



06-Feb-2014

ESPACIO: 20 cm2

PORCENTAJE: 2%

PERIODICIDAD: Diario

Jaime Cuenca

Filósofo. D.Nuevo Ensayo, el proyecto organizado por el Cendeac y la Asociación de Estudiantes de Filosofía, celebra su sexta edición con motivo del libro *Peter Pan disecado. Mutaciones políticas de la edad*, del ensayista Jaime Cuenca (Bilbao, 1983).

«Hoy en día interesa que seamos perpetuos adolescentes»

ANTONIO HIDALGO/MIGUEL SEGUNDO

■ Acompañado por Carolina McLoni (Universidad Europea de Madrid) y Antonio Campillo (Universidad de Murcia), Jaime Cuenca reflexionará hoy en la Universidad de Murcia sobre una sociedad que nos ha impuesto la juventud como única forma de alcanzar el éxito.

■ **¿Por qué le interesó escribir sobre el carácter político de la edad?**

■ Todo empezó en un viaje en autobús. Me pusieron la última versión cinematográfica del relato de *Peter Pan*, la dirigida por P.J. Hogan en 2003. En esta versión Jason Isaacs, que entonces tenía 40 años, hacía del capitán Garfio. Se trata del Garfio más joven y, sin embargo, muere rodeado de una horda de niños que le grita que está «viejo, solo y acabado». Aquella imagen de los niños empujando a la muerte a un falso anciano me impactó. Pensé que la edad era algo mucho más complicado de lo que solemos creer.

■ **Utiliza la figura literaria de Peter Pan, el eterno adolescente, para describir nuestra sociedad actual.**

■ Hoy en día interesa que seamos perpetuos adolescentes, siempre dispuestos a vivir emociones intensas y a transformarnos por completo a nosotros mismos, porque eso nos convierte en consumidores perfectos. El ideal que se nos marca es el de Peter Pan, pero es un ideal irrealizable.

■ **Si la adolescencia es la edad que ejerce de punta de lanza del capitalismo actual, ¿en qué lugar quedan la niñez y la vejez?**

■ Ambas están en franco retroceso. La edad se ha convertido hoy en algo interior, subjetivo: una cuestión de actitud. Por supuesto, cada cual tiene los años que tiene. Pero eso no es lo que importa. Lo importante es la actitud que se nos reclama, que es, durante toda la vida, la del adolescente. Un síntoma: vestimos con camiseta y pantalones vaqueros desde la cuna hasta la tumba.

■ **¿Qué figuras públicas cree que encarnan mejor esa juventud ideal? ¿Siguen siendo los viejos mitos, como James Dean o Marilyn Monroe, o hay nuevos iconos?**

■ Hay iconos nuevos, desde luego. Si algo produce nuestra sociedad de consumo es precisamente eso. Yo



Jaime Cuenca, autor de *Peter Pan disecado*.

D. NUEVO ENSAYO

JAIME CUENCA

► **Lugar:** Hemiciclo de Letras de la UML. Campus de la Merced, Murcia.
 ► **Fecha y hora:** Hoy, 17.15 horas.
 ► **Entrada libre.** Se retransmitirá en directo por <http://tv.um.es>

citaría a Miley Cyrus, que está empuñada en demostrarlo amplio que puede ser el espectro de la adolescencia contemporánea.

■ **Aunque es un tema complejo, nos gustaría que explicase brevemente en qué consiste lo que usted denomina 'régimen seductivo' del capitalismo contemporáneo.**

■ Ser joven hoy ya no es cuestión de años, como decía, sino de actitud. Pues bien, la actitud que exige de nosotros el capitalismo en su fase actual es que nos seduzcamos los unos a los otros. Y, por supuesto, que lo hagamos sirviéndonos de todos los bienes de consumo que nos facilita el mercado. Este imperativo de la seducción sustenta los mecanismos de poder económico del régimen en que vivimos.

■ **Cada sociedad construye sus ideas respectivas de normalidad y anormalidad. 'Anormales' fueron, en otras épocas, las figuras de lo monstruoso, los incorregibles o los onanistas. Dentro del capitalismo seductivo, ¿quiénes serían esos 'anormales'?**

■ Quiénes fracasan en su deber de seducir. Aquellos que no se exhiben satisfactoriamente, bien porque no dominan la sintaxis de los signos del consumo o bien porque no tienen acceso a ella. En realidad, to-

dos somos consumidores fallidos en un sentido u otro, así que la normalidad no existe. Y para ello hemos desarrollado nuestros propios autos de fe contemporáneos en la forma de los programas televisivos de 'cambio radical'. Su objetivo es transformar de modo milagroso a un consumidor fallido en alguien 'normal', ajustado al ideal de juventud. Es una forma secular de salvación personal que tiene la función de una advertencia pública. Todos somos, en el fondo, 'anormales'. Estamos avisados.

■ **En su ensayo *Peter Pan disecado* existe un análisis crítico, y muy severo, de las redes sociales virtuales como plataforma de exhibición.**

■ Han intensificado la exhibición hasta cotas inéditas, haciéndola masiva, omnipresente e inmediata, y esto nos condena a la falsedad de tener que estar vendiéndonos continuamente. A la luz del ideal de juventud, nuestro cuerpo es imperfecto; nuestro móvil, viejo, y nuestras vidas, poco interesantes. Las redes sociales no son más que un medio para fingir que ese desfase no existe.

■ **Hablamos de la necesidad de la adolescencia y del mostrarse joven, pero actualmente se habla también de la juventud como 'juventud sin futuro'.**

■ La adolescencia nunca tiene futuro, sólo la intensidad del presente. Por eso los grandes héroes que mueren por amor o por la patria son adolescentes. Por otra parte, sin pensar en el futuro no se abre opción alguna de cambio, y está claro que eso interesa a bastante gente.