

# Editorial

## El mito del *Titanic*, o la desmesura.



Prof. Dr. Alfredo E. Buzzi

Editor Responsable

El 15 de abril de este año se cumplieron ciento tres años del hundimiento del *Titanic* en su viaje inaugural, donde murieron 1517 personas. A pesar de que no fue la peor de todas las catástrofes con embarcaciones ocurridas en los últimos 100 años, ninguna fascina tanto como ésta. Fue el naufragio de la historia. El que todavía conmueve, emociona, inquieta, apasiona, y lastima. El que nadie olvida. Es un naufragio que permanece en el inconsciente colectivo. Nuestra imaginación de ciertos sucesos se ve influenciada por el modo en que han sido narrados, sea en la literatura o en el cine, y la tragedia del *Titanic* no es la excepción. Gracias a innumerables películas, libros, fotos y exposiciones, cuando alguien menciona al barco uno recurre inevitablemente a imágenes grabadas en la mente. Algunas son correctas. Otras, que forman parte de la leyenda, fueron tomadas por verdaderas a causa de repetir las en las últimas décadas.

La primera película sobre el *Titanic* se estrenó tan solo 29 días después del hundimiento, cuando algunos de los heridos todavía se estaban recuperando en los hospitales de Nueva York. Este cortometraje mudo de 10 minutos se llamaba "*Rescatada del Titanic*". Fue dirigido por el francés Étienne Arnaud, y protagonizada por la actriz norteamericana Dorothy Gibson, quien -es el detalle fetiche- había realmente viajado

en el barco y sobrevivido al naufragio. No queda ninguna copia de esta película (las últimas desaparecieron en un incendio).

La película de James Cameron de 1997 fue uno de los éxitos más taquilleros de la historia, y la imagen que tenemos del hundimiento se ve configurada por la película. Hoy resulta casi imposible liberar al *Titanic* de la imagen de Kate Winslet y Leonardo Di Caprio haciendo "avioncito" en la proa hacia el último anochecer que verían muchos de los que estaban en el barco "inhundible". Aunque ese romance (prohibido e imposible) no fuera real, le dio al naufragio una dimensión humana que aún hoy nos acerca a esa tragedia.

El *Titanic* es un tótem de la cultura popular, un suceso que se convirtió en literatura, en un relato inagotable, y que se cuenta como leyenda. El nombre de este barco tiene un gran atributo: la evocación. Pero ¿de dónde viene la pasión por el *Titanic*? ¿Por qué interesa tanto su historia? ¿Qué es lo que evoca?

Jack Lule, profesor de comunicación en Pennsylvania, describió en su libro "*Daily News, Eternal Stories*" (Guilford Press, New York, 2001) que la prensa diaria enfatiza aquellas noticias que encajan en mitos arquetípicos o "historias eternas", aunque tengan escasa trascendencia práctica.

Según Lule, los medios de comunicación no viven del “negocio de la información”, sino del “negocio de las historias” (*story business*). Abona a esta teoría el hecho de que apenas se difundió en el mes de enero pasado la noticia del accidente del crucero *Costa Concordia* frente a la costa de Italia, comenzaron a escucharse comparaciones con el *Titanic*.

Cada cultura ha compartido historias que ayudan a definir sus valores. Lule sugiere que en la sociedad moderna las noticias son una forma de narración que sustituye a los mitos de épocas anteriores. Este autor identifica siete grandes mitos utilizados por los periodistas y medios para presentar noticias cotidianas: 1. *La Víctima Inocente*, cuyos planes, vida o carrera quedan destruidos por circunstancias ajenas; 2. *El Chivo Expiatorio*, que ha pagado las culpas de la gran mayoría, librando a estos de represalias, quintaesencia de la culpabilidad; 3. *El Héroe*, habitualmente proveniente de un hogar humilde, que se enfrenta a grandes peligros o enemigos poderosos y retorna victorioso tras haberlos superado; 4. *La Buena Madre*, que protege, conforta y cuida desinteresadamente de los otros; 5. *El Bobo o Pillo*, cuya falta de buen juicio acarrea grandes daños tanto para sí como para los demás; 6. *El Otro Mundo*, cuyos habitantes siguen costumbres muy diferentes; y 7. *El Diluvio*, la calamidad o catástrofe natural que destruye al grupo social, con frecuencia como castigo por desviarse de la buena senda.

