

# ACCIONES QUE NO DEPENDEN DEL GOBIERNO

JULIO  
HUBARD



Tres cosas que pueden desarrollarse en semanas, sin gobiernos:

1. Chino, coreano, japonés. Con la India nos entendemos en inglés. Becas, intercambios. Ya se hablará del Transístmico, el desarrollo portuario y naviero mexicanos; de los barcos maquila –sin impuestos– y de los puentes entre Oriente y Occidente: partes europeas que se van armando en todo el trayecto de agua y tierra, y se venden terminadas en China, Corea, Japón y viceversa: cosas orientales para Europa. En fin: eso es el *hardware*, pero falta el *software*: la incorporación cultural de las lenguas de origen y destino. Niños mexicanos que aprendan esas lenguas, que tengan sostén y beca para toda su escolaridad, hasta donde quieran llegar. Y reciprocidad para quienes vengan como intercambio. El único compromiso que

se requiere con el Estado: que garantice el acceso a sus instituciones educativas y que haga deducible toda la inversión en este proyecto.

2. Grandes realizadores. Tanto en televisión como en internet. Un buen desarrollo, de treinta segundos, para cosas muy específicas de cultura compartida (el TLCAN ya apuesta por valores democráticos y ciudadanos). Mostrar la verdad y la conveniencia recíproca de mantener economías abiertas y participativas. Se puede hacer con una enorme cantidad de productos y procesos; venderlos envueltos en inteligencia, talento y complicidad: desde orates como Chomsky y Michael Moore hasta Meryl Streep, Schwarzenegger, Louis C. K., John Oliver, Bill Maher. Que dirijan Oliver Stone, G. Iñárritu, Tarantino –qué sé yo–. Guionistas gringos enojados con Trump abundan. De hecho, empresarios de allá querrían participar. Y que no se meta el gobierno.

3. *Big data*, *psychometrics* y *ad-analytics* llevaron a Trump a la presidencia. Cambridge Analytica no es la única empresa, pero en eso pienso: promoción de datos que hagan entender el valor del TLCAN y de la internacionalización de los comercios y mercados. Ellos usan miedos, aspiraciones, apegos... toda esa zarandaja que llaman OCEAN (“Big Five personality traits” en Wikipedia) para enfocar la publicidad. Ha muerto la publicidad *blanket*, que es igual para todos, y queda inaugurado el mundo del *ad-analytics*, en el que cada quien recibe anuncios personalizados. De ninguna manera incurrir en mentiras o provocaciones. *Show, don't tell*. En tiempos de los hechos alternativos y la posverdad no tiene sentido llamarlos a la verdad: *they are not accountable*.

Y tres preguntas: ¿Por qué no iniciar la reconversión energética de la vivienda? Celdas solares y pilas Tesla (o lo que equivalga). Ahorro anual en las casas más pobres: cuatro mil pesos. Y si es necesario secuestrar a Elon Musk, ni modo. Segunda: ¿Un Silicon Valley alternativo? ¡Baja California! Tercera: ¿Por qué no tomar en serio el universo abierto por Bitcoin y Blockchain? –

**JULIO HUBARD** (Ciudad de México, 1962) es poeta y ensayista. *Hacéldama* (Conaculta, 2009) es su libro más reciente.

27

LETRAS LIBRES  
MARZO 2017

ESCUCHA  
NUESTROS  
PODCASTS

EN

