



EDITORIAL

Aprenda a desarrollar aplicaciones de Android con estos cursos gratis.

Google Codelabs es la plataforma educativa que dispuso Alphabet, casa matriz de Google, para enseñar cómo programar en sus diferentes plataformas. En esta oportunidad, un grupo de desarrolladores del popular buscador, actualizó su curso de fundamentos y su curso avanzado para desarrolladores de Android. Esta plataforma hizo su debut en 2015 en el sitio web Google I / O, destacando principalmente por sus contenidos educativos para aprender a utilizar las tecnologías de Google, API y SDK (lenguajes para desarrollar aplicaciones). Los codelabs son tutoriales cortos de aprendizaje autodidacta que enseñan cómo realizar una tarea específica.

Según un comunicado de Jocelyn Becker, gerente senior de programas de Google Developers, estos cursos fueron pensados para un aprendizaje presencial, pero con el tiempo se implementó la metodología de dejarlos abiertos al público. Por lo que se dispuso una plataforma con una serie secuencial de codelabs dividida en básico y avanzado.

Curso de Fundamentos para Desarrolladores de Android: Este curso es para quienes quieren desarrollar aplicaciones con Android. Enseña sobre el uso de almacenamiento de datos en la nube y otros componentes de la arquitectura de la programación en el sistema operativo. **Curso avanzado de Android:** Existe una segunda serie de codelabs más avanzados: 'Advanced Android Developer Course', proporciona diferentes herramientas para agregar mapas, crear vistas personalizadas o usar SurfaceView para graficar. Este curso de seguimiento busca ofrecer recursos para que los programadores amplíen la experiencia de sus usuarios y puedan monitorear el rendimiento de las aplicaciones que realizan. La plataforma de Google Codelabs cuenta actualmente con más de dos millones de usuarios activos y con 55 tutoriales para aprender a programar aplicaciones para Android.

Resumen tomado de: eltiempo.com, Tecnosfera, 10 de diciembre/ 2018
<https://www.eltiempo.com/tecnosfera/tutoriales-tecnologia/cursos-gratis-para-aprender-a-programar-en-android-303684>

Comité Editorial:
Carlos Alberto Vanegas,
Sonia Alexandra Pinzón,

¿Qué se puede esperar de la tecnología de redes 5G?

Vehículos autónomos, sanidad conectada o innovaciones industriales son algunas de las esperanzas depositadas en la tecnología 5G que está por llegar. Pero se necesitará tiempo para desplegar una red con la capacidad de dar respuesta a estas innovaciones.

Es la gran protagonista en los pasillos del Congreso Mundial del Móvil (MWC) de Barcelona: después de hablar de ella durante años, la tecnología 5G se ha convertido en una realidad aunque el público deberá esperar para ver sus efectos.

Sin aceleración visible del internet móvil.

Si bien la red es mucho más rápida que la 4G, la 5G no tiene por qué dar una sensación de velocidad a los usuarios desde un primer momento. Hará falta una gran inversión y tiempo para que la cobertura esté suficientemente desarrollada para que interese realmente a los consumidores. Las primeras ventajas serán para los operadores: gracias a la importancia de la banda ancha que ofrece, la 5G permitirá proponer un internet fijo con mucha banda ancha allí donde desplegar la fibra óptica sea más costoso. Y, sobre todo, evitará el atasco de las redes móviles ahora que ver videos en los dispositivos es tan común. Más adelante, la 5G permitirá desarrollar la realidad aumentada, especialmente para enriquecer los eventos en directo con informaciones suplementarias en la pantalla del teléfono.

Sin embargo, algunas voces de la industria, como el sueco Ericsson, advierten que esta acumulación de promesas pueden generar grandes expectativas en el gran público que no se verán cumplidas con la capacidad de las primeras redes. Según un estudio de Ericsson ConsumerLab presentado a finales de 2018, una de las principales esperanzas es que la 5G ofrezca una velocidad de conexión muy superior a la 4G desde sus primeros despliegues.