Claramente podemos identificar cada uno de estos mitos en personajes y situaciones dentro de la tragedia del *Titanic*, pero quisiera detenerme particularmente en el último de ellos: la calamidad o catástrofe natural que destruye al grupo social como castigo por desviarse de la buena senda.

Porque el *Titanic* se ha convertido en una de las metáforas más utilizadas para explicar sucesos contemporáneos en los que coexisten el riesgo y la necesidad. Es la imagen usada para expresar el inminente hundimiento (el fin) de algo.

El *Titanic* es el símbolo de aquellos sucesos humanos que están gobernados por la *hybris*, implacablemente castigada por los dioses. Tal vez la mejor definición moderna de la *hybris* sea la desmesura, el exagerado orgullo o confianza en uno mismo que a menudo resulta en un merecido castigo.

Para los griegos antiguos, el hombre que comete *hybris* es culpable de querer más que la parte que le fue asignada en la división del destino. Así, la desmesura designa el hecho de desear más que la justa medida que el destino nos asigna. El castigo a la *hybris* es la *némesis*, esto es el castigo de los dioses que tiene como efecto volver a colocar al individuo dentro de los límites que nunca debió haber cruzado.

El significado originario de *hybris* puede hallarse inmerso en el dominio jurídico, es decir, en el ámbito de la justicia humana. En este contexto, se trataba del agravio cometido por un hombre contra otro dentro de la comunidad. Según Aristóteles, este delito consistía en la afrenta de quienes cometen daño con la intención de sobresalir entre los demás, causando vergüenza o sencillamente deshonra a alguien. Esta falta debía ser reparada recurriendo a la *diké*, que administraban quienes dirimían en las contiendas entre humanos, es decir, los jueces y los soberanos los *aristoi*. Tenemos pues aquí un primer tipo de *hybris*, expresión de la injusticia en el ámbito existencial de la sociabilidad humana.

Existe una variante de esta *hybris*,

también en la esfera social, que tenía su origen en *koros*, la hartura, y sólo era propia de aquellos soberanos y poderosos que, no sabiendo conformarse con lo que poseían, no sabiendo refrenar sus ansias de abarcarlo todo, terminaban cayendo en la tentación del abuso de poder, en pretensiones injustas e impropias de un espíritu equilibrado. Los *aristoi* se convertían así en *kakistoi* a causa de su *hybris*. Este desenfreno, hijo de la hartura, provocaba la ira de los dioses y atraía la desgracia sobre los ciudadanos, sus tierras y sus mujeres en forma de inundaciones, epidemias, malas cosechas o esterilidad.

De esos dos tipos de *hybris* la segunda entronca de lleno con otro ámbito de lo humano: el de la religiosidad. De manera análoga a cómo los soberanos juzgaban a sus súbditos en el caso de que infringieran las leyes humanas, también en este ámbito existía un soberano que juzgaba a quienes incurrían en *hybris* contra los dioses: la propia divinidad. De este modo, los dioses enviaban desgracias que asolaban a los pueblos cuyos soberanos habían sido injustos. Esta *hybris* es expresión de la impiedad religiosa de quienes no se conforman con pensar humanamente y pretenden ser como dioses. Se cierra así un curioso círculo entre *hybris* y castigo: la *hybris* de los simples ciudadanos debe ser castigada por los soberanos y la *hybris* de éstos por la justicia divina. Pero en este último caso, el castigo que exige la *diké* recaerá en especial sobre los ciudadanos.

