

El succés i la temptació de desordre: la fascinació pel fet anòmic

GÉRARD IMBERT

Universitat de París-la Sorbona. Universitat de Carles III de Madrid

17

1. INTRODUCCIÓ

En aquest article tractarem el tema de la seguretat des de la perspectiva simbòlica: la seguretat com «un fet social global» (Marcel Mauss) que afecta el conjunt de la societat i ens informa sobre l'imaginari col·lectiu —les grans pors, les petites fòbies, les obsessions i els desigs més o menys amagats— mitjançant la projecció en el discurs social de representacions que remetent a un imaginari de la violència, amb les seves imatges i la fascinació que exerceixen.

Actualment s'ha format una veritable *cultura de la violència*, palesa en els mitjans de comunicació i en les diverses produccions del discurs social, amb les seves estètiques peculiars (sèries televisives, moda del *gore*¹ en el cinema, satanisme a la cançó, sadomasoquisme en el *manga*, etc.), que fa que la violència sigui un objectiu trivial —un objecte més de consum— que forma part de l'univers de representacions quotidià i contribueix a contaminar les idees al voltant de la seguretat. Més àmpliament, aquesta cultura de la violència reflecteix un malestar en la cultura moderna, derivat d'una crisi d'identitat i de cohesió, que alguns han analitzat com un malestar davant de la mort, producte d'una «societat de moribunds», si reprenem l'expressió de Norbert Elías.

Aquest malestar es manifesta sovint mitjançant la multiplicació de conductes anòmiques² fundades en una ignorància deliberada de la norma (*ánomos* és l'absència de regles), en un viure al marge de la llei. Durkheim ha caracteritzat l'anomia com una ruptura de la solidaritat que condueix a una desregulació de les conductes i pot portar a una desagregació social. Les conductes anòmiques —que es manifesten generalment en períodes de ruptura, mutacions, com a resposta desesperada a

1. Mot anglès que significa sang (vessada).

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

aquesta crisi— poden desembocar en pràctiques d'autoexclusió (el suïcidi) o en violència contra altri. Així mateix, l'anomia social es tradueix sovint en actes de violència gratuïta, però també en formes menors (manifestacions d'incivilitat) o simbòliques, en un desafiament als límits... Es plasma en actes de vandalisme, en conductes extremes o de risc, que tenen el seu reflex en tot allò que gira al voltant de la cultura de la velocitat, de l'alcohol, del culte a les armes o a la indumentària militar...

L'anomia moderna condueix a una fascinació pel desordre en totes les seves expressions (el risc, l'accident, la catàstrofe), cultivat i en una gran part fomentat pels mitjans de comunicació. Anomenaré *temptació de desordre* aquesta tendència a explorar els límits, a conrear imatges de ruptura, a complaure's amb l'espectacle de la violència. Així s'explica l'èxit de nous gèneres cinematogràfics i formats televisius (vegeu, particularment, els vídeos domèstics), la multiplicació d'imatges de violència i, més generalment, de tot allò que indica desordre. Aquesta tendència es manifesta en els mitjans de comunicació, concretament en el discurs informatiu, fins i tot en els diaris més seriosos, en la premsa de referència, on es tradueix allò que he anomenat el *retorn del succés*.

Però aquests processos d'identificació i projecció (especialment, la identificació amb objectes negatius, revulsius) són complexos i, molt sovint, ambivalents. En l'espectacle més negre pot haver-hi sempre —i, de fet, es desitja que n'hi hagi— una possibilitat de redempció. El *reality show*, com a gènere ambivalent (mescla d'informació i ficció), podria ser, des d'aquesta perspectiva, la projecció imaginària d'aquesta ambivalència, amb la seva peculiar traducció narrativa i la seva resolució mítica (la victòria final de l'ordre).