Conectar todo y por todos lados.

Es la gran promesa de la tecnología 5G: poder conectar todo, por todos lados y todo el tiempo. La red ha sido pensada con tres imperativos: versatilidad, flexibilidad y banda ancha. Porque más allá de conectar a los humanos, su ambición es conectar los objetos.

El vehículo autónomo es una de las grandes innovaciones esperadas. Pero para ello es necesario que la red esté disponible en cualquier punto del territorio y que ofrezca una banda ancha y una latencia (la velocidad de respuesta de la red) suficientes.

Otra esperanza es la sanidad conectada: desde la telemedicina, vista como un medio para luchar contra la desertificación médica (instalación espacial de éstos sin cubrir amplias zonas), a la robotización, con la realización de operaciones por parte de brazos automatizados pilotados a distancia por un cirujano. A largo plazo, la 5G está llamada a revolucionarlo todo si consigue concretar todas sus posibles aplicaciones: ciudades inteligentes, transportes urbanos, seguridad cotidiana, socorro en emergencias naturales.

La industria la espera.

Es sobre todo a las empresas que la 5G puede aportar beneficios. Si el mantenimiento predictivo, la realidad aumentada o la robotización empiezan a formar parte del día a día en numerosas industrias, estas nuevas redes deberían llevarlos a un escalón superior. Los especialistas hablan de una "industria X.0" en la que las innovaciones se suceden rápidamente.

Gestión de la energía, seguimiento de materiales y productos, mantenimiento predictivo gracias a sensores, ayuda a la intervención de equipos gracias a gafas de realidad aumentada, adaptación en tiempo real de las redes a las necesidades específicas de empresas o sectores enteros, son algunos de los aspectos en los que la 5G puede marcar la diferencia. Y para los operadores supondrá una verdadera esperanza de monetización.

Los operadores son prudentes.

La retahíla de servicios prometidos con la 5G es larga: envíos a domicilio con dron, cine de realidad virtual, robots conectados o incluso la posibilidad de hacer llamadas con hologramas. Pero muchos de estas aplicaciones no son inmediatas, estima Stéphane Téral, porque "para tenerlos, haría falta una red cuyo despliegue costaría una fortuna con un retorno sobre la inversión incierto". "No hemos visto tantas promesas por parte de los operadores", incide Dexter Thillien. "En Estados Unidos puede que sí pero en Europa los operadores parecen haber aprendido de los errores en el lanzamiento de la 3G".

El despliegue esta vez será progresivo, explica Mats Granryd, director general de la GSMA, las asociación mundial de los operadores que organiza el MWC. "Sólo el 15 % de las conexiones en el mundo se harán en 5G en 2025, va a continuar siendo una tecnología relativamente limitada". "A corto plazo, el principal interés del 5G para los operadores será absorber el crecimiento del volumen y el tráfico a un coste marginal inferior al 4G", incluso llegando a costar la mitad, concluye Thomas Coudry. El gran público, pues, deberá aguardar pacientemente a la llegada de nuevos servicios realmente innovadores.

Resumen tomado de: elespectador.com, Tecnología, 25 de febrero de 2019.
<https://www.elspectador.com/tecnologia/que-se-puede-esperar-de-la-tecnologia-de-redes-5g-articulo-841762>

CONOZCAMOS NUESTROS PRINCIPIOS...

Tecnología en Sistematización de Datos

Visión:

El proyecto curricular de Tecnología en Sistematización de Datos deberá consolidarse como un programa académico de reconocimiento local, nacional e internacional, caracterizado por el aporte permanente al desarrollo tecnológico e investigativo, soportados en el uso de las herramientas tecnológicas suficientes para mantenernos ubicados en la frontera del conocimiento de los sistemas modernos de procesamiento y transmisión de información

Misión:

Formación de Tecnólogos íntegros, críticos e idóneos, altamente calificados en el área de los sistemas informáticos, capaces de identificarlos y mejorarlos empleando la ciencia y la tecnología para optimizar su funcionamiento.

