

**UNIVERSIDAD ANDINA SIMÓN BOLÍVAR**

**SEDE ECUADOR**

**ÁREA DE COMUNICACIÓN**

**MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN**

**REPRESENTACIÓN DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN  
COMO COTIDIANIDAD TECNIFICADA E INCOMUNICACIÓN:**

**ESTUDIO DE “THE BIG BANG THEORY”**

**ALUMNA: NATALY TUFIÑO VILLACÍS**

**AÑO: 2014**



## CLAÚSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN DE TESIS

Yo, Zelma Nataly Tufiño Villacís, autora de la tesis intitulada “Representación de la sociedad de la información como cotidianidad tecnificada e incomunicación: estudio de ‘The Big Bang Theory’” mediante el presente documento dejo constancia de que la obra es de mi exclusiva autoría y producción, que la he elaborado para cumplir con uno de los requisitos previos para la obtención del título de Máster en Comunicación en la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador.

1. Cedo a la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, los derechos exclusivos de reproducción, comunicación pública, distribución y divulgación, durante 36 meses a partir de mi graduación, pudiendo por lo tanto la Universidad, utilizar y usar esta obra por cualquier medio conocido o por conocer, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico. Esta autorización incluye la reproducción total o parcial en los formatos virtual, electrónico, digital, óptico, como usos en red local y en internet.
2. Declaro que en caso de presentarse cualquier reclamación de parte de terceros respecto de los derechos de autor/a de la obra antes referida, yo asumiré toda responsabilidad frente a terceros y a la Universidad.
3. En esta fecha entrego a la Secretaría General, el ejemplar respectivo y sus anexos en formato impreso y digital o electrónico.

Fecha. Marzo de 2014

Firma: .....

**UNIVERSIDAD ANDINA SIMÓN BOLÍVAR SEDE ECUADOR**

**ÁREA DE COMUNICACIÓN**

**MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN**

**TEMA: REPRESENTACIÓN DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN  
COMO COTIDIANIDAD TECNIFICADA E INCOMUNICACIÓN:**

**ESTUDIO DE “THE BIG BANG THEORY”**

**ALUMNA: NATALY TUFÍÑO VILLACÍS**

**TUTOR: MSC. IVÁN RODRIGO**

**QUITO - ECUADOR**

**AÑO: 2014**

## ABSTRACT

Este trabajo de investigación pretende demostrar, a través de un producto televisivo como es *The Big Bang Theory*, que la sociedad contemporánea experimenta la comunicación y otros procesos de forma distinta a los modelos tradicionales, principalmente por la irrupción de la tecnología en la vida cotidiana.

La comunicación, a través de la propuesta de la Escuela de Palo Alto, debe entenderse como un sistema de intercambio no solo de información sino de otros elementos que permiten construir relaciones incluso en la confusión que la caracteriza.

El imperativo de que “lo importante es comunicar” es el hilo conductor de este estudio académico donde los personajes de esta serie de situación, o *sitcom*, a pesar de ser catalogados como seres digitales ensimismados en los aparatos electrónicos, le permiten al espectador reconocer los comportamientos y vínculos actuales.

## **DEDICATORIA**

A mi familia, por ser el motor de mi vida.

## **AGRADECIMIENTOS**

A Dios, por la vida que me ha dado.

A mi mami, por su amor incondicional y por ser la energía positiva de mi hogar.

A mi papi, por enseñarme con su ejemplo el significado de la responsabilidad.

A mi ñaño, porque sé que él es mi mejor amigo.

A Toto y Tony, por llenar de alegría nuestra casa.

A Iván Rodrigo, por su guía oportuna para cumplir con este estudio.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>Introducción</b>	8
<b>Capítulo 1: La sociedad de la información</b>	11
1.1. La experiencia de la ambivalencia es cuando las barreras formales se diluyen	11
1.2. Narcisismo e hipervisibilidad, dos rasgos la sociedad de la información	13
1.3. Sujetos digitales que experimentan la interactividad	18
<b>Capítulo 2: Comunicación en la sociedad de la información</b>	25
2.1 El modelo a seguir	25
2.2. Incomunicación y comunicación confusa	29
2.3. Representaciones en productos mediáticos	33
2.3.1. Aproximación a The Big Bang Theory	36
<b>Capítulo 3: The Big Bang Theory, la comedia de situación 2.0</b>	43
3.1. Reconociendo la sociedad de la información en la cotidianidad tecnificada	47
3.1.1. Vivir entre el look y lo light	47
3.1.2. Convivencia de contrarios	51
3.1.3. Hipervisibilidad tecnológica	54
3.2. ¿Estamos incomunicados?	64
3.3. Funciones y modelos de comunicación	70
<b>Conclusiones</b>	72
<b>Bibliografía</b>	75
<b>Anexos</b>	78

## INTRODUCCIÓN

“Representación de la sociedad de la información como cotidianidad tecnificada e incomunicación: estudio de caso The Big Bang Theory” es un trabajo académico que pretende aportar al entendimiento de la sociedad posmoderna con su reconocimiento en un producto mediático, en tanto los procesos comunicativos que ahí se representan pertenecen a los modelos orquestales, de sistema, que invitan a comprender que la comunicación también es móvil y se adapta al contexto de sus participantes aun cuando éstos sean confusos.

Observar día a día un cambio en los comportamientos sociales, principalmente a partir de la intromisión de las nuevas tecnologías de información en la vida cotidiana, fue el motivo por el cual surgió esta investigación, en el afán de descubrir cómo los medios tradicionales y los productos audiovisuales representan a las personas contemporáneas.

La introducción de lo tecnológico en los intercambios comunicativos ha producido fenómenos sociales y culturales sin precedentes, experimentados sobre todo en Internet, videojuegos y ciencia ficción, que ponen en evidencia la aparente paradoja que experimenta esta sociedad, la del conocimiento, respecto a la incomunicación, donde parecería que la sobrecarga de información, la transparencia, la inmediatez y otros la conducen al exceso y ponen en riesgo los modelos tradicionales.

Se seleccionó a la serie de televisión estadounidense The Big Bang Theory, referente de la hipertelevisión<sup>1</sup>, para indagar en su relato (entendido como el conjunto compuesto por diálogos, imágenes y demás) el modo en que se representa a la sociedad de la información, en tanto sus personajes protagónicos (Sheldon, Rajesh, Howard y Leonard) cumplen las características asociadas a los sujetos 2.0, nativo digitales, que se enfrentan a una mutación más que a un desplazamiento en su manera de expresarse, con el empoderamiento del computador, celular y cualquier aparato tecnológico que aparece en la vida privada. El análisis de esta *sitcom* buscó responder a la pregunta ¿es la representación de la sociedad de la información, como una realidad tecnificada, en el relato de The Big Bang Theory, la que nos permite comprender que dicha sociedad es de la incomunicación?

---

<sup>1</sup> Entendemos por hipertelevisión a la adaptación que este medio tradicional hiciera de las experiencias interactivas promovidas por las redes digitales. A fin de mantener el interés de los espectadores posmodernos, la televisión modificó sus programas principalmente en aspectos como: ritmo, multiplicidad de narraciones, extensión narrativa, intertextualidad y fragmentación de la pantalla.



En ese sentido, el objetivo general fue

- Determinar si la sociedad de la información es una sociedad comunicada.

Y los objetivos específicos se vincularon a:

- Describir las características que definen a la sociedad contemporánea.
- Definir qué elementos, empleados en los personajes, son los que muestran esos rasgos.
- Explicar qué debe entenderse por incomunicación y cómo la viven los personajes.
- Comparar los modos de relacionamiento modernos con los que se muestran en la serie.

Para ello, se estudiaron varios autores que permiten comprender las particularidades de la posmodernidad, en especial, las propuestas de Andrew Darley y Gerard Imbert. El primero sostiene que la desmesura o el exceso (no como lo sobrante sino como lo complementario) deleita en la actualidad porque hay una fascinación por la intertextualidad, la saturación y la máscara. El autor niega la aparente disyuntiva entre forma y contenido o medio y mensaje; sin embargo, señala que el significado y significación, realismo y narración, originalidad y autoría ya no cumplen la misma función de antes porque existe una tendencia a inclinarse más a la redundancia y a la diversión visual que a la profundidad significativa de los modos narrativos clásicos.

El segundo, por su parte, comparte un criterio similar cuando sugiere que la sociedad actual carece de forma o referentes, donde la exposición de la vida privada es una muestra del cambio de paradigma reflejado en un constante juego de contrarios. Esas polaridades, como la de lo público frente a lo privado, son las que dificultan las elecciones para distinguir lo esencial de lo accesorio e impulsan al individuo a perder el sentido de los límites y cultivar el sentido de la vista.

Para entender los modelos de comunicación más vinculados a esta propuesta, así como a la incomunicación siendo parte de estas mutaciones, se escogieron las teorías de Carlos Castilla del Pino, Lucien Sfez y de los autores de la Escuela de Palo Alto porque promueven a la comunicación como un sistema de intercambio no exclusivo de información, sino también, por no decir lo más, de relaciones.

Para aplicar estas teorías se utilizó una metodología de análisis paradigmático en el contenido de 15 episodios, seleccionados entre 96 observados en las primeras cuatro temporadas, donde los componentes como personajes, diálogos, musicalización, vestimenta

y escenarios fueron esenciales para reconocer en la serie la experiencia cotidiana tecnificada<sup>2</sup>. El estudio incluyó las siguientes variables: sociedad de la información (hipervisibilidad, acceso a la información, sobreproducción de información), cotidianidad tecnificada (medios audiovisuales, Internet, videojuegos, ciencia) y sociedad de la incomunicación (relaciones humanas, con objetos e información, narcisismo).

La tesis se divide en 4 capítulos principales. En el primero se desarrolló una reflexión sobre la sociedad informe cuyos rasgos principales se constituyen por la ambivalencia, el narcisismo, la hipervisibilidad y la interacción, característicos de los individuos informados en la informática. En esa sección se pone en contexto al lector sobre las particularidades que experimenta el hombre moderno y el personaje en el que éste se reconoce.

En la segunda parte se describió el proceso comunicativo, donde se definieron los elementos que lo componen (desde los tradicionales como son emisor, mensaje, receptor hasta los más inclusivos como ruido y retroalimentación) a fin de entender al modelo como un sistema. Asimismo, se expusieron los axiomas teorizados por Watzlawick y Jackson para comprender la premisa más importante de que es imposible no comunicar. En ese capítulo, adicionalmente, se hizo una introducción a la serie de televisión con la descripción de sus personajes y las particularidades que los construyen.

El tercero hace referencia al análisis realizado, a través de un criterio hermenéutico, a los episodios seleccionados por su aproximación a los estudios propuestos, lo que nos permitió interpretar las similitudes entre la teoría y el producto en sí. Finalmente, en la cuarta sección se expusieron las conclusiones de este estudio.

---

<sup>2</sup> Denominada así la experiencia diaria del hombre con los aparatos eléctricos y electrónicos y la invasión de éstos en el hogar, desde los electrodomésticos hasta el aparato de televisión el cual cambió el modo de vida y amplió la visión de las personas porque les permitió introducir lo público a su espacio privado. La cotidianidad tecnificada es el vivir día a día rodeado de máquinas, como extensiones del cuerpo humano.

## CAPÍTULO 1

### LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

Atribuir a la sociedad características como ambivalencia, interactividad, hipervisibilidad, espectralidad, transparencia y performatividad hubiese resultado hace un par de décadas inexplicable y más que ello, poco atribuible en tanto son especificaciones que surgen con la intromisión y posicionamiento de nuevas tecnologías en la cotidianidad, afectando los comportamientos y la realidad misma.

Parecería que nos enfrentamos a una sociedad que ha perdido el sentido de los límites, que desconoce los fines y se apeg a los imaginarios. Esta sociedad de la información se asocia a lo informal, la informática y lo informe; de ahí que teóricos como el español Gerard Imbert señale que:

(...) la dimensión imaginaria de lo social es hoy fundamental porque vivimos en una época de crisis de los grandes discursos y relatos, de cuestionamiento de las representaciones de la realidad y de duda identitaria. Lo informe es eso, no sólo la degradación de las formas sociales, sino también la búsqueda de formas nuevas: el intento de construir -o deconstruir- la propia identidad, de relacionarse con el otro, con su propio cuerpo, de replantear el enfoque de objetos complejos -de representación saturada- como el sexo, la violencia, la muerte, de sondear en los abismos sin fondo del horror, para volver a la vida más lúcido y fuerte<sup>3</sup>.

#### **1.1. La experiencia de la ambivalencia es cuando las barreras formales se diluyen**

Reconocemos la informalidad cuando los límites entre saberes superiores y saberes prácticos se han diluido. Esto se refleja en la supresión de las dicotomías pragmáticas como son público-privado, social-íntimo, bueno-malo, cerca-lejos, finalismo-mecanicismo por nombrar algunas, sobre las cuales se sustentaba el ejercicio de poder en la sociedad. Imbert sostiene que la dicotomía disfraza al poder porque expone una simetría falsa que esconde la discriminación existente en cualquier proyecto dualista, donde ninguna proposición podría ser verdadera y falsa a la vez.

---

<sup>3</sup> Imbert, Gerard. *La sociedad informe*. Barcelona: Icaria Editorial, 2010, p.12.

Con la experimentación de la máxima ambivalencia, la *posmodernidad*<sup>4</sup> ha dejado en crisis a la centralidad de los sistemas ideológicos, estéticos, éticos y simbólicos, dando como resultado una sociedad anómica<sup>5</sup>, sin normas, con una estructura social incapaz de proveer lo necesario para lograr las metas de antaño en la sociedad. Así, la “a-normalidad, a-moralidad, o sea visiones al margen de los modelos dominantes (y estructurantes) de la identidad, son cada día más frecuentes en la actuación y en la representación social”<sup>6</sup>.

La ambivalencia es un fenómeno que algunos consideran como el principal rasgo de la posmodernidad, porque el hombre ya no ve contradictorio el vivir la coexistencia de espacios y categorías diferentes. El “ni una cosa ni otra” es compatible con “al mismo tiempo una cosa y otra”. Este estado entre pensamientos o emociones de varias valencias ha colocado al ser humano en un ir y venir de la carencia al exceso y viceversa. En ese sentido, estos cambios de perspectiva indican

(...) una nueva territorialización del sujeto, menos circunscrito a un lugar identitario fijo, inamovible, y más propenso a saltarse los límites a los que tradicionalmente estaban adscritas las grandes categorías simbólicas, en particular las que separan lo público de lo privado. Revelan una mutación dentro de las identidades colectivas, más nómadas y maleables, pero también más vulnerables, más inclinadas a la exploración de territorios nuevos, que pueden ser fuente de inseguridad y eventualmente de angustia, sobre todo en lo que se refiere a objetos complejos o problemáticos, que habían sido objeto de interdicto, pudor o recato.<sup>7</sup>

Tras la experiencia de los límites, la visión dual de alma-cuerpo se reemplaza por hombre-cuerpo, posicionándose así un intercambio permanente entre la forma e imagen con los símbolos (como ocurre con los emoticones<sup>8</sup>), lo público se extiende a lo excluido (sexo, violencia, etc.), se propende al disfraz, se exagera el sentir en sensaciones extremas.

Todas estas características hacen que se manifieste la anhedonia (sensación de vacío) porque parecería que la vida se experimenta a saltos: se puede vivir en la ciudad y tratar de salvar los bosques a la vez; se compra todo aparato tecnológico de moda y se busca igualdad; se actúa como niño al ser adulto o viceversa. En eso reside la ambivalencia, en vivir en los bordes de manera inestable, en fomentar un sujeto *borderline*, en desalojar el *telos* (los fines

---

<sup>4</sup> Entendida como la nueva tendencia cultural que surge a mediados del siglo XX, en la que se promueven las formas por sobre las ideologías.

<sup>5</sup> La anomia hace referencia a la conducta contemporánea en la que predomina la falta de norma de la que deviene un comportamiento social desorganizado.

<sup>6</sup> Imbert, Gerard. *La sociedad informe...* p.28.

<sup>7</sup> Imbert, Gerard. *La sociedad informe...* p.14.

<sup>8</sup> Conjunto de caracteres que representan una cara y expresión humana.

lejanos) y suspender la responsabilidad social, de ahí que surjan dificultades para proyectarse en algo trascendente.

Al aceptarse la convivencia de contrarios y la repetición de los comportamientos sin necesidad de conocer la finalidad de los mismos, da como resultado que el goce se aplique al placer y dolor, a lo bello y lo grotesco, y se promueva lo sensual y la diversión sobre la reflexión. Como consecuencia de esto, está la pérdida de relevancia de ámbitos tradicionales del mundo social como la política y el aumento del interés por lo cultural, con la idea de tribu, compuesta por un grupo de personas que comparten gustos específicos (como es el de los *gamers*, en su pasión por los videojuegos). La ambivalencia hace que exista una falta de cohesión a nivel colectivo.

Experimentamos una mutación, una continuación de prácticas, formas y experiencias en modos distintos a los que estábamos acostumbrados como que el saber venía de lejos, de una lejanía espacial y temporal que otorgaba una autoridad válida. Actualmente, la autoridad es el resultado de la notoriedad derivada de la capacidad performativa del sujeto y de su habilidad para crear una red de influencia donde la realidad del medio suspende las reglas sociales, morales y de distancia.

Este sujeto, que actúa con el poder porque tiene en crisis las grandes dicotomías y coexiste en una carencia de cohesión social, reconstruye la experiencia del Narciso y, opuestamente a la versión original en la que él fue castigado a contemplar su imagen por la eternidad, la vanidad contemporánea se vive como una especie de suerte obtenida gracias a la inclusión de la tecnología en el día a día.

## **1.2. Narcisismo e hipervisibilidad, dos rasgos de la sociedad de la información.**

Con la nueva delimitación del sujeto en un borde, un no lugar (espacio impersonal, anónimo, principalmente otorgado en Internet donde no estamos aquí ni allá), aparece el neo-individualismo o narcisismo, es decir un “yoísmo” donde cada individuo crea y cree ser su propio centro. Tecnologías como celulares, computadoras o videojuegos le permiten al sujeto entrar a un estado de narcosis<sup>9</sup> o entumecimiento, en un sistema cerrado carente de esa capacidad de cuestionarse desde dentro porque vive pendiente del fuera.

---

<sup>9</sup> Entendido como el estado de estupor e inconsciencia en el que puede estar una persona por el uso de narcóticos, entendido en este caso particular no como sustancias químicas sino como aparatos electrónicos que producen el mismo efecto.

Marshall McLuhan dijo que “el hombre enseguida se siente fascinado por cualquier extensión suya en cualquier material diferente de él”<sup>10</sup> y, de hecho, en su ilusión con esta extensión parece no encontrarse a sí mismo. Esto no sólo porque el sentimiento de vacío se desplaza también hacia fuera sino porque la sociedad se enfrenta a una aceleración sin precedentes donde no hay tiempo para ser ese “sí mismo”. Aparece entonces un narcicismo dual hombre-cuerpo donde el sujeto está aislado en su deleite de la sensación, el asombro, lo efímero, la diversión; y seducido por los nuevos aparatos de información y exhibición como los teléfonos celulares y computadoras.

Con la tecnología, en el mundo virtual se fomenta el “ver por el ver” porque el sujeto se vuelve objeto y es una muestra más en la vitrina diaria de Internet, principalmente, como ocurre con algunos de sus máximos exponentes como son Facebook, Instagram, Pinterest, entre otros. Ser hipervisible<sup>11</sup> es salir del anonimato, ser hiperexpresivo<sup>12</sup>, transformarse en personajes casi de ficción, mutar y sobreexponer el espacio interior.

En ese sentido, se descubre a un espectador sensualista<sup>13</sup>, ansioso por interactuar de forma lúdica con el mundo, en la seguridad de su máquina, con su placer electrónico, que ve en la posibilidad de pasar desapercibido algo tan extremo como una de sus peores pesadillas. Según Zygmunt Bauman, quien relaciona la liquidez<sup>14</sup> a lo contemporáneo como una nueva permanencia de lo efímero, “el espectador (...) mediante diversas formas de “telemediación” (equipos estéreo, consolas de juegos, videos y televisores), se divierte en un domesticado (es decir, privado y domado) “retiro del mundo”.

Tras las “pantallas de cristal en las que están confinadas sus vidas”, los extraños y los otros que habitan la “teleciudad” no plantean ninguna amenaza”<sup>15</sup>, de ahí que surja la necesidad de llevar a la mano un dispositivo para compartir, para conectarse con los otros porque no sólo se produce una sensación de presencia en la imagen sino, también, una de libre albedrío.

---

<sup>10</sup> McLuhan, Marshall. *Comprender los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós, 1994, p.61.