Hay un tercer ámbito, al margen de la religión y de la sociedad, en el que aparece también la *hybris*. En el *Fedro*, Platón afirma que existe un tipo de deseo que «atolondrada y desordenadamente nos tira hacia el placer, y llega a predominar en

nosotros», y añade que a este impulso se le ha dado el nombre de *hybris*. En las *Leyes*, vuelve a nombrar la *hybris* al explicar que los espartanos han desterrado de su país aquello que hace insensatos a los hombres: “no se ven ni banquetes ni cuantas otras cosas acompañan a éstos excitando a más no poder todos los deleites, que embriagándonos por el placer nos hacen perder el sentido” para acabar calificando con este apelativo al “deseo de engendrar descendientes”, cuando se convierte en una necesidad y apetito que abrasa y enloquece por completo a los hombres. Siguiendo a Platón, se podría afirmar que dicha *hybris* es un modo de actuar que está precedido por una ofuscación del pensamiento, que excita y embriaga los sentidos, y cuyo deseo de engendrar puede llevar a la locura. Por consiguiente, si quitamos del hombre el pensamiento y embriagamos sus sentidos, dejándole sólo el deseo de engendrar, no nos queda más que un animal excitado por uno de sus instintos. Esta es una nueva *hybris* como expresión del desenfreno en el ámbito de la animalidad humana. Se trata de un ámbito existencial en el que no tienen cabida la trascendencia, los poderes que rigen el universo, el destino o todo aquello que pueda relacionarse con la divinidad y las creencias humanas. En él, el hombre no es más que un organismo que busca el placer, un ser que trata de satisfacer la pasión momentánea mediante el goce inmediato.

La *hybris* alude entonces, por un lado, al hecho de que la naturaleza del hombre se define por sus límites, y por otro, a que en el origen de esa naturaleza reside el inalienable impulso de transgredirlos. A partir de ese doble impulso limitador y transgresor se perfilaría una tendencia presente en todos y cada uno de los ámbitos de la experiencia humana.

El filósofo francés Paul Virilio suele teorizar que cada nueva invención del hombre conlleva implícita su propio accidente, tal vez como una manera de recordarle su imperfección, un intento (casi siempre inútil) de moderar la soberbia humana: la *hybris*. El *Titanic* fue la primera llamada de advertencia del siglo XX. La tecnología había estado entregando una serie de milagros durante casi dos décadas (el automóvil, la grabación de sonido, la comunicación radiofónica, el avión, el cine). Todo estaba estallando con nuevas posibilidades. Todo iba a ser grande y maravilloso en la interminable espiral ascendente del progreso. Y entonces... 1500 personas murieron en el que había sido publicitado como el mejor, el más lujoso, y el más seguro barco jamás construido. Se trataba del primer transatlántico de siete cubiertas con gimnasio, pista de squash, piscina, baños turcos eléctricos, dos peluquerías, cuarto oscuro de revelado para los amantes de la fotografía, perreras (sólo para perros de primera clase) y cuatro ascensores. Su salón principal, el de las películas, era estilo Luis XV y lo presidía la célebre escalera de roble pulido que culminaba con la estatua de un ángel portador de una lámpara, al lado de la cual Leo Di Caprio besa la mano de su amada. Como techo del salón había una cúpula de vidrio por la que entraba luz natural. Y además de todo esto, era insumergible.

La lista de pasajeros del *Titanic* era muy variada: personas de distintas clases sociales con distintas actividades (profesionales, pintores, escritores, modistas, actores, artesanos, operarios, etc.). Por esto el barco es visto como un microcosmos de la sociedad europea y estadounidense de esa época. Tenía el mejor elenco para este tipo de tragedia.

El accidente del crucero *Costa Concordia* en enero pasado disparó automáticamente la comparación con el *Titanic*. ¿Por qué? Porque también hubo desmesura. Otra vez la *hybris*. Y acá es más evidente la presencia del tercer tipo de *hybris*: la búsqueda del placer "que se convierte en una necesidad y apetito que abrasa y enloquece por completo a los hombres". ¿Recuerdan al capitán en su camarote con su joven amante mientras se hundía el barco?

El iceberg forma parte de la metáfora de cómo hasta el que se cree más poderoso puede ser vencido, en el momento menos pensado, por algo irrelevante y relativamente fácil de evitar, pero difícil de ver y de cuantificar si no se está atento (la mayor parte del iceberg está bajo las aguas, y por lo tanto, es invisible). Resulta particularmente revelador que los prismáticos necesarios para divisar a la distancia los icebergs (muy comunes en esa época del año en el Atlántico norte) fueron olvidados en Southampton. Cualquier psicoanalista se haría una panzada con este olvido. De las distintas causas posibles del hundimiento ésta demuestra la banalidad de lo catastrófico: efectivamente, los prismáticos habían quedado en el puerto de donde partió el *Titanic*. Si hubieran estado a bordo, el iceberg hubiera podido visualizarse no con sólo 37 segundos de anticipación, sino con el minuto y medio que tal vez hubiera permitido eludirlo.

