

De FON a la revolución de la conciencia global (r074)

Fernando Luis Rolando Badell

Agradecimiento especial por el aporte desde Madrid:
Martín Varsavsky y Matías Bergmann

En el marco de las primeras Jornadas de Diseño Latinoamericano, organizadas en Buenos Aires por la Universidad de Palermo, dentro de las nuevas tendencias en el campo digital, creo imprescindible abrir una mirada introductoria hacia la revolución WiFi y sus posibilidades futuras a escala mundial.

A fines de la década del 60 y comenzados los años 70, mientras una parte de la humanidad se desangraba en revoluciones armadas, existían visionarios que bregaban por otra forma de revolución: La de la mente, buscando alcanzar nuevos estadios en el desarrollo de un estado de conciencia global compartiendo el aprendizaje y las experiencias.

Timothy Leary, profesor de Harvard, pensador polifacético, gurú de la contracultura de los años 60 y más tarde defensor de la realidad virtual y de los ciberpunks, pensaba a la Internet como una gigantesca red neuronal que reflejando la diversidad humana, podría expandirse a través de sus nodos de modo casi infinito.

Estas redes neuronales artificiales basarían su funcionamiento en las redes neuronales reales, formándose a partir de un conjunto de unidades de procesamiento conectadas entre sí, dando, por analogía con el cerebro humano, la denominación de "neurona" a cada una de estas unidades de procesamiento. Así, cada neurona recibiría muchas señales de entrada y enviaría una única señal de salida (como ocurre en las redes neuronas reales).

Esta línea de investigación, junto a otras que defienden la democratización en el uso de las tecnologías, como la de John Perry Barlow (fundador de la Electronic Frontier Foundation), quien propulsa a través de este organismo, la defensa de la libertad de información en la red, resumen un sistema de valores éticos que vinculan desde sus orígenes a los miembros de la cibercultura. El integrar la concepción orgánica de Leary, con el respeto a la libertad de información de Barlow, produciría que la Red Global de Información podría estar en poco tiempo, al alcance de todos, siendo inclusiva y democrática.

De este modo, a medida que el sistema se expande orgánicamente, genera espacios virtuales en donde todos tienen derecho a la libre expresión, permitiendo así, reflejar la diversidad de la mente humana y no una visión controlada y homogeneizada desde un punto. Estos planteos, que nacieron de la noción de comunidad y del idealismo de la cultura hippie en los 60, se transmitió a las generaciones posteriores: Los zippies y los techies, herederos de algún modo de aquella filosofía. Hoy tenemos liderazgos positivos en esta dirección de pensamiento comunitario en el campo digital, en donde se busca expandir los medios de interconexión e intercambio de ideas entre los seres humanos. Un excelente ejemplo de ello es el proyecto ideado por Martín Varsavsky, creador de FON, definido por el mismo, como

"la revolución WiFi", planteando que "su objetivo es crear una red WiFi (inalámbrica) universal y unificada que permita a los miembros de la comunidad compartir no sólo ancho de banda, sino también experiencias e ideales...". Es decir, más allá del avance tecnológico, el centro de esta revolución está dado por *la experiencia de compartir*.

En la Comunidad FON, se puede elegir el perfil de usuario que más nos interese. Los *Linus*, son aquellos usuarios que comparten su WiFi y a cambio obtienen acceso gratuito a la Comunidad FON en donde exista cobertura. En el futuro FON también estará disponible para los *Bills*, foneros que en lugar de tener roaming gratis prefieren quedarse con un porcentaje de los ingresos generados en su punto de acceso (Hot Spot) por los *Aliens*, los clientes de FON, quienes pagarán por conectarse.

La comunidad WiFi global surgió de una idea simple y universal: "Si compartes una parte de algo que te sobra recibirás el beneficio multiplicado por miles de personas que piensan igual que tú...", explica Varsavsky en su blog.

De este modo el ancho de banda remanente que poseemos en nuestras conexiones domiciliarias, puede ser utilizado por otros cibernautas, generando beneficios para todos y un modelo comunitario en expansión permanente.

Una de las cuestiones a vencer esta dada en que la tecnología WiFi funciona en la actualidad, en distancias que se miden en metros más que en kilómetros. Sin embargo, investigadores en distintas partes del mundo avanzan para superar esta limitación. Este año, en Venezuela, en un esfuerzo silencioso pero efectivo, Javier Triviño, Ermanno Pietrosevoli y Carlo Fonda han logrado establecer un enlace de 279 kilómetros utilizando tecnología WiFi sin amplificadores, en plena zona rural en las altas montañas venezolanas y haciendo uso de programas de fuente abierta. Estos pioneros, nos dan una demostración del verdadero potencial de las tecnologías inalámbricas para el desarrollo de toda la comunidad digital.

Según mi modo de ver, el gran aporte de la revolución FON, estará dado en los próximos tiempos (a medida que se expandan la cantidad de hot spots y se mejore el alcance de las conexiones), en facilitar el acceso a los medios digitales en forma masiva a nivel mundial. Esto permitirá el potenciamiento de la conciencia global (como lo vislumbro Leary), la democratización del acceso y del uso de la información y el respeto de las diversidades culturales, ampliando las modalidades en que los ciber Ciudadanos (*netizens*) se vincularan en la vida cotidiana, que cambiará para siempre.

De algún modo, como en los textos futuristas de escritores como William Gibson o Bruce Sterling, Martín Varsavsky está contribuyendo con FON a construir un nuevo paradigma de ciber-hombre, interconectado a la red a escala planetaria a través de medios inalámbricos. Esto delinearé además nuevas formas de comunidades virtuales, que interactuaran con las comunidades reales optimizando los tiempos y simplificando los procesos de la vida diaria.

Además en el campo empresarial, el apoyo económico dado a FON por Google, eBay y Skype, implica también

que los gigantes de Internet comprenden las enormes posibilidades de expansión de esta idea a escala global. Este es el solo el primer paso. Crear convergencias entre las distintas formas de comunicación a través de Internet, usando Videófonos y Televisión de Alta definición Interactiva implicará el desarrollo de nuevas modalidades para transmitir la educación de generación en generación y para optimizar el intercambio de ideas en el campo laboral, potenciando la capacidad inventiva del hombre.

En la historia del desarrollo humano la revolución más profunda es la revolución del pensamiento. Esto implica hacer foco en los aspectos esenciales de la comunicación como herramienta para la creación y la innovación permanente, reflexionando acerca de cómo vivimos hoy y hacia adonde queremos ir, trabajando en función prospectiva en el campo tecnológico.

Debemos avanzar en la “virtualización del conocimiento”, llegando con medios como FON a grupos hoy excluidos del sistema, actuando con sentido comunitario, por la propia necesidad del ser humano de ser solidario, independientemente de la visión del sistema político que represente a los ciudadanos en cada país.

Grandes diseñadores del siglo XIX (1875)

Los afichistas europeos.

Blanca Santos*

El talentoso dibujante y afichista francés Raymond Savignac merecedor, entre otros, del Premio “Gran Prix”, en 1955, al preguntársele ¿qué es un cartel? respondió: “Es uno de los más formidables medios de comunicación existente, puesto que involucra a la imagen, al saber, a la filosofía y, a veces a la poesía. El afiche apunta a establecer un diálogo humano y fraterno con el público”.¹ Y agregó: “El afiche de antaño no difiere mayormente del actual, salvo que refleja las nuevas tendencias modernas “made in U.S.A.” que se venden como novedad.” (...) “El cartel es indispensable ya que otorga color y movimiento al entorno urbano. Es un himno a la actividad humana. Con Leonetto Cappiello el cartel adquirirá acentos de ópera, en otros casos procede como una canción, en otros se asemeja a una copla. Cada uno de ellos deja oír una melodía, si bien no suena igual en todos los casos.”²

Un afiche nos puede maravillar con sus colores y su diseño. Un afiche nos puede sorprender e intrigar...

La aparición del cartel en la forma que conocemos en la actualidad se remonta a 1869, entonces el perfeccionamiento de la técnica litográfica posibilitó su producción en colores, en serie, a un costo relativamente bajo.

Al decir de Marshall McLuhan: “La técnica de la invención fue el descubrimiento del siglo XIX”.³ Con la realización de la primera “Gran Exposición Universal” en Londres, en 1851, se despertó la necesidad publicitaria de la industria. Hasta el fin del siglo XIX, Londres disputará con París la hegemonía en este ámbito, alternando una y otra capital las sucesivas exposiciones de

los años 1851, 1862, 1871, 1874 (Londres) y 1855, 1867, 1878, 1889 y 1900 (París).

A partir de 1880, en París, Montmartre se convierte en el gran refugio de un sin número de pintores, artistas y poetas. Empieza a poblarse de cabarets, clubes, music-halls y lugares con espectáculos circenses.

“En el Salón del “Moulin Rouge” alumbrado con lámparas amarillas bailan la Goulue y Valentín -le- Desossé rodeado por las negras siluetas de los espectadores; los dos son la atracción de este cabaret, los dos están en el punto máximo de su carrera”.⁴

Los dos han quedado inmortalizados en el afiche “Moulin Rouge: La Goulue” de Toulouse Lautrec. Este cartel de gran formato, 191 por 117 centímetros, fijado en las paredes y columnas de espectáculos de París, en octubre de 1891, hizo famoso a su creador. A este siguieron unos treinta afiches más que hicieron famosa la vida nocturna de París. En la mañana del Año Nuevo de 1895, mucha gente se agrupaba en las calles de París para contemplar y comentar un cartel que anunciaba la representación de “Gismonda”, obra teatral de Victorien Sardou con la actuación de Sarah Bernhardt. Amarillo, dos tonos de azul, rojo y oro fueron los colores que junto con reminiscencias bizantinas y un delicado diseño gráfico utilizó Alfons María Mucha para éste, su primer cartel fijado en los muros parisinos. Fue tal el éxito de esa temporada teatral que la actriz le ofreció a Mucha un contrato de exclusividad por 6 años. Los años que van de 1895 a 1898, en París, son los años del apogeo de la obra de Mucha, nacido en Moravia en 1860. En 1900, “Art Nouveau” y Estilo Mucha” se habían convertido en sinónimos. Mucha fue el diseñador predilecto del París elegante y el maestro por excelencia del cartel modernista. Su fama se extendió por el mundo entero. Entre 1880 y 1910, Gran Bretaña y fundamentalmente Londres contaba con un número considerable de diseñadores talentosos y arquitectos que empezaban a diseñar viviendas y objetos de formas depuradas. En las artes gráficas triunfaban William Morris y Vincent Aubrey Beardsley con sus personalísimos diseños. Creadores como Jules Chéret, Henri de Toulouse-Lautrec, Pierre Bonnard, Alfons María Mucha, Vincent Aubrey Beardsley, Leonetto Cappiello, Arpad Bash, Henri Van de Velde, Ramón Casas, Eugène Grasset y otros muchos afichistas europeos del siglo XIX han hecho un aporte invaluable al diseño gráfico, al arte y a la cultura de entonces y de los siglos XX y XXI.

Notas

1. Savignac, Raymond. En “La Supervivencia del Cartel”. Nota de Beltrán, Félix. Revista “Tipográfica”. Año VII. Número 21. Buenos Aires. 1993. Páginas 30 y 31.
2. Idem anterior.
3. McLuhan, Marshall; Quntin, Fiore. “El Medio es el Masaje”. Ediciones Paidós Ibérica S.A. Barcelona. Editorial Paidós S.A. Buenos Aires. Primera Reimpresión en España. 1987. Libro sin paginar.
4. Arnold, Matthias. “Henri De Toulouse-Lautrec. (1864 - 1901) El Teatro de la Vida.” Benedikt Taschen Verlag G m b H y Co. Colonia 1990. Página 29.

* Publicitaria.