<sup>11</sup> Gerard Imbert sostiene que la hipervisibilidad es la “hipertrofia del ver que remite a una mutación profunda en el régimen de visibilidad moderno: omnivisibilidad, transparencia, panóptico, dispositivos para ver todo, cuya cara oculta es la fascinación por lo invisible”. La imagen se vuelve omnipresente.

<sup>12</sup> La hiperexpresividad se considera una patología acentuada por la demanda excesiva de información en la sociedad contemporánea, con la cual el hombre busca expresarse constantemente, en especial mostrar sus emociones.

<sup>13</sup> Aquel televidente que busca el éxtasis de sus sentidos a través de las imágenes que se le exponen.

<sup>14</sup> Teoría del autor que define a la sociedad moderna como global, sin identidad fija, pero móvil, maleable y voluble como los líquidos.

<sup>15</sup> Darley, Andrew. *Cultura visual digital*. Barcelona: Paidós, 2002, p.290.

El tipo de experiencia que nos proponen las tecnologías como espectáculo, desplaza la creación de significado y se apega a la técnica, el estilo, la redundancia. Con la inmediatez del tiempo real, “los hechos son relatados por un yo real, a través de torrentes de palabras que de manera instantánea pueden aparecer en las pantallas de todos los rincones del planeta”<sup>16</sup>. Para Umberto Eco, la redundancia constituye:

(...) la antítesis de la información, en tanto esta última se asocia con las nociones de significado y de contenido de las obras. Sostiene que con la aparición y la evolución de la producción industrial en serie, la redundancia, en tanto función directa del desarrollo y de la extensión de la serialidad en la producción cultural, ha aumentado en proporción inversa a la información<sup>17</sup>.

Es decir que la aparente sobreproducción de información satura y la hiperexpresividad fomenta un síndrome consumista de la rapidez, el exceso y el desecho porque todo puede ocurrir en cualquier momento; sino basta con solo pensar en el funcionamiento de Twitter y su *timeline* cambiante a cada minuto, donde la habilidad multitarea del individuo evoluciona a la par de la tecnología.

Dicho esto, podría resultar que lo nimio supere a lo importante porque el ritmo en que andamos hace más compleja la construcción de historias duraderas, de ahí que Jean Baudrillard apoye la idea de que “lo relevante para comprender correctamente el actual estado de las cosas es la naturaleza o la forma del propio medio (cómo comunica) más que sus contenidos (lo que comunica)”<sup>18</sup>.

Si bien las tecnologías propician el retorno al espectáculo, lo hacen de otra manera. El identificarse con realidades simuladas virtuales predomina sobre la representación. Interacción y simulación son experiencias novedosas que, impregnadas de realismo, dan al sujeto sensaciones de proximidad y de ensoñación continua, donde se “privilegia más la forma en detrimento del contenido, lo efímero y lo superficial en detrimento de la permanencia y la profundidad, y la imagen por la imagen en detrimento de la imagen como referente”<sup>19</sup>, tal como ocurre en el cine 3D, los juegos electrónicos en parques de diversiones o la realidad virtual, donde el hombre se encuentra frente a formas e imágenes cuya primera

---

<sup>16</sup> Sibilia, Paula. *La intimidad como espectáculo*. Fondo de cultura económica, p.83.

<sup>17</sup> Darley, Andrew. *Cultura visual digital*. Barcelona: Paidós, 2002, p.116.

<sup>18</sup> Darley, Andrew. *Cultura visual digital*... p.104.

<sup>19</sup> Darley, Andrew. *Cultura visual digital*... p.132.

intención, sino la única, es embriagar la vista y los sentidos, de ahí que la interactividad y lo lúdico sea una vía de acceso al universo ficcional.

McLuhan creía que los medios generan nuevos patrones sociales que reestructuran las percepciones, de ahí que “la netocracia ocupa los lugares más relevantes en la economía globalizada, desplazando a políticos y burócratas”<sup>20</sup>. Con la irrupción de Internet, muchos de los procesos productivos se volvieron digitales, donde los *geeks*<sup>21</sup>, como representantes del nuevo mundo, son los escribas, emprendedores, creadores y programadores de lo que la sociedad consume y convierte en basura. En ese sentido, nos enfrentamos a la *geekonomía*<sup>22</sup> donde “el poder no lo tiene quien gobierna las instituciones o los países, sino quien domina la relación entre las redes y tiene mayor capacidad para reconfigurar una red dada y adaptarla con flexibilidad a sus intereses”<sup>23</sup>, sin olvidar los comerciales o políticos. De ahí que nombres como Julian Assange o Edward Snowden protagonicen las primeras planas.

Hugo Pardo Kuklinski destaca que una de las mayores virtudes de Internet es el empoderamiento que otorga a las personas, el mismo que permite una coordinación pública descentralizada. Señala que: “La transformación narcisista de la *web* no es una variable lúdica sino una evolución y un componente vital en el cual cada usuario se convierte en un nodo que vive en la Red y transfiere su experiencia (profesional, social o afectiva) a la comunidad”<sup>24</sup>.

Por eso es que los navegantes o espectadores se deleitan en la plenitud de la revelación, se modifican constantemente con el uso de la tecnología y se convencen de que la información validada por ese público anónimo (que adquiere fama en el medio), en oposición al experto o famoso, instituye una aparente democratización del discurso. Democracia que se refleja en la sobreproducción de información como parte de la reproductibilidad técnica.

Esta transición parecería ser el resultado de una carrera hacia la notoriedad en medio de una cultura excesiva donde son las imágenes y formas las que dominan. Existe una tendencia a publicitar lo privado hasta convertirse en exhibicionismo, sino ¿cómo se explicaría la adicción por el cuerpo o el miedo a la grasa?

---

<sup>20</sup> Pardo Kuklinski, Hugo. *Geekonomía*. Barcelona: Edicions de la Universitat de Barcelona, 2010, p.26.

<sup>21</sup> Se denominan así a las personas que representan la era digital; son aptas técnicamente y, a veces, socialmente ineptas. Son también los primeros en adoptar y probar la mayoría de tecnologías.

<sup>22</sup> Término acuñado por Hugo Pardo Kuklinski que representa un juego de palabras entre *geek* y economía, para atribuir a los procesos modernos un sentido digital inherente.

<sup>23</sup> Pardo Kuklinski, Hugo. *Geekonomía...* p.28.

<sup>24</sup> Pardo Kuklinski, Hugo. *Geekonomía...* p.75.



El concepto de espacio privado, entendido principalmente como el hogar donde “el yo se sentía resguardado, donde estaba permitido ser uno mismo”<sup>25</sup>, se mueve de lo íntimo a lo éxtimo, “que consiste en exponer la propia intimidad en las vitrinas globales”<sup>26</sup>, haciendo que se promueva una verdadera evasión de la privacidad y que lo individual sea menos un refugio de la interioridad. Esto debido a la invasión de las máquinas en la casa, como por ejemplo en los dormitorios, donde hasta el acto amoroso puede ser interrumpido (o acompañado) por un televisor encendido o un mensaje de alerta en el celular; así como también un flash de cámara puede capturar y hacer públicos los lugares más reservados como el baño.

Se dice que un cristal es transparente cuando deja pasar la luz libremente o, en su defecto, la debilita de modo imperceptible. El nuevo cristal, de los jóvenes principalmente, son las pantallas de la telerealidad<sup>27</sup> y de la *web*, donde se generan nuevos sentidos de identidad, amistad y poder que se actualizan replegados en el extremo presente. Esas pantallas son el soporte donde se proyectan las imágenes con las que nos identificamos, imágenes propias y del mundo, en un permanente *performance*<sup>28</sup>.

Las imágenes “estimulan y/o atraen la atención sobre sí mismas en tanto imágenes, al mismo tiempo que, de modo concomitante, desvirtúan la representación, entendida en su acepción tradicional, girando, en primera instancia, más en torno a estilos, formas y géneros (previos y coexistentes)”<sup>29</sup>. Por ello, los seres 2.0, digitales, buscan un espacio de proyección más que de representación, “un deslizamiento general del *tener* en *parecer*”<sup>30</sup>.

En un tiempo donde leemos menos, pero escribimos y vemos más; donde el derecho a la expresión de todos parece ser más cierto que falso; y donde el reconocimiento en un medio o producto es más valedero que una representación, como ocurre en varias producciones de televisión o programas de YouTube (por ejemplo, el caso ecuatoriano de Enchufe TV), los medios son los espejos que ya no reproducen de manera fiel a la realidad porque hemos pasado del otro real al otro ficticio.

---

<sup>25</sup> Sibilia, Paula. *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: Fondo de cultura económica, 2008, p.74

<sup>26</sup> Sibilia, Paula. *La intimidad como espectáculo...* p.16

<sup>27</sup> Género televisivo que expone la vida de personas reales y no de personajes ficticios. Existen varios tipos de programas asociados a este tipo de televisión, como son los programas concurso, las cámaras escondidas o los reality shows.

<sup>28</sup> Relacionada a la actuación, la performatividad o el performance, es cualquier acción artística o de juego, vinculada a la estética y la improvisación, que pretende provocar (generar reacción) en quien la mira.

<sup>29</sup> Darley, Andrew. *Cultura visual digital*. Barcelona, Paidós, 2002, p.197.

<sup>30</sup> Sibilia, Paula. *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: Fondo de cultura económica, 2008, p.99.

Parecería que “los espejos se han roto: me veo más en el otro que miro hacia mis adentros, me proyecto más en las imágenes del mundo que en las de mi propia aldea, no hay tiempo para la introspección porque el tiempo que manda es el efímero, de la incesante mutación de todo, tecnologías, saberes y estares”<sup>31</sup>. Dejamos pasar a la luz pública quiénes somos o creemos ser y por eso es que el cuerpo llega a convertirse en un elemento facultativo, en el logo de la marca “este soy yo”, en medio de otros idénticos o al menos parecidos.

No hay duda de que la *web*, aunque también la televisión en sus nuevos formatos, se ha convertido en el espacio líquido por excelencia porque sus usuarios navegan en ella en un espacio sin fin donde prevalece el goce momentáneo, personal, sin conciencia del interés colectivo, dejando la puerta abierta a los imaginarios y la simulación. Estamos en el universo del juego de rol, donde “valoramos nuestra propia vida en función de su capacidad de convertirse, de hecho, en una verdadera película”<sup>32</sup>.

Estas son las características del sujeto posmoderno, narcisista e hipervisible, que por estar pendiente de sí, experimenta en exceso el egoísmo que se alimenta de la aparente admiración percibida de otros hacia él, a través de clics, “me gusta” o comentarios en las redes sociales por ejemplo, y que ha hecho de su imagen un objeto de fácil sobreexposición gracias a la visibilidad que las pantallas le permiten.

### **1.3. Sujetos digitales que experimentan la interactividad**

El exceso de visibilidad se facilita con el acceso a una conexión de Internet permanente, la cual ha creado, según Imbert, un conjunto de aspectos experienciales que para muchos son tan solo mitos modernos: transparencia, cuando ver equivale a entender; cercanía, cuando ver se parece a poseer; información, cuando la cantidad y accesibilidad garantizan una calidad comunicativa. La suma de estos elementos genera una especie de saturación en cuanto a información y emociones (que puede traducirse en insensibilidad), lo que vuelve al sujeto etnocéntrico y al cuerpo narcisista, víctima de la mirada ajena en su búsqueda de exposición continua.

Con la facilidad de las tecnologías para conectar universalmente a sus usuarios, sin las barreras de los límites, parece que el concepto de McLuhan sobre la aldea global se ve materializado. Ideas de transparencia y participación se convierten en elementos de la

---

<sup>31</sup> Imbert, Gerard. *La sociedad informe*. Barcelona: Icaria Editorial, 2010, p.81.

<sup>32</sup> Sibilia, Paula. *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: Fondo de cultura económica, 2008, p.60

experiencia moderna que se reflejan en las comunidades virtuales, de sujetos digitales con intereses comunes. No se encuentra la idea de narración, sino más bien la de interacción. La Red establece un nuevo régimen comunicativo basado en el intercambio o codesarrollo, como en Wikipedia, con el que los usuarios se enriquecen a través de las aportaciones libres y desinteresadas de otros, sin fines de lucro.

Los cambios más importantes que plantea esta estructura digital colaborativa son la descentralización de la información pública y la apropiación y reinención de los productos que se exponen a través de prácticas personales. Estos procesos de intercambio se traducen en interactividad, asociada al diálogo a través de aparatos técnicos como el computador, donde el “como si” es estimulante.

Sin duda, compartir es una acción posmoderna a la que se suma el criterio de pertenencia, en el sentido de intercambiar un sistema de valores más o menos implícito entre un cierto grupo de personas, con el propósito de romper con el sentimiento de soledad, beneficiarse de la espectralidad de lo lejano y, también, fortalecer gustos específicos.

El socializar y recrearse a través de la hipervisibilización en las tecnologías e informática representa el sueño de transparencia total, donde el límite entre el fuera y el dentro desaparecen porque el hecho de que la gente pueda ver lo que se hace, cambia la manera de comportarse. Si bien David Le Breton<sup>33</sup> señala que Internet tiene la función catártica del carnaval, otros como Mark Zuckerberg, propietario y mentalizador de la red social Facebook, consideran que Internet es hoy en día una herramienta para terminar con los juegos del anonimato y la máscara<sup>34</sup>. Plataformas como la suya muestran identidades reales que se validan a través de comentarios y fotos de los amigos/conocidos de una persona. Zuckerberg es radical al señalar que “los tiempos en los que uno daba una imagen distinta a los colegas de trabajo y al resto de la gente están llegando a su fin, y muy rápido. (...) Tener dos identidades demuestra falta de integridad”<sup>35</sup>.

Si la *web* domina los procesos de socialización y, con ella, las interacciones de todo tipo donde todo se exhibe y se multiplican los imaginarios, se produce la idea de experimentar una mayor transparencia en una sociedad más tolerante, con gente que a veces

---

<sup>33</sup> Le Breton, David. *Antropología del cuerpo y modernidad*. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión, 1990.

<sup>34</sup> Kirkpatrick, David. *El efecto Facebook*. Bogotá: Editorial Planeta, 2010.

<sup>35</sup> Kirkpatrick, David. *El efecto Facebook ...* p.237.

hace cosas buenas y a veces malas, que compite entre sí, a través de comentarios sobre comentarios que deconstruyen o posicionan al otro con su des/calificación.

Sobre ello, se plantea una nueva relación con el otro que desplaza el estatus social, laboral o cultural y se cimenta en torno a lo que permite proyectarse más de carácter personal y de manera continua en actividades improductivas. En las relaciones posmodernas<sup>36</sup>, el ocio ocupa una parte importante para su afianzamiento por eso es que las series de televisión (difundidas también en la *web* a través de Netflix, como un caso), el chat, las redes sociales y los videojuegos sean parte de las actividades grupales destacadas que acaparan gran parte del tiempo de cada individuo. Solo en Ecuador, según datos estadísticos del INEC y la Superintendencia de Telecomunicaciones, el 43% de usuarios de Internet navega entre una y dos horas diarias y su uso corresponde a comunicación (incluidas las redes sociales) en un 32,6%, información 31,1%, trabajo 3,4% y educación 29,1%.

No hay duda que las comunicaciones evolucionaron a paso acelerado; del teléfono y fax pasamos al correo electrónico y las redes sociales que cada vez multiplican y aceleran la cantidad de contactos, de ahí que la conexión con el otro revele la función fática (¿Qué más? ¿Qué haces?), “que afecta también a nuestra percepción del espacio, haciendo que lo lejano resulte familiar y viceversa, que lo familiar (incluyendo la familia) sea extraño”<sup>37</sup>.

Una modernidad líquida se expone en esta afectación de las relaciones, cambiándolas por conexiones entre las personas y dando fin así al compromiso; en el “estropeamiento” y revocabilidad de la identidad, incluso sexual; en la integración del ocio en la cotidianidad y en la pérdida de valor del trabajo, otorgándole exclusivamente un valor de uso; y en el crecimiento del sentido de inseguridad que se manifiesta en el progresivo miedo hacia el mundo real, de ahí se explica la multiplicación de redes informales (en especial en Internet) y la huida a otros mundos como los ficcionales.

A través de estas experiencias (que se sofistican cada día más), el sujeto encuentra un alivio instantáneo porque se permite simular, imitar, competir y sentir vértigo sin tener consecuencias reales. Esto ocurre en miles de videojuegos, esas pantallas y programaciones que nos muestran el mundo (y otros mundos más interesantes que el real) en el que cada

---

<sup>36</sup> Caracterizadas por diluir la idea del amor romántico, las relaciones de pareja contemporáneas buscan un complemento a su deseo más que un amor de necesidad. Lo que importa es establecer un nexo de compatibilidad e individualidad. Con las tecnologías se está perdiendo el miedo a la soledad en la ilusión de compañía a través de las máquinas. Además, la saturación de información y la invasión de la privacidad afecta a estas relaciones haciendo que el compromiso se reduzca.

<sup>37</sup> Sibilia, Paula. *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: Fondo de cultura económica, 2008, p.46

jugador puede ser un protagonista, sentir que participa en tiempo inmediato, tener la impresión de estar ahí, respondiendo y siendo respondido.

El sujeto experimenta sensaciones extremas como por ejemplo las del asesinato, en la que se busca la muerte del enemigo y la evasión de la propia, en *World of Warcraft*, *Resident Evil*, *Urban Terror* e innumerables opciones más, sin afectar nunca la integridad física real. Se promueven así las capacidades metamórficas del jugador y sus destrezas especiales que le permiten ejercer “control” físico y mental sobre el juego o la actividad que gestiona, pensando que también, en otras circunstancias como en Facebook, se promueven momentos de activismo.

Estamos en la experiencia ideal de la red social donde un espacio personal se convierte en un espacio de ciberencuentros glocal<sup>38</sup>. Está claro que una de las razones por las que este tipo de relaciones en línea es tan popular es porque permite saltarse el esfuerzo que implican las relaciones reales. Estas características producen un deseo de espectralidad, es decir de querer ausentarse de lo social a través de las distintas mutaciones que imágenes y representaciones virtuales lo permiten, como si las experiencias humanas no fueran suficientes.

¿Será que la era del opinar, consistente con la anomia, promueve el irrespeto o supresión de la familia, la escuela, la persona? ¿Cómo se llega al otro cuando parece que los códigos humanos han muerto? Por una parte, Marc Guillaume muestra que las pasiones son cada vez más imaginarias, en la medida en que evitan el cara a cara y encuentran su realización en la escenificación mediática.

Por otra, David Kirkpatrick coloca al individuo frente a una ventana abierta donde se retoma la cultura del trueque con aportaciones tan útiles como las que se encuentran en el aula o en casa... “lo que quiero compartir, lo puedo compartir con todos. Lo que quiero mantener privado se queda en mi cabeza”<sup>39</sup>.

Si bien el ser humano retiene el poder sobre la tecnología, se produce paulatinamente una pulsión escópica<sup>40</sup> a querer percibirse a sí mismo, en un estadio de espejos<sup>41</sup> vinculado a

---

<sup>38</sup> Palabra compuesta por los términos global y local. En cultura, hace referencia a los procesos de mezcla entre prácticas locales y mundiales. En economía, es cuando una organización está dispuesta y es capaz de “pensar globalmente y actuar localmente”.

<sup>39</sup> Kirkpatrick, David. *El efecto Facebook*. Bogotá: Editorial Planeta, 2010, p.255.

<sup>40</sup> Entendida como el instinto de exhibición que tiene el sujeto frente a la mirada del otro, lo que corrobora que el sujeto es hoy un objeto, una fuente de goce.

lo imaginario. De ahí que se asocie al sujeto posmoderno y virtual un tambaleo entre los límites, con un toque de anomia, locura e incluso perversión, donde las fronteras se difuminan y el cuerpo está listo para acoger a otro.

En la posmodernidad, el no realizarse como sujeto (en cualquier aspecto como el profesional o sentimental) produce una especie de horror existencial en el que se opta por crear identidades “a la carta”, indecisas e indefinidas. Los líquidos no tienen forma y se transforman continuamente porque fluyen y eso es lo que ocurre en la fase actual de la modernidad: no hay modelos predeterminados ni estables, “azar, incertidumbre, indeterminación, son otras tantas figuras vinculadas con la liquidez de las relaciones humanas en la posmodernidad”<sup>42</sup>.

Un hombre que vive en una constante comparación de modelos, ya no sólo de objetos sino también de sujetos, en medio de una tendencia generalizada, y mediatizada, a convertir el dentro en fuera: el fuera del ser, a través del look; el fuera del sentir, con la espectacularización de la intimidad; el fuera de campo, en proyecciones virtuales y espacios *off*<sup>43</sup>, funda su yo a través del cuerpo, nuevo constructor de la identidad y elemento de división. Por ello es que la imagen se crea a través de los medios, productores de la realidad.