Ingeniería en Telemática

Visión:

El proyecto curricular de Ingeniería en Telemática deberá consolidarse como un programa académico de reconocimiento local, nacional e internacional, caracterizado por el aporte permanente al desarrollo tecnológico e investigativo, soportado en la capacidad de convertir sistemas convencionales de comunicaciones en otros que puedan calificarse de avanzados, tanto por sus características teleinformáticas actuales como por sus proyecciones de mejoramiento y crecimiento.

Misión:

La misión del Proyecto curricular de Ingeniería en Telemática constituye la formación de profesionales con un alto nivel académico e investigativo, humanamente formados, científicamente fundamentados y tecnológicamente calificados en el área de telemática, capaces de servir a la sociedad y dar soluciones convenientes a sus requerimientos y necesidades mediante la creación, desarrollo y adaptación de tecnologías, promoviendo el cambio y la innovación

La era posdigital: ¿qué viene ahora?.

En un mundo que se adapta a los avances de la tecnología, las apuestas de innovación este año deberán orientarse a la personalización de productos y servicios dependiendo de las necesidades y realidades de los usuarios.

Imagine que entra a una tienda de ropa en la que no hay tallas estándar. Usted elige el modelo que le interesa y el vendedor, en vez de intentar ajustar su cuerpo a la prenda, lo viste con un traje provisto de sensores que en tiempo real le toma las medidas para que ese pantalón, chaqueta o camisa que usted quiere se amolde perfectamente a su cuerpo.

Cambiamos de escenario y mantengamos la misma premisa. Un hospital en el que, en vez de estandarizar las intervenciones para poner marcapasos, se utilizan imágenes digitales del corazón para examinar caso a caso y determinar cuál es el lugar ideal para ubicar los electrodos.

La idea de fondo, en ambos casos, es la personalización de la experiencia y los servicios a un nivel superior, una de las tendencias que marcarán la pauta este año de cara a la búsqueda de nuevas estrategias de consumo en un escenario en el que los constantes cambios en lo digital exigen apuestas novedosas.

Así lo dejó ver el análisis del estudio *Technology Vision 2019*, hecho por la compañía global de estrategia, consultoría y tecnología Accenture, según el cual las empresas están entrando en una era "posdigital", en la que triunfarán quienes tengan la capacidad de implementar tecnologías que ofrezcan experiencias personalizadas a sus clientes y usuarios.

"Un mundo posdigital no significa que se acabe lo digital. Al contrario, estamos planteando una nueva pregunta: a medida que todas las organizaciones desarrollen su competencia digital, ¿qué lo diferenciará a usted? En esta era, simplemente hacer lo digital no es suficiente (...) las organizaciones deben usar nuevas tecnologías para innovar en sus modelos de negocios y personalizar las experiencias para sus clientes", explica Paul Daugherty, director de tecnología e innovación de Accenture.

El reto está en descubrir cómo moldear el mundo alrededor de las personas y elegir el momento adecuado para ofrecer sus productos y servicios. Atravesar la cantidad de información que existe y tratar de entender la tendencia en la que hay que poner la lupa.

Michael Biltz, director del grupo de investigación y desarrollo del estudio *Technology Vision* de Accenture, explica que a la experiencia personalizada se suma la tendencia de la generación de productos bajo demanda. En algunas plantas de General Motors, por ejemplo, los empleados de la línea de producción ya no utilizan cajas de herramientas sino impresoras que improvisan las herramientas necesarias para el trabajo que están haciendo. El resultado es claro: generación de productos bajo demanda para el momento en que se necesitan.

La fusión de las dos tendencias es lo que va a cambiar la forma como funcionan los mercados. "Si combinamos la experiencia personalizada con la generación de productos bajo demanda, empezamos a ver una tendencia que puede llegar a cambiar la industria por completo. La personalización apunta a entender a otro nivel al consumidor, y si los armonizamos empezamos a hablar también de la agilidad de la empresa para adaptarse y generar el producto que el consumidor está pidiendo. Pasamos a hablar de una verdadera compañía ágil que responde a una necesidad y un deseo del consumidor con una experiencia personalizada", explica Biltz.

Se trata, en buena medida, de crear mercados momentáneos. Lograr captar una oportunidad que se genera en un momento determinado y potencializarla como una necesidad y no una simple tendencia. Ejemplos, en ese camino, ya existen. Es el caso de una plataforma para *freelancers* con una base de datos de más de 12 millones de personas que le ofrece al usuario en línea la posibilidad de encontrar y contactar en tiempo real una persona con habilidades y especificaciones determinadas para un trabajo. En últimas, es un primer paso para comenzar a cambiar la forma en la que la gente está trabajando.

Para Biltz, sin embargo, está claro que es necesario que las empresas entiendan el verdadero impacto que este tipo de tecnologías y servicios personalizados pueden llegar a tener en la sociedad misma. "En muchos casos se puede determinar cómo viven las personas. Eso da mucho poder, posibilidad de influenciar, pero, por supuesto, muchísima responsabilidad. Pasar de temas de oportunidades de negocios a darnos cuenta de que estamos cambiando cómo las personas viven su vida día a día. El impacto de esta tendencia a la larga no es menor".

Esa responsabilidad va de la mano con otra de las tendencias identificadas en el estudio de Accenture, que ha sido llamada "conóceme mejor". En términos generales, el concepto se refiere a cómo se puede entender a las personas, sus comportamientos, metas, gustos, disgustos y elecciones a través de su identidad tecnológica. Por ejemplo, una importante compañía de seguros de Estados Unidos recientemente cambió su estrategia de mercadeo y comenzó a reemplazar los seguros de vida tradicionales por seguros de vida interactivos que están basados en la identidad tecnológica de los consumidores y dan incentivos a los clientes asociados a sus comportamientos. Es decir, si el beneficiario utiliza, por ejemplo, *gadgets* de salud, la compañía le da incentivos y le ofrece mejoras en la póliza para motivar al cliente a que se cuide más. Es básicamente un gana-gana.

Las expectativas, en general, van encaminadas a cambios en la interacción tradicional y en la forma como se relacionan las empresas con sus clientes y usuarios. Una relación que está basada sobre todo en la confianza respecto al uso de datos. "La complejidad de este intercambio de confianza va a llevarnos a un escenario mucho más positivo en el que se crearán mejores servicios. No es inmediato, es algo que hay que ir construyendo con el tiempo", puntualiza Michael Biltz.

Resumen tomado de: elespectador.com, Tecnología (Marcela Osorio), 21 de febrero de 2019. <https://www.elespectador.com/tecnologia/la-era-posdigital-que-viene-ahora-articulo-841037>

Pare Oreja



Dicen que....

- La Fecha de finalización y /o cierre de semestre académico 2018-3 es el 9 de marzo de 2019.

Link de Interés:

- Móviles con pantalla plegable: una idea menos novedosa de lo que crees <https://computerhoy.com/reportajes/tecnologia/moviles-pantalla-plegable-idea-menos-novedosa-crees-379295>
- 4 trucos para sacarle provecho a Windows 10 <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/tutoriales-tecnologia/windows-10-4-trucos-para-sacarle-provecho-al-sistema-operativo-329580>
- ¿Qué puede hacer con 25 Mbps de internet? <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/tutoriales-tecnologia/que-puedo-hacer-con-25-mbps-de-internet-310748>

SI QUIERES FORMAR PARTE DE LA ELABORACIÓN DE ESTE BOLETÍN PREGUNTA EN LA COORDINACIÓN DE LA CARRERA tecsistematizaciondatos@udistrital.edu.co