

Suceso y tentación de desorden: la fascinación por lo anómico

GÉRARD IMBERT

Universidad de la Sorbona-París. Universidad Carlos III de Madrid

17

1. INTRODUCCIÓN

Trataremos aquí el tema de la seguridad en su dimensión simbólica: la seguridad como un «hecho social global» (Marcel Mauss) que afecta al conjunto de la sociedad y nos informa sobre el imaginario colectivo —los grandes miedos, pequeñas fobias, obsesiones y deseos más o menos ocultos— mediante la proyección en el discurso social de representaciones que remiten a un *imaginario de la violencia*, con sus imágenes y la fascinación que ejercen.

Hoy se ha desarrollado una verdadera *cultura de la violencia*, patente en los medios de comunicación y en las diversas producciones del discurso social, con sus peculiares estéticas (series televisivas, moda del *gore*¹ en el cine, satanismo en la canción, sadomasoquismo en el *manga*, etc.), que hace de la violencia un objeto trivial —un objeto más de consumo— que forma parte del universo de ideas cotidiano y contribuye a contaminar las representaciones en torno a la seguridad. Más ampliamente, esta cultura de la violencia refleja un malestar en la cultura moderna, derivado de una crisis de identidad y de cohesión, que algunos incluso han analizado como un malestar ante la muerte producto de una «sociedad de los moribundos», para retomar la expresión de Norbert Elías.

Este malestar se manifiesta a menudo mediante la multiplicación de conductas anómicas² fundadas en una ignorancia deliberada de la norma (*ánomos* es ausencia de reglas), un vivir al margen de la ley. La anomía ha sido caracterizada por Durkheim como una ruptura de la solidaridad que conduce a una desregulación de las conductas y puede llevar a una desagregación social. Las conductas anómicas, que se manifiestan generalmente en períodos de ruptura, mutaciones,

1. Palabra inglesa que significa sangre (derramada).

2. IMBERT, Gérard. *Los escenarios de la violencia. Conductas anómicas y orden social en la España actual*. Barcelona: Icària, 1992.

como respuesta desesperada a esta crisis, pueden desembocar en prácticas de autoexclusión (el suicidio) o violencia contra el otro. La anomía se traduce a menudo socialmente en actos de violencia gratuita, pero también en formas menores (manifestaciones de incivilidad) o simbólicas, en un desafío a los límites... Se plasma en actos de vandalismo, conductas extremas, conductas de riesgo, que tienen su reflejo en todo lo que gira en torno a la cultura de la velocidad, del alcohol, en el culto a las armas o a la parafernalia militar...

La anomía moderna conduce a una fascinación por el desorden en todas sus expresiones (el riesgo, el accidente, la catástrofe), cultivado y en gran parte fomentado por los medios de comunicación. Denominaré *tentación de desorden* esta tendencia a explorar los límites, a cultivar imágenes de ruptura, a complacerse en el espectáculo de la violencia. Así se explica el éxito de nuevos géneros cinematográficos y formatos televisivos (véase en particular los vídeos domésticos), la multiplicación de imágenes de violencia y, más generalmente, de todo cuanto indica desorden. Esta tendencia se manifiesta en los medios de comunicación, en particular en el discurso informativo, y hasta en los periódicos más serios, en la prensa de referencia, traduciendo lo que he llamado la vuelta del suceso.

Pero estos procesos de identificación y proyección (en especial la identificación con objetos negativos, revulsivos) son complejos y a menudo ambivalentes. Dentro del espectáculo más negro puede haber siempre —y, de hecho, se desea que lo haya— una posibilidad de redención. El *reality show*, como género ambivalente (mezcla de información y ficción), podría ser, desde esta perspectiva, la proyección imaginaria de esta ambivalencia, con su peculiar traducción narrativa y su resolución mítica (la victoria final del orden).

2. LAS MUTACIONES EN EL SENTIR COLECTIVO

Aplicaremos este breve análisis a los usos de los medios de comunicación desde una doble perspectiva:

- a) la utilización de los medios por parte de los productores de la información —y más genéricamente de todos cuantos participan en la constitución del discurso social— con vistas a construir un discurso en torno a la seguridad/inseguridad social;
- b) el uso, por parte de los sujetos sociales, de estos medios, es decir su peculiar lectura de los discursos sobre este tema y, conforme a su propia espera/demanda, la constitución de un *sentir* específico (sensibilización o insensibilización ante la violencia).

Según la metodología adoptada —el análisis de los discursos y de los imaginarios sociales—, abordar el tema de la seguridad es hacerlo partiendo de la realidad construida en el discurso y en los imaginarios sociales; es hablar de «sentimiento de inseguridad», esto es, una respuesta tanto a la inseguridad real (violencia

cia criminal, delincuencia, vandalismo, etc.), como al imaginario que se va cristalizando en torno a la inseguridad (la sensación de inseguridad como reacción propia, subjetiva, sensible del sujeto social), imaginario que contribuyen a construir, reforzar y/o fomentar —y no sólo reproducir— los medios de comunicación.

Esta perspectiva no excluye, por supuesto, la existencia de pulsiones profundas que explican la fascinación ejercida por la sangre, la muerte (*Eros y Thanatos...*), sino que se centra en el papel de los discursos sociales, en la visibilización de estos temas y en su tratamiento específico.³

Por falta de espacio, y por haberlo desarrollado en otro lugar,⁴ no profundizaré en el primer aspecto. Lo que sí quisiera mencionar es la constitución en el discurso social de verdaderos *escenarios de la violencia*, omnipresentes en el cine, las series de televisión, el cómic, la canción, la publicidad últimamente y, por supuesto, los medios de comunicación, que hacen de la violencia no sólo un tema ineludible en los contenidos, sino también una *forma*, que determina un modelo narrativo y fomenta usos perversos, tanto lúdicos (como en los videojuegos) como estéticos (en el *manga* japonés por ejemplo).

El tema de la seguridad/inseguridad no puede desvincularse, pues, de un hecho más amplio, de índole cultural y civilizacional, la presencia omnimoda de la violencia en el discurso social y su lugar central en la economía narrativa de la modernidad.⁵ Al margen de la trivialización de la violencia, se pueden producir dos derivaciones peligrosas:

- a) una banalización del tema con la subsiguiente funcionalización de la violencia (el admitir la violencia como hecho normal —un medio legítimo para conseguir sus fines— dentro de una cierta fatalidad);
- b) una confusión entre representación y realidad que puede tener como consecuencia una insensibilización ante la violencia real (la hipervisibilización de la violencia representada como espectáculo trae consigo la invisibilización de la violencia como hecho real, sensible).

Para no dispersar la reflexión, me centraré en dos fenómenos comunicativos que contribuyen a alimentar el imaginario de la violencia: primero la omnipresencia de noticias relacionadas con hechos de violencia, la fascinación que ejercen y su proyección en el centro mismo del discurso informativo, tanto escrito como audiovisual, que marca una vuelta del suceso como modalidad difusa; el segundo fenómeno es la consagración y multiplicación de un nuevo formato de programas tele-

3. IMBERT, Gérard. «Violencia y representación. Nuevos modos de ver y de sentir». En: *Comunicación y Cultura*, 5. Salamanca: Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Salamanca, 1999.

4. IMBERT, Gérard. Op. cit.

5. Es patente, en los relatos de los medios de comunicación, el recurso a la violencia como medio para conseguir sus fines, dentro de una caracterización dramática de hechos y personajes; medio violento si se tiene en cuenta el hecho de que en estos relatos la mayoría de los hechos violentos está relacionada con un arma de fuego... Según el estudio estadounidense Mediascope sobre televisión (1995), en el 73 % de las escenas violentas, los actos violentos no son objeto de ninguna sanción, el 58 % de las interacciones violentas no muestra sufrimiento, el 44 % aparecen justificadas y el 39 % están realizadas con humor...

visivos: los llamados *reality shows* o espectacularización de la realidad (en sus distintas versiones: anecdóticas, criminales, sentimentales...).

Ambos fenómenos tienen un fuerte componente narrativo, con una clara tendencia a la dramatización, es decir, encierran una doble violencia: de contenidos y simbólica, esto es formal, ligada al modo de representación de la realidad, a su forma narrativa. En cierta medida el segundo fenómeno incluye el primero: los *reality shows* parten de sucesos, la mayoría de las veces delitos de sangre, conductas aberrantes, violaciones de tabúes, o desapariciones misteriosas, hechos todos de índole accidental, que introducen ruptura, desorden, angustia... Ambos reflejan mutaciones en el sentir colectivo, a las que contribuyen los medios: una demanda, más o menos consciente, más o menos legítima, de emoción (¿vuelta de un sentir primitivo?), una tendencia, frente a esta demanda (¿o inclinación?), a visibilizarlo todo, a saturar el espacio comunicativo, hasta alcanzar una especie de obscenidad (de ver excesivo, sobrecarga signífica, sobrepuja narrativa...)⁶

Para evitar caer tanto en posturas «apocalípticas» (el condenar taxativamente estos desbordamientos en nombre del buen gusto o de la moral: de una posición elitista), o «integradas» (el defender indiscriminadamente esta visibilización en nombre de la liberalización ¿democratización? del discurso), plantearé esta evolución como un fenómeno fundamentalmente ambivalente, reflejo de la ambivalencia misma de los modernos medios de comunicación: la *hipervisibilidad* de la violencia mediante inflación de las formas (el predominio de la *forma espectáculo*) conduce a lo que Baudrillard llama una «transparencia del mal»,⁷ una visibilización excesiva del mal que anula el sentido, elimina toda alteridad. Frente a las ideologías de la seguridad, al control total, a la previsibilidad permanente, a la simulación del futuro, a la imposición de un orden, emerge un imaginario de la inseguridad, una cultura del desastre (el fin de la historia, de lo social...), que cultiva el potencial atractivo del peligro, del riesgo (como en los deportes de riesgo), de la violencia, de la muerte, que expresa de manera más o menos consciente y perversa una *tentación de desorden*, una atracción banal hacia el mal.

De ahí la responsabilidad de los medios en la construcción de estos escenarios de la violencia; de ahí también la dificultad en encontrar un tono justo a la hora de elaborar discursos sobre la seguridad (por ejemplo, los bandazos en las campañas de prevención de accidentes automovilísticos), discursos que no sean ni desmesuradamente apocalípticos, ni excesivamente integrados...

3. EL SUCESO COMO DEMANDA DE REALIDAD (SUCESO Y SUBJETIVIDAD)

El discurso de la información está atravesando una doble crisis que afecta tanto a sus contenidos como a sus formas, a la manera como refleja y al mismo

6. Para un análisis de esta saturación simbólica aplicado al *reality show* en su modalidad sentimental, remito a mi artículo «La intimidad como espectáculo: de la televerdad a la telebasura». En: *Revista de Occidente*, 201, febrero de 1998.

7. BAUDRILLARD, Jean. *La transparence du mal*. Traducción al castellano: Anagrama, 1990.

tiempo construye la realidad. La primera se plasma en una crisis de credibilidad que no hace sino reproducir la crisis de realidad que padece la política en el mundo de hoy. En un sondeo publicado por *El País* (14 de julio de 1998), aparece que «las informaciones de deporte y sucesos son más creíbles que las de política», y nada menos que un 62 % de los encuestados considera poco o nada creíble las informaciones políticas. Así es como aparece el grado de credibilidad de los diferentes temas de actualidad, de menor a mayor credibilidad:⁸

- política nacional: 30,8 %;
- economía: 37,8 %;
- política internacional: 41 %;
- información general: 55,5 %;
- deportes: 76,7 %;
- sucesos: 78,6 %.

De todo ello se puede deducir que cuanto más decrece la credibilidad por la información política y el propio medio informativo, más se desarrollan nuevas formas que traducen el interés por otras informaciones (más triviales, más lúdicas o que mezclan información y ficción), que se alejan en todo caso de la información política.

Con la multiplicación de fuentes de información, el ensanchamiento de los centros de interés y de los campos de saber, las categorías informativas se van ampliando, diluyéndose al mismo tiempo la frontera entre información seria e información trivial, perdiendo la primera gran parte de su credibilidad, adquiriendo la segunda un mayor grado de aceptabilidad.

De ahí que esta crisis sea también una crisis formal de orden simbólico: relativa al modo de representación de la realidad. Los grandes hechos se desgastan —por su desmultiplicación espacial, por la competencia de los medios audiovisuales, que ganan en tiempo a los medios escritos—, lo mayúsculo se diluye, los grandes relatos ya no son tan creíbles y se afianza en cambio el interés por lo minúsculo, lo cotidiano. Si el suceso —tachado durante estos últimos años de trivial, de información degradada— desapareció como sección de la mayoría de los periódicos de referencia, hoy reaparece, ya no como tal —unidad redaccional o sección— sino como categoría difusa, que invade el espacio comunicativo (escrito y audiovisual) y emerge en portada en forma de fotonoticia (véase, por ejemplo, en un periódico «serio» como *El País* la presencia en primera plana de noticias anecdóticas, de pura actualidad, sin trascendencia política, de tipo mundano, futbolístico, o en relación con la vida cotidiana, que se alejan en todo caso de la información política). Frente a la recurrencia y el desgaste de lo político —que es siempre *lo mismo*, serializado *ad infinitum*, en el cual ya nadie cree mucho *en el fondo*—, el suceso polariza la atención y ocupa a veces un lugar central. El suceso —el *sucedió*— sustituye a menudo al hecho

8. Fuente: Ecoconsulting, junio de 1998. Estudio presentado en la Universidad de Verano de El Escorial por el presidente de la Asociación de la Prensa de Madrid (APM), Jesús de la Serna, en el Curso sobre la credibilidad de los medios de comunicación en España (julio de 1998).

periodístico. El *acontecer* interesa más a veces que el acontecimiento. La información de actualidad puede redundar en colección de acontecimientos, sin vínculo entre sí, efímeros, sin trascendencia (por ejemplo en espacios como Sucedió en Madrid, de Telemadrid). Esta omnipresencia del suceso tiene que ver con una fascinación por el accidente, dentro de la tendencia al desorden mencionada anteriormente y si remite a menudo a un imaginario de la catástrofe, también refleja un interés por lo microsocial, hechos humanos intrascendentes, pero reveladores del sentir colectivo.

Más profundamente el suceso, considerado como extracto de realidad —una realidad bruta, sin afinar, no pasada por el filtro de la categorización periodística—, remite a una demanda de autenticidad frente al simulacro, a la representación.

Al amparo del reportaje en vivo, de la reconstrucción de hechos al modo del *reality show*, de la exclusiva informativa, de las imágenes «impactantes», del «directo», se reinyecta realidad en un discurso informativo por otra parte cada día más estereotipado, menos creíble, cuyos contenidos se están agotando...

Llamaré «efecto de directo» a ese subterfugio temporal consistente en crear una *ilusión de realidad*.

¿Cómo explicar esta vuelta de una categoría durante tanto tiempo menospreciada en el discurso? Sin duda como una vuelta de la subjetividad en el discurso social: después de la era de las ideologías (se da la palabra al sujeto colectivo), después de la del psicoanálisis (habla el sujeto inconsciente), ¡por fin! estamos ante un sujeto que habla sin complejos, largo y tendido..., un sujeto algo ingenuo, que expresa así su fascinación por objetos que, ellos en cambio, sí son complejos: la violencia, el incesto, el amor, la muerte.

Desde el punto de vista narrativo, el suceso es por otra parte interesante. Constituye un relato de estructura cerrada, que Barthes⁹ comparaba con el cuento corto, en contraste con la novela. Es un *microrelato*, de forma elíptica, que encierra su propia lógica narrativa con un fuerte componente figurativo; esto le da unas cualidades propiamente literarias (expresivas) y una subjetividad de las que carece la información. Por eso es por lo que fascina tanto. El suceso es como un *arrêt-sur-image*, una pausa narrativa en el discurso periodístico, una forma de *dar cuerpo* —casi podríamos decir, cuerpo y alma— a la actualidad. En el suceso —ya sea textual o visual— los actores son identificados, remitidos a su historia/historial, objetiva y subjetiva, a un entorno (físico, familiar, social); los hechos están encarnados, la actualidad personalizada, ya no mediante identificación de famosos sino a través del anonimato, mediante micropersonalizaciones de unos sujetos que podrían ser uno mismo; no por nada los *reality shows* recurren constantemente al suceso como estructura narrativa, por su fuerte componente figurativo, su poder de visibilización. En este sentido el suceso tiene afinidades con algunos géneros populares y formas culturales, como los relatos de crímenes en la literatura de cordel, los folletines, los melodramas en el siglo XIX, que hoy vuelven en forma de docuseries, telenovelas. Como escribe Francesc Barata: «Muchas crónicas de sucesos pueden englobarse dentro del género melodramático en el que se da esa

9. BARTHES, Roland. «Structure du fait divers». En: *Essais Critiques*. Paris: Seuil, 1964.

porosidad entre ficción y realidad que tan bien ha analizado Bajtin en la fiesta carnavalesca. Un melodrama que, como apunta Romà Gubern en sus análisis sobre el cine, interpela muy directamente a las regiones más oscuras de nuestro psiquismo con el lenguaje de la emocionalidad». ¹⁰

Para muchos (apocalípticos entre otros), esta subjetivización de la información resulta negativa, empobrece los contenidos, trivializa la comunicación. Si es cierto por una parte que hay abusos formales (con las subsiguientes manipulaciones emotivas), no es menos cierto por otra que se producen aquí fenómenos complejos de identificación/proyección.

La fascinación ejercida por el suceso es en efecto doble, es sintagmática en cuanto forma de relato, pero es también paradigmática: el suceso fascina porque es portador de sentido más allá del contexto de producción del acontecimiento. Tiene una dimensión trascendente, que remite a una cierta alteridad, contenida en el relato trivial de lo cotidiano. A partir de la anécdota, de la vivencia, de lo micro-social, reenvía a valores atemporales, objetos fundamentales a partir de los cuales se construyen los grandes paradigmas del hombre contemporáneo: el amor, el sexo, la muerte, el azar, el tiempo, la finalidad...

Podríamos incluso, como lo hace Baudrillard, considerar el suceso («*le fait divers*») como nueva categoría, no sólo informativa sino también cognoscitiva: «Toda la información, histórica, política, cultural, es recibida bajo la misma forma, a la vez anodina y milagrosa, del suceso, toda la información es *actualizada*, es decir, dramatizada al modo espectacular. El suceso no es pues una categoría entre otras sino la categoría cardinal de nuestro pensamiento mágico, de nuestra mitología».

El éxito de un periódico como *Libération* en Francia, al margen de su oportunidad política en el contexto de mayo de 1968, se debe al hecho de haberle otorgado al suceso un reconocimiento periodístico desde dos ángulos:

- a) Por haber sabido tratarlo con dignidad y profundidad, tanto en el fondo (asumiéndolo como hecho sociológico) como en la forma (dedicándole a veces una página entera cuando se le considera «representativo»).
- b) Por haber considerado también —y de manera formalmente audaz— el conjunto de la actualidad bajo el ángulo del suceso subrayando sus aspectos anecdóticos (pero fuera del cotilleo), dando a ver su lado invisible (procurando evitar el sensacionalismo), lo que ha permitido un acercamiento sensible a la realidad social.

4. EL REALITY SHOW COMO ESPECTACULARIZACIÓN DEL MAL

La moda actual de los *reality shows* es sin duda la culminación de una tendencia en ciernes en la evolución reciente de los medios de comunicación: la constante dramatización de la información dentro de un proceso general de espectaculari-

10. BARATA, Francesc. «El drama del delito en los *mass media*». En: *Delito y Sociedad*, 11-12. Buenos Aires: Editorial La Colmena, 1998.

zación de la realidad. Queda patente, en contextos socioculturales muy diferentes (Estados Unidos y Rusia, por ejemplo), pero marcados por la violencia y manifestaciones de anomía, la proliferación de programas donde los periodistas acompañan en directo a la policía y que dan lugar a espeluznantes crónicas con un predominio de las «3 S» (sexo, sangre, sensacionalismo): agon as en directo, ajustes de cuentas, *serial killers*, violaciones, etc. El programa Real TV en Estados Unidos, donde se muestran filmaciones reales de catástrofes naturales, accidentes tecnológicos, violencias animales, tiroteos, ha sido un hito en la materia... O el Dorojny Patroul que se emite en Rusia y que reune lo más sangriento de la actualidad con una crudeza muy propia de la cultura eslava... En estos programas se produce una casi simultaneidad entre el hecho y su referenciación, que elude toda distancia narrativa e impone un tiempo de la realización inmediata, donde el presente no es sino el de la pantalla, donde todo descansa sobre una credibilidad inmediata. El medio aquí despierta reacciones emotivas, cultiva una fascinación morbosa por las diversas figuras sociales del mal y fomenta un imaginario de la inseguridad. La cámara se vuelve agente narrativo, acentuando formalmente la crudeza de las imágenes, incitando al *voyeurismo*, esto es al consumo de la realidad como pura imagen, como fantasma (proyección en un *escenario*).

Pero es en el docudrama —cuya expresión exacerbada son los *reality shows*— donde mejor se traduce la dramatización de la realidad. Aquí prima el simulacro —la reconstrucción de la realidad— aunque los actores sean «reales». Es más, el utilizar los protagonistas de los hechos cruentos le da más credibilidad a la simulación filmada. En modo casi policial, y a menudo formalmente excesivo, cargado de una violencia simbólica, el *reality show* reconstituye los hechos, los hace vivir una segunda vez, al modo onanista, apelando al *voyeurismo* del espectador; hace de la intimidad un espectáculo y del mal un *show*.

No deja de haber una cierta obscenidad en ese mostrar excesivo, en esa visibilización de lo *no-dicho* (el secreto), del *se dice* (el rumor, la suposición). La escenificación de lo *no-dicho* es así tan importante —e incluso a veces más— como la del decir, estableciendo de esta manera una relación dudosa, morbosa, con la realidad; y lo hace en nombre de una presunta verdad o autenticidad periodística, que los nombres de algunos programas indican claramente (por ejemplo, T moin n  1 —Testigo n  1—, en Francia).

Pero el simulacro no reside únicamente en los contenidos ventilados, está también en los modos de enunciación, en la manipulación del sentimiento y del dolor, en la apropiación de discursos ajenos. La «mirada televisual» opera un verdadero robo de realidad, se impone como discurso de lo auténtico, de la toma en directo, de lo pretendidamente no mediatizado. La televisión aparece con esto en todo el resplandor del ver todo/enseñar todo: verdadero *panopticon*, ojo todopoderoso, omnisciente, al que nada escapa, cuyo *poder-ver* puede incluso rivalizar con el de los poderes públicos; la televisión deviene policía del alma, juez de las conductas, mirada extraordinaria, extratemporal, garante de la verdad, que sustituye a la figura del intelectual —constructor de ideas— y se torna en instancia desfacedora de entuertos, que deja de lado las grandes causas para interesarse por las pequeñas polémicas de todos los días. Una instancia que cultiva en fin una

cierta mala conciencia ligada a las grandes prohibiciones del orden de lo *no dicho* (violaciones, incestos, monstruosidades, amores contra natura, perversiones...). El título de uno de los grandes *reality shows* franceses —Mea Culpa— traducía bien esta inclinación.

Es ésta una televisión guiada por un hacer «pesquisidor» (en expresión de Dominique Mehl),¹¹ que sabe jugar con el miedo a la ruptura, al accidente (y al mismo tiempo cultivar la fascinación que ejercen), en un juego con los límites del *hacer* (el tabú) y del *decir* (el secreto). Diremos que es una televisión que funciona como discurso *instituyente* a varios niveles:

- instituye una realidad atravesada por lo no dicho, realidad muy sui géneris, autoproducida por el propio medio;
- se instituye ella misma como perseguidora de un «habla verdadera» (la que pretenden también los políticos modernos...);
- ese habla auténtica puede transformarse en habla policíaca, con su búsqueda de culpables, y convertirse en discurso inquisidor, que en ocasiones ha podido erigirse en juez y censor de otros medios de comunicación.¹²

Bajo la aparente trivialidad del suceso, más allá de las posibilidades del directo, de la rehabilitación del sentimiento, es un habla evanescente lo que se instala, que, más que expresarlo, manipula el imaginario social y espectaculariza el mal.

5. CONCLUSIÓN

La atención misma sobre la seguridad revela una obsesión por domesticar la tentación de desorden. El *reality show*, simbólicamente hablando, podría ser una respuesta conciliadora a la ambivalencia de los medios de comunicación, que se desarrolla en un doble registro: por una parte, un discurso *disfórico* (el retorno de categorías semióticas) en cuanto a los objetos tratados (desapariciones, asesinatos, violaciones...) y, por otra parte, un discurso *eufórico* en la resolución del conflicto (reconciliaciones espectaculares, reencuentros inesperados...). ¿En qué medida permite la superación del conflicto, o cultiva imágenes de desorden para negarlo mágicamente?

Gran parte de la espectacularización actual de la violencia estriba sin duda en una visibilización del miedo (miedo a la inseguridad en todas sus formas: materiales y simbólicas). De ahí estas «escenificaciones de la catástrofe», este tocar el límite, rozar la muerte (aunque sea metafórica: véase el salto con elástico como literalización del salto al gran vacío): un juego consistente en *darse miedo*, un juego

11. MEHL, Dominique. *La télévision de l'intimité*. Paris: Seuil, 1996.

12. Esta característica, poco presente en los *reality show* españoles, donde predomina una visión eufórica e, incluso, humanitaria, es manifiesta en la televisión francesa en que un programa como Mea Culpa dio lugar a enfrentamientos verbales violentos con los medios de comunicación.

que revela profundamente un *deseo de catástrofe*,¹³ que, mediante su visibilización, exorciza el miedo (miedo al accidente, miedo al fin) y reintroduce una dimensión fatal (expresión del sino) en un universo que se ha vuelto demasiado banal. Conforme a una lógica sacrificial, de tipo homeopático, el aceptar el mal en pequeñas dosis previene contra un daño mayor (el miedo a que *esto* acabe); en este fin de milenio, más que nunca, se mantienen vivos los imaginarios del fin...

Como escribe Baudrillard, la crisis ha dejado paso a la catástrofe (a la anticipación del fin), a la anomía como expresión social (cabría decir asocial, al margen de lo político), a la anomalía permanente (expresión de lo monstruoso, de lo aleatorio).¹⁴ La inseguridad está por doquier, pero a lo mejor tanto —¿o más?— en los imaginarios que en las realidades sociales.

13. JEUDY, Henry-Pierre. *Le désir de catastrophe*. Paris: Aubier, 1990.

14. BAUDRILLARD, Jean. *Les stratégies fatales*. Paris: Grasset, 1983.