Imbert señala cuatro rasgos representativos de la mirada mediática y del juego con las identidades: hipervisibilidad, ilusión de presente, identificación con el otro y tendencia a ir a los extremos; rasgos que empujan al sujeto a ser performativo, actuando en medio de la confusión de planos. Ese es el sujeto digital o virtual que:

(...) al entrar en el programa, abandona su identidad social - se desrealiza - para prestarse al juego televisivo y construirse un “personaje”, adoptar una máscara que tiene su origen y su fin en el medio, al margen de todo proceso social de significación; de ahí su condición espectacular, dentro de una lógica intrínseca al medio, que es la del juego<sup>44</sup>.

Uno no está solo si está con el ordenador o el televisor, con los efectos que producen, con un cuerpo que es y no propio, enganchado fijamente en la pantalla. El juego consiste en

---

<sup>41</sup> Según el psicoanálisis, el estadio de espejo es la capacidad del ser humano de reconocerse a sí mismo en una imagen separada, que es y no a la vez propia. Los reflejos completos del cuerpo, proyectados en el espejo, son primordiales para la construcción del “yo”.

<sup>42</sup> Imbert, Gerard. *La sociedad informe*. Barcelona: Icaria Editorial, 2010, p.162.

<sup>43</sup> Denominados así aquellos espacios que están fuera del margen social, de la norma. En la narración cinematográfica, es el espacio que está fuera del encuadre, no se muestra, pero es muy significativo para la historia.

<sup>44</sup> Imbert, Gerard. *La sociedad informe...* p.170.

meterse en la piel de otro, así sea por un corto momento, y proyectarse en su intimidad aunque sea tan simple como en compartir su espacio o modos de vida, de ahí que se diga que la espectralidad no desaparece al sujeto sino que lo dispersa. Por eso se habla también de “personalidades alterdirigidas y no más introdirigidas, construcciones de sí orientadas hacia la mirada ajena o exteriorizadas, no más introspectivas o intimistas”<sup>45</sup>.

La sociedad de la información requiere descentralización, conectividad y agregación a través de nichos, produciendo de esta manera un desplazamiento de lugar de la identidad hacia términos mediáticos, es decir, espectaculares. Es por esto que surge la monstruosidad como respuesta a la transformación y visibilidad que experimenta la humanidad, no como lo deforme, sino como lo informe, “el paso de lo humano a otra cosa, no del todo definida”<sup>46</sup>. Sobre las identidades, Imbert sostiene que a su inestabilidad,

(...) responde el cariz poroso de las representaciones, la facilidad para transformar mundos, para pasar de uno a otro, la capacidad de crear mundos inéditos, universos fantasmáticos más que fantásticos en el sentido literario de la palabra: no sólo mundos del fuera - nunca vistos -, sino mundos que proceden del dentro, de las proyecciones interiores, vistos desde la mente y el inconsciente<sup>47</sup>.

Existe una condición híbrida en la sociedad actual, donde lo *friki*<sup>48</sup>, como la forma degradada de lo monstruoso, representa el gusto por lo estafalario e insólito, tan común entre jóvenes o nativos digitales que en medio de Xbox y Playstation construyen sus vidas y buscan ser distintos en la mismidad. Las personas posmodernas dan prioridad a las sensaciones, que se traduce en la asistencia a una infantilización de la sociedad, porque si se confunde el ocio con el trabajo o la realidad con la fantasía es porque se adoptan posturas de niños. Su identificación ya no es fija e irreversible, es sustituible porque se vincula a las apariencias, la moda, la demanda sobre la imagen de acuerdo con el contexto en el que se encuentran. ¿Existe un súbito enaltecimiento de lo pequeño y común?

La máquina, donde debemos incluir al televisor, se transforma en el otro del hombre confidente y produce la aparición de nuevas formas narrativas, basadas en la espectacularización y ficcionalización de lo cotidiano, acompañadas por fenómenos de

---

<sup>45</sup> Sibilia, Paula. *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: Fondo de cultura económica, 2008, p.28

<sup>46</sup> Imbert, Gerard. *La sociedad informe*. Barcelona: Icaria Editorial, 2010, p.200.

<sup>47</sup> Imbert, Gerard. *La sociedad informe...* p.143.

<sup>48</sup> Término coloquial que proviene del inglés *freak*, que significa extravagante. Lo friki hace referencia a una persona u objeto inusual; la cultura friki usualmente se vincula a la ciencia ficción, la fantasía, los videojuegos, los cómics, el manga y la animación, entre otros.

hibridación entre géneros, categorías y personalidades; ambigüedad facultada por la tecnoestética que nos permite experimentar entre lo natural y lo artificial.

En un ahora, donde no se puede bajar la guardia, es sustancial exponerse porque sin visibilidad no hay existencia social que valga; a pesar de que ésta dificulte el trabajo de introspección y construcción de la identidad, configurada anteriormente como una responsabilidad reflexiva pero que hoy busca la autonomía del resto, la constante autorrealización en medio de la constante inconclusión debido a la falta de un *telos*.

Estamos viviendo un momento de cambios donde todo lo que creíamos sólido se disuelve en el aire, se enaltece el deseo de ser distinto, los objetos nacen obsoletos y nos seducimos con cada nuevo aparato que se crea. Incluso hay productos audiovisuales mediáticos que muestran estos nuevos comportamientos, como la serie *The Big Bang Theory*, donde, fanáticos y no, se reconocen o al menos reconocen algunos de los rasgos de la posmodernidad, a la que le hemos atribuido manifestaciones como informalidad, narcisismo, hipervisibilidad y ambivalencia; cambios que parecerían colocarnos en una sociedad accidentada y vertiginosa donde resultaría una mala idea el no estar atentos ante lo que ocurre a nuestro alrededor y, más aún, escondernos para ser invisibles.

Transversalmente a estas características, la serie cuestiona la sociedad posmoderna sobre todo en su dimensión comunicativa, es decir, expone una sociedad donde paradójicamente el exceso de información y comunicación lleva a la incomunicación y, además, a causa de la realidad tecnificada que muchas sociedades viven, los individuos terminan “encerrándose” (en su espacio y en sí mismos), en una especie de autismo.

Este análisis, que mezcla los estudios de la cultura y de la comunicación, pretende discutir en *The Big Bang Theory* la paradoja de que un grupo de científicos jóvenes, que establecen una “sociedad cerrada” con sus propias convenciones y formas de comunicarse con el mundo a través de aparatos tecnológicos, experimenten grados de incomunicación.



## CAPÍTULO 2

### COMUNICACIÓN EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

#### 2.1 El modelo a seguir

En el primer capítulo se pusieron en contexto algunos de los cambios culturales y de comportamiento experimentados en la sociedad contemporánea. En esta sección se expondrán los efectos que esa sociedad, caracterizada por lo informe y la saturación de información, experimenta en sus procesos comunicativos. ¿Será que acaso la comunicación se ve afectada por la intromisión de tecnologías de información en la vida cotidiana? ¿Cómo se producen las nuevas interacciones?

La comunicación es una necesidad para los seres humanos, en tanto es parte sustancial para el desarrollo de sus relaciones. En principio, el esquema básico de comunicación se componía de tres elementos: Emisor - Mensaje - Receptor; sin embargo, el intercambio de mensajes resulta más complejo que este modelo de principios matemáticos. Así lo propusieron los representantes de la Escuela de Palo Alto, conocida también como Universidad Invisible, cuyos autores más representativos (Bateson, Jackson y Watzlawick) anclaron una visión multidisciplinaria en la comunicación, otorgándole como esencia la interacción.

En este contexto, son siete al menos los componentes que permiten la comunicación humana. En primer lugar, está el EMISOR que es quien envía el mensaje. Su función es la de codificar<sup>49</sup> y transmitir lo que quiere decir. Eso que se dice es el MENSAJE, compuesto por un conjunto de ideas, sentimientos e información que son recibidos por el RECEPTOR. Él es a quien se destina la comunicación y que, en forma inversa a la del emisor, debe decodificar el mensaje, es decir, descifrarlo e interpretarlo. Este acto comunicativo se ejerce en un CONTEXTO, que no es más que la circunstancia particular en la cual se produce y comprende el mensaje que es enviado a través de un CANAL. Éste representa el medio físico por el que el mensaje circula y que puede ser de tipo personal o masivo, cabe señalar que no todos los canales sirven para cualquier tipo de señal. Asimismo, todos los mensajes, para ser comprendidos, deben formarse por un conjunto de signos que tanto receptor y emisor compartan. A esto conocemos como CÓDIGO, que se compone principalmente por las

---

<sup>49</sup> Organizar un mensaje mediante las reglas de un código para hacerlo comprensible.

categorías de la lengua o el lenguaje. Finalmente, está el REFERENTE, que es lo que se evoca en el mensaje.

De estos conceptos, el más clave para entender la comunicación es el “contexto”. Paul Watzlawick señala que “un segmento aislado de comportamiento es algo que formalmente no se puede definir, es decir, que carece de sentido”<sup>50</sup>, poniendo en evidencia que toda relación o interacción depende del contexto en que se desarrolla. Las características del lugar y la situación en que se encuentran los individuos influye en sus comportamientos, así como en su manera de comunicarse y reaccionar.

Mencionamos el término “reacción” en tanto a estos elementos, y a sus procesos de codificación y decodificación respectivos, hay que añadir dos factores adicionales de los cuales depende la calidad de la comunicación: ruido y retroalimentación o *feedback*. El primero, se relaciona a cualquier alteración que puede experimentar el acto comunicativo y a sus distorsiones. El segundo, es el mensaje de retorno necesario para completar el proceso interactivo y no dejarlo solo como informativo-unidireccional. Para que exista comunicación, el acto no puede reducirse a la transmisión de mensajes o al uso de ciertos canales: debe haber un intercambio.

Cuando la comunicación deja de verse como un flujo lineal, pasa a constituir un proceso circular, un modelo orquestal que “vuelve a ver en la comunicación el fenómeno social que tan bien expresaba el primer sentido de la palabra, tanto en francés como en inglés: la puesta en común, la participación, la comunión”<sup>51</sup>. La circularidad está influenciada por las ideas de la cibernética, de la que proviene el concepto de retroalimentación.

Si bien queda clara la función de los elementos descritos, a ello hay que sumar lo que Raymond Boudon denomina los *a priori* del Emisor y Receptor, es decir aquellas circunstancias de tipo cultural, intelectual o normativo sin las cuales la comprensión del mensaje se dificulta. El sociólogo francés señala que la comunicación supone “la movilización de *a priori* comunes a los interlocutores, y, muy a menudo, esta condición no se realiza. En otros términos, puede haber en ella una proliferación de mensajes y, a la vez,

---

<sup>50</sup> Watzlawick, Paul; Jackson, Don D. *Teoría de la comunicación humana*. Buenos Aires: Tiempo Contemporáneo, 1971.

<sup>51</sup> Winkin, Yves (coord.). *La nueva comunicación*. Barcelona: Kairos, 1982, p.25.

incomunicación, en caso de que tales mensajes circulen entre interlocutores que los perciben a partir de *a priori* diferentes”<sup>52</sup>.

Todo mensaje, incluso el más sencillo, necesita que los *a priori* implícitos sean semejantes entre ambas partes. Cuanto mayor es la distancia entre éstas “puede haber entendimiento sin que exista comunicación”<sup>53</sup>, señala Carlos Castilla, porque el entendimiento sólo exige comprensión de lo comunicado. De ahí que el lenguaje de unos y otros se adecúe, en mayor o menor medida, a los requerimientos de la realidad que se le ofrece.

Según Paul Watzlavick, basándose en el modelo descrito, existen cinco axiomas de la comunicación como manifestación de las relaciones entre las personas:

1. **Es imposible no comunicar.** Esta premisa está basada en el principio de que todo comportamiento comunica, sea verbal o no. Si toda conducta en un proceso de comunicación se valora como mensaje, incluidos los silencios y la kinésica por ejemplo, resulta cierta la imposibilidad de no comunicarse.
2. **Toda comunicación tiene un nivel de contenido y otro de relación, lo que la convierte en una metacomunicación.** Un acto comunicativo implica la transmisión de información y la imposición de conductas. Mediante aspectos usualmente no verbales como la entonación y los movimientos corporales se transmite el cómo queremos que el mensaje se comprenda. Nos referimos a nivel de contenido cuando hablamos de información; y a nivel de relación, al tipo de vínculo que queremos establecer con nuestros interlocutores.
3. **La relación entre los interlocutores está moldeada por la puntuación del desarrollo de la comunicación.** En la interacción, los seres humanos somos reactivos y, en ese sentido, el proceso cíclico causa-efecto-consecuencia se determina de forma subjetiva, dando continuidad al intercambio entre los interlocutores. La premisa resume que justificamos nuestra conducta como respuesta a la conducta del otro; en

---

<sup>52</sup> Ferry, Jean Marc; Wolton, Dominique y otros. *El nuevo espacio público*. Barcelona: Editorial Gedisa, 1995, p.57.

<sup>53</sup> Rizo, Marta. *La vigencia de La incomunicación de Carlos Castilla del Pino, 40 años después. Lecturas y reflexiones sobre la intersubjetividad y la (in)comunicación*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid, 2010, disponible en: <http://bit.ly/1g7NBQN>. Acceso 23 de julio de 2013.

ese sentido, la reacción puede devenir en discrepancias o impases cuando uno de los comunicantes no cuenta con información similar a la del otro.

4. **La comunicación humana tiene la modalidad analógica y la digital.** Como se ha venido mencionando, la comunicación tiene dos planos: lo que se dice y cómo se dice; es un proceso social permanente que integra varios modos de comportamiento. Por una parte, en tanto axioma, entendemos por digital a la estructura de signos arbitrarios, gráficos o verbales, que les permiten a las personas entenderse. Por otra parte, las modalidades analógicas tienen su equivalente en medios no lingüísticos, en expresiones no verbales como los movimientos corporales. Ambas formas se complementan en cada mensaje, puesto que en toda situación se asigna una significación a diversos elementos que no están necesariamente asociados a intercambios verbales.
5. **La comunicación se efectúa de manera simétrica o complementaria.** Esto quiere decir que el proceso comunicativo se puede dar en igualdad o desigualdad de condiciones. En la primera, los participantes tienen capacidades y experiencias similares; en la segunda, la relación se basa en las diferencias, separando los roles de autoridad y subordinación que cada interlocutor adopta<sup>54</sup>.

Estos son los principales axiomas planteados por la Escuela de Palo Alto que, en su complemento (cuando los individuos comparten el mismo código, la comunicación digital está a la par de la analógica, el comunicador tiene su receptor y se entiende a los elementos como un integrado), vuelven efectiva a la comunicación; es decir, ésta sucede cuando

*un individuo no se comunica, sino que toma parte en una comunicación en la que se convierte en un elemento. Puede moverse, producir ruido..., pero no se comunica. En otros términos, no es el autor de la comunicación, sino que participa en ella. La comunicación en tanto que sistema no debe pues concebirse según el modelo elemental de la acción y reacción, por muy complejo que sea su enunciado. En tanto que sistema, hay que comprenderla al nivel de un intercambio<sup>55</sup>.*

De alguna manera, los axiomas nos invitan a comprender que la comunicación no es sólo cuestión de acciones y reacciones; es algo más complejo, y debe pensarse desde un

---

<sup>54</sup> Watzlawick, Paul; Jackson, Don D. *Teoría de la comunicación humana*. Barcelona: Editorial Herder, 1991, p. 49 a 71 (capítulo 2)

<sup>55</sup> Winkin, Yves (coord.). *La nueva comunicación*. Barcelona: Kairos, 1982, p.77.

sistema a partir del precepto de intercambio aún cuando en la práctica existan perturbaciones entre los interlocutores y se generen actos de incomunicación o confusión. Atendiendo a esta idea, se puede decir que la perspectiva interaccional “es algo nuevo... examina los acontecimientos y los problemas en términos de comportamientos entre individuos de un sistema de relaciones sociales... se dirige hacia el “qué” y el “cómo” de la situación (en vez de hacia el por qué o el quién)... le interesa menos el origen o los fines últimos que la situación actual, así como el modo en el que se perpetúa y se podría modificar”<sup>56</sup>.

## **2.2. Incomunicación y comunicación confusa**

Al aceptar la importancia de la comunicación en la sociedad, y con los distintos fenómenos y desarrollos técnicos y tecnológicos experimentados, se ha atribuido a la época actual la caracterización de ser la sociedad de la información como resultado del uso de los medios principalmente. No obstante, para algunos, parecería que las circunstancias modernas en las que se experimentan los actos comunicativos, los modifican, volviéndose confusos.

Se dice que “los medios de comunicación de masas están produciendo una nueva forma de narcisismo generalizado, un retiro del individuo a un mundo privado cada vez más aislado y aislante donde todo es ya visible, un mundo al que tenemos acceso ilimitado mediante nuestras pantallas y mediante las redes a las que están conectadas”<sup>57</sup>. La integración de las sociedades e incluso las economías a nivel global han generado las condiciones y necesidades para dar cabida a una comunicación global, donde la noción de comunicación restringida al ser humano, como ser vivo, se sujeta a otro espacio, el virtual y maquinal de las computadoras, celulares y demás aparatos electrónicos.

En la comunicación global, es el canal el elemento que toma relevancia, sin descartar los otros. Se concede al significante tanta importancia como al significado, de ahí que incluso algunas redes sociales propongan un canal de noticias como componente primordial de lo que son. “Facebook es la mayor de una serie de páginas *web* que han definido las noticias como algo que producen las personas corrientes y son consumidas por sus amigos. Yo creo noticias para vosotros, vosotros creáis noticias para mí”<sup>58</sup>. Con el canal de noticias, hacerse “amigo” de alguien es suscribirse a sus datos.

---

<sup>56</sup> Weakland, J. *Somatique familiale: une marge negligée*. Barcelona: Paidós, 1977, p. 456.

<sup>57</sup> Darley, Andrew. *Cultura visual digital*. Barcelona: Paidós, 2002, p. 113.

<sup>58</sup> Kirkpatrick, David. *El efecto Facebook*. Bogotá: Editorial Planeta Colombiana, 2010, p. 352.

Hoy en día, para algunos sectores de la población mundial, la información es accesible, utilitaria y organizada (en la mayoría de los casos). Se la gestiona en tiempo inmediato y de acuerdo a los intereses particulares de cada navegante, lo que devela que en la realidad, en medio de la oleada de opinión, “uno no dialoga exclusivamente con amigos sino que se involucra en múltiples conversaciones con lazos sociales débiles, con pequeñas comunidades de interés y hasta con desconocidos”<sup>59</sup>, experimentando el consumo *snack* y dejando que la interacción entre las personas, la reciprocidad, se efectúe en base a la mayor atención.

Según Imbert, “vivimos en la opulencia informativa, la proliferación de saberes prácticos y teóricos, la multiplicación de versiones de la realidad (y rumores sobre ella), en especial en Internet, que saturan el espacio comunicativo”<sup>60</sup>. Esto debido a que el orden comunicativo actual es de tipo epidémico, que se refleja en la predominancia de la anécdota sobre un suceso de carácter informativo o histórico.

Se añade la extensión de la esfera del discurso y de la opinión “hasta objetos hasta hace poco sustraídos a la mirada pública y la generalización de un saber profano que erige cualquier ciudadano en experto en todo y generador de opinión”<sup>61</sup>. El discurso se desplaza de los expertos a los anónimos, lo que demanda otra forma de comunicar, inmediata, transparente, a menudo reducida a espectador pasivo del narcisismo de uno, es decir, a publicar o decir algo aún cuando al único que le importe (o el único que lo vea) sea uno mismo, haciendo lo íntimo público y consumiendo lo privado del resto. La opinión no es un saber, porque se trata de un conocimiento general donde todo es válido. Sin embargo, en esta oleada de opiniones varias se extiende la incomunicación, no sólo al acentuar el quinto axioma en el aspecto generacional, por ejemplo, sino también al ver las ideas como cosas y al experimentar el narcisismo como estilo de vida.

Todo lo dicho suscita la ya clásica pregunta de qué es más importante, si el medio o el mensaje, la forma o el contenido. Quizá, “la mejor respuesta sea la de negarse a aceptar esta disyuntiva por considerarla espuria, afirmando, por el contrario, que ambas partes siguen siendo relevantes”<sup>62</sup>.

---

<sup>59</sup> Pardo Kuklinski, Hugo. *Geekonomía*. Barcelona: Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona, 2010, p. 85.

<sup>60</sup> Imbert, Gerard. *La sociedad informe*. Barcelona: Icaria Editorial, 2010, p. 18.

<sup>61</sup> Imbert, Gerard. *La sociedad informe...* p. 18.

<sup>62</sup> Darley, Andrew. *Cultura visual digital*. Barcelona: Paidós, 2002, p. 124.