2. LES MUTACIONS EN EL SENTIMENT COL·LECTIU

Aplicarem aquesta breu anàlisi als usos dels mitjans de comunicació des de dos punts de vista:

- a) la utilització dels mitjans per part dels productors de la informació —i més genèricament de tots els que participen en la constitució del discurs social—, amb vista a construir un discurs al voltant de la seguretat/inseguretat social;
- b) l'ús que fan d'aquests mitjans els subjectes socials, és a dir, la seva peculiar lectura dels discursos sobre aquest tema i, d'acord amb la seva espera/demanda, la constitució d'un *sentiment* específic (sensibilització o insensibilització davant la violència).

D'acord amb la metodologia adoptada —l'anàlisi dels discursos i dels imaginaris socials—, el tema de la seguretat s'ha de tractar a partir de la realitat que es construeix en el discurs i en els imaginaris socials; això vol dir parlar de «sentiment d'inseguretat», és a dir, una resposta tant a la inseguretat real (violència criminal, delinqüència, vandalisme, etc.) com a l'imaginari que va cristal·litzant al voltant de la inseguretat (la sensació d'inseguretat com a reacció pròpia, subjectiva, sensible del

subjecte social), imaginari que contribueixen a construir, reforçar i fomentar —no solament reproduir— els mitjans de comunicació.

Aquesta perspectiva no exclou, evidentment, les pulsions profundes que expliquen la fascinació que exerceix la sang, la mort (Eros i Thanatos...), però se centra en el paper dels discursos socials en la visibilització d'aquests temes i en el seu tractament específic.³

Per falta d'espai, i per haver-lo tractat en un altre lloc, no aprofundiré en el primer aspecte.⁴ El que sí vull esmentar és la constitució en el discurs social de veritables *escenaris de la violència*, omnipresents en el cinema, les sèries de televisió, el còmic, la cançó, la publicitat darrerament i, naturalment, els mitjans de comunicació, que fan de la violència no solament un tema ineludible en els continguts, sinó també una *forma*, que determina un model narratiu i fomenta usos perversos, tant lúdics (per exemple, en els videojocs) com estètics (en el *manga* japonès).

El tema de la seguretat/inseguretat no es pot desvincular, doncs, d'un fet més ampli, d'índole cultural i civilitzacional: la presència omnímoda de la violència en el discurs social i el seu lloc central en l'economia narrativa de la modernitat.⁵ Al marge de la trivialització de la violència, poden aparèixer dues derivacions perilloses:

- a) una banalització del tema amb el funcionalisme sugsegüent de la violència (en admetre la violència com un fet normal —un mitjà legítim per aconseguir uns fins determinats—, d'acord amb una certa fatalitat);
- b) una confusió entre representació i realitat que pot tenir com a conseqüència una insensibilització davant la violència real (la hipervisibilització de la violència representada com a espectacle comporta la invisibilització de la violència com a fet real, sensible).

Per no dispersar la reflexió, em centraré en dos fenòmens comunicatius que contribueixen a alimentar l'imaginari de la violència: en primer lloc, l'omnipresència de notícies relacionades amb fets de violència, la fascinació que exerceixen i la seva projecció en el centre mateix del discurs informatiu, tant escrit com audiovisual, cosa que marca un gir del succés com a modalitat difusa; en segon lloc, la consagració i la multiplicació d'un format nou de programes televisius, els anomenats *reality show* o espectacularitat de la realitat (amb les seves diferents versions: anecdòtiques, criminals, sentimentals...).

Tots dos fenòmens tenen un component narratiu molt important, amb una tendència clara a la dramatització, és a dir, amaguen una doble violència: de con-

3. IMBERT, Gérard. «Violencia y representación. Nuevos modos de ver y de sentir» Dins: *Comunicación y Cultura*, 5. Salamanca: Facultat de Ciències Socials de la Universitat de Salamanca, 1999.

