Los empleos del futuro en las ciudades inteligentes

“Todos estos cambios tendrán un impacto significativo en el mercado laboral”, explica Emilio Colombo, coordinador del Comité Científico de Investigación de Randstad. Por un lado, las ciudades del futuro requerirán nuevas profesiones. Por ejemplo, las nuevas tendencias en movilidad y logística ponen de relieve la demanda de personas que participan en la coordinación entre el transporte público y los servicios de uso compartido, quienes diseñan la intermodalidad y gestionan los servicios de aparcamiento comunitarios.

La creciente importancia de la sostenibilidad requiere trabajadores eficientes en el uso de los recursos, bioarquitectos y planificadores urbanos circulares. La digitalización genera una demanda de trabajadores de gestión remota de plantas o administradores de redes inteligentes.

Además, los cambios demográficos requieren especialistas en telemedicina o expertos en realidad virtual para el bienestar cognitivo, pero también profesionales que involucren a las personas mayores. Por otro lado, las habilidades requeridas cambiarán en muchas profesiones.

“Se necesitarán nuevas habilidades técnicas en las áreas de la sostenibilidad y la digitalización, pero integradas de forma transversal ante las profesiones cada vez más híbridas”, añade Colombo. Y luego habilidades de gestión para coordinar a los diseñadores, dar coherencia al trabajo y gestionar los cambios. Las habilidades de comunicación también serán fundamentales ante actividades cada vez más remotas, automatizables y digitalizables.

Para operar en la movilidad del futuro, será necesario integrar las habilidades

tradicionales del sector con el conocimiento de las prácticas directamente relacionadas con las cuestiones de la sostenibilidad. Será necesario conocer los diferentes tipos de emisiones y las estrategias para reducirlas.

Entonces será necesario integrar las habilidades psicológicas, estudiar los comportamientos humanos y qué estrategias adoptar para modificarlos. Será importante saber entender, analizar y gestionar grandes cantidades de datos para desarrollar y optimizar planes de movilidad que tengan el menor impacto posible y que tengan en cuenta las diferentes posibilidades de movilidad pública y privada disponibles.

Para los perfiles operativos, la demanda de habilidades relacionadas con el mantenimiento de nuevos medios de transporte crecerá y, por lo tanto, será necesario integrar las habilidades tradicionales con las nociones de electrónica, ingeniería eléctrica, con el conocimiento del funcionamiento de los chips, de los sistemas GPS.

Empleos del futuro de la conectividad

La gran cantidad de información de la que disponemos hoy en día gracias a la digitalización genera otras tantas posibilidades de uso ilimitadas. Los profesionales de la conectividad del mañana podrán utilizar esta información para implementar actividades de monitoreo, análisis y diseño. Se necesitarán habilidades STEM para desarrollar nuevas soluciones relacionadas con nuevas herramientas, como los cascos de realidad aumentada. También será muy importante que los conocimientos estrictamente humanísticos, la filosofía, la psicología y la antropología se integren en el campo de las tecnologías, con el desarrollo del pensamiento crítico, el juicio y la resolución

de problemas. La atención dedicada a la ética en el campo de la Inteligencia Artificial aumentará cuanto más generalizadas, numerosas y simplificadas sean estas tecnologías, por lo que será necesario que la capacidad de utilizarlas con prudencia se difunda, no solo entre quienes las programan, sino cada vez más entre quienes las utilizan.



Las profesiones del futuro:

- Estrategia de datos: personas para la gobernanza
- Trabajadores de administración de sistemas de gestión remota
- Oficiales de protección de datos
- Trabajadores de gestión remota de ingeniería de planta
- Analistas de big data
- Arquitectos de edificios inteligentes
- Broker de tecnología
- Pronosticador de cibercalamidades
- Diseñador de la tienda Phygital
- Modelista digital Twin
- Expertos en diseño centrado en el ser humano
- Expertos en IA para movilidad
- Expertos en teledetección y SIG
- Filósofos digitales
- Administradores municipales de redes inteligentes
- Instaladores y mantenedores de sistemas de videovigilancia digital
- Instaladores y mantenedores de microchips inteligentes para cumplir con los límites de velocidad
- Instaladores y mantenedores de sistemas de pago sin contacto con sistemas de reconocimiento de palma
- Planificadores urbanos inteligentes

- Diseñadores de plataformas digitales urbanas
- Programadores de IA para la clasificación de residuos
- Gestor de residuos inteligente
- Especialistas en BIM
- Especialistas en computación perimetral para edificios inteligentes
- Desarrolladores de aplicaciones para administrar condominios
- Futuros empleos para la demografía

ENRED@DOS

¡Bienvenidos a la sección Enred@dos ! Un espacio para aprender y divertirse con las TICs en nuestros ratos de ocio.

ANÍMATE A PROBAR

1. FRASES INSPIRADORAS DE GENIOS DE LA TECNOLOGÍA

En esta ocasión compartimos algunas frases de Lei Jun, el creador de la popular compañía tecnológica china, Xiaomi.

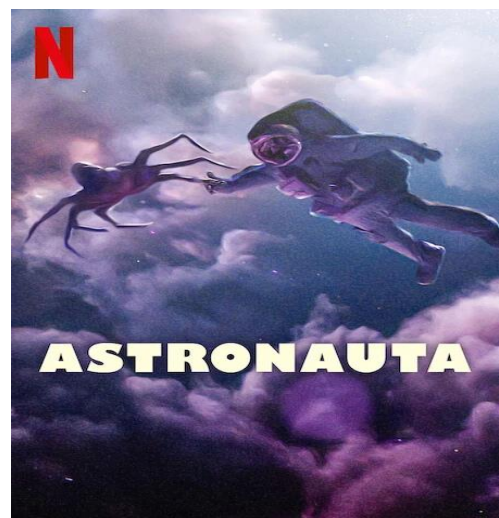


- *«Emprender está sobrevalorado, el único secreto para llegar al éxito es el trabajo duro*
- *«Ser famoso en las redes sociales, es como ser rico en monopolio, no es real ...*
- *«He dicho en muchas ocasiones diferentes que si me hubieran llamado Steve Jobs de China cuando tenía 0 años, me hubiera sentido muy honrado. A los 8 años de edad, sin embargo, no quiero ser considerado el segundo de nadie*

2. CINEMANÍA

El astronauta se basa en la novela homónima de Jaroslav Kalfař. Su historia comienza a los seis meses de una solitaria misión de investigación en los límites del sistema solar. Al mismo tiempo, un astronauta llamado Jakub se da cuenta de que su matrimonio y vida normal podrían no estar disponibles cuando él vuelva a la Tierra. Ayudado por una criatura escondida y con gran antigüedad, Jakub hará hasta lo imposible para dar sentido a su vida e intentar corregir todo lo que salió mal.

Aquí estamos ante un hombre que se vuelve loco en el espacio, tras seis meses de aislamiento, y comienza a ver a una araña. Sus visiones se vuelven más y más absurdas y la introspección, el espacio y la nada se adueñan de una conciencia que se comienza a reflejar a sí misma.



Trailer Disponible en:

<https://www.youtube.com/watch?v=>

3. INFOGRAFÍA

A continuación, se muestra una infografía que ofrece algunos elementos a tener en cuenta sobre los empleos en un futuro cercano.

