



NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN

Suplemento N.º 231



Internet para Todos surgió originalmente como una iniciativa de Telefónica, que considera la conectividad como un requisito fundamental para acceder a las ventajas de la digitalización y para el progreso económico y social de las personas.

Telefónica sigue trabajando para que los cambios de la era digital que ya está aquí no dejen a nadie atrás. Su última iniciativa, una convocatoria para buscar propuestas innovadoras para conectar zonas rurales aisladas o remotas de cualquier parte del mundo, haciendo posible la conexión entre personas y el acceso a inter-

net móvil. Las ideas se recibirán hasta el próximo 30 de junio a través de la Call Global 2019 Internet para Todos, enmarcada en el proyecto del mismo nombre lanzado por Telefónica el año pasado en Perú, pero que la compañía quiere extender a más países de Latinoamérica.

Busca propuestas innovadoras para desarrollar proyectos que conecten zonas rurales aisladas alrededor del mundo gracias a internet

Telefónica, impulsando el lado social de la era digital

Internet para Todos supone para Telefónica una importante oportunidad de negocio en las zonas que no se han cubierto con infraestructura tradicional, y, al mismo tiempo, un proyecto sostenible y responsable para reducir la brecha digital.

El objetivo de esta convocatoria, impulsada por el área de Innovación de Telefónica, es explorar soluciones sostenibles a dos desafíos: en primer lugar, la obtención de datos reales y fiables de zonas aisladas y radicalmente distintas al entorno urbano durante etapa previa al des-

pliegue de banda ancha; en segundo lugar, una vez extendida la conectividad en entornos remotos, es necesario acelerar la adopción e impacto de ésta en la vida de las personas. Para ello, se buscan soluciones y servicios digitales que consigan que la conectividad aporte valor e impacto en el desarrollo de las comunidades. La inscripción y registro de las ideas, proyectos y startups, así como toda la información se encuentra en la Call Global 2019 Internet para Todos,

"Internet para Todos es un inno-

vador proyecto de negocio abierto a la colaboración con terceros, con empresas y otros organismos que comparten el objetivo de cerrar la brecha digital a través de la conectividad. Es el mismo espíritu colaborador que caracteriza el modelo de innovación abierta de Telefónica. Trabajamos ya con diferentes partners tecnológicos y ahora queremos ampliar el marco de colaboración para afrontar los próximos desafíos tanto comerciales como de inclusión digital, analizando ideas o propuestas tecnológicas innovadoras",

asegura Gonzalo Martín-Villa, Chief Innovation Officer de Telefónica.

El proyecto ganador dispondrá de un espacio de trabajo durante un periodo de entre 3 y 6 meses en alguno de los hubs presentes en 11 países de Wayra y Open Future, según la disponibilidad y la ubicación más adecuada.

Además, se ofrecerá mentorización y seguimiento a los proyectos seleccionados, impartido por miembros del equipo de Internet para Todos, así como difusión de la iniciativa.

En caso de que la solución pro-

puesta sea validada técnicamente por los expertos de Internet para Todos y certifiquen su interés comercial, la startup ganadora tendrá la posibilidad de realizar un Piloto Comercial con Internet para Todos valorado en hasta 100.000 euros y con una duración de entre 3 y 6 meses. Si el piloto tiene éxito, se estudiará la posibilidad de incluir el proyecto o producto en el catálogo de servicios del Grupo Telefónica.

Pasa a página II



Viene de página 1

Internet para Todos

Internet para Todos surgió originalmente como una iniciativa de Telefónica que considera la conectividad como un requisito fundamental para acceder a las ventajas que brinda la digitalización y para el progreso económico y social de las personas. Bajo este innovador modelo de despliegue de infraestructuras, económicamente sostenible y abierto a la colaboración con otras compañías, Telefónica del Perú, Facebook, IDB Invest y CAF anunciaron recientemente la creación de una compañía, Internet para Todos, cuya única misión será conectar las zonas no conectadas del Perú. Éste es el país donde ha arrancado el proyecto, que ha logrado ya conectar a más de 2.000 comunidades en zonas alejadas y beneficiar así a más de 700.000 personas, pero el objetivo es conectar a más de 100 millones de personas en Latinoamérica a Internet. Con "Internet para todos", Telefónica extiende la conectividad bajo un enfoque de ecosistema, colaborando con un gran abanico de socios interesados y resolver así el reto de la conectividad rural.

Reducir la brecha digital y garantizar la inclusión a corto plazo requiere de un enfoque holístico que combine la innovación de negocio y nuevas tecnologías y políticas con nuevas formas de colaboración. Con este enfoque, IpT Perú quiere demostrar que nuevos modelos de negocio bajo los principios de acceso abierto, cooperación, innovación tecnológica y las políticas adecuadas no solo son posibles, sino que también pueden transformar la infraestructura bajo un modelo NaaS, conectando a las diferentes comunidades en zonas aisladas y garantizando, al mismo tiempo, un retorno financiero y viabilidad comercial que puede replicarse en otras regiones del mundo.

IpT ofrecerá acceso a su infraestructura rural de banda ancha bajo un modelo mayorista que permitirá a los operadores lanzar servicios comerciales de comunicaciones a usuarios, empresas y organizaciones en comunidades rurales. IpT logrará la sostenibilidad económica a través de acuerdos con comunidades locales y la utilización de tecnologías abiertas que reducirán el coste de despliegue en áreas donde el coste de despliegue de las tecnologías convencionales es ahora prohibitivo. Así, IpT se apoyará en arquitecturas cloud, planificación de red automática, soluciones de radio acceso abiertas (Open RAN) y una combinación de fibra optimizada y redes de microondas.

¿Por qué Perú?

Para Teresa Gomes, directora general de Internet para Todos, "nuestra novedosa propuesta ofrece la infraestructura como un servicio para reducir la brecha digital lo más rápido posible y ofrece acceso a cualquier operador móvil al mercado rural. Nuestro objetivo ahora es lanzar y escalar el proyecto en Perú y demostrar que es posible desplegarlo en el resto de Latinoamérica y en todo el mundo".

El proyecto Internet Para Todos no se lanzó en Perú por casualidad. Perú fue el mejor lugar para que Telefónica lanzara esta iniciativa, ya que el país ya ofrecía un entorno propicio para ello.

La regulación peruana tenía la figura existente del "Operador de Infraestructura Móvil Rural" como proveedor mayorista de infraestructura en zonas rurales o de interés especial donde ningún otro operador había desplegado previamente ninguna red. A través de esta figura, los operadores de redes móviles pueden prestar servicios llegando a acuerdos con estos proveedores rurales móviles.



A principios de 2017, Telefónica empezó a colaborar para dar servicio a los no conectados en zonas rurales y suburbanas de Perú.

Telefónica presenta Movistar+ Lite, su plataforma de TV para todos

Telefónica mueve ficha para liderar la televisión a la carta y de producción propia. Por eso la compañía acaba de lanzar su propio Netflix, la plataforma Movistar+ Lite, que por primera vez ofrece la oportunidad a cualquier usuario, sin necesidad de que sean clientes de la compañía telefónica, de disfrutar de sus contenidos originales. El servicio, ya disponible por 8 euros al mes sin contrato de permanencia, permite dos visionados simultáneos en sendos dispositivos. Pero al contrario que en las aplicaciones de sus rivales, la de Telefónica sigue manteniendo publicidad. Al igual que el resto de plataformas, es necesario dar de alta una tarjeta de crédito, pero en el caso de Movistar+ Lite también se pide el número de DNI durante el registro. La calidad de reproducción será solo

HD (720p) en ordenadores, dispositivos de televisión y tabletas y baja a SD (576p) en los teléfonos móviles. "No necesita de decodificador, y está abierto para todos los clientes y dispositivos que hay en el mercado a través de una aplicación", ha explicado este martes el presidente de Movistar+, Sergio Oslé, que ha puntualizado que no hace falta ser cliente del operador telefónico. Quien lo contrate cuenta con un primer mes de prueba gratuito, como también hacen sus competidores. Movistar+ ya ofreció a finales de 2018 la posibilidad de

contratar Netflix a través de su servicio a los clientes de tres de sus paquetes Fusión (que incluyen telefonía e Internet) y que cuestan más de 100 euros y con la necesidad de usar un decodificador especial. Según la compañía, también habrá contenidos en versión original, con posibilidad de subtítulos y mantiene la posibilidad de ver la programación de los últimos siete días. "La gran apuesta de Movistar+ es la producción original. Ya hemos estrenado 21 títulos y seguiremos impulsando el talento español, que ahora con Movistar+ Lite llega aún a más gente", ha

indicado Oslé. La oferta incluye todas las series originales de la compañía, como La peste, Arde Madrid, Justo antes de Cristo, Instinto, Hierro, Skam o El día de mañana, entre muchas, y programas del canal #0 como Late Motiv, con Andreu Buenafuente, La resistencia, con David Broncano, Radio Gaga o Fama. También están disponibles contenidos de los canales Vamos (de deportes, como Informe Robinson el torneo de tenis de Wimbledon, los ATP 1000 y 500, la liga de baloncesto Endesa, la de la NBA, la de fútbol americano NFL...) y Movistar Series (con ficciones internacionales como El joven Sheldon, Better Call Saul, The Good Fight o Line of Duty). Algunos contenidos de los canales TNT, AMC, Fox y Comedy Central también estarán disponibles.

El servicio, ya disponible por 8 euros al mes sin contrato de permanencia, permite dos visionados simultáneos en sendos dispositivos. Pero al contrario que en las aplicaciones de sus rivales, la de Telefónica sigue manteniendo publicidad



Presentación de Movistar+ Lite con algunas de sus principales estrellas televisivas.

Perú también tenía otros enfoques regulatorios diferenciados que favorecían la iniciativa, tales como: tarifas de terminación asimétricas, posibilidad de utilizar los fondos del servicio universal para iniciativas privadas, disponer de obligaciones de servicio diferenciadas, incluida la calidad de servicio en las zonas rurales en comparación con las zonas urbanas.

Nuevas tecnologías disruptivas

Ahora se busca replicar este modelo en cualquier parte del mundo con el mismo espíritu colaborador sumando soluciones abiertas, disruptivas y sostenibles. La digitalización es un factor determinante para el progreso económico y social, y la banda ancha móvil puede desempeñar un papel clave en la reducción de la brecha digital. El 20 % de la población de la región todavía carece de acceso adecuado a banda ancha móvil.

Telefónica, junto a Facebook, trabaja en varios proyectos utilizando nuevas tecnologías y modelos operativos que permitan un desarrollo más rentable en el despliegue de banda ancha móvil. Estos proyectos ya están haciendo que el Internet móvil de alta velocidad esté ya disponible para decenas de miles de peruanos en las tierras altas y en la selva Amazonia. Con un enfoque abierto en materia de despliegue de red, ambas compañías están facilitando a operadores de infraestructura móvil rural, empresas locales y comunidades colaborar en el despliegue de conectividad de alta calidad de una forma eficiente y sostenible.

Telefónica y Facebook comenzaron a trabajar juntos en 2016 dentro del proyecto Telecom Infra Project (TIP), un proyecto sectorial para desarrollar iniciativas que permitan desagregar el software y el hardware de las redes tradicionales. A principios de 2017, empezaron a colaborar para dar servicio a los no conectados en zonas rurales y suburbanas de Perú. Las empresas desarrollaron herramientas de inteligencia artificial y de densidad de población de alta definición para dar prioridad a los despliegues de conectividad en zonas remotas poco pobladas y compartieron los resultados de estos proyectos públicamente a través del TIP.