4. IMBERT, Gérard. Op. cit.

5. És patent, en els relats dels mitjans de comunicació, el recurs a la violència com a mitjà per aconseguir els seus fins, d'acord amb una caracterització dramàtica de fets i personatges; mitjà violent si es té en compte el fet que en aquests relats la majoria dels casos violents està relacionada amb una arma de foc... Segons l'estudi nord-americà Mediascope sobre televisió (1995), en el 73 % de les escenes violentes, els actes violents no són objecte de cap sanció, el 58 % de les interaccions violentes no mostra patiment, el 44 % apareixen justificades i el 39 % estan realitzades amb humor...

tinguts i simbòlica,  s a dir, formal, lligada a la manera de representar la realitat, a la seva forma narrativa. En certa manera, el segon fenomen inclou el primer: els *reality show* parteixen de successos, la majoria de vegades delictes de sang, conductes aberrants, violacions de tabús, desaparicions misterioses —tot plegat de caire accidental—, que introdueixen ruptura, desordre, angoixa... Tots dos fenòmens reflecteixen mutacions en el sentiment col·lectiu, a les quals contribueixen els mitjans: una demanda —més o menys conscient, m s o menys legítima— d'emo ci  (la tornada d'un sentiment primitiu?); una tendència, davant d'aquesta demanda (o inclinació?), a visibilitzar-ho tot, a saturar l'espai comunicatiu, fins a assolir una mena d'obsenitat (veure massa coses, sobrecàrrega de signes, narració sobrepujada...)⁶

Per evitar de prendre tant una posició «apocalíptica» (condemnar taxativament aquests desbordaments en nom del bon gust o de la moral: una posició elitista) com «integrada» (defensar indiscriminadament aquesta visibilització en nom de la liberalització, la democratització?, del discurs), plantejar  aquesta evolució com un fenomen fonamentalment ambivalent, reflex de la mateixa ambivalen a dels mitjans de comunicació moderns: la *hipervisibilitat* de la violència mitjançant una inflació de les formes (el predomini de la forma *espectacle*) condueix a allò que Baudrillard anomena una «transparència del mal»,⁷ una visibilització excessiva del mal que anul·la el sentit, elimina qualsevol alteritat. Davant de les ideologies de la seguretat, del control total, de la previsibilitat permanent, de la simulació del futur, de la imposició d'un ordre, emergeix un imaginari de la inseguretat, una cultura del desastre (el final de la història, del fet social...), que conrea el potencial atractiu del perill, del risc (com en els esports de risc), de la violència, de la mort, que expressa d'una manera m s o menys conscient i perversa una *temptació de desordre*, una atracció banal cap al mal.

D'això ve la responsabilitat dels mitjans en la construcció d'aquests escenaris de la violència; d'això ve també la dificultat de trobar un to just a l'hora d'elaborar discursos sobre la seguretat (per exemple, les batzegades en les campanyes de prevenció d'accidents automobilístics), discursos que no siguin ni desmesuradament apocalíptics, ni excessivament integrats...

3. EL SUCCÉS COM A DEMANDA DE REALITAT (SUCCÉS I SUBJECTIVITAT)

El discurs de la informació està passant una doble crisi que afecta tant els seus continguts com les seves formes, la manera com reflecteix i al mateix temps construeix la realitat. La primera es plasma en una crisi de credibilitat que no fa sinó reproduir la crisi de realitat que pateix la política en el món d'avui. En un sondeig publicat per *El País* (14 de juliol de 1998), apareix que «les informacions d'esport i successos

6. Per a una anàlisi d'aquesta saturació simbòlica aplicada al *reality show* en la seva modalitat sentimental, em remeto al meu article: «La intimidad como espectáculo: de la televerdad a la telebasura». Dins: *Revista de Occidente*, 201, febrer de 1998.

7. BAUDRILLARD, Jean. *La transparence du mal*. Traducció al castell : Anagrama, 1990.

són més creïbles que les de política», i ni més ni menys que un 62 % de les persones enquestades considera poc o gens creïbles les informacions polítiques. Així és com apareix el grau de credibilitat dels diferents temes d'actualitat, de menys a més credibilitat:⁸

- política nacional: 30,8 %
- economia: 37,8 %
- política internacional: 41 %
- informació general: 55,5 %
- esports: 76,7 %
- successos: 78,6 %

De tot això es pot deduir que com més decreix la credibilitat per la informació política i el propi mitjà informatiu, més es desenvolupen noves formes que tradueixen l'interès per altres informacions (més trivials, més lúdiques o que barregen informació i ficció), que s'allunyen en tot cas de la informació política.

Amb la multiplicació de les fonts d'informació i amb l'eixamplament dels centres d'interès i dels camps de saber, les categories informatives es van ampliant. Al mateix temps es dilueix la frontera entre informació seriosa i informació trivial: la primera perd gran part de la seva credibilitat i la segona adquireix un grau més alt d'acceptabilitat.

Per això aquesta crisi és també una crisi formal de caràcter simbòlic, és a dir, relativa a la manera de representar la realitat. Els grans fets es desgasten —per la seva fragmentació espacial, per la competència dels mitjans audiovisuals, que guanyen temps als mitjans escrits—, el fet majúscul es dilueix, els grans relats ja no són tan creïbles i en canvi es referma l'interès pel fet minúscul, el fet quotidià. Si el succés —tatxat durant aquests darrers anys de trivial, d'informació degradada— va desaparèixer com a secció de la majoria dels diaris de referència, avui reapareix, però no com a unitat redaccional o secció sinó com a categoria difusa que envaeix l'espai comunicatiu (escrit i audiovisual) i emergeix en portada en forma de fotonotícia (per exemple, en un diari seriós com *El País* hi ha presència en primera plana de notícies anecdòtiques, de pura actualitat, sense transcendència política, de tipus mundà, futbolístic, o en relació amb la vida quotidiana, que s'allunyen en tot cas de la informació política).

Davant la recurrència i el desgast del fet polític —que sempre és *el mateix*, amb un serialisme *ad infinitum*, en el qual ja ningú no creu gaire *en el fons*—, el succés polaritza l'atenció i ocupa de vegades un lloc central. El succés —el *succeí*— substitueix molt sovint el fet periodístic. La *cosa eventual* interessa més a vegades que l'esdeveniment. La informació d'actualitat pot redundar en col·lecció d'eventualitats, sense cap vincle entre si, efímeres, sense transcendència (per

8. Font: Ecoconsulting, juny de 1998. Estudi presentat a la Universitat d'Estiu d'El Escorial pel president de l'Associació de la Premsa de Madrid (APM), Jesús de la Serna, dins del Curs sobre la credibilitat dels mitjans de comunicació a Espanya (Juliol de 1998).

exemple, en espais com Succeidi  en Madrid de Telemadrid). Aquesta omnipresència del succés té a veure amb una fascinació per l'accident, d'acord amb la tendència al desordre que he esmentat abans, i, a m s de remetre sovint a un imaginari de la catàstrofe, també reflecteix un interès pels fets microsocials, fets humans intranscendents però reveladors del sentiment col·lectiu.

El succés, més profundament considerat com un extracte de la realitat —una realitat bruta, sense afinar, sense passar pel filtre de la categorització periodística—, remet a una demanda d'autenticitat davant del simulacre, de la representació.

A l'empara del reportatge en viu, de la reconstrucció de fets a manera de *reality show*, de l'exclusiva informativa, de les imatges «d'impacte», del «directe», es reinjecta realitat en un discurs informatiu que, de m s a m s, cada dia és més estereotipat, menys cre ble, els continguts del qual s'estan esgotant...

Anomenar  *efecte de directe* aquest subterfugi temporal que consisteix a crear una il·lusió de realitat.

Com s'explica el retorn d'aquesta categoria que durant tant de temps s'ha menyspreat en el discurs? Sens dubte, com una tornada de la subjectivit  en el discurs social: després de l'era de les ideologies (es dóna la paraula al subjecte col·lectiu), després de l'era de la psicoanàlisi (parla el subjecte inconscient), per fi som davant d'un subjecte que parla sense complexos, llargament..., un subjecte una mica ingenu, que expressa aix  la seva fascinació per objectes que, aquests en canvi, són que són complexos: la violència, l'incest, l'amor, la mort.

Altrament, des del punt de vista narratiu, el succés és interessant. Constitueix un relat d'estructura tancada, que Barthes⁹ comparava amb el conte, en contrast amb la novel·la.  s un *microrelat*, de forma elíptica, que enclou la seva l gica narrativa amb un component figuratiu molt important; aix  fa que tingui unes qualitats pròpiament literàries (expressives) i una subjectivit  de les quals manca la informació.  s per aix  que fascina tant. El succés  s com un *arr t-sur-image*, una pausa narrativa en el discurs periodístic, una manera de *donar cos* —gairebé podríem dir, cos i ànima— a l'actualitat.

En el succés —bé textual o bé visual— els actors s'identifiquen i es remunten a la seva història, objectiva i subjectiva, aix  com a un entorn (físic, familiar, social); els fets estan encarnats, l'actualitat es personalitza, però no mitjan nt una identificació de famosos sinó a través de l'anonimat, mitjan nt micropersonalitzacions d'uns subjectes que podrien ser un mateix. Per aix , els *reality show* recorren constantment al succés com a estructura narrativa, per la seva representació figurativa, el seu poder de visibilització. En aquest sentit, el succés té afinitats amb alguns gèneres populars i formes culturals, com els relats de crims en la literatura de fulletó, com els melodrames del segle XIX, que avui tornen en forma de docusèries, telenovel·les. Com escriu Francesc Barata: «Moltes cròniques de successos es poden englobar dins del g nera melodramàtic en qu  hi ha aquesta porositat entre ficció i realitat que tan bé ha analitzat Bajtin a la festa carnavalesca. Un melo-

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

drama que, com apunta Romà Gubern en la seva anàlisi sobre el cinema, interpel·la molt directament les regions més fosques del nostre psiquisme amb el llençatge de l'emocionalitat».¹⁰

Per a molts (apocalíptics, entre d'altres), aquesta subjectivitat en la informació és negativa, empobreix els continguts, trivialitza la comunicació. Si és cert d'una banda que hi ha abusos formals (amb les manipulacions emotives consegüents), no és menys cert que, d'una altra, hi apareixen fenòmens complexos d'identificació i projecció.

En efecte, la fascinació que exerceix el succés és doble; d'una banda és sintagmàtica, pel que fa a la forma del relat, i, d'una altra, és també paradigmàtica: el succés fascina perquè porta el sentit més enllà del context de producció de l'esdeveniment. Té una dimensió transcendent, que remet a una certa alteritat, continguda en el relat trivial del fet quotidià. A partir de l'anècdota, de la vivència, del fet microsocial, el succés reenvia uns valors atemporals, uns principis fonamentals a partir dels quals es construeixen els grans paradigmes de la societat contemporània: l'amor, el sexe, la mort, l'atzar, el temps, la finalitat...

Fins i tot, d'acord amb Baudrillard, podríem considerar el succés (*le fait divers*) com una categoria nova, no solament informativa sinó també cognoscitiva: «Tota la informació, històrica, política, cultural, és rebuda amb la mateixa forma —ahora anodina i miraculosa— del succés; tota la informació s'actualitza, és a dir, es dramatitza d'una manera espectacular. El succés no és, doncs, una categoria entre d'altres sinó la categoria cardinal del nostre pensament màgic, de la nostra mitologia».

L'èxit d'un diari com el *Libération* de França, al marge de la seva oportunitat política en el context del maig de 1968, es deu al fet d'haver atorgat al succés un reconeixement periodístic des de dos angles diferents:

- a) perquè l'ha sabut tractar amb dignitat i profunditat, tant en el fons (assumint-lo com un fet sociològic) com en la forma (dedicant-li de vegades una pàgina sencera quan es considera «representatiu»);
- b) també per haver considerat —i d'una manera formalment audaç— el conjunt de l'actualitat des de la perspectiva del succés, subratllant els seus aspectes anecdòtics (però fora de la xafarderia) i fent veure el seu costat invisible (però sense sensacionalisme), cosa que ha permès un acostament sensible a la realitat social.

4. EL REALITY SHOW COM A ESPECTACULARITAT DEL MAL

La moda actual dels *reality show* és, sens dubte, la culminació d'una tendència en flor en l'evolució recent dels mitjans de comunicació: la dramatització constant de la informació dins d'un procés general d'espectacularització de la realitat.

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

És ben palesa —en contextos socioculturals molt diferents del nostre, però marcats per la violència i les manifestacions d'anomia— la proliferació de programes on els periodistes acompanyen la policia en directe i que donen lloc a unes cròniques esgarrifoses en què predominen les «3 S» (sexe, sang, sensacionalisme): agonies en directe, ajustos de comptes, assassins en sèrie, violacions, etc. El programa Real TV dels Estats Units, en què es mostren filmacions reals de catàstrofes naturals, accidents tecnològics, violències animals, tiroteigs, ha estat un èxit en la matèria... O el Dorojny Patroul, que s'emet a Rússia, que reuneix el més sagnant de l'actualitat amb una cruesa molt pròpia de la cultura eslava... En aquests programes hi ha una quasi simultaneïtat entre el fet i la seva referència, que eludeix tota distància narrativa i imposa el temps de la realització immediata, en què el present no és sinó el de la pantalla, on tot descansa sobre una credibilitat immediata. El mitjà en aquest cas desperta reaccions emotives, cultiva una fascinació morbosa per les diverses figures socials del mal i fomenta un imaginari de la inseguretat. La càmera esdevé l'agent narratiu, accentua formalment la cruesa de les imatges, incita al *voyeurisme*, això és, al consum de la realitat com a pura imatge, com a fantasma (projecció en un *escenari*).

Però és en el docudrama —l'expressió exacerbada del qual són els *reality show*— on es tradueix més bé la dramatització de la realitat. En aquest cas preval el simulacre —la reconstrucció de la realitat— encara que els actors siguin «reals». De més a més, el fet d'emprar els protagonistes dels fets cruentos dona més credibilitat a la simulació filmada. D'una manera gairebé policial, i sovint formalment excessiva, carregat d'una violència simbòlica, el *reality show* reconstitueix els fets, els fa viure una segona vegada, d'una manera onanista, apel·lant al *voyeurisme* de l'espectador; en definitiva, fa de la intimitat un espectacle i del mal, un xou.

No deixa d'haver-hi una certa obscenitat en el fet de mostrar excessivament, en aquesta visibilització del *no dit* (el secret), del *es diu* (el rumor, la suposició). L'escenificació del *no dit* és tan important —i, fins i tot, a vegades més— com la del dir, per això estableix d'aquesta manera una relació dubtosa, morbosa, amb la realitat; i ho fa en nom d'una presumpta veritat o autenticitat periodística, que els noms d'alguns programes indiquen clarament (Témoins n.º 1 —Testimoni núm. 1— de França).

Però el simulacre no resideix únicament en els continguts que es ventilen, es troba també en les formes d'enunciació, en la manipulació del sentiment i del dolor, en l'apropiació de discursos aliens. La «mirada televisiva» actua com un veritable robatori de realitat, s'imposa com a discurs de la cosa autèntica, de la presa en directe, d'allò pretesament no mediatitzat. Així, la televisió apareix amb tota la resplendor del *veure-ho tot* i *ensenyar-ho tot*: un veritable *panopticon*, ull totpoderós, omniscient, al qual ningú no escapa, el *poder veure* del qual pot fins i tot rivalitzar amb el dels poders públics. La televisió esdevé policia de l'ànima, jutge de les conductes, mirada extraordinària, extratemporal, garant de la veritat, que substitueix la figura de l'intel·lectual —constructor d'idees— i es converteix en una institució restituïdora de torts, que deixa de banda les grans causes per interessar-se per les petites polèmiques de cada dia. Una institució que conrea, en fi, una certa mala consciència lligada a les grans prohibicions del tipus del *no dit* (vio-

lacions, incestos, monstruositats, amors contra natura, perversions...). El títol d'un dels grans *reality show* francesos —Mea Culpa— traduïa bé aquesta inclinació.

Aquesta televisió està guiada per un fer «perquisitor» (segons l'expressió de Dominique Mehl),¹¹ que sap jugar amb la por de la ruptura, de l'accident (i al mateix temps sap cultivar la fascinació que exerceixen), en un joc amb els límits del fet (el tabú) i del dir (el secret). Direm que és una televisió que funciona com a discurs *instituidor* en diversos àmbits:

- institueix una realitat entravessada pel *no dit*, una realitat molt sui generis, autoproduïda pel mateix mitjà;
- s'institueix ella mateixa com a persecutora d'una «parla veritable» (que pretenen també els polítics moderns);
- aquesta parla autèntica es pot transformar en parla policíaca, amb la recerca de culpables, i també convertir-se en un discurs inquisidor, que de vegades ha pogut erigir-se com a jutge i censor d'altres mitjans de comunicació.¹²

Amb la trivialitat aparent del succés, més enllà de les possibilitats del directe, de la rehabilitació del sentiment, s'instal·la una parla evanescent que, més que expressar-lo, manipula l'imaginari social i espectacularitza el mal.

5. CONCLUSIÓ

L'atenció mateixa sobre la seguretat revela una obsessió per domesticar la temporització del desordre. El *reality show*, simbòlicament parlant, podria ser una resposta conciliadora a l'ambivalència dels mitjans de comunicació, que es desenvolupa d'acord amb un doble registre: d'una banda, amb un discurs *difòric* (el retorn de categories semiòtiques) pel que fa als temes tractats (desaparicions, assassinats, violacions...), i, d'altra banda, amb un discurs *eufòric* quant a la resolució del conflicte (reconciliacions espectaculars, retrobaments inesperats...). En quina mesura permet la superació del conflicte, o conrea imatges de desordre per negar-lo màgicament?

Una gran part de l'espectacularitat actual de la violència rau, sens dubte, a fer visible la por de la inseguretat, amb totes les seves formes: materials i simbòliques. Per això, es fan aquestes «escenificacions de la catàstrofe», aquest tocar el límit, fregar la mort (encara que sigui metafòrica: com ara el salt amb elàstic com a literalització del salt al gran buit); es tracta d'un joc consistent a *fer-se por*, un joc que revela profundament un *desig de catàstrofe*,¹³ que, mitjançant la seva visibilització, exorcitza la por (por de l'accident, por de la fi) i reintrodueix una dimensió

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

12. Aquesta característica, poc present en els *reality show* espanyols, on predomina una visió eufòrica i, fins i tot, humanitària, és palesa a la televisió francesa, en què un programa com *Mea Culpa* va donar lloc a enfrontaments verbals violents amb els mitjans de comunicació.

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

fatal (l'expressió del destí) en un univers que s'ha tornat massa banal. D'acord amb una l gica sacrificadora, de tipus homeopàtic, el fet d'acceptar el mal en dosis petites preveu contra un dany més gran (la por que *aix * s'acabi); en aquest final de mil·lenni, m s que mai, es mantenen vius els imaginaris del final...

Com escriu Baudrillard, la crisi ha deixat pas a la catàstrofe (a l'anticipació del final), a l'anomia com a expressió social (caldrà dir asocial, al marge del fet polític), a l'anomalia permanent (expressió de la cosa monstruosa, del fet aleatori).¹⁴ La inseguret t  s pertot arreu, però possiblement tant —o m s?— en els imaginaris que en les realitats socials.

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