¿Será acaso que la comunicación en la sociedad de la información experimenta paradójicamente la incomunicación? Eduardo Galeano, en una de sus presentaciones, señalaba que jamás la tecnología de las comunicaciones estuvo perfeccionada; y que, sin embargo, nuestro mundo se parece cada día más a un reino de mudos. De hecho, en la sociedad de la información, la incomunicación es “paradójica” porque, de acuerdo a los postulados de la Escuela de Palo Alto, la pretensión de no comunicar es comunicativa y he ahí que puede llegar a ser confusa para quien está en la interacción en ese ámbito. La paradoja predomina y es “sobre la cual fundamos nuestras acciones: comunicar es a la vez necesario para comprender a los organismos vivos, sus interacciones, y para operar sobre ellos, e imposible porque todo depende de nuestra subjetividad”<sup>63</sup>.

Si la sociedad contemporánea experimenta la convivencia de contrarios, la paradoja es parte de ella porque se suprimen las contradicciones y se permite una satisfacción individualizada, donde la redundancia y el exceso, que son confusión, la facilitan. El hecho de que los 5 axiomas planteados por la Escuela en mención, que facultan a todos los hombres (sin importar siquiera su condición mental) como seres comunicantes, es una muestra de que entre el querer y poder comunicar no hay distancia de ahí que incluso la incomunicación sea comunicable.

Existen dos tipos de incomunicación: prejudicativa y judicativa. La primera es de tipo negativo en tanto inicia con un prejuicio, con una actitud poco favorable ante la aprehensión de la realidad, como es el caso de la gente introvertida que evita una comunicación por miedo al qué dirán o a experimentar una situación poco gratificante. La segunda es de tipo parcial y se produce cuando el sujeto conoce el entorno y se siente forzado a experimentar indiferencia, aún sin quererlo. La incomunicación parece justificarse entre la persona y la realidad.

Para Carlos Castilla<sup>64</sup>, hay distintas condiciones que fomentan la incomunicación, entendida no como la incapacidad o falta para comunicarse sino como un tipo de comunicación distinta donde es la confusión/ paradoja la que predomina y que compone uno de los rasgos característicos de nuestra conducta comunicativa actual en la cotidianidad. Entre las de mayor interés están las siguientes:

---

<sup>63</sup> Lucien, Sfez. *La comunicación...* p.70

<sup>64</sup> Castilla del Pino, Carlos. *La Incomunicación*. Barcelona: Ediciones Península, 1990,

1. **Sobreentendimiento.** Cuántas veces se escucha “tú me entiendes”, conociendo la incomunicabilidad de lo restante en esa frase. Involuntariamente, el receptor se obliga a interpretar aquello que se oculta.
2. **Malentendido.** Es el resultado del sobreentendimiento por la interpretación o especulación que realiza el receptor sobre lo que no se ha dicho; son las proyecciones del receptor sobre las palabras del otro.
3. **Aburrimiento.** Si no hay nada interesante, no hay nada que comunicar. Surge cuando el sujeto no puede interesarse en la realidad o ésta no logra interesar al apreciarse como estática, por lo que se crea una actitud de rechazo.
4. **El fetichismo en la cotidianidad.** Se da por la incomunicación del sujeto con la realidad, porque sólo sabe ser el personaje que representa. Este tipo de homogenización, “proyectada sobre los objetos de la realidad, conduce a la rutina, en la cual se opera siempre con las (distintas) cosas como si fueran siempre las mismas cosas”<sup>65</sup>.
5. **Reificación.** En la nueva cotidianidad se sabe ser máscara más que persona, porque “cada objeto tiene su papel y es cada vez menos el objeto que es”<sup>66</sup>, de ahí que “mientras el lenguaje directo, concreto, sirve para la comunicación entre esos objetos inexistentes que son las imágenes de ellos, para la comunicación con los objetos reales el lenguaje aparece a veces ininteligible, de forma que la comunicación se torna imposible”<sup>67</sup>, en el intento de cosificar las relaciones.
6. **Pudor.** Al ser un fenómeno de la personalidad, lo sentimos cada vez que no queremos develar nuestro modo de ser.
7. **Pérdida de la espontaneidad.** Como somos máscaras o personajes, muchas veces está prohibido “salirse del libreto”, de ahí que se amputen las relaciones íntimas en su instinto de naturalidad.
8. **Ambigüedad y disociación.** Cada hombre es necesariamente ambiguo, y lo es en su expresión, o sea en su hacer. En ese sentido, “conviene que nuestros haceres sean imprecisos, precisamente para que no se sepa a ciencia cierta cómo soy a

---

<sup>65</sup> Castilla del Pino, Carlos. *La Incomunicación...* p.101.

<sup>66</sup> Castilla del Pino, Carlos. *La Incomunicación...* p.106.

<sup>67</sup> Castilla del Pino, Carlos. *La Incomunicación...* p.108.



través de lo que digo y lo que hago”<sup>68</sup>. La ambigüedad no deja claras las posiciones y permite interpretaciones incluso equívocas cuando se dice no lo que se quiere decir, sino lo que se quiere que se diga.

9. **Aislamiento virtual.** Al existir inconsciencia de la incomunicación, el aislamiento no se experimenta como real. Podríamos añadir también que si se está frente a un aparato, y se vive a través de él, uno se aísla del mundo físico experimentado una especie de autismo (aspecto que teóricos como Lucien Sfez atribuyen a la comunicación posmoderna), entendido como un encierro en una casa, en una máquina donde “todos entran en contacto solo con ellos mismos”<sup>69</sup>.

Parecería que estar incomunicados, es decir experimentar una comunicación confusa, al faltar claridad en cualquiera de los elementos comunicativos expuestos o a causa de las condiciones previamente mencionadas, es un estado natural en la sociedad de la información “que actualmente tiende a comprender todo el universo”<sup>70</sup>. Este tipo de comunicación, de las tres clases posibles<sup>71</sup>, se asocia al tautismo<sup>72</sup> porque “no es más que la repetición imperturbable de lo mismo (tautología) en el silencio de un sujeto-muerto, o sordomudo, encerrado en su fortaleza interior (autismo)”<sup>73</sup>.

Sobre la incomunicación, Lair Ribeiro resume que:

(...) es impresionante la cantidad de energía que se pierde diariamente en el mundo debido a errores de comunicación: informes mal escritos, explicaciones mal formuladas, mensajes mal transmitidos, conversaciones mal encauzadas. Y como consecuencia de todo ello: pérdidas económicas, trabajos rechazados, productos inutilizados, esfuerzos desperdiciados, conflictos profesionales y personales, procesos judiciales y hasta guerras<sup>74</sup>.

### 2.3. Representaciones en productos mediáticos

En una sociedad donde parecería casi imposible huir a la comunicación mediática, porque el ruido producido por los equipos en cualquiera de sus expresiones hace falta, nos hemos cuestionado ¿para qué consumimos los medios? En ese sentido, el consumo cultural

---

<sup>68</sup> Castilla del Pino, Carlos. *La Incomunicación...* p.125.

<sup>69</sup> Lucien, Sfez. *La comunicación*. París: Presses Universitaires de France, 1991, p.110.

<sup>70</sup> Lucien, Sfez. *La comunicación*. París: Presses Universitaires de France, 1991, p.137.

<sup>71</sup> Véase Lucien, Sfez. *La comunicación*. París: Presses Universitaires de France, 1991.

<sup>72</sup> Juego de palabras que contrae a los términos autismo y tautología en uno solo.

<sup>73</sup> Lucien, Sfez. *La comunicación...* p.135

<sup>74</sup> Ribeiro, Lair. *La comunicación eficaz*. Barcelona: Ediciones Urano, 1994.

podría responder a varios aspectos, desde los profundos como obtener conocimientos o construir identidades hasta los banales como “desconectarse” de la realidad, separarse de la autoridad (en la familia, los jóvenes o niños respecto a los padres por ejemplo) e incluso contar con temas en común para mejorar las relaciones sociales.

Omar Rincón ve a la comunicación como “un modo de producir sentido social, de afirmar o transformar percepciones y representaciones, de conectar con promesas de futuro y de buscar las formas narrativas del mundo. Así, la acción mediática recrea, renueva, recontextualiza los ritos y las creencias humanas para producir un paisaje simbólico; uno marcado por la indistinción”<sup>75</sup>; es decir, la comunicación es narrativa, industria y contenido cultural. Estamos en la sociedad del espectáculo que consiste en la relación entre una actividad ofertada y alguien que la contempla, donde los reconocimientos mediáticos son los constructores de la realidad de los individuos o colectivos en un contexto histórico determinado. Las construcciones sociales están estructuradas en base a opiniones, creencias, imágenes, conocimientos y otros de carácter subjetivo. Éstas,

(...) conciernen al conocimiento de sentido común que se pone a disposición en la experiencia cotidiana; son programas de percepción, construcciones con status de teoría ingenua, que sirven de guía para la acción e instrumento de lectura de la realidad; sistemas de significaciones que permiten interpretar el curso de los acontecimientos y las relaciones sociales; que expresan la relación que los individuos y los grupos mantienen con el mundo y los otros; que son forjadas en la interacción y el contacto con los discursos que circulan en el espacio público; que están inscritas en el lenguaje y en las prácticas; y que funcionan como un lenguaje en razón de su función simbólica y de los marcos que proporcionan para codificar y categorizar lo compone el universo de la vida.”<sup>76</sup>

Entendiendo que la comunicación es inherente a las interacciones humanas, podemos atribuir dos funciones primordiales a la representación social: identidad y símbolo. La función identitaria se cumple en tanto las representaciones son partícipes en la definición de la identidad de una persona y la especificidad que se puede atribuir a un grupo. Al situarse en un contexto social, permiten al espectador, por ejemplo, gratificarse en la similitud con él, en el poder reconocerse en el consumo cultural. Por su parte, la función icónico-simbólica es la

---

<sup>75</sup> Rincón, Omar. *Narrativas mediáticas*. Barcelona: Gedisa, 2006, p.13.

<sup>76</sup> Jodelet, Denise. *La representación social: fenómeno, concepto y teoría* en Serge Moscovici, *Psicología Social II*. Barcelona: Editorial Paidós, 2000.

que permite que las imágenes o símbolos sean sustitutos de la realidad teatralizada. Para el psicólogo Tomás Ibáñez, las representaciones colectivas,

(...) son producciones mentales que trascienden a los individuos particulares y que forman parte del bagaje cultural de una sociedad. Es en ellas como se forman las representaciones individuales que no son sino su expresión particularizada y adaptada a las características de cada individuo concreto (...)<sup>77</sup>.

En este panorama se considera a la televisión como el mayor exponente de los medios de comunicación tradicionales porque cuenta historias y es el referente de la cultura emocional<sup>78</sup>. Si bien las funciones de ésta han sido cuestionadas, en ese afán por pretender que es un medio educativo, hay que entender a la televisión desde el lugar social del entretenimiento, poseedora de narraciones que documentan “una actitud histérica [siempre andar sobreactuado; siempre en cámara, excitados]; una estética de la repetición [variaciones sobre lo mismo para el goce relajado]; una narración fragmentada [crear ilusiones de continuidad con base en situaciones autónomas]; un estilo cotidiano”<sup>79</sup> de la sociedad contemporánea.

Como señala Rincón, la televisión es una máquina que establece complicidades entre audiencias y productores donde la búsqueda de otros géneros y “tonos narrativos para lo infantil, lo fantástico, lo erótico, lo cultural, lo cotidiano; estos guetos que habían sido abandonados en nombre de «la masa» ahora son el negocio a contar, a ganar, a explotar”<sup>80</sup>. Los televidentes modernos exigen programaciones más diversas, comprometidas con sus gustos por la interactividad y las redes; de nichos o tribus; que cuenten historias; generen comunidades en torno a ellas (no sólo locales sino también globales) y permitan “crear seguidores que conversan sobre su vida alrededor de su influjo”<sup>81</sup>.

Es así que surge la hipertelevisión como una experiencia hipertextual, transmediática, para el espectador en la que éste reconoce la multiplicación de programas narrativos que pretenden simular el tiempo real para mostrarse así como lo que no es: un medio interactivo<sup>82</sup>.

---

<sup>77</sup> Ibáñez, Tomás. *Ideologías de la Vida Cotidiana*. Barcelona: Editorial Sendai, 1988.

<sup>78</sup> Vinculada a la hiperexpresividad, la cultura emocional es aquella donde las personas actúan más apasionadamente siendo más pragmáticas que reflexivas.

<sup>79</sup> Rincón, Omar. *Nuevas narrativas televisivas: relajar, entretener, contar, ciudadanizar, experimentar*. Revista Comunicar N°36, 2011.

<sup>80</sup> Rincón, Omar. *Nuevas narrativas televisivas: relajar, entretener, contar, ciudadanizar, experimentar...*

<sup>81</sup> Rincón, Omar. *Narrativas mediáticas*. Barcelona: Gedisa, 2006, p.193.

<sup>82</sup> Scolari, Carlos. *Hacia la hipertelevisión. Los primeros síntomas de una nueva configuración del dispositivo televisivo*. en Diálogos de la Comunicación, N77, julio-diciembre 2008.

La imagen audiovisual, y más aún cuando la hipervisibilidad es una característica contemporánea, es una representación compleja (frente al arte por ejemplo) con un efecto de realismo profundo que hace del sentido de la vista su mayor aliado, en tanto permite el surgimiento del espectador.

Este formato “es una idea, con un modo de producir, bajo unos criterios de estética y filosofía, en una dramaturgia específica, con un estilo del relato y unos modos de mercadear”<sup>83</sup>. Como productos televisivos podemos enumerar, entre los de mayor aceptación, a noticieros, reality shows, programas concurso y documentales; sin embargo, son las telenovelas y series televisivas (sean de acción, comedia u otro tipo) las que más se muestran como fórmulas de escape para el televidente y sugieren, en algunos casos según Anthony Giddens<sup>84</sup>, modelos para la construcción de la crónica del yo en ese constante encuentro con lo imaginario y en el juego de identificaciones a través de los diálogos o elementos que éstas emplean.

El éxito de estos productos audiovisuales está en que su repetición provee un placer y que la identificación con sus personajes “no es nunca tan masiva y monolítica, sino, por el contrario, extremadamente fluida, ambivalente y permutable en el curso de la proyección del filme, es decir, de su construcción por el espectador”<sup>85</sup>.

### **2.3.1. Aproximación a The Big Bang Theory**

A breves rasgos, y sin pretender generalizar, se puede decir que la telenovela (exponente de la televisión tradicional) se diferencia de los seriados (exponentes de la hipertelevisión) por tres elementos principalmente: actuación, drama y resolución del conflicto. Las actuaciones de los personajes en el primer caso suelen ser más exageradas, estereotipadas y con dicotomías sin matices; tal como sucede con el tono del drama que, para algunos televidentes y críticos, es también excesivo. Sobre la temática, la telenovela resuelve un hecho en varios capítulos mientras que las series los solucionan en cada episodio; sin embargo, su temporalidad es dinámica y está diseñada para captar la atención ininterrumpida de quien la mira. Además, en los seriados, los personajes están ahí sin ser observados y son la

---

<sup>83</sup> Rincón, Omar. *Nuevas narrativas televisivas: relajar, entretener, contar, ciudadanizar, experimentar*. Revista Comunicar N°36, 2011.

<sup>84</sup> Giddens, Anthony. *Modernidad e Identidad del yo*. Barcelona: Península, 1994.

<sup>85</sup> Aumont, Jacques y otros. *Estética del cine*. Barcelona: Paidós, 1985, p.272.

<sup>85</sup> Caldevilla, David. *El sello de Spielberg*. Madrid: Visión Net, 2005, p.234.

edición y el montaje de sus productores los encargados de dirigir la mirada del espectador hacia los gestos, símbolos y diálogos.

Dentro de los géneros de series televisivas destacan las *sitcom*<sup>86</sup> o comedias de situación cuyo origen se vincula a los seriales radiofónicos y al cine de la década de los 20<sup>87</sup>. Las comedias basan sus discursos en el humor, la ironía, lo absurdo; giran en torno a los defectos de las personas para romper con el sentido común. Usualmente exponen a un personaje que es contrario a los otros personajes con los que se desenvuelve. Gustan porque hablan del momento, hacen reír y, aunque son historias ficticias, se convierten en espacios de reconocimiento con la realidad al mostrar exageradamente los vicios, problemas y comportamientos comunes contemporáneos.

Se considera como la primera serie de estas características en la historia cinematográfica a “What happened to Mary?”, de 12 episodios insonoros, estrenada en 1912. Sin embargo, es en la década de los 60 que surge la sitcom moderna en Estados Unidos con “I love Lucy”, expuesta en 1951. Desde ese entonces, son cientos de series las que han atravesado las pantallas tratando de conquistar audiencias en su característica de asemejarse a la cotidianidad, de ahí el éxito de “The Cosby show” (1984), “Married with children” (1987), “Seinfeld” (1990), “Friends” (1994), “Malcolm in the middle” (2000), “How I met your mother” (2005) y “The Big Bang Theory” (2007); esta última, considerada una de las sitcoms contemporáneas que adopta la tecnología y las interacciones humanas como eje discursivo.

En el siguiente capítulo analizaremos esta comedia en el contexto de la sociedad de la información y su experiencia de incomunicación porque sus personajes, con el montaje y narración como complementos, son exponentes de la teoría propuesta por la Escuela de Palo Alto en tanto son seres que aparentan diferir con los procesos de comunicación “normales” pero siempre se comunican “a su modo”; para ello, es necesario conocer este producto audiovisual en sus generalidades. The Big Bang Theory fue creada por los productores Chuck Lorre y Bill Brady y cuenta la historia de 4 jóvenes científicos que, en medio de sus capacidades intelectuales y comportamientos *friki*, viven un constante aprendizaje de socialización con el resto de personas, en especial con su vecina aspirante a actriz.

---

<sup>86</sup> Término anglosajón que surge de la combinación de *situation* y *comedy*.

<sup>87</sup> Padilla, Graciela y Requeijo, Paula. *La sitcom o comedia de situación: orígenes, evolución y nuevas prácticas*. Madrid: Fonseca Journal of Communication, 2010.

Entre los protagonistas tenemos a **Howard Wolowitz** quien es ingeniero espacial y el único que no tiene un doctorado pero sí una gran colección de hebillas para cinturón. Pertenece a la religión judía y, aunque vive con su madre, es el conquistador del grupo con un aire del zorrillo animado Pepe Le Pew. Habla seis idiomas a más del inglés, entre ellos francés, ruso y mandarín; tiene reacción alérgica al maní así como arritmia en el corazón. Es casado con la Dra. Bernardette Rostenkowsi y su mejor amigo (y par opuesto en características) es Raj.

**Rajesh Koothrappali**, por su parte, padece de mutismo selectivo hacia las mujeres con quienes entabla una conversación sólo cuando ha bebido licor, como una muestra de su ansiedad social. Es de origen indio, astrofísico de profesión, metrosexual y, al igual que todo en el grupo, amante de los cómics y superhéroes. Sus padres lo supervisan a través de Skype y su sexualidad es ambigua.

**Penny** es el personaje femenino más relevante. Esta chica, procedente de Nebraska y carente de apellido, trabaja como mesera en “The Cheesecake Factory”; cree en el horóscopo, por lo que una de sus características es ser sagitario y, si bien no conoce mucho de ciencia o se muestra como poco inteligente, tiene facilidad para socializar y poner los “pies en la tierra” del grupo; simula ser vegetariana y es conocedora de la vida (ha tenido muchos novios, disfruta de las fiestas y la cultura pop). A pesar de ser distinta a sus amigos *geeks*, ella ha demostrado a lo largo de la serie tener cualidades para los videojuegos como “Halo” y es también coleccionista de juguetes “Hello Kitty”. Mantiene una relación amorosa intermitente con Leonard y una amistad confidente hacia Sheldon, ambos son sus vecinos.

**Leonard Hofstadter** es físico en el California Institute of Technology (sitio donde están empleados los 4 amigos) y proviene de una familia de científicos donde destaca su madre, la Dra. Beverly Hofstadter, psiquiatra - neurocientista que tiene rasgos muy similares a los de Sheldon, el *roommate* de Leonard. Se dice que tiene un coeficiente intelectual (CI) de 173 y es el más “normal” de este grupo de nerds, cuyas prácticas suele rechazar o negar en su intento por encajar en la sociedad, en especial cuando se trata de conquistar a Penny y Priya, las novias más importantes en su vida. El nombre de este personaje nace de la combinación entre el nombre del productor Sheldon Leonard y el estadounidense, Premio Nobel de Física, Robert Hofstadter.