Recientemente, los equipos de ambas compañías han comenzado a probar la viabilidad de expandir las capacidades de tecnologías existentes, como redes microondas, y a explorar nuevas soluciones de red de acceso por radio (RAN) como la tecnología de Open RAN programable de Parallel Wireless para conectar comunidades remotas de Perú con redes 3G y 4G basadas en Plataformas de Procesamiento de Propósito General. El piloto llevado a cabo demuestra la madurez de estas tecnologías para desplegar conectividad de forma rentable en áreas con una baja densidad de población. Telefónica también está probando la plataforma OpenCellular LTE RAN de Facebook.

Dentro de su programa "Internet para todos", la compañía está también probando otras tecnologías disruptivas como soluciones de energía sostenible e infraestructura vertical alternativa.

Crear el entorno propicio

El Chief Policy Officer de Telefónica, Enrique Medina, señalaba en un reciente artículo que además de la disrupción tecnológica y las alianzas, a la hora de romper la brecha digital también hay aspectos de regulación que también son necesarios. Así, se preguntaba en dicho artículo qué podría hacer la OCDE para cerrar la brecha de conectividad. "Necesitamos innovar y definir un entorno propicio para el despliegue de red," señala. "El aspecto más



José María Álvarez-Pallete, presidente de Telefónica, y Luis Miguel Olivás, responsable de Empleabilidad de Fundación Telefónica, durante la presentación de Escuela 42.

El objetivo de esta convocatoria es explorar soluciones sostenibles a dos desafíos: en primer lugar, la obtención de datos reales y fiables de zonas aisladas y radicalmente distintas al entorno urbano durante la etapa previa al despliegue de banda ancha; en segundo lugar, es necesario acelerar la adopción e impacto de ésta en la vida de las personas

En caso de que la solución propuesta sea validada técnicamente por los expertos de Internet para Todos y certifiquen su interés comercial, la startup ganadora tendrá la posibilidad de realizar un Piloto Comercial con Internet para Todos valorado en hasta 100.000 euros y con una duración de entre tres y seis meses. Si el piloto tiene éxito, se estudiará la posibilidad de incluir el proyecto o producto en el catálogo de servicios del Grupo Telefónica

relevante es implementar entornos regulatorios adecuados ("sandboxes") para las áreas rurales que permitan abordar todos los desafíos que un operador encuentra para implementar una iniciativa sostenible. Los responsables políticos tam-

bién tienen que innovar para permitir la sostenibilidad y la rentabilidad de estas iniciativas dirigidas a las zonas rurales. El abanico de acciones que podrían llevar a cabo es amplio". En Telefónica han identificado las siguientes: el despliegue

de una red sostenible y rentable en las zonas rurales es más que un reto. Los reguladores deberían reconocer que las infraestructuras rurales deben ser un monopolio, que no hay espacio para redes que compitan entre sí. Deben centrar sus esfuerzos en asegurar que la red se fundamente en un modelo abierto de competencia basada en servicios y, en el que los operadores móviles tengan las condiciones adecuadas para prestar servicios.

Además, la regulación debería tener por objeto hacer que las iniciativas rurales resulten atractivas para los inversores. Por ejemplo, la carga derivada del acceso al espectro, las contribuciones al fondo para el servicio universal y las tasas reguladoras deberían ser considerablemente inferiores a las que pagan actualmente los proveedores de servicios. Pero otras necesidades no son tan evidentes, como: obligaciones de calidad de servicio, disponibilidad del servicio, tiempos de recuperación del servicio/repación. Estos requisitos son muy costosos de cumplir en zonas rurales y remo-

tas y, por lo tanto, pueden acarrear a multas por incumplimiento.

"El espectro, señala Medina, es otra cuestión muy importante para la prestación de servicios móviles. La causa no es la falta de espectro en las zonas rurales, sino que en muchos casos los proveedores de servicios móviles no lo utilizan. El problema es el precio. ¿Por qué no considerar entonces un nuevo enfoque del espectro? ¿Por qué no dividir las zonas urbanas y rurales para la asignación del espectro? ¿Y por qué no poner en común todo el espectro en las zonas rurales, ya que solo puede haber un único proveedor de infraestructura de red?"

El modelo fiscal para el despliegue de la red también desempeña un papel importante. El despliegue de redes, como base para la conectividad y el acceso a Internet, así como los servicios de telecomunicaciones y el equipo necesario (teléfonos móviles y equipos de infraestructura) deberían recibir apoyo y no estar sujetos a un gravamen tan ele-

Viene de página III

vado como el que se aplica en la actualidad.

Adoptar nuevos enfoques mediante la definición de nuevos regímenes de modelos de operadores, como es el caso del "Operador móvil de infraestructura rural" en Perú y redefinir el concepto de fondos de servicio universal (no aplicable solo al servicio de voz alámbrico) y de su uso para crear un entorno propicio para la sostenibilidad de los servicios rurales, centrándose en el lado de la oferta y el de la demanda (subsídios parciales para el costo de los servicios para las comunidades vulnerables, y en el lado social-hospitalario y centros de salud- y educativo -escuelas-). Además, deben permitir enfoques innovadores para cumplir con las obligaciones de cobertura en las zonas rurales, como el intercambio de costes y tarifas regulatorias para la expansión de la cobertura en las zonas rurales; permitir un único proveedor de infraestructura abierta para las zonas rurales; modificar las políticas del espectro, permitiendo un enfoque diferenciado para las zonas rurales, con costos y tarifas del espectro reducidos; aliviar las cargas y procedimientos administrativos, reducir las tasas locales y facilitar los permisos de construcción, ; tener un enfoque fiscal diferenciado para las zonas rurales, y permitir tarifas de terminación asimétricas.

"Estamos seguros de que cuando se implementan las políticas adecuadas, las alianzas como Internet Para Todos Perú pueden resolver la brecha de conectividad sin recurrir siquiera a los fondos públicos. Y la OCDE está en la mejor posición para definir estas mejores políticas para no dejar a nadie atrás y mejorar la calidad de vida", concluye Chief Policy Officer de Telefónica, Enrique Medina.

Un mundo de oportunidades

"Dentro de poco habrá 100.000 millones de personas y cosas conectadas. El tráfico de datos va a aumentar de forma exponencial. Las infraestructuras son el corazón de esta transformación y habla de la relevancia de nuestras redes". Así describe la importancia de Telefónica en el futuro próximo. "Se abre un mundo de oportunidades para Telefónica. Se necesitarán redes aún más rápidas, más capaces, más seguras, más simples, con menor latencia y más inteligentes". En este contexto de explosión tecnológica, Álvarez-Pallete alerta de que hay muchas personas que pueden quedarse atrás y eso tenemos que evitarlo. Tan es así, que recuerda que Telefónica ha redefinido su misión: "Hacer nuestro mundo más humano conectando la vida de las personas". Para el presidente de Telefónica, "el nuevo mundo digital no debe acarrear una pérdida de derechos individuales y sociales que ya estaban asentados en el mundo analógico" y, en este sentido, recuerda que la compañía que preside ha promovido "una Carta de Derechos y Obligaciones Digitales". Explica también que la actividad de Telefónica debe estar guiada por la confianza, una confianza que debe construirse "también con nuestros inversores y con la sociedad y que se alcanza con una gestión guiada por el respeto de los valores humanos, la protección de la privacidad, la seguridad de las comunicaciones o el uso ético de la inteligencia artificial".

La educación, digital y vinculada a la empleabilidad

El nuevo mundo digital no solo debe romper la brecha rural, sino también la de la formación. Se abre un nuevo mundo de posibilidades. ¿Te imaginas una escuela sin clases, sin

Movistar Team: 15 victorias en grandes Vueltas

■ Telefónica recibía la semana pasada a los flamantes campeones del Giro de Italia, de su equipo Movistar Team, y a su líder y ganador absoluto, Richard Carapaz. Movistar ha ganado el Giro de Italia con Richard Carapaz, la clasificación por equipos, dos etapas con el corredor ecuatoriano además de ser el gran animador con ciclistas como Mikel Landa, que se quedó a ocho segundos de podio. Al evento celebrado en la sede de Telefónica en Las Tablas de Madrid acudieron

todos los integrantes que estaban en Italia menos Pedrero, Rojas y Sutterling.

Desde este momento, Movistar Team se prepara para los próximos objetivos. De momento, todo hace indicar que Carapaz descansará pero que el resto de líderes (Nairo,

Landa y Valverde) estarán en el Tour de Francia. Richard, por su parte, permanecerá en España durante esta semana antes de emprender regreso a Ecuador, donde celebrará en una fecha y modo por determinar su triunfo en el Giro junto a sus compatriotas,

descansará y procederá después a preparar la segunda mitad de la campaña 2019.

El triunfo de Carapaz eleva a Movistar Team hasta 15 victorias en Grandes Vueltas, lo que sitúa a la estructura de Abarca Sports, dirigida por José Miguel Echávarri y Eusebio Unzué en sus distintas denominaciones desde 1980, al frente de una tabla histórica en la que supera al mítico Legnano (14) de la primera mitad del siglo XX -Binda, Bartali y Coppi como nombres más destacados.

Movistar ha ganado el Giro de Italia con Richard Carapaz, la clasificación por equipos, dos etapas con el corredor ecuatoriano, además de ser el gran animador con ciclistas como Mikel Landa, que se quedó a ocho segundos de podio



El presidente de Telefónica, José María Álvarez-Pallete, recibe a Richard Carapaz, ganador del Giro de Italia.

En este contexto de explosión tecnológica, Álvarez-Pallete alerta de que hay muchas personas que pueden quedarse atrás y eso hay que evitarlo. Tan es así, que recuerda que Telefónica ha redefinido su misión: "Hacer nuestro mundo más humano conectando la vida de las personas"

El nuevo mundo digital no sólo debe romper la brecha rural, sino también la de la formación. Se abre un nuevo mundo de posibilidades. ¿Te imaginas una escuela sin clases, sin profesores, sin límite de edad, abierta 24 horas los siete días de la semana y gratuita? Telefónica anuncia que ya ha llegado a Madrid y se llama 42

profesores, sin límite de edad, abierta 24 horas los siete días de la semana y gratuita?. Telefónica anuncia que ya ha llegado a Madrid y se llama 42. Fundación Telefónica apuesta por este concepto pedagógico revolucionario, tras haber rastreado las últimas tendencias educativas vinculadas a la nueva empleabilidad y que ha cosechado resultados del 100% de inserción laboral en más de diez países. 42Madrid es una filosofía de vida, una nueva manera de relacionarse con el aprendizaje y formar a los perfiles digitales del futuro. 42Madrid es una oportunidad única para una formación integral en las habilidades y competencias digitales que realmente demanda el mercado laboral.

El presidente de Telefónica, José María Álvarez-Pallete, ha afirmado durante su intervención en la presentación de 42 Madrid que "la empleabilidad del siglo XXI requiere un nuevo modelo de aprendizaje debido a la imparable revolución digital". También reafirmó la apues-

tral de Telefónica en las Tablas (Madrid).

El proceso de aprendizaje suele durar 3 años de media y sigue una metodología basada en proyectos de las diferentes ramas de la programación. 42Madrid es una escuela viva, en la actualidad existen 250 proyectos que van creciendo y actualizándose constantemente.

Éstos se organizan de acuerdo a un árbol de programación con 21 niveles, al cual los estudiantes se enfrentan, como si de un videojuego se tratase, superando las fases y adquiriendo conocimientos competenciales.

Estos 21 niveles de superación se dividen en dos círculos que abarcan, por un lado dentro del primero materias comunes en torno a la programación como algoritmos, sistemas y gráficos y, por otro lado, en el segundo círculo, empiezan los contenidos específicos como la inteligencia artificial, la ciberseguridad, videojuegos o diseño gráfico, que va eligiendo cada alumno en función de sus intereses. Una vez llegan al último nivel, los alumnos están preparados para el mercado laboral.

Es un modelo educativo donde el alumno elige libremente su camino y en el que la colaboración entre ellos es una máxima. No hay libros, no hay profesores y no hay clases tutorizadas. De hecho, el concepto "peer to peer" (entre pares) es fundamental en el proceso de aprendizaje y dentro de la propia metodología. No se puede avanzar en los niveles si no se trabaja de manera colaborativa ya que son los propios alumnos los que se evalúan unos a otros.

La eficacia de esta metodología se ha traducido en una inserción laboral del 100% del alumnado en todos los países en los que está presente 42. De hecho, durante su paso por la escuela, los alumnos reciben una media de ocho ofertas de empleo. Además, entre el nivel cinco y siete los alumnos han completado el primer círculo y están preparados para realizar prácticas en empresas. Este momento de prácticas es obligatorio dentro de la metodología para continuar el aprendizaje. Por ello, aunque la búsqueda de prácticas depende del alumno, también 42Madrid está en contacto permanente con empresas que demandan estos perfiles tecnológicos para ofrecerles los candidatos más adecuados. 42Madrid no tiene límite de edad, está abierta a todo el mundo, aunque la franja de edad más habitual entre sus estudiantes está entre los 18 y los 35 años. Lo más importante para entrar en 42Madrid es que no son necesarias ni formación ni titulaciones previas.

Está pensada para todos aquellos a los que les apasione la tecnología o simplemente les llame la atención o sean conscientes de que el mundo está cambiando y la digitalización es imprescindible para casi cualquier puesto de trabajo. También, para todos aquellos que no tienen claro qué quieren estudiar, o para quienes quieran reciclarse, empezar de nuevo o estén buscando empleo.

Desde ya, todo aquel que quiera inscribirse deberá acceder en la web 42Madrid.com y rellenar sus datos básicos. Después, deberá pasar dos pruebas on line: un ejercicio de memoria de 10 minutos de duración y un test de lógica de 2 horas y media. Los que superen esta fase podrán inscribirse hasta completar el aforo en las denominadas "piscinas", que son las pruebas decisivas de acceso a 42. Aquí entrarán en contacto con el mundo de la programación a través de proyectos, audiovisuales y del conocimiento colectivo de los compañeros. Esta fase de acceso es la más dura y la más exigente ya que los aspirantes deberán realizar un total de 13 proyectos y estarán una media de 12-14 horas diarias en la escuela durante un mes, donde lo más importante es la actitud, las ganas de aprender y de colaborar con el resto de participantes. Por el momento, la piscina se realizará en el mes de septiembre.

La primera Escuela 42 nace de manera simultánea en el Distrito 16 de París y en Silicon Valley en 2013. Actualmente está presente en más de 10 países (Francia, EE.UU, Bélgica, Holanda, Marruecos, Sudáfrica, Moldavia, Ucrania, Rusia y Finlandia) y sigue expandiéndose por todo el mundo. En esta fase de expansión de nuevas escuelas se encuentra también Brasil, donde Fundación Telefónica junto al partner Instituto 42 también se ha sumado a este proyecto con la puesta en marcha en breve de 42 São Paulo. Fundación Telefónica busca que sus proyectos tengan una vocación global con un mayor impacto social. Por este motivo, nuestra intención es impulsar la metodología de 42 en otros países donde estamos presentes.

42Madrid se ubicará en Distrito Telefónica, en las Tablas, en el edificio Norte 3, con casi 5.000 m2. Constará de 2 plantas y tendrá capacidad para 900 alumnos de manera simultánea con una ratio de 3 personas por ordenador. Las instalaciones estarán abiertas 24/7 y dispondrán de espacios diáfanos para los ordenadores, un auditorio para 150 personas con programación permanente, salas de descanso y de ocio, cafetería, una sala de e-Sports y salas de trabajo para reuniones.