

HACKER



Extranet
PAUL LARA
Twitter: @doc_paul

GAFa, monopolio y antiprivacidad

Nuevos monopolios están tomando tu vida y tu privacidad, y no sólo en tu país, sino en todo el mundo. Te hacen seguir tendencias y, más que ello, te conocen a la perfección y saben cómo mantenerte inerte, teniendo poca interacción real, aprendiendo sólo lo que te gusta y siguiendo sus intereses o estás fuera de línea. Con toda tu historia de vida que les entregan cada día, puedes perder esencia.

Imagina que **Larry Page** y **Sergey Brin** fundaron Google con la misión de organizar todo el conocimiento, guiados por el mexicano **Héctor García Molina**, director del Departamento de Ciencias de la Computación de la Universidad de Stanford, cuando crearon el motor de búsqueda líder en el mundo. Esto resultó demasiado estrecho. Ahora pretenden construir coches sin conductor, fabricar teléfonos y vencer a la muerte. Amazon, que una vez se llamó “la tienda de todo”, ahora produce programas de televisión, posee Whole Foods y controla la nube. El genio detrás de esta firma, **Jeff Bezos**, incluso posee el *Washington Post*.

Junto con Facebook, Microsoft y Apple, estas compañías están en una carrera para convertirse en nuestro “asistente personal”. Quieren despertarnos por la mañana, tener su software de inteligencia artificial para guiarnos a través del día y nunca dejarnos de lado. Aspiran a convertirse en el lente que filtra todo lo que leemos, ser nuestros calendarios y contactos, nuestras fotos y documentos. Pretenden que, sin pensar, les entreguemos nuestra información y tiempo de entretenimiento, mientras catalogan nuestras intenciones y aversiones.

Estas empresas implantan su inteligencia artificial en nuestros cuerpos. “Tal vez en el futuro podamos adjuntar una pequeña versión de Google que acabe de conectar a su cerebro”, explicó hace unos meses **Sergey Brin**.

Más que cualquier coalición anterior de corporaciones mundiales como Walmart o McDonalds, los monopolios tecnológicos aspiran a moldear a la humanidad a su imagen deseada. Piensan que tienen la oportunidad de completar la larga fusión entre el hombre y la máquina, para redirigir la trayectoria de la evolución humana. Es en esta parte donde sí concuerda con **Elon Musk**, fundador de Tesla y Space X, sobre los peligros de la inteligencia artificial y su no regulación, y no en creer que podría originar la destrucción de la humanidad, aunque sí la despersonalización humana.

Incluso reitero lo que muchas veces he dicho, ya somos cyborgs, aunque no tengamos al interior del cuerpo una máquina, pues ya la traemos siempre pegada a la mano o en la muñeca, de momento. Para que entiendan más respecto a por qué los monopolios ayudan a terminar con nuestra privacidad y a moldearnos a su visión, recordemos las palabras del líder de Facebook, **Mark Zuckerberg**, quien ha exclamado su deseo de liberar a la humanidad de la falsedad, para poner fin a la deshonestidad de los secretos. “Los días en que usted tiene una imagen diferente para sus amigos o compañeros de trabajo y para las otras personas que usted conoce, probablemente están llegando a su fin muy rápidamente. Tener dos identidades para uno mismo es un ejemplo de falta de integridad”. Por supuesto, eso es tanto una expresión de idealismo como una justificación elaborada para el modelo de negocio de la red social más usada en el mundo.

Retóricamente, las empresas tecnológicas hacen un gesto hacia la individualidad —a la potenciación del “usuario”—, pero su visión del mundo se despliega sobre ella. Incluso la invocación omnipresente de los usuarios es reveladora: una descripción pasiva y burocrática.

Las grandes empresas de tecnología (GAFa: Google, Apple, Facebook, Amazon) están destruyendo los principios que protegen la individualidad. Sus dispositivos y sitios han colapsado nuestra individualidad, aunque los apoyamos siempre, los adquirimos y son objeto de nuestro deseo.

En el campo de la economía, justifican el monopolio al sugerir que la competencia simplemente resuelve problemas importantes como el borrado de las barreras lingüísticas y la construcción de cerebros artificiales para hacer más fácil nuestra vida.

Cuando se trata del principio más central del individualismo —el libre albedrío—, las empresas de tecnología tienen una manera diferente de operar. Son sus algoritmos que sugieren las noticias que leemos, las mercancías que compramos, los destinos a los que viajamos, los amigos que invitamos a nuestros círculos. En el ámbito del conocimiento, el monopolio y el conformismo son los peligros a vencer.

paul.lara@gimm.com.mx



El libro de Lapetino podría estar disponible en español próximamente.

ENTREVISTA CON TIM LAPETINO

EL ARTE DE ATARI SIGUE VIGENTE

POR PAUL LARA
paul.lara@gimm.com.mx

Han pasado 45 años desde que Nolan Bushnell decidió que Atari sería una productora de videojuegos independiente para convertirse en una firma histórica de la industria de Estados Unidos, cuya consola 2600, la más conocida, llegó a los anaqueles el 11 de septiembre de 1977 en Sears y Macy's de San Francisco, de acuerdo con el libro *Atari Inc., Business is Fun*.

Pero la empresa también se convirtió en un referente en el arte gracias a las ilustraciones de decenas de portadas de videojuegos que han sido recopiladas en el libro *The Art of Atari*, en el que trabajó cuatro años Tim Lapetino.

Este diseñador gráfico y periodista, quien se considera un *gamer* clásico, amante de las consolas Atari, NES, Sega y Vectrex, ha entrevistado a diversos ilustradores seleccionados en las décadas de los 70 y 80 tan importantes como Cliff Spohn, Hiro Kimura, Steve Hendricks, Warren Chang, y otros, para mostrar que desde las cajas de los videojuegos, existe un trabajo arduo que cientos de expertos consideran obras de arte.

“Pasé cuatro años investigando y entrevistando a artistas y diseñadores gráficos para el libro. Me tomó tanto tiempo porque también estaba descubriendo y encontrando ilustraciones para usar en el libro, de museos, coleccionistas privados y artistas”, cuenta Lapetino en entrevista, quien adelanta que pronto podremos ver esta obra en español, aunque no tiene una fecha aún definida.

Para Lapetino, las ilustraciones de portadas como *Centipede*, *Missile Command* y *Asteroids*, entre cientos más, deben exponerse inclusive en museos.

“Definitivamente deben ser considerados arte. Claro, hay trabajos mejores que otros, pero todos tienen una alta calidad. Lo que muchos no entienden es que no porque sólo se hayan encargado con un propósito comercial, la venta de videojuegos, no lo hace menos importante o digno de recoger, investigar y preservar. Afortunadamente, ha pasado tiempo desde que el trabajo creado comercialmente fue descalificado para ser considerado arte real, y hoy es diferente”, destacó.

Hoy se cumplen 40 años de que la consola Atari 2600 fue lanzada al mercado

DE COLECCIÓN



Bocetos
Trazos del diseñador Fred Thompson de la primera versión de la VCS/2600, incluidos en el libro de Tim Lapetino.



Versiones
Arriba, un modelo de la 2600 con cartuchos pequeños y un set para guardarlos. Abajo, una versión con joysticks y un prototipo de cartucho que aparecen en el libro.



Imágenes: Tomadas del libro *Art of Atari*

NUEVA ERA DEL ARTE

Lapetino, quien es el director ejecutivo del Museo de Arte del Videojuego (MOVA, por sus siglas en inglés), afirma que hoy las ilustraciones de las cajas de los videojuegos han cambiado, al punto que se destaca más la marca.

“Las ilustraciones de los videojuegos han evolucionado a medida que los títulos han evolucionado, y las

“No soy un artista. No hay ‘arte’ en lo que yo hago. Soy un ilustrador”.

MARK ERICKSEN
AUTOR DEL CONCEPTO GRÁFICO DE LOS JUEGOS GALAGA Y POLE POSITION PARA LA ATARI 2600

BONUS GAME

Los juegos de la Atari 2600 fueron populares en México entre 1982 y 1984 gracias a que fueron adaptados para máquinas tragamonedas instaladas en papelerías y farmacias.

En la era anterior al Tratado de Libre Comercio, esta consola no se vendió legalmente en nuestro país, sino en los tianguis de fayuca. Fue después de 1985 cuando se empezaron a vender ediciones legales de la consola en supermercados, con cartuchos de los juegos clásicos.

La fiebre revive 40 años después: Atari anunció el lanzamiento de una nueva consola llamada AtariBox; ATGames sacará a la venta la consola Atari Flashback 8 Gold Activision edition, una versión miniatura con 130 juegos recargados, mientras que Hyperkin diseñó Retron 77, consola que podrá reproducir los viejos cartuchos de la 2600 en alta definición.

apuestas y las expectativas también han cambiado. Hoy se espera que el arte clave se parezca exactamente al arte en el juego, que se muestre en todos los puntos importantes la marca. Además, las ilustraciones juegan un papel diferente. En los 80, con Atari, las ilustraciones de la caja eran un punto importante de la conexión, cuando ibas a comprar un juego a menudo la primera impresión era el arte de la ilustración, te ayudaba en la decisión.

“Podemos decir que era la parte más grande del proceso de las ventas y de la comercialización, mientras que hoy ya existen las descargas digitales, el arte está en miniaturas en las pantallas de las tiendas electrónicas, y las características físicas son mucho menos importantes. Las cosas han cambiado porque todo el ecosistema de entrega ha cambiado”, explica Lapetino.

Respecto a los planes de Atari de lanzar una nueva consola de videojuegos afirmó que “espero que haya algunas oportunidades para nuevas ilustraciones para la consola”.

Lapetino acaba de terminar de trabajar con un equipo en un nuevo libro sobre el arte y la innovación de la franquicia *Street Fighter*; el libro se llama *Undisputed Street Fighter*.