Finalmente, aparece **Sheldon Cooper** que es el genio del grupo y elemento principal de este análisis. Posee dos doctorados y una maestría en física. Es una persona narcisista que

presume su IC de 187 y memoria eidética<sup>88</sup> que, en conjunto al supuesto padecimiento del síndrome de Asperger<sup>89</sup>, justifican sus compulsiones, hipocondrías, intolerancias, rutinas e indiferencias por los demás. No tiene la capacidad para reconocer el sarcasmo, la ironía o el humor pero es propietario del término “Bazinga!” que lo emplea cuando quiere bromear. Es un personaje esquizoide de la realidad porque tiene pocas habilidades para socializar y comunicarse con los demás, se aburre fácilmente, opina diferente y malinterpreta los mensajes que recibe. A pesar de ser alguien extremadamente inteligente, no deja de mostrar actitudes infantiles. Es asexual, excéntrico y fan absoluto de Spock, la estrella protagónica de la serie “Star Trek”. Su nombre se debe al Premio Nobel de Física, Sheldon Lee Gashow (quien paradójicamente era escéptico sobre la teoría de cuerdas que es el estudio permanente del personaje en la serie); y su apellido, a Leon N. Cooper, otro ganador del Nobel por las contribuciones realizadas a la teoría BCS de la superconductividad.

Estos son los 5 personajes que nos cuentan su historia cotidiana entre ficción, fantasía, cómics y colecciones, donde la ciencia (que incluye el desarrollo tecnológico) interfiere en la vida personal. Sin embargo, no podemos dejar de nombrar a personajes complementarios como Bernardette Rostenkowski, doctora en microbiología, compañera de Penny en el trabajo y esposa de Howard; la neurobióloga Amy Farrah Fowler, quien fue encontrada por Howard y Raj en un sitio de citas por Internet para ser pareja de Sheldon y que es admiradora de Penny; y Stuart Bloom, quien atiende el Centro de Cómics en Pasadena, ciudad donde se desarrolla la historia, y suele ser el reemplazante de los puestos que ocupan los protagonistas cuando hay fricción entre ellos.

The Big Bang Theory (TBBT) alcanzó en 2013 su sexta temporada y una audiencia de casi 19 millones de espectadores en Estados Unidos en la emisión del primer capítulo de ese año, con un rating de 5.8<sup>90</sup>. Al ser un programa para televisión por cable (en América Latina se transmite por Warner Channel) su contenido responde a audiencias globales, donde se privilegia el diálogo por sobre los lugares; de ahí que la mayoría de episodios se desarrollan en la sala de estar del departamento de Sheldon y Leonard<sup>91</sup>.

---

<sup>88</sup> Capacidad de recordar con un nivel de detalle exacto.

<sup>89</sup> Son condiciones mentales y conductuales de carácter autista. Las personas afectadas con este trastorno muestran dificultades en la interacción social y en la comunicación.

<sup>90</sup> TV Line, *Ratings: Big Bang Returns Bigger Than Ever, Crazy Ones Opens Strong, Glee and Grey's Drop*. Disponible en <http://bit.ly/198rOTy>, acceso el 28 de septiembre de 2013.

<sup>91</sup> A behind the scenes look into geek chic, The Big Bang Theory, temporada 1, 2007.

Existen elementos culturales clave en las narraciones de la serie, entre los que destaca “Star Trek”, que surge en los años 60 y es considerado el primer producto audiovisual con efectos especiales elaborados en computador. Esta franquicia ha generado un fenómeno de culto, plasmado en TBBT desde los disfraces que utilizan los personajes hasta su adaptación/mutación en juegos tradicionales como “piedra, papel o tijera” que para Sheldon, Leonard, Raj y Howard es “piedra, papel, tijera, lagarto, Spock”, en el cual la tijera corta papel; papel cubre roca; roca aplasta tijera; roca aplasta lagarto; Spock rompe tijera; tijera decapita lagarto; lagarto se come papel; papel desaprueba a Spock; Spock vaporiza piedra y lagarto envenena a Spock como vemos en el siguiente gráfico:

Gráfico 1: Piedra, papel, tijera, lagarto, Spock



Fuente: [mundogeek.net](http://mundogeek.net)

Como éste, los chicos de Pasadena han acoplado a ellos otros juegos tradicionales como Monopolio o Boggle en estilo Klingon (idioma de una raza humanoide en Star Trek) y el ajedrez en su versión tridimensional. Entre otros entretenimientos de mesa que son recurrentes están Talismán, Dungeons & Dragons, Jenga DK (reconocidos todos para *geeks*) y el juego de cartas The Mystic Warlords of Ka'a (presentado al mundo real en el ComicCon de 2011). Adicionalmente, y asumiendo que lo monstruoso, la espectralidad y performatividad son parte de la sociedad de la información, en la serie existen constantes menciones a “Star Wars, Battlestar Galactica”, “El Señor de los Anillos”, “Harry Potter” y los superhéroes Flash, Superman, Spock,Linterna Verde y Batman.

Para concluir esta descripción de The Big Bang Theory y comprender el contexto para el posterior análisis, resulta interesante prestar atención al tema musical introductorio de la serie “The History of Everything”, creado por la banda Barenaked Ladies. Esta canción, que



dura 1 minuto y 45 segundos, invita al espectador-oyente a poner al hombre en medio de un conjunto de cosas y acontecimientos, superados con los conocimientos y herramientas creados por él en un afán de ser cada vez más y sobresalir, desconociendo en ocasiones el pasado que para algunos empieza con la gran explosión.

Cuadro 1: Primera estrofa de “The history of everything” en idioma original (inglés) y su traducción

Inglés	Español
<p>Our whole universe was in a hot dense state,  Then nearly fourteen billion years ago expansion started, wait...  The Earth began to cool,  The autotrophs began to drool,  Neanderthals developed tools,  We built a wall (we built the pyramids),  Math, science, history, unravelling the mysteries,  That all started with the big bang!</p>	<p>Nuestro universo entero estaba en un estado caliente denso,  Entonces hace casi catorce mil millones de años la expansión comenzó, espera...  La Tierra comenzó a enfriarse,  El autótrofos comenzó a babear,  Neandertales desarrollaron instrumentos,  Construimos una pared  (construimos las pirámides),  Matemáticas, ciencia, historia, desenredando los misterios,  Todo esto comenzó con la gran explosión</p>

Fuente: The Big Bang Theory y traducción personal

El videoclip que acompaña a la estrofa muestra un recorrido por las técnicas y tecnologías emprendidas por el hombre, desde la rueda y la palanca hasta la electricidad, el computador y el teléfono celular.

La serie The Big Bang Theory refleja la mirada social sobre las personas que estudian mucho, científicos que están locos por la física y la tecnología, pero que tienen deficiencias y

dificultades de sociabilización. No obstante, lo que para el “mundo” es incomunicación, se convierte en comunicación entre ellos, quizás incluso como intuición, haciendo que con ese hecho se produzca comedia en la serie. Es así que el estereotipo tradicional del “nerd” da paso al *geek*, es decir a un intelectual que a pesar de ser algo retraído en sus relaciones sociales, no es tonto y atrae.

En TBBT abundan diálogos e imágenes relacionados con telefonía celular, series de televisión y películas, lo que enmarca a la serie en la cultura de masas, con principios básicos como el consumo de comida rápida o tecnología. La muestra de teorías auténticas, simplificadas para la interpretación de los distintos niveles intelectuales del espectador, corroboran el humor de esta sitcom, basado en el enfrentar a *geeks* a situaciones cotidianas y al espectador a exposiciones intelectuales a manera de un juego paradójico en el que el personaje quisiera ser como el hombre “real” (que lo ve) y viceversa.

## CAPÍTULO 3

### THE BIG BANG THEORY, LA COMEDIA DE SITUACIÓN 2.0

Se dice que “cuando han desaparecido los discursos -míticos, religiosos, artísticos, filosóficos, axiológicos, lo que se quiera- a partir de los cuales el sujeto elaborara, más o menos dificultosamente, su relación con lo real, la soledad y el silencio se viven como intolerables: en los hogares se multiplican los televisores y las radios”<sup>92</sup>. Queda claro que en la experiencia cotidiana nada, ni siquiera la familia, los amigos o el trabajo, ocupa un lugar tan importante delante de los ojos como las pantallas (de televisión y ahora con un acelerado crecimiento del computador).

Abordaremos el análisis de la sitcom *The Big Bang Theory* (TBBT) a partir de una muestra de 15 episodios (de 96 observados en 4 temporadas), donde se exponen con mayor énfasis los indicadores planteados en esta tesis (entre paréntesis en la siguiente numeración) de acuerdo a las variables de estudio: sociedad de la información (hipervisibilidad, exceso de información), cotidianidad tecnificada (medios audiovisuales, Internet, videojuegos, ciencia) y sociedad de la incomunicación (relaciones humanas, con objetos e información, narcisismo). A continuación se enlistan los capítulos escogidos con un resumen de cada historia:

#### **1. The Loobenfeld decay** (episodio 10, temporada 1)

Leonard está interesado en Penny pero no quiere ir a su presentación de canto porque considera que ella canta mal. Para evitar que vaya, Sheldon lo ayuda inventando una historia ficticia sobre un primo drogadicto.

#### **2. The barbarian sublimation** (episodio 3, temporada 2)

En un mal día, Penny descubre los placeres que otorga la vida virtual frente a la real convirtiéndose en la Reina Penélope.

#### **3. The Griffin equivalency** (episodio 4, temporada 2)

Por sus investigaciones, Raj es elegido para aparecer en la revista *People* como una de las personas menores de 30 años que el mundo debe conocer.

#### **4. The Bath Item Gift Hypothesis** (episodio 11, temporada 2)

---

<sup>92</sup> González Requena, Jesús. *El discurso televisivo*. Madrid: Ediciones Cátedra, 1992, p.159.

En festividades navideñas, Sheldon se muestra reacio al intercambio de regalos y Penny lo sorprende con uno invaluable.

**5. The Bozeman Reaction** (episodio 13, temporada 3)

Tras el robo de su departamento, Leonard y Sheldon diseñarán un nuevo sistema de seguridad con la ayuda de Raj y Howard que les traerá más de un problema.

**6. The Lunar Excitation** (episodio 23, temporada 3)

Por haber salido con Leonard, Penny encuentra a sus nuevos pretendientes como tontos. Howard y Rajesh buscan una pareja a Sheldon en páginas *web* de citas y encuentran a Amy.

**7. The Robotic Manipulation** (episodio 1, temporada 4)

Howard sustrae un brazo robótico para que le ayude en sus necesidades. Penny acompaña a Sheldon en su primera cita con Amy.

**8. The Cruciferous Vegetable Amplification** (episodio 2, temporada 4)

Sheldon teme no llegar a la edad en que pueda transferir su conocimiento a un robot, por lo que toma medidas extremas para poder vivir más tiempo.

**9. The Thespian Catalyst** (episodio 14, temporada 4)

Sheldon descubre en Twitter que no es bueno como profesor y le pide ayuda a Penny para actuar con sus estudiantes.

**10. The Zarnecki Incursion** (episodio 19, temporada 4)

La cuenta de Sheldon en el videojuego War of Warcraft es *hackeada* y todos sus amigos tratarán de tomar venganza con el abusador.

**11. The Justice League Recombination** (episodio 11, temporada 4)

Es fin de año y el grupo de amigos quiere ganar el concurso de disfraces en la tienda de comics. Junto a Zack y Penny serán la Liga de la Justicia.

**12. The pancake batter anomaly** (episodio 11, temporada 1)

Sheldon se resfría y queda bajo los cuidados de Penny.

**13. The White Asparagus Triangulation** (episodio 9, temporada 2)

Sheldon es feliz con la relación de Leonard y Stephanie, porque al ser ella doctora puede ayudarlo a mantener una buena salud.

**14. The Vegas Renormalization** (episodio 21, temporada 2)

Sheldon no logra entender las relaciones de amigos con beneficios, mientras Howard rompe su relación con Leslie a través de redes sociales.

**15. The electric can opener fluctuation** (episodio 1, temporada 3)

Al descubrir que Leonard, Raj y Howard forzaron los resultados de la investigación realizada en el ártico, Sheldon regresa a casa de su madre en Texas humillado.

La televisión es un medio a través del cual se cuentan historias del mundo con las vivencias de sus múltiples personajes, que se empatan y asemejan a los acontecimientos que le afectan al televidente-lector en tanto no existe cultura o sociedad humana sin relato. Los medios y series como ésta son sólo un imaginario donde el espectador puede reconocerse “ni propiamente real, ni exactamente ficticio, pero, en cualquier caso, densamente espectacular”<sup>93</sup>.

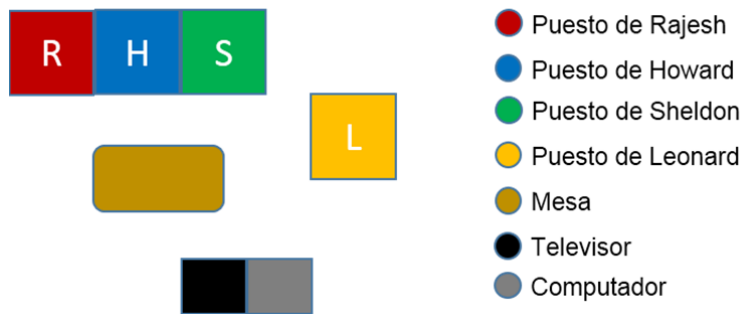
El televisor ha roto los ámbitos sociales comunicativos circulares y centrípetos, ejemplificados en la sala de estar tradicional, para dar paso a una relación lateralizada, centrífuga de la palabra, la conversación, donde el centro se ha desplazado a un aparato, o más bien, éste ha invadido los espacios sociales convirtiendo a sus actores en el centro de información.

Este esquema se visualiza claramente en TBBT donde la sala de estar, que hace a la vez de comedor, distribuye los elementos de tal manera que sean tanto televisor y computador los ejes de atención. La siguiente gráfica expone la estructura de la sala de estar en la serie, con la ubicación de los objetos y personas como un sistema reiterativo:

---

<sup>93</sup> González Requena, Jesús. *El discurso televisivo*. Madrid: Ediciones Cátedra, 1992.

Gráfico 2: Esquema de la sala de estar en TBBT



Fuente: Nataly Tufiño

Esta estructura en TBBT ratifica la preferencia moderna por el ocio, como parte de la cotidianidad tecnificada, donde la imagen y la música son los objetos a los que se atiende en casa. Al ubicarse en frente, tanto la televisión como el computador, se entiende que los chicos de la serie, como el televidente que los mira, gozan de lo que no pueden acceder o ser, sintiéndose gustosos de que parezca que sí. Además, esta posición repetitiva refuerza el vínculo con el medio que le ofrece la vivencia del espectáculo en la vida diaria.

Desacralizar el espectáculo a través de la exhibición mediática, lo vuelve multiforme y permanente, promoviendo nuevos comportamientos en las relaciones sociales. Sabemos que las personas se vinculan a otras a través de interacciones y, habitualmente, por medio de conductas rituales.

Desde la perspectiva de Erving Goffman, “más que de un suceso extraordinario, el ritual es parte constitutiva de la vida diaria del ser humano, por lo que se puede decir que la urdimbre de la vida cotidiana está conformada por ritualizaciones que ordenan nuestros actos y gestos corporales”<sup>94</sup>.

El sociólogo relacionó al rito interpersonal con los encuentros e interacciones cara a cara, donde quedan expresadas las reglas de etiqueta social y los atributos de las personas. Al interior de un grupo, como es la familia, se experimentan varios ritos principalmente en torno al ocio y, dentro de éste, respecto al televisor. La actividad conjunta de ver televisión

<sup>94</sup> Rizo, Marta. *El interaccionismo simbólico y la Escuela de Palo Alto*. Portal de la Comunicación, disponible en: <http://www.portalcomunicacio.com/download/17.pdf>

demuestra en muchas ocasiones el tipo de relaciones sociales, determinando quién es el líder o autoridad, porque será esa figura la que maneje el control remoto y disponga lo que es mejor para todos.

En *The Big Bang Theory* esta experiencia se reconoce en Sheldon Cooper quien con un poder hegemónico y de consenso, como lo llamaría Teun Van Dijk<sup>95</sup>, es quien organiza las relaciones y actividades del grupo. Así, el lunes está reservado para comida thai y jugar Nintendo Wii; el martes, visitan el Cheesecake Factory para comer hamburguesas; el miércoles, juegan Halo o visitan la tienda de cómics; el jueves, ordenan pizza y el tercero de cada mes, pueden hacer cualquier cosa; el viernes, piden comida china en restaurante o a domicilio y practican videojuegos clásicos; el sábado, ven Dr. Who y lavan la ropa; el domingo, realizan actividades al aire libre como volar cometas o jugar *paintball*.

En la sociedad de la incomunicación, este cronograma preestablecido le da seguridad al personaje frente a la irreverencia del mundo. Su control, como parte de su relación con otros sujetos, objetos e información, ratifican su narcisismo y además su comportamiento infantil, malcriado si se quiere, donde debe cumplirse lo propuesto para estar tranquilo.

### **3.1. Reconociendo a la sociedad de la información**

#### **3.1.1. Vivir entre el *look*<sup>96</sup> y lo *light*<sup>97</sup>**

La hipertrofia del ver modifica la relación del espectador hacia el espectáculo; de ahí que la apariencia, conocida comúnmente como *look*, sea relevante en cualquier show, desde uno en vivo donde el cantante si se ve bien (en peinado, maquillaje, vestimenta) solapa una mediocre interpretación, hasta un producto audiovisual donde sus personajes se muestran con cuerpos asépticos, neutrales, pulcros, “tan ejemplares que sólo pueden existir como imágenes”<sup>98</sup>.

En la sitcom, características como la informalidad, el disfraz y el culto al cuerpo se muestran como estilo de vida, asociado a la visibilidad e individualismo que cada uno busca a su modo. Ya desde la antigua Grecia, las máscaras permitían a las personas dejar de ser ellas mismas así sea por un momento. Hoy en día, si bien esta práctica también se extiende al

---

<sup>95</sup> Van Dijk, Teun. *El discurso como interacción social*. Barcelona: Editorial Gedisa, 2001.

<sup>96</sup> Relacionado al aspecto físico/ apariencia de la persona, se puede entender en este caso también como el querer aparentar, es decir, mostrar algo que no se es o no se posee.

<sup>97</sup> Relacionado al tema alimenticio, se vincula a la comida saludable, con menos calorías. Sin embargo, lo light puede entenderse además como lo vacío.

<sup>98</sup> González Requena, Jesús. *El discurso televisivo*. Madrid: Ediciones Cátedra, 1992, p.134.

mundo virtual, aún se aplica en fiestas y reuniones sociales de adultos. El disfraz se muestra como una trampa no para quien lo ve sino para quien lo viste, en tanto está ahí para ofrecer una referencia de nosotros al otro, aunque sepamos que no es del todo cierta.

En “The Gothowitz Deviation” (temporada 3), Raj y Howard transforman su apariencia a góticos, con tatuajes falsos, maquillaje y vestimenta oscura, en su afán de conquistar chicas de esa tribu urbana; sin embargo, aunque el plan parecía en principio ser exitoso, falla cuando se descubre lo que realmente son: dos *geeks* temerosos de las agujas.

Ir de la carencia al exceso, como una prueba más de la infantilización social, es un hobby recurrente en la actualidad, por la necesidad de entregarse a los caprichos del placer sin remordimientos. Los chicos de TBBT entienden que disfrazarse es un modo de alterar la realidad, es una idea que los apasiona y se ratifica en varios episodios como “The middle earth paradigm” (temporada 1), “The codpiece topology” (temporada 2) y “The Justice League Recombination” (temporada 4).

En estas circunstancias, aunque los personajes experimentan sus identidades asumidas como propias, saben que sólo es una actuación, como ocurre claramente en el tercer caso cuando Raj (Aquaman), Penny (Mujer Maravilla), Sheldon (Flash), Howard (Batman), Leonard (Linterna Verde) y Zack (Superman) después de haber ganado un concurso, ven un asalto en la calle y, aunque dicen ser “La Liga de la Justicia”, optan por no intervenir, evitar el ataque y salir corriendo. Tras la algarabía se esconde la necesidad de huir de la insatisfacción.

Imagen 1: Escena en la tienda de cómics, cuando esperan los resultados del ganador.



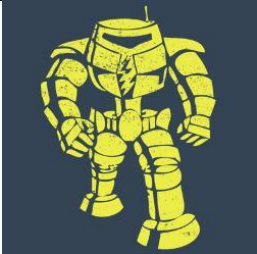

Fuente: The Big Bang Theory, The Justice League Recombination



Si bien los cuatro *geeks* son personas estudiadas, con PhD incluido, son seres que superan la barrera de los límites y rompen con la vestimenta usual de un doctor de investigación, antes caracterizado por traje elegante y lucir intelectual. Frecuentemente, Leonard utiliza ropa deportiva: zapatos, camisetas y chompas con capucha. Howard combina pantalones y camisas muy coloridos que contrastan entre sí y terminan dando el toque personal a su estilo con múltiples hebillas que hacen alusión a personajes de videojuegos (Pacman o Mario bros) y películas (Batman, Flash, El planeta de los simios). Rajesh, por su parte, expone lo *kitsch*<sup>99</sup> con su intento de fusionar las culturas; al ser indio conserva la mixtura de telas y diseños adaptados a las prendas estadounidenses.

Finalmente, los atuendos de Sheldon (camisetas, buzos y pantalones cuadriculados en su mayoría) a más de mostrar la falta de elegancia tradicional, son de alta exposición en tanto el centenar de camisetas que visten al personaje (ver anexo) cuentan su propia historia, vinculada a la historia posmoderna de cómics, ciencia, evolución tecnológica y del vacío existente entre la niñez y la etapa adulta. Para ejemplo, se exponen 6 prendas en la siguiente tabla:


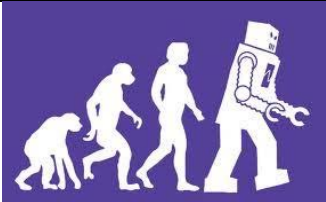
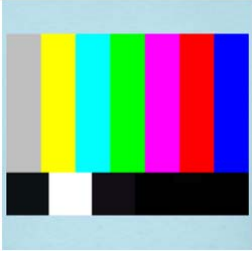
Tabla 2: Muestra de camisetas vestidas por Sheldon Cooper

Camiseta	Diseño	Camiseta	Diseño
Manbot (Hombrebot) <sup>100</sup>		Melting Rubik's Cube (Cubo de Rubik derretido) <sup>101</sup>	

<sup>99</sup> Término empleado en imitaciones estilísticas de mal gusto.

<sup>100</sup> El robot es la meta del hombre en su aspiración de ser perfecto. En ese sentido, el “hombrebot” representa la fusión entre humano y máquina que le permite alcanzar el estado superior de la evolución.

<sup>101</sup> Antiguamente, el cubo Rubik fue considerado como una muestra de intelecto y estrategia. Un ejemplar derretándose significa que si bien vivimos el ocaso de las metas de antaño, aún son necesarias porque no han desaparecido por completo.

<p>TV test pattern (Patrón de prueba de televisor)<sup>102</sup></p>		<p>Robot evolution (Evolución del robot)<sup>103</sup></p>	
<p>TV test pattern 2 (Patrón de prueba de televisor)<sup>104</sup></p>		<p>Antique radio (Radio antiguo)<sup>105</sup></p>	 <p>Click to Enlarge</p>

Fuente: Nataly Tufiño

En estos ejemplos, las camisetas reiteran ser otra boca de los personajes. Son la prenda que visten niños, adolescentes y adultos, sin diferenciación de edad, por la ambivalencia que se experimenta en la sociedad de la información. Además, son un elemento donde se vive la contradicción: la ciencia frente a la moda o la ciencia frente a la fantasía.

Sin duda, son Raj y Sheldon quienes más cuidado tienen respecto a su figura; el primero, asociado a la metrosexualidad y el segundo, a la salud. Esto responde a que en la representación actual, dos cuerpos se enfrentan: el cuerpo glorioso (liso, signo de bienestar) y el cuerpo herido.

Muchas de las líneas en el discurso del indio están vinculadas a la buena alimentación porque es él quien busca comida baja en grasa, se ejercita con pilates y está pendiente de su

<sup>102</sup> El televisor es un exponente del avance tecnológico. El uso de esta camiseta representa la nostalgia por esos principios técnicos.

<sup>103</sup> Convencido Sheldon de que la meta final del hombre es ser un robot, este diseño muestra los distintos procesos del hombre en su evolución.

<sup>104</sup> Imagen típica de los sistemas VHS. Es el suspenso o estado de ansiedad por conocer lo que ocurrirá.

<sup>105</sup> Representa la nostalgia por los primeros aparatos de comunicación.

apariciencia: “*A minute on the lips, a lifetime on the hips*”<sup>106</sup> (“Un minuto en la boca, una vida en las caderas”) dice el personaje sin el menor complejo y orgulloso de su estado. Por su parte, no sólo palabras (incluso fuera de contexto) sino también gestos son los que definen a Sheldon como un higienista<sup>107</sup>, como un ser digital que podría experimentar incluso el sexo virtual a fin de evitar enfermedades con el contacto cuerpo a cuerpo: “¿Qué significa eso de tener amigos con derechos? ¿Acaso él le provee a ella de un seguro de salud?”<sup>108</sup>.

Con los elementos hasta aquí expuestos se ratifica la idea de que la sociedad de la información se representa sobrecargada en el *look* y lo *light*. Sobrecarga que debe entenderse como el traspaso del límite, porque interesa por ejemplo que la ropa también “hable” y que la exageración de color y cantidad (como sucede con el vestuario de estos personajes) desaparezca la formalidad tradicional. Sobrecarga porque se exceden los disfrutes y también los que no lo son, como en la comida cuando se crean otros límites que permiten verse bien, esto asociado a la hipervisibilidad que el sujeto ansía.

### **3.1.2. Convivencia de contrarios**

Hemos dicho que las dicotomías pragmáticas se suprimen porque la sociedad ya no ve contradictorio el vivir la coexistencia de espacios o categorías distintas, de ahí que las emociones sean más viscerales y que las relaciones entre personas o creencias, para algunos, hayan perdido la lógica.

Esto se ve, por ejemplo, cuando la religión pasa a un tercer o cuarto plano, es decir, juega un papel menor en la vida y en la serie donde se experimenta la mezcla de todo, cuando vemos que Bernardette (católica) se casa con Howard (judío) quien, a su vez, es el mejor amigo de Rajesh (hinduista).

Además, en la confusión, pertenecer a la misma clase o poseer conocimientos y gustos semejantes no es un requisito para entablar una buena amistad, de confianzas e instintos maternales, como la de Penny (real, desordenada, fashionista, cariñosa y experta en la cultura pop) con Sheldon (fantasioso, ordenado, *geek*, serio y sabelotodo) que reiteradamente se evidencia a lo largo de la serie, pero que llega a su clímax en 2 capítulos:

---

<sup>106</sup> The Roommate Transmogrification, The Big Bang Theory, temporada 4, 2010.

<sup>107</sup> Se califica así a quien es especialista en la higiene y crítico de prácticas insalubres.

<sup>108</sup> The Vegas Renormalization, The Big Bang Theory, temporada 2, 2008.

“The pancake batter anomaly” (temporada 1) y “The Bath Item Gift Hypothesis” (temporada 2).

En el primer caso, Sheldon se resfría y sus amigos lo abandonan escondiéndose en una sala de cine porque conocen cuánto exagera, mientras que Penny lo cuida como madre, frotándole mentol en el pecho e interpretando su canción favorita (exclusiva para cuando está enfermo):

**Sheldon:** ¿Puedes cantarme Soft Kitty?.

**Penny:** ¿Qué?

**Sheldon:** Mi madre solía cantarme cuando estaba enfermo.

**Penny:** Lo siento querido, no me la sé.

**Sheldon:** Yo te la enseño. “Soft kitty, warm kitty, little ball of fur, happy kitty, sleepy kitty, purr purr purr.” Ahora tú.

**Penny** (*después de un fuerte suspiro*): “Soft kitty, warm kitty...”

**Sheldon:** “Little ball of fur”. Sigue frotando.

**Penny:** Little ball of fur.<sup>109</sup>

El segundo caso ocurre en el contexto de la Navidad, cuando se entabla un diálogo que expone claramente las diferencias entre los personajes:

**Sheldon:** ¿Me compraste un regalo?

**Penny:** Sí

**Sheldon:** ¿Por qué haces algo así?

**Penny:** No lo sé ¿por ser Navidad?

**Sheldon:** No, Penny. Crees que eres generosa, pero la base de dar regalos es la reciprocidad. No estás dándome un regalo, estás dándome una obligación<sup>110</sup>.

---

<sup>109</sup> The pancake batter anomaly, The Big Bang Theory, temporada 1, 2007.

<sup>110</sup> The Bath Item Gift Hypothesis, The Big Bang Theory, temporada 2, 2008.

Sin embargo, a pesar de tener preceptos distintos sobre Saturnalia<sup>111</sup> (para este ejemplo concreto), cada uno conoce muy bien al otro. En la escena, Cooper abre su presente que es una servilleta autografiada por el intérprete de Spock, su personaje de ciencia ficción favorito: “Para Sheldon. Por una vida larga y próspera, Leonard Nimoy”. Por si fuera poco, el actor limpió su boca en ella lo que devino en la siguiente reacción:

**Sheldon:** ¿Poseo el ADN de Leonard Nimoy?

**Penny:** Bueno... sí, quizás, pero mira él te la firmó.

**Sheldon:** ¿Te das cuenta de lo que significa?

Necesito un óvulo sano y tendré mi propio Leonard Nimoy.

**Penny:** Solo te di la servilleta Sheldon<sup>112</sup>.

Con la línea final, Penny representa el sentido común de la serie, la calle, la mirada del adulto que juzga la inocencia, de Sheldon en este caso, porque sabe que en realidad lo que obsequió fue un autógrafo y no la fantasía que Sheldon le atribuye, pero se siente feliz de ver a su amigo entusiasmado con el presente. Él se dirige a su dormitorio para darle un regalo a Penny (había comprado varios paquetes de productos para baño de distintos precios, para entregarle uno de similar valor al que ella le obsequie) y saca todos los paquetes a la vez para dárselos:

**Penny:** ¿Sheldon qué hiciste?

**Sheldon:** ¡Oh no! Lo sé, no es suficiente. Aquí voy.

(Sheldon abraza a Penny)

**Penny:** Leonard mira, Sheldon me está abrazando.

**Leonard:** Es el milagro de Saturnalia<sup>113</sup>.

Para Cooper, quien carece de sentido de relacionamiento social, experimenta una reificación constante y vive en la espectralidad acentuada por su germofobia (todas éstas características productoras de incomunicación y propias de aquellos adultos que se comportan como niños), dar un abrazo representa un gesto valioso hacia su amiga, como

---

<sup>111</sup> Nombre con el que Sheldon denomina a las festividades navideñas porque considera que devienen de una fiesta pagana de Roma.

<sup>112</sup> The Bath Item Gift Hypothesis, The Big Bang Theory, temporada 2, 2008.

<sup>113</sup> The Bath Item Gift Hypothesis, The Big Bang Theory, temporada 2, 2008.

parte de la experiencia de vivir en las ambivalencias no sólo respecto a los otros, sino también al interior de cada sujeto.

### **3.1.3. Hipervisibilidad tecnológica**

En la cultura visual contemporánea se coloca en primer plano la dimensión de la apariencia, de la forma y de las sensaciones, donde pasar desapercibido puede convertirse en un problema. De ahí que, como se ha señalado previamente, los fueros del sentir o de campo sean una vivencia regular: la intimidad se espectaculariza en proyecciones virtuales.

Las vitrinas globales, en especial Facebook y Twitter, sirven para exponer las experiencias personales de cualquier tipo, desde profesionales hasta sentimentales que pasan al espacio público sin reparo. Para las generaciones contemporáneas, como nunca antes, mantener una relación amorosa (buena o mala) implica comunicarla y compartirla con el mundo.

En “The White Asparagus Triangulation” y “The Vegas Renormalization” (temporada 2) reconocemos la importancia de actualizar las emociones en línea, como parte de la hiperexpresividad. En un episodio nos muestra cómo Leonard espera con ansias que Stephanie (una doctora con quien salía) acepte su estado de tener una relación con él en Facebook, a pesar de que juntos comparten cada día.

Este ejemplo pone en evidencia el afán posmoderno de ratificar cualquier situación no solo en la realidad, sino también en la virtualidad. En el otro episodio, Leslie Winkle termina su relación con Howard, quien se ve derrotado cuando ella actualiza su estado en la misma red social. Deprimido, su único desfogue lo encuentra en Twitter donde escribe 140 caracteres de despecho y tristeza.

Ya Bauman caracteriza a los vínculos amorosos posmodernos como frágiles, superficiales y sin el menor compromiso, aunque claro está que existen excepciones; sin embargo, en la representación de TBBT vemos a Penny, principalmente, ir y venir entre chicos (según Sheldon con 31 parejas sexuales), cuya relación carece de sentimientos fuertes o duraderos, como se ve en “The tangerine factor” (temporada 1) cuando uno de los tantos novios de ella postea<sup>114</sup> sus relaciones íntimas en un blog sin su autorización. La situación se

---

<sup>114</sup> Término empleado en la era digital para referirse a “publicar”.

reitera en “The Bath Item Gift Hypothesis” (temporada 2), cuando Leonard celoso le pregunta por qué sale con su colega Dave si es más listo que él, para lo que Penny responde:

**Penny:** Dave no es más listo que tú, es un idiota.

**Leonard:** ¿En verdad? ¿Por qué lo dices?

**Penny:** Porque un listo sacaría las fotos de su esposa desnuda de su celular antes de tomar fotos de su novia desnuda.

**Leonard:** ¿Tomó fotos de ti al desnudo?

**Penny:** ¿Eso es lo que sacaste de conclusión? (*enojada*) ¡él está casado!<sup>115</sup>

Este juego de palabras que quiebran el sentido y confunden a sus interlocutores, a más de producir humor, exponen como Internet y la tecnología distancian (como en el caso citado) o afianzan a una pareja, y además, le permiten mantenerse en contacto cuando uno de los motivos es que no se establezcan vínculos afectivos como en el caso de “Shamy” (fusión de Sheldon y Amy) quienes se conectan sólo a través de iPhones o laptops y parece suficiente. En “The Robotic Manipulation” (temporada 4) hay una conversación sobre Amy que expone el modo en que Cooper entiende la relación con su amiga:

**Penny:** ¿De qué conversan?

**Sheldon:** ...recientemente la posibilidad de que tengamos un hijo juntos.

**Leonard:** ¿Un hijo? Nunca ves a la chica, solo hablan por email, la sigues en Twitter y la mensajear y ¿ya consideras tener un bebé?

**Penny:** No te gusta que te toquen. ¿Cómo vas a tener sexo?

**Sheldon:** ¡Para qué vamos a tener sexo!

(...)

**Sheldon:** ¿Crees que no tendría la cercanía necesaria enviándole textos?

**Penny:** Creo que no.

---

<sup>115</sup> The Bath Item Gift Hypothesis, The Big Bang Theory, temporada 2, 2008.

**Sheldon:** Mmm. Parece que la compañía telefónica me ha estado mintiendo.<sup>116</sup>

Debido a los avances tecnológicos reside también en la contemporaneidad la hipervisibilidad, como la capacidad de multiplicar los puntos de vista incluso para el espectador; como ocurre en “The bad fish paradigm” (temporada 2) donde Raj, Howard y el televidente pueden espiar a Penny y Leonard no por planos sino por aparatos (una cámara de video). Otra forma de incrementar la visibilidad es, como reiteradamente se ha anunciado, a través de las redes sociales, donde las identidades se construyen o destruyen y la reputación es fundamental para sobrevivir. “The Thespian Catalyst” (temporada 4) demuestra la importancia en el mundo real sobre lo que se diga en Internet, porque influye y es parte de quien somos. Sheldon es invitado a impartir una clase de física en un doctorado.

Se presenta y en su narcisismo señala: “Esperaba aplausos, pero supongo que el silencio de asombro es igualmente apropiado”. Mientras tanto, en casa, sus amigos siguen la clase a través de Twitter, donde descubren lo que los alumnos de Cooper piensan sobre él:

**Leonard:** “El doctor Cooper ha elegido un tema relativamente aburrido y logró hacerlo completamente insoportable. Además, parece un insecto gigante”.

**Howard:** “La teoría de Einstein explica por qué el tiempo vuela cuando nos estamos divirtiendo pero cuando estás escuchando al doctor Cooper, ¿cae del cielo muerto?”

**Rajesh:** Alguien tomó fotos y las subió a su cuenta de Flickr.

**Penny:** “Escuchar al doctor Cooper, me ha hecho querer pensar en cortarme de nuevo”<sup>117</sup>.

Sheldon llega optimista al departamento, convencido de que su exposición ha sido magistral y exitosa. Cuando sus amigos le muestran los *tweets* y *blogs* de múltiples opiniones negativas sobre su conferencia, Cooper las lee en silencio para finalmente decir: “Supongo que todos tienen derecho a tener su opinión. Creo que iré a la cama... De todos modos no quiero enseñarles a esos cabezas de popó”. Este suceso con sus estudiantes entristece al

---

<sup>116</sup> The Robotic Manipulation, The Big Bang Theory, temporada 4, 2010.

<sup>117</sup> The Thespian Catalyst, The Big Bang Theory, temporada 4, 2010.



científico que, a través de Amy, comprende que hasta la enseñanza es un show que debe aplicar metodologías de entretenimiento.

El espectador reconoce en este episodio, entre otras características, la capacidad de opinar que Internet otorga a las personas, ya que si bien las cosas no se dicen de frente, se pueden volver virales lejos de la autoridad (educativa en este caso), hasta el punto de afectar a los implicados y empujarlos a que adopten nuevas actitudes, porque de cualquier cosa que la gente ame u odie, hoy se crean grupos para hablar sobre ella, descentralizando la información pública. Las ideas de transparencia y participación se reafirman como parte de las experiencias actuales en comunidades digitales.

Se visualiza también el temor posmoderno al rechazo y la difusión inmediata de información, porque la *web* facilita que las reacciones sigan a las acciones sin pausas. Internet es el nuevo poder, informativo y activista, por eso es que también como se ve en “The Pants Alternative” (temporada 3), cuando a Sheldon le anuncian que recibirá un premio, se pregunta qué es lo primero que debería hacer, si avisar a su madre o subir a línea la noticia. La respuesta es obvia, opta por la segunda.

En este sentido, parece que se ratifica que lo nimio supera a lo importante no solo porque la construcción de historias duraderas escasea sino también porque videojuegos y actividades de ocio son las que afianzan las relaciones modernas. En “The Bath Item Gift Hypothesis” (temporada 2) se expresa la relevancia de jugar en grupo cuando Leonard llega tarde a la noche de Wii y Sheldon le pregunta:

**Sheldon:** ¿Qué hacías que es más importante que la noche de boliche de Wii?

**Leonard:** Resulta que...

**Sheldon:** Es una pregunta retórica. No hay nada más importante que la noche de boliche de Wii<sup>118</sup>.

Asimismo, como los procesos de intercambio en la posmodernidad se traducen en interactividad, en “The Dumpling Paradox” (temporada 1), capítulo en el que Howard sale con una amiga de Penny y abandona las noches de Halo, Sheldon sabe que saldrá triunfante en su petición de que vuelva, al comparar el sexo con el videojuego: “Voy a pedirle que elija

---

<sup>118</sup> The Bath Item Gift Hypothesis, The Big Bang Theory, temporada 2, 2008.

entre el sexo y Halo 3. Que yo sepa el sexo no ha sido mejorado ni incluye gráficos 3D ni armas de nueva generación”<sup>119</sup>.

Los deseos de espectralidad, es decir de querer ausentarse de lo social y lo real supone otra paradoja, pues este deseo involucra al mismo tiempo el querer integrarse: el problema es que la aparente disfuncionalidad de los personajes les empuja a que rehúyan de lo social, tal cual ocurre en el capítulo *The Thespian Catalyst*<sup>120</sup> donde Sheldon Cooper intenta ser un buen profesor, con lecciones de actuación, al descubrir en Twitter que sus estudiantes lo critican. Finalmente, su miedo al rechazo hace que justifique su falencia en la aparente incapacidad de sus alumnos y deje de darles clases.

Es así que se han incrementado los temores porque “más allá de la visibilización del contacto, del intercambio (en la sociedad posmoderna “todo/todos comunicamos”), se vislumbra un imaginario del miedo que se plasma en la resurgencia de *figuras arcaicas*: un imaginario del accidente, de la catástrofe, del sufrimiento, del horror”<sup>121</sup>. Es así que surge la idea del *cyborg*<sup>122</sup>, como el cuerpo virtual muestra del alejamiento de la realidad, que hace que las personas se parezcan más a objetos, experimenten la reificación y mantengan su sexualidad neutra.

Cuando Sheldon teme no vivir el tiempo suficiente para transferir su conocimiento a una máquina, en “*The Cruciferous Vegetable Amplification*” (temporada 4), opta por crear su presencia alterna en un robot dirigido a distancia. En la escena que muestra a Sheldonbot y Leonard en el auto, Cooper ratifica su seguridad con la telepresencia:

“Esto es divertido. Es más fácil disfrutar la pintoresca ruta hacia el trabajo al remover el espectro de una muerte vehicular”, señala. En las metrópolis del miedo no es solo la inseguridad lo que preocupa sino, más aún, la incertidumbre. *The Big Bang Theory* recoge el miedo al fuera, así como el apego a las nuevas “reliquias” (videojuegos, cómics, aparatos electrónicos, otros) en sus capítulos “*The Bozeman Reaction*” (temporada 3) y “*The Zarniecki Incursion*” (temporada 4).

---

<sup>119</sup> *The Dumpling Paradox*, *The Big Bang Theory*, temporada 1, 2007.

<sup>120</sup> *The Thespian Catalyst*, *The Big Bang Theory*, temporada 4, 2010.

<sup>121</sup> Imbert, Gerard. *La hipervisibilidad televisiva*. Disponible en: <http://bit.ly/1bfLoUG>, acceso el 10 de agosto de 2013.

<sup>122</sup> Término acuñado en los años 60 al organismo cibernético que se vislumbraba como resultado de la relación cada vez más íntima entre el hombre y la máquina. En la ficción, es el ser humano compuesto por dispositivos electrónicos.

En la primera historia, Leonard y Sheldon sufren un robo. Cuando el oficial de policía indaga qué artefactos se llevaron los ladrones, Sheldon indica:

**Sheldon:** Se llevaron la televisión, 2 laptops, 4 discos duros, además, nuestros PS2, PS3, Xbox, Xbox 360, Nintendo clásico, Super Nintendo, Nintendo 64 y nuestro Wii.

**Leonard:** Nos gustan los juegos.

**Sheldon:** Es verdad, ¡juegos! Halo 1, Halo 2, Halo 3, Call of Duty 1, Call of Duty 2, Call of Duty 3, Rock Band 1 y 2, Final Fantasy del I al IX, La Leyenda de Zelda, La leyenda de Zelda y la Ocarina del tiempo, La Leyenda de Zelda y la Princesa Twilight, Super Mario Bros, Super Mario Galaxy, Mario y Sonic en las Olimpiadas de invierno y Mrs. Pacman<sup>123</sup>.

Posteriormente, cuando se quedan solos, Leonard pregunta: “¿Y ahora qué hacemos?”, en un tono pesimista, como que sin esos aparatos no quedara ya nada por hacer. Sheldon responde: “Lo único que nos queda. Ver televisión por teléfono hasta que los criminales vuelvan y nos maten a golpes cuando estemos dormidos”, como una muestra adicional de que la tecnología es el tesoro moderno, la respuesta a la vivencia cotidiana y, lo externo a ello, es lo que produce terror y dolor. Esta experiencia penosa para ellos, hace que Cooper sienta un miedo extremo que, para ser atenuado, necesita de la experticia de Howard en sistemas de seguridad y software para proteger el departamento.

Paradójicamente, a pesar de ser un equipo de alta tecnología, termina electrificando al propio Sheldon. La incertidumbre en que vivimos “se corresponde a transformaciones como el debilitamiento de los sistemas de seguridad que protegían al individuo y la renuncia a la planificación de largo plazo: el olvido y el desarraigo afectivo se presentan como condición del éxito”<sup>124</sup>.

---

<sup>123</sup> The Bozeman Reaction, The Big Bang Theory, temporada 3, 2009.

<sup>124</sup> Bauman, Zygmunt. *Modernidad líquida y fragilidad humana*. En Revista Observaciones Filosóficas, disponible en: <http://www.observacionesfilosoficas.net/zygmuntbauman.html>, acceso el 15 de agosto de 2013.

En la segunda historia, la cuenta de “Sheldor el conquistador”, nombre de Cooper en el juego World of Warcraft<sup>125</sup>, es hackeada. Leonard llega al departamento y ve a Sheldon nervioso con un policía:

**Sheldon:** Se robaron todo Leonard. Todo.

**Policía:** ¿Es su compañero de casa?

**Leonard:** Leonard Hofstadter ¿qué pasó?

**Policía:** Su amigo llamó al 911 para reportar un robo.

**Leonard:** ¡Oh Dios mío! ¿qué se llevaron?

**Sheldon:** ¿Qué no se llevaron? Mis armas encantadas, mi armadura de Gladiador vicioso, mi vara de poder no contaminado y mi oro.

**Leonard:** ¿Llamaste a la policía porque alguien hackeó tu cuenta en World of Warcraft?

**Sheldon:** ¿Qué otra opción tenía? El poderoso Sheldor, nivel 85, elfo de sangre, héroe de Reinos Occidentales, ha sido despojado como animal muerto en el sol desértico. Se llevaron mi avestruz de batalla.

**Leonard:** No, Glenn, no.

**Sheldon:** Sí, Glenn. La única ave que he amado<sup>126</sup>.

Frente a esta situación, Sheldon quiere encontrar al culpable y, para ello, los 4 amigos emplean su intelecto y grandes habilidades en el juego. Necesitan asumir el papel de abusivos en la red de involucrados para encontrar al culpable y es ahí cuando hay un diálogo que reconoce a los *geeks* no como opresivos porque reitera, una vez más, la importancia del ocio para la sociedad:

(Encuentran a quién puede dar información sobre el hacker)

**Sheldon:** La amenaza es denunciar a la compañía de Internet para que no se conecte.

---

<sup>125</sup> Desarrollado en el mundo virtual de Azeroth, este es un videojuego de rol con multijugadores en línea. Aparece en 2004 y es el que tiene más jugadores registrados bajo suscripción.

<sup>126</sup> The Zarneki Incursion, The Big Bang Theory, temporada 4, 2010.

**Rajesh:** Sheldon y ¿si tiene su Internet con su compañía de cable?  
Podría perder su HBO y toda la entretenida programación original<sup>127</sup>.

Mencionamos apariencias y disfraces en líneas precedentes, porque videojuegos como Warcraft son escenarios precisos para mantener las máscaras, así como también lo son las tecnologías de celulares o computadoras porque le permiten al sujeto entrar a un estado de narcosis o entumecimiento y, al respecto, TBBT en “The Barbarian Sublimation” (temporada 2) muestra a Penny como una actriz frustrada que trabaja de mesera y no ha conseguido ningún empleo de actuación desde que llegó a Pasadena. Siente que es un fracaso y, en un momento de crisis, aprende a jugar “La era de Conan” bajo el nombre de Queen Penelope.

Esta experiencia, incluyendo la denominación al personaje como una autoridad (Reina), hace que Penny se desprenda de su vida y encierre en la vivencia digital, donde asciende con éxito y brevedad a más niveles, haciendo de ese otro mundo un lugar más interesante que el real, como una muestra más del poder y el placer de la virtualidad. Sin embargo, cuando acepta salir con el personaje de Howard (fornido, alto, simpático), se da cuenta que el mundo virtual es engañoso porque ella lo conoce en verdad y suele calificarlo como débil, pequeño y desagradable (todos los adjetivos contrarios).

Por otra parte, en “The Robotic Manipulation” (temporada 4), basta con ver cómo una mano robótica satisface todas las necesidades (físicas y emocionales) de Howard “como una verdadera mano” para entender que muchas personas contemporáneas encuentran en lo artificial lo que no en lo humano, a manera de un carnaval excesivo, donde los fines son recreativos más que utilitarios.

No obstante, como lo diría Marck Zuckerberg, Internet también permite transparentar los anonimatos para aproximarnos a otros tan semejantes a nosotros, siempre y cuando ese sea el objetivo. En “The Lunar Excitation”, Raj y Howard confían en que los algoritmos encuentren una pareja a Sheldon; meta que cumplen sin tener que inventar nada de él y mostrarlo tal como es.

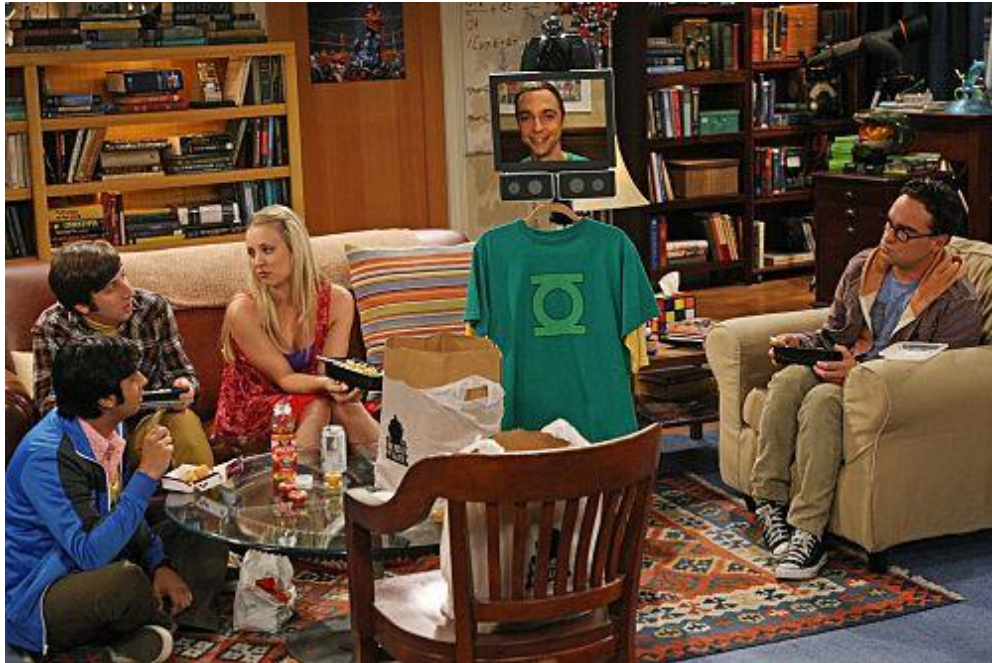
Con estos antecedentes, parecería que el cuerpo está listo para acoger a otro, en cumplimiento con su papel de performatividad. “The Cruciferous Vegetable Amplification” (temporada 4) es un ejemplo de ello y de las convicciones sheldonianas de encontrar en el

---

<sup>127</sup> The Zarnecki Incursion, The Big Bang Theory, temporada 4, 2010.

robot el estado perfecto de evolución, por su inmortalidad. Sheldon, al darse cuenta de que para cuando pueda transferir sus conocimientos al cuerpo de un robot ya estará muerto, por su pasado genético, se esforzará para vivir por más tiempo, dándose cuenta de que el cuerpo es frágil para el mundo. Tras intentos fallidos con ejercicio y dieta, dará el paso de lo humano a la otra cosa, no del todo definida.

Imagen 2: Escena en la que Sheldon se presenta como robot.



Fuente: The Big Bang Theory, The Cruciferous Vegetable Amplification

Las nuevas sensibilidades o insensibilidades si se quiere, atribuidas a las características del *cyborg*, que es más cosa que persona, exigen a los individuos ser flexibles y fragmentados, dispuestos a la movilidad en cualquier aspecto de su vida, incluyendo la identitaria. Fragmentaciones que se muestra en la convivencia de contradicciones en la seria como por ejemplo la libido femenina frente a la virginidad masculina; la imaginación pura frente a la ciencia exacta y otras.

De ahí que se dice que el reconocimiento (en un medio o producto) resulta más valedero que una representación y este aspecto no sólo se observa en TBBT sino también entre espectador y *sitcom* porque en conjunto, personajes y televidentes, están cautivos en su espacio, en su ensimismamiento. Raj es elegido para aparecer en la edición especial de

People “los 30 para ver, menores de 30”, en el episodio titulado “The Griffin equivalency” (temporada 2).

El astrofísico del grupo obtiene ese nombramiento por encontrar lo que él denomina “planeta Bollywood”, un objeto planetario 2008-NQ sub-17. Su descubrimiento compite con otros profesionales, incluida Ellen Page, estrella protagonista de la película Juno. Esta selección descompona a Sheldon, quien no termina de comprender los criterios de la revista que, como medio posmoderno, mezcla todo con todo y es crítico con ella por tener un comité incapacitado, para lo que Raj responde: “¿Un comité? Es la revista People, las personas me eligieron” como diciendo que en las personas (comunes) está el poder de selección.

En este capítulo vemos además otros indicadores de la sociedad de la información que vive una cotidianidad tecnificada, donde la identificación ya no es fija porque se vincula a la moda de las apariencias. Tiene rasgos de narcisismo cuando Leonard critica a Sheldon su postura frente al premio de Raj:

**Leonard:** ¿Qué tal si People es lo más grande que Raj puede alcanzar?

**Sheldon:** A veces olvido que las personas tienen limitaciones<sup>128</sup>.

O cuando el propio Rajesh, extasiado por su fama momentánea y exposición pública, les dice a sus amigos: “Al parecer las cámaras me aman y yo a ellas... no entrarán a la sección VIP porque ustedes solo son personas”. Además, se ratifica el miedo al miedo, porque si bien los chicos pretenden reemplazar al hindú saben que el dicho “mejor malo conocido que malo por conocer” se aplica:

**Leonard:** No nos haría daño conocer nuevas personas.

**Sheldon:** Para que quede grabado, sí nos haría daño conocer nuevas personas. Pueden ser homicidas o portadores de algo patógeno<sup>129</sup>.

Finalmente, cuando “el chico de People” se queda solo en un restaurante, debido a su vanidad, y pretende impresionar a quienes están ahí, encuentra al actor Charlie Sheen (de la serie Two and a Half Men) que lo reta a que lo llame cuando aparezca en la portada,

---

<sup>128</sup> The Griffin equivalency, The Big Bang Theory, temporada 2, 2008.

<sup>129</sup> The Griffin equivalency, The Big Bang Theory, temporada 2, 2008.

mostrando así que los nuevos ídolos no están en la ciencia o la educación sino que son creados en los medios; a ellos les pertenecen las primeras planas.

Este capítulo es una crítica al mundo de las apariencias. Resalta el contraste entre la hipervisibilidad de quien es famoso por ser estrella del espectáculo, del que no lo es y que más bien tiene conocimiento científico. En el caso de TBBT, la hipervisibilidad tiene la connotación de mostrarse desde el conocimiento, porque su relato se construye (como lo señala cada nombre de los capítulos de la serie – ver anexo) como una metáfora de la ciencia aplicada a la realidad. La paradoja para la audiencia, es la ironía de que los personajes son famosos, sin ser ídolos parecidos a los del mundo real como lo es Sheen.

### 3.2. ¿Estamos incomunicados?

En el capítulo dos definimos que toda relación comunicacional depende del contexto y los *a priori* que compartan tanto emisor como receptor, es decir, aquellas circunstancias o conocimientos que deberían tener en común para que la comprensión efectiva se dé entre ellos. Entendemos que el contexto involucra no sólo una situación particular sino también un entorno físico.

The Big Bang Theory se desarrolla mayoritariamente en el interior del departamento 4A, que lo comparte Sheldon con Leonard, y que está ubicado en 2311 N. Los Robles, Pasadena. Ese espacio denominado “Nerdvana<sup>130</sup>” posee elementos que le permiten al espectador reconocer en los personajes particularidades de las tribus tecnificadas, ya que en él se encuentran distintos “juguetes” *geeks* (laptops, audífonos inalámbricos, tostadora con logo de Batman, cómics, superhéroes en miniatura, otros) y objetos de ciencia (estatua de ADN, pizarras con fórmulas, libros, etc.), característicos de ellos.

El lugar físico, en conjunto con la vestimenta de Sheldon y Howard principalmente, se convierten en el primer elemento que cumple con el axioma de que es imposible no comunicar, considerando que la comunicación también involucra la relación con imágenes en su plano digital.

Respecto a la situación de los personajes, podemos resumir que son 4 nerds y 1 mujer “normal” los protagonistas de la serie: ellos son introvertidos, teóricos, juiciosos, desconocen el mundo real, aman lo virtual y ella es todo lo contrario. Sin embargo, como la

---

<sup>130</sup> Juego de palabras que fusiona a los términos nerd y nirvana para determinar que ese lugar es el “paraíso de los nerds”.



comunicación se entiende en tanto intercambio, así no sea efectiva, su amistad representa eso. Para muestra, tomaremos la escena de “The Zarniecki Incursion” (temporada 4), en la que los 4 intelectuales se enfrentan al daño del auto en el que están:

**Leonard:** ¿Alguien sabe de motores de combustión?

**Sheldon, Howard, Rajesh:** Desde luego. Tecnología del siglo XXI

**Leonard:** ¿Alguien sabe arreglarlo?

**Sheldon, Howard, Rajesh:** Mmm.. No.

**Leonard:** Debemos llamar a la única persona que sabe<sup>131</sup>.

Y es en ese momento cuando aparece Penny como el complemento mundano del grupo. Si bien la comunicación implica contenido (como es en el caso de los 4 chicos), el vínculo que se establece entre los interlocutores (incluida Penny) es igual de importante porque facilita la continuidad de intercambio entre los participantes, en el que uno puede aprender de otro y viceversa incluso si los *a priori* son distintos.

Es ahí cuando surge la incomunicación entendida no como la carencia o ineptitud sino como las otras actitudes frente al proceso comunicativo que en la confusión cobra sentido y, sin duda alguna, se reflejan permanentemente en el personaje de Sheldon quien, a pesar de poseer grandes capacidades, no sabe cómo socializar porque no comprende los sentimientos ni las experiencias cotidianas, como el humor, a manera de una metáfora de la sociedad hipertecnificada que a pesar de vivir en un mundo de estimulación emocional y sensorial permanente, poco reconoce de ello en sí mismo.

Los elementos descritos que fomentan incomunicación son experimentados por Cooper, sobre todo, frente a su grupo de amigos y, en especial, a su polo opuesto, Penny. Dejándose llevar por su narcisismo y aparente sobreentendimiento de las cosas, Sheldon dice lo que piensa sin intentar siquiera ser socialmente correcto porque no cabe serlo cuando se caracteriza por el tautismo. En “The Lunar Excitation” (temporada 3) se encuentran realizando un experimento que involucra el rebote de luz en la luna. Leonard invita a Penny a la azotea para que mire con ellos el viaje del láser, sin embargo, ella está con su amigo Zack que también será parte del suceso:

---

<sup>131</sup> The Zarniecki Incursion, The Big Bang Theory, temporada 4, 2010.

**Zack:** Una pregunta. ¿Cómo pueden saber que no explotará?

**Leonard:** ¿El láser?

**Zack:** La luna.

**Sheldon:** ¿Ves? Este es el hombre indicado para Penny.

**Leonard:** Es una estupenda pregunta Zack.

**Sheldon:** No, no lo es.

**Penny:** Sheldon, sé amable.

**Sheldon:** No fue una estupenda pregunta. ¿Cómo podría alguien pensar que volaremos la luna en pedazos? Esa es una gran pregunta<sup>132</sup>.

En este ejemplo, se evidencia la incapacidad de Cooper para establecer relaciones o al menos ser sensible frente a los otros. Lo mismo ocurre en “The Robotic Manipulation” (temporada 4):

**Penny:** ¿Te puedo hacer una pregunta?

**Sheldon:** Por tu educación en una escuela pública, sería mejor que me preguntaras las que más puedas<sup>133</sup>.

Como estos, son recurrentes también el sobreentendimiento y el malentendido en el personaje, por las diferencias que existen entre él y los otros (en el aspecto de contacto humano), lo que hace que su interpretación de los diálogos sea de manera equivocada. Son varios episodios que exponen estos elementos pero para muestra citaremos dos. En “The Big Bran Hypothesis” (temporada 1) el espectador encuentra una de las inhabilidades de Sheldon cuando Leonard frustrado le reclama:

**Leonard:** ¡Por Dios Sheldon! Acaso debo cargar un cartel de sarcasmo cada vez que abro la boca?

**Sheldon:** ¿Tienes un cartel de sarcasmo?<sup>134</sup>

---

<sup>132</sup> The Lunar Excitation, The Big Bang Theory, temporada 3, 2009.

<sup>133</sup> The Robotic Manipulation, The Big Bang Theory, temporada 4, 2010.

<sup>134</sup> The Big Bran Hypothesis, The Big Bang Theory, temporada 1, 2007.

A lo largo de la serie, el sarcasmo es el que representa la cotidianidad porque hay una burla constante sobre los personajes por las contradicciones que los caracterizan (como ser perfectos intelectualmente e inútiles en la práctica), en especial de Penny hacia los *geeks*, y por qué no de todos ellos hacia el espectador quien se ríe de lo que ve aun cuando no todo lo entienda.

En “The Loobenfeld decay” (temporada 1) la mentira de Leonard a su vecina atormenta a Sheldon porque no está acostumbrado a ella, así que decide confesárselo a Penny:

**Sheldon:** Sí bueno, él mintió.

**Penny:** Espera, ¿qué?

**Sheldon:** Mintió y me siento muy incómodo al respecto.

**Penny:** Imagina cómo yo me siento.

**Sheldon:** ¿Hambre? ¿Cansada? Lo siento, realmente este no es mi lado fuerte<sup>135</sup>.

Cooper reconoce su falta de comprensión social y sentimental cuando existe un contacto cara a cara así sea en su convivencia diaria. Para él las relaciones humanas son complejas por lo que prefiere no involucrarse, tal como lo haría un ser posmoderno. Si las relaciones son distantes, virtuales o líquidas de preferencia, parecerían funcionar mejor, de ahí la compatibilidad que hay con Amy, quien se comunica con Sheldon al ritmo en que él prefiere e interactivamente, a través de aparatos electrónicos, donde el “como si” es estimulante porque hace que lo lejano resulte próximo.

Extraer al sujeto de su zona de confort en la actualidad puede generarle inconvenientes, tal como le sucede a este científico en “The Thespian Catalyst” (temporada 4), cuando espera que las lecciones de actuación le ayuden a ser un maestro aceptado por sus estudiantes:

(Penny mueve su cuerpo con libertad)

**Penny:** Sólo quiero que te relajes y te muevas en el espacio, ya sabes, sólo has lo que sientas natural.

---

<sup>135</sup> The Loobenfeld decay, The Big Bang Theory, temporada 1, 2007.

(Sheldon estático)

**Sheldon:** Dijiste que hiciera lo que sintiera natural. Esto se siente natural. Ciertamente más natural que lo que estás haciendo<sup>136</sup>.

El tipo de improvisación en Sheldon (caracterizada por tener un único registro en el que el análisis científico se separa de las emociones), como parte de su campo analógico, es un rasgo más de incomunicación, en tanto se vincula a la pérdida de espontaneidad (entendida como una acción irrazonada) que reafirma el ser máscaras o el personaje que se representa en la cotidianidad. Este ejemplo además, es uno de los tantos que exponen la paradoja de la Escuela de Palo Alto donde el entendimiento depende de las subjetividades. Si eres el intelectual, ese es el papel a interpretar como ocurre también en “The Barbarian Sublimation” (temporada 2) cuando Penny frustrada por no conseguir un papel de actriz introduce la llave de su auto en la cerradura de su apartamento:

**Penny:** Tardé dos horas en llegar allá, esperé una hora mi turno y antes de empezar dijeron que parezco muy occidental para el papel.  
¡Muy occidental! ¿pero qué rayos significa eso?

**Sheldon:** El territorio americano fue mayormente poblado por escandinavos y germánicos, tienen características óseas típi....

**Penny:** ¡Sé lo que significa Sheldon!<sup>137</sup>

El no “salirse del libreto” hace que los errores de comunicación se acentúen porque las conversaciones parecerían ir y venir de un tema a otro sin ilación alguna. No obstante, incluso la fragmentación del discurso es un rasgo contemporáneo porque ocurre en el ámbito personal y mediático, sino basta ver las emisiones televisivas interrumpidas por publicidades, informaciones de última hora y advertencias sobre otros programas.

Hoy se sabe ser personaje más que persona, lo que deviene en experimentar la reificación claramente reconocible en Raj. Sheldon le dice: “Interesante, te dan miedo los insectos grandes y las mujeres... Una mariquita debe dejarte catatónico” (Episodio 10, temporada 4) para ratificar el temor que el astrofísico les tiene a los seres femeninos. Esa es su realidad: no les puede hablar; sin embargo, al ingerir alcohol (otra máscara), la comunicación fluye al punto de convertirlo en galán.

---

<sup>136</sup> The Thespian Catalyst, The Big Bang Theory, temporada 4, 2010.

<sup>137</sup> The Barbarian Sublimation, The Big Bang Theory, temporada 2, 2008.

Si bien el discurso se define como una serie de elecciones y exclusiones sobre los códigos, “hay un imperativo comunicativo: “lo importante es comunicar”, que sustituye a menudo al imperativo ético: ¿de qué estoy hablando? y al simbólico: ¿para qué sirve todo eso? ¿Comunico mejor?”<sup>138</sup>. De ahí que para la Escuela de Palo Alto, la relación entre los interlocutores está moldeada por la puntuación del desarrollo de la comunicación, es decir, se reacciona en la interacción de forma subjetiva dando continuidad al proceso comunicativo. “The Barbarian Sublimation” (temporada 2) es una muestra de ello:

**Sheldon:** Deberías llamar al cerrajero.

**Penny:** (Enojada) Ya llamé y dijo que llegará cuando llegue.

**Sheldon:** ¿Estás frustrada porque repitió la frase en una forma confusa y sin sentido?

(Penny llora)

**Sheldon:** ¿Quieres esperar en nuestro departamento?

**Penny:** ¡No! quiero quedarme llorando en el piso como una niña de 3 años.

**Sheldon:** Está bien.

**Penny:** (Se levanta y entra al departamento) ¡Por Dios!

**Sheldon:** Creí que había entendido el sarcasmo<sup>139</sup>.

Así como también lo es “The Loobenfeld decay” (temporada 1):

**Penny:** No adivinarán lo que acaba de pasar.

**Leonard:** Me rindo.

**Sheldon:** Yo no adivino, soy científico, llego a conclusiones basado en observación y experimentación.

(Rostro de Penny asustada)

**Sheldon:** Pero se me ocurre que probablemente usabas un recurso retórico interpretando mi respuesta.

---

<sup>138</sup> Imbert, Gerard. *La sociedad informe*. Barcelona: Icaria Editorial, 2010, p.231.

<sup>139</sup> The Barbarian Sublimation, The Big Bang Theory, temporada 2, 2008.

**Penny:** ¿Qué fue eso?

**Leonard:** Lo creas o no, crecimiento personal<sup>140</sup>.

En la aldea global, aparentemente materializada, destaca el canal como elemento comunicativo prioritario en el intercambio de información. Este medio ha pasado de ser impersonal-masivo (televisión, prensa o radio) a personalizado-masivo, con el surgimiento y posicionamiento de celulares, *laptops* e Internet; de ahí que la relación con los objetos produzca, como lo ejemplifican algunos capítulos en líneas previas, un aislamiento virtual en los individuos que implica su extracción momentánea del mundo físico para instalarse en el mundo virtual-fantástico.

La incomunicación es parte de la sociedad posmoderna y la serie actúa como un espejo donde todo se invierte, como por ejemplo cuando la audiencia ve a los protagonistas como “tontos”, sin embargo, esos tontos son quienes hablan de ciencia, tienen doctorados y el televidente es solo eso, espectador. En este contexto, la incomunicación es devuelta a la audiencia como reflejo: ustedes (televidentes) están incomunicados, nosotros (la serie) tenemos el poder en la sociedad del conocimiento. El humor de la serie se relaciona a ese cambio del modelo de comedia, ahora más accesible y en TBBT, más educado. Desde allí se invierte la mirada sobre el público.

### **3.3. Funciones y modelos de comunicación**

Entendemos que la comunicación representa uno de los procesos más complejos del ser humano, porque de él depende la construcción de relaciones que le permitan aprovechar de las personas y las situaciones en las que ésta se da. Como se dijo, el modelo orquestal se compone por Emisor, Receptor, Mensaje, Canal, Código, Contexto y Referente a los que se añaden Ruido y Retroalimentación.

En principio, teóricos de la comunicación entendían a estos elementos como un complemento que, cumpliendo cada uno con sus funciones, hacían efectivo al acto comunicativo. No obstante, la Escuela de Palo Alto sugiere que incluso quien genere Ruido (como el aspecto distorsionante en estos 9 componentes) es un participante activo en el proceso.

---

<sup>140</sup> The Loobenfeld decay, *The Big Bang Theory*, temporada 1, 2007.

Es por eso que la comunicación no se justifica solamente en el modelo de acción-reacción. En el caso de Raj y Penny (cuyo proceso comunicativo parecería mayoritariamente unidireccional porque él no puede hablar con las mujeres, y ella representa para todos el placer, lo inalcanzable), la premisa de intercambio se mantiene.

Si bien el indio no se dirige directamente a ella, modifica su canal (boca-voz) para expresarse, ya sea a través de su rostro (que en movimiento afirma o niega algo), de Howard (como el intérprete) o de un aparato electrónico (por el que emite sonidos que aportan a la conversa), sosteniendo el sistema en cumplimiento de la función fática<sup>141</sup> cuya finalidad es la de facilitar el contacto social, no sólo en este ejemplo, sino también en los nuevos modos de comunicarse en medio de una insistente averiguación de si el otro nos presta atención.

Con lo hasta aquí expuesto, podemos ratificar el axioma de que es imposible no comunicarse y podríamos incluso señalar que lo analógico, es decir lo no verbal u oral, es el modo que define los procesos comunicativos cuando se entiende que no es sólo el intercambio de palabras lo que cuenta. En la *sitcom*, por ejemplo, los movimientos corporales (postura, ademanes, gestos), la proxémica (uso de los espacios), las diferencias culturales y los patrones de contacto hacen que los personajes participen en el modelo de comunicación.

Vale la pena diferenciar entre los intercambios orales y aquellos escritos porque en la serie se presenta a la escritura como parte del juego tecnológico, como el modo que ha tomado relevancia y a través del cual las personas contemporáneas se expresan más. Hoy en día, la escritura se ha adaptado a los cambios de la sociedad: no se somete al espacio, al tiempo. A diferencia de la comunicación escrita pasada (y presente en la prensa aún), es un modo de comunicación inmediata que aumenta las posibilidades expresivas. Esto ocurre en “The electric can opener fluctuation” (temporada 3) cuando Howard le dice a Sheldon:

**Howard:** Sí, y cuando tuviste los primeros resultados positivos te pusiste tan feliz.

**Sheldon:** Oh sí! En el mundo de los emoticones yo era un dos puntos con D mayúscula (:D)<sup>142</sup>

Como se observa, para personas posmodernas como lo son estos personajes, es más factible difundir lo que quieran (incluidos los sentimientos) en estas vías. La tecnología hace

---

<sup>141</sup> Orientada al Canal de comunicación. Su objetivo es comprobar si existe algún tipo de contacto incluso si el contenido informativo es escaso.

<sup>142</sup> The electric can opener fluctuation, The Big Bang Theory, temporada 3, 2009.

que ellos se comuniquen y, al mismo tiempo, se convierte en el mecanismo para esconder sus propios afectos dado que no han recibido el afecto necesario (recordemos que las madres de Leonard y Howard, principalmente, se muestran como mujeres castrantes que dan más órdenes que amor a sus hijos). Se entiende así que la nueva oralidad se sustenta en la palabra escrita y la imagen facultando los procesos comunicativos en la sociedad contemporánea.

## **CONCLUSIONES**

The Big Bang Theory es una sitcom que expone los rasgos de hipervisibilidad, narcisismo, ambivalencia, interactividad e incomunicación en la sociedad de la información a través de sus personajes. Al ser un producto de la hipertelevisión, ha dado paso del otro real al otro ficticio, es decir, hace que el televidente distinga en su puesta en escena la similitud con él, mas no lo define porque es un componente imaginario.

Algunos de los protagonistas experimentan el narcisismo como un modo de vida, sobre todo si nos fijamos en Sheldon Cooper quien posee un autoestima elevado y se mira a sí mismo como un ser superior frente a los demás, tal como se vio en algunos de los capítulos descritos en este estudio: cree saber demasiado para ser profesor, supone que su teoría es mejor que la astrofísica y que es él quien merece reconocimiento público, ve a Howard como un mediocre al poseer solo una maestría y a Penny como una ignorante que desconoce el valor de la educación. En TBBT el cuidado de la mente y el cuerpo es predominante para pretender diferenciarse en la mismidad; si bien, el común de las personas hace ejercicio para mantenerse en forma, aquí tiene propósitos más profundos porque el cuidar la mente y el cuerpo representa un deseo de trascendencia intelectual, de incrementar los conocimientos así como prolongar el tiempo de vida para descubrir más sobre el mundo y ser parte de nuevos avances científicos.

La tecnificación de la realidad, es decir la intromisión y posicionamiento de aparatos eléctricos y electrónicos en los espacios comunes y privados del hogar hacen que la intimidad se espectacularice. Internet y su conectividad ubicua, les han dado a las personas “nuevos diarios” para publicar lo privado y para interactuar con otras personas, empleando artefactos que permiten evadir la realidad, afectando los modos de relacionamiento entre parejas y



amigos que hoy puede experimentarse en la inmediatez, sin depender del espacio o tiempo y evitando el contacto personal que para muchos puede resultar tedioso y hasta vergonzoso.

Asimismo, estar conectados significa horizontalizar los poderes de opinión, que terminan siendo el resultado de la capacidad performativa de la persona más que de su participación política, aún cuando estos intentos de “conectarse” con la sociedad terminen siendo excluidos en la masa. Puede liderar el intelectual, el alumno o la mujer con la exposición o participación que los seres comunes obtienen a través del activismo digital, es así como vemos en la serie que los estudiantes pueden “desbaratar” la reputación de sus maestros o que los espectadores (como Sheldon) pueden criticar “personalmente” a productores de televisión a través de medios digitales. Las tecnologías, además, han generado como nunca antes la producción de información, descentralizada de los líderes públicos.

Esta actividad en línea, permanente, ha producido un exceso de información y de imágenes ficcionales que terminan por producir miedos existenciales respecto a seguridad, salud, relacionamientos e incluso identidad porque el mundo real es frágil comparado al virtual. En los personajes de TBBT, esto se relaciona con su constante identificación a superhéroes y las discusiones físicas sobre las posibilidades reales de los poderes así como a su dificultad para socializar o permitir el ingreso de algún miembro más a su grupo social.

Además, esta espectralidad y performatividad cada vez más acentuada, pone en evidencia la infantilización de la sociedad que huye de la realidad y experimenta la fantasía y lo lúdico de la mano del existente afán por exponerse, es decir, ser hipervisible para tratar de alcanzar lo que no se es, y que ve en la tecnología y en los productos de consumo masivo una oportunidad de palparlo como real, de tener una vitrina donde llamar la atención, de ahí que se propenda al disfraz como lo hacen los protagonistas reiteradamente cuando se visten de superhéroes o personajes de ficción, así como cuando crean sus avatares en los videojuegos, porque los individuos viven pendientes del fuera, aunque a veces esa mirada social no los reconoce en su moda, en su realidad.

La interacción en Internet es la que valida los comportamientos y situaciones de la experiencia real. El refrán “si no está en televisión, no existe”, se ha modificado por “si no actúas en Internet, no eres nadie” porque los procesos comunicativos contemporáneos dan relevancia a la idea de que lo importante es comunicar, en la inmediatez, a pesar de la confusión; sin importar el qué, cómo o para qué se comunica.

Es así que se ratifica que cualquiera, incluso los personajes de la serie con sus peculiaridades (que construyen un reflejo social), puede comunicarse representando cada uno su propio discurso (ya sea éste científico, ficcional, real, otros). Los intercambios comunicativos posmodernos no necesitan de interlocutores similares o simétricos porque la complementariedad es un rasgo que los caracteriza y hace dominante a la función fática como se produce en la serie entre Sheldon y Penny principalmente.

Es así que una interacción simple (- ¿Qué haces? - Aquí pasando) deviene en una participación entre dos, que es lo que hoy cuenta en esa búsqueda de que el otro nos preste atención constante. Incluso cuando el aislamiento virtual y la seguridad generada por una máquina predominen en el proceso comunicativo, se entiende que en la comunicación, lo digital virtualizado y lo analógico mediado son un complemento. La sitcom muestra el deseo de comunicación de sus personajes con otros, a pesar del miedo que la realidad (que parece construida por los “normales”) produce.

Al experimentar el mundo de las máscaras, son éstas las que hacen del intercambio un proceso interesante, donde la reacción-acción parece no tener fin porque permiten que las palabras y gestos fluyan sin recelo o temor a la irrupción del proceso. Sin embargo, los personajes de la serie también muestran una “no máscara”, que los vuelve ciegos frente a la mirada social que los considera raros porque carecen de filtros sociales.

La representación de la sociedad posmoderna en TBBT nos permite comprender que la incomunicación, entendida como una comunicación confusa que es tan propia de los procesos comunicativos, predomina en las interacciones humanas, haciendo que así personajes tan distintos como Sheldon y Penny pueden comunicarse. Su característica de tautismo afirma el encierro de los hablantes en ellos mismos, en sus modos, como el de Raj a través del alcohol, de Cooper con sus manías o de Howard a gritos con su madre, en una cotidianidad que cada vez se tecnifica más. De hecho, la sociedad de la información que es de la incomunicación impera la paradoja y lo contrario, porque todo depende de la subjetividad y es ahí cuando cobra sentido.

## BIBLIOGRAFÍA

- Aumont, Jacques y otros. *Estética del cine*. Barcelona: Paidós, 1985.
- Bauman, Zygmunt. *Modernidad líquida y fragilidad humana*, en Revista Observaciones Filosóficas, disponible en: <http://bit.ly/ebwnhX>. Acceso el 15 de agosto de 2013.
- Caldevilla, David. *El sello de Spielberg*. Madrid: Visión Net, 2005.
- Castilla del Pino, Carlos. *La Incomunicación*. Barcelona: Península, 1990.
- Darley, Andrew. *Cultura visual digital*. Barcelona: Paidós, 2002.
- Ferry, Jean Marc; Wolton, Dominique y otros. *El nuevo espacio público*. Barcelona: Editorial Gedisa, 1995.
- Giddens, Anthony. *Modernidad e Identidad del yo*. Barcelona: Península, 1994.
- González Requena, Jesús. *El discurso televisivo*. Madrid: Ediciones Cátedra, 1992.
- Ibáñez, Tomás. *Ideologías de la vida cotidiana*. Barcelona: Editorial Sendai, 1988.
- Imbert, Gerard. *La sociedad informe*. Barcelona: Icaria Editorial, 2010.
- Imbert, Gerard. *La hipervisibilidad televisiva*, disponible en: <http://bit.ly/1bfLoUG>. Acceso el 10 de agosto de 2013.
- Jodelet, Denise. *La representación social: fenómeno, concepto y teoría*, en Serge Moscovici, Psicología Social II. Barcelona: Editorial Paidós, 2000.
- Kirkpatrick, David. *El efecto Facebook*. Bogotá: Editorial Planeta, 2010.
- Le Breton, David. *Antropología del cuerpo y modernidad*. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión, 1990.

- Lucien, Sfez. *La comunicación*. París: Presses Universitaires de France, 1991.
- McLuhan, Marshall. *Comprender los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós, 1994.
- Padilla, Graciela y Requeijo, Paula. *La sitcom o comedia de situación: orígenes, evolución y nuevas prácticas*. Madrid: Fonseca Journal of Communication, 2010.
- Pardo Kuklinski, Hugo. *Geekonomía*. Barcelona: Edicions de la Universitat de Barcelona, 2010.
- Ribeiro, Lair. *La comunicación eficaz*. Barcelona: Ediciones Urano, 1994.
- Rincón, Omar. *Narrativas mediáticas*. Barcelona: Gedisa, 2006, p.13.
- Rincón, Omar. *Nuevas narrativas televisivas: relajar, entretener, contar, ciudadanizar, experimentar* en Revista Comunicar N°36, 2011.
- Rizo, Marta. *El interaccionismo simbólico y la Escuela de Palo Alto*. Portal de la Comunicación, disponible en: <http://www.portalcomunicacio.com/download/17.pdf> Acceso el 13 de julio de 2013
- Sacks, Oliver. *Un antropólogo en Marte*. Barcelona: Editorial Anagrama, 2001.
- Scolari, Carlos. *Hacia la hipertelevisión. Los primeros síntomas de una nueva configuración del dispositivo televisivo* en Diálogos de la Comunicación, N77, julio-diciembre 2008.
- Sibilia, Paula. *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: Fondo de cultura económica, 2008.
- Van Dijk, Teun. *El discurso como interacción social*. Barcelona: Editorial Gedisa, 2001.
- Watzlawick, Paul y Jackson, Don. *Teoría de la comunicación humana*. Buenos Aires: Tiempo Contemporáneo, 1971.

Weakland, J. *Somatique familiale: une marge négligé*. Barcelona: Paidós, 1977

Winkin, Yves (coord.). *La nueva comunicación*. Barcelona: Kairos, 1982.

## ANEXOS

a.) Listado de episodios de The Big Bang Theory observados para este estudio:

### TEMPORADA 1

1. Pilot
2. The Big Bran hyphotesis
3. The fuzzy boots corollary
4. The luminous fish effect
5. The hamburger postulate
6. The middle earth paradigm
7. The Dumpling Paradox
8. The grasshoper experiment
9. The Cooper-Hofstadter polarization
10. The Loobenfeld decay
11. The pancake batter anomaly
12. The Jerusalem duality
13. The bat jar conjecture
14. The Nerdvana Annihilation
15. The pork chop indeterminacy
16. The peanut reaction
17. The tangerine factor

### TEