



El comentario de **Juan Velarde**



ISTOCK

## El mensaje económico concreto de los nietos

Con motivo del aniversario de las revueltas, basadas en gran parte en el mundo universitario juvenil iniciado en París y con una notable influencia en el mundo universitario español, se ha producido algo así como una reactivación del examen de los lemas, de los sucesos, de aquellos momentos. Era, además, una etapa de evidente expansión de la economía, y concretamente en la española, con una fuerza notable. En esos acontecimientos del 68, lo que se pedía era un cambio no solo sociopolítico, sino, concretamente, económico. El PIB por habitante de España, en pesetas 1958, había pasado de 21.624,3 en 1958 a 35.417,6 en 1968. Eso probaba que en 1958 los dirigentes de la economía en Francia o en España habían acertado, y eso repercutía en las capacidades de gasto que pasaban a tener sus nietos, que decidían, en número creciente, estudiar en la Universidad. Este fenómeno de fuerte desarrollo, y el impacto en los jóvenes, había sido previsto por Keynes en su ensayo famoso *La economía política de nuestros nietos*, uno de cuyos preámbulos fue una conferencia con este mismo título, pronunciada en Madrid en 1930.

El mensaje de Keynes señalaba, en el fondo, que asentados en la opulencia heredada, en los nietos se observaría una pérdida de valores esenciales para la convivencia básica exigida por la civilización occidental. Ortega contemporáneo, indicó que todo esto incluía un componente típico de toda revolución de masas: el que discrepa es el que se equivoca. En 1968 eso es lo que pasan a proclamar rotundamente los alzados en la Sorbona o en nuestra madrileña Ciudad Universitaria. En este libro tenemos multitud de lemas



### Les slogans de 68

Jean Philippe Legois  
First Editions, París, 2018, 160 págs.

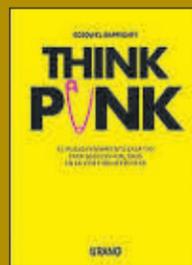
coleccionados, alzados en esa conmoción, y que lo ratifican.

Uno de ellos es del capitalismo si se quiere, con ciertas intervenciones del mercado. Los planteamientos derivados fundamentalmente de Marx, que en aquellos momentos tenían el modelo de Mao en China como más destacado, pasó a ser algo habría que decir, casi sagrado. He aquí un lema *Dejemos el miedo a lo rojo para los toros*, y a renglón seguido exigen una ejecución inmediata de planteamientos revolucionarios. En la Sorbona se alzó este mensaje: "Quienes hablan de revolución, de luchas de clases, sin referirse a la realidad inmediata de cada día, hablan con un buen desayuno en la mesa". El radicalismo, la acción direc-

ta e inmediata, es algo deseado. He aquí un lema sobre cómo debe comportarse un comunista: "Por tener el apoyo del pueblo, ¡votad cocktail Molotov!". Y en las Sciences Po, tan imitadas en España, se aprobó que "el deber de todo revolucionario es hacer la revolución". Era un centro donde estaba alzado el grito de "¡Prohibido prohibir!". Y otros lemas, en Sciences Po muy difundidos era yo como vicedecano, decano, entonces, en funciones de la Facultad de Ciencias Políticas y Economía. Recuerdo el entusiasmo que allí reinaba respecto a estos dos: "La acción permite superar las divisiones y encontrar soluciones. La acción está en la calle", y también "Pensar conjuntamente, ¡No! Empujar conjuntamente ¡Sí!". Y este alzamiento debe ser total. También en Sciences Po, un manifiesto sostenía: "El Poder tenía las universidades. Los estudiantes las han tomado. El Poder tenía las fábricas. Los trabajadores las han tomado. El Poder tenía el control de radio y televisión. Los periodistas lo han tomado. El Poder tiene el poder. ¡Tomadlo!"

Y en el mundo universitario alzado se decía: "Los exámenes me aburren. Los exámenes me dan miedo, pero quiero examinarme, pero quiero tener un puesto como dirigente en la sociedad capitalista. Luego quiero estar oprimido para poder, a mi vez, oprimir a los trabajadores".

Y a mi juicio la ruptura absoluta con la sociedad que los había albergado y dado riqueza, estaba en este lema de Nanterre: "¡No trabajéis jamás!". Algún día se estudiará por los sociólogos lo sucedido definitivamente a estos miembros del 68. De ahí el interés que tiene esta obra, por el repertorio bibliográfico que lo cierra.



### Think punk

Ezequiel Barricart  
Ediciones Urano  
155 Páginas  
15 €

## Un método rupturista e inspirador

Ezequiel Barricart, reconocido experto en marca personal y comunicación, recoge en esta obra un nuevo pensamiento creativo que parte del caos para reinventar la vida y la empresa desde la autenticidad, la emoción y una fe extraordinaria en el presente. Así, con un estilo atrevido y provocador, el autor brinda secretos e inspiración para llevar a la práctica las ideas, los proyectos y los desafíos desde esta metodología.



### El patrón bitcoin

Saifedean Ammous  
Deusto Editorial  
375 Páginas  
19,95 €

## De las piedras al 'bitcoin', una opción posible

Hoy, todo lo relacionado con el mundo financiero se percibe con cierto recelo y, en este caldo de cultivo, han nacido las criptomonedas. Ammous, con afán pedagógico, plasma la historia del dinero y el por qué el futuro pertenece al bitcoin, entre otras criptomonedas. En este sentido, explica como frente al intervencionismo, el *bitcoin*, gracias a la tecnología *blockchain*, ofrece un servicio de pago que planta cara al monopolio monetario de los bancos centrales.



### Digital Vortex

Varios autores  
Lid Editorial  
295 Páginas  
19,90 €

## Sin excepciones: adaptarse... o morir

Cuando la digitalización irrumpió en los negocios, hubo empresas disruptivas, en su día *startups*, que supieron transformarse así en una amenaza para las más tradicionales. En este libro, a través de recomendaciones de miles de ejecutivos provenientes tanto de empresas líderes del mercado como de *startups*, los lectores podrán aprender a desarrollar con agilidad un modelo de negocio digital y competitivo con el entorno.



### Diplomacia en la empresa

Eduardo Jara Roncati  
Pirámide Editorial  
424 Páginas  
19,90 €

## Una fuente de impulso por y para todos

La diplomacia existe mucho antes que los Estados, aunque éstos se hayan apropiado de su control y servido de sus beneficios. Roncati aclara los muchos usos que podría tener este organismo para servir, más allá de la política, a las organizaciones y a las personas. Así, proporciona técnicas diplomáticas que las empresas pueden utilizar para agregar valor a sus negociaciones del mundo global de hoy.