Esta metáfora del iceberg puede ser aplicada a cualquier aspecto de la vida. Ejemplifica la inconsciencia del que se maneja irresponsablemente en la superficie de la vida mientras bajo sus pies comienza a entrar el agua.

También vale mencionar otra causa más trascendente del hundimiento: las

dos negativas que Joseph Bruce Ismay, el representante de la empresa *White Star Line* (propietaria del barco), dio a los pedidos del capitán Edward John Smith, que quería bajar la velocidad ante el riesgo de navegar en un mar plagado de icebergs. Ismay quería batir el récord de velocidad, pero la *hybris* tuvo su castigo: el transatlántico, considerado "insubmersible", tardó menos de tres horas en hundirse con representantes de toda la sociedad a bordo.

El negocio con reliquias del *Titanic* está en auge. Regularmente se obtienen precios récord por un pedazo auténtico de historia del transatlántico. Incluso en Nueva York, el centésimo aniversario del hundimiento se conmemoró mediante... una subasta.

Otra cuestión que llama la atención es que se ha desarrollado un turismo algo morboso. En abril pasado, coincidiendo con la fecha del hundimiento, varios cruceros partieron de Europa y Norteamérica para llegar al punto mismo del desastre en el momento mismo del aniversario centenario. Además, hay compañías que organizan viajes para visitar los restos del *Titanic* en el fondo del Atlántico. ¿Qué buscaron esos turistas de la catástrofe? Puede que algunos hayan ido a experimentar el alivio de no haberse hundido, como el que experimentan los vivos en un cementerio. Puede que otros hayan querido observar de cerca una tragedia del pasado. Puede que otros hayan querido desafiar al destino, a las bajísimas pero existentes posibilidades de que se repita. Sin embargo, es probable que haya habido un interés más profundo de esa gente por el *Titanic* que no viene de una búsqueda en el pasado, sino de un presagio del futuro. El sociólogo francés Edgar Morin se refiere a esta época como la época *Titanic*, a la que le falta una brújula ética. Es una época que navega a toda velocidad renunciando a la reflexión sobre

su propio destino, dirigiéndose hacia un tótem mientras baila en la cubierta.

El periodista Mariano Donadio escribió una nota en la edición del diario *La Nación* del día 6 de mayo de 2012, comentando la curiosa construcción en China de una réplica del *Titanic*, el *Titanic II*, que estará listo en 2016, "con el mismo lujo que el original pero con tecnología del siglo XXI", según expresó el líder del proyecto. Como si la actualización tecnológica fuera garantía de protección frente a su hundimiento. No fue una falla tecnológica lo que hundió al *Titanic* hace 100 años. Fue la *hybris*. Y Donadio lo tiene bien claro: cuando se refiere a Clive Palmer, el líder del proyecto, dice que "es australiano y millonario, dos cualidades que inspiran a la desmesura." Cuidado.

En el hundimiento del *Titanic* se condensa toda la condición humana, con sus miserias y sus generosidades. Nuestro amigo Luis Alposta, en su blog "*Mosaicos Porteños*", asegura que el agua, como elemento primordial en la vida del hombre, proporciona numerosas expresiones a la fraseología popular, y alude a las expresiones "tan claro como el agua", "quedarse en aguas de borrajas", "ahogarse en un vaso de agua", "llevar uno agua para su molino", "sacar agua de las piedras", "hacerse a uno agua la boca", "estar con el agua al cuello", y "nadar entre dos aguas". Ninguna de ellas necesita mayor explicación. La última frase es la disparadora: "hacer agua". Es la amenaza de irse a pique. Es cuando algo se pincha, cuando una cosa o un asunto comienza a complicarse, a ir mal. Es lo que le pasó al *Titanic*. Y, siguiendo a Alposta, quien mejor puede cerrar estas líneas, es el periodista y narrador uruguayo Arthur García Núñez, más conocido por su seudónimo Wimpi, que dijo: "el único agujero que pierde para adentro... es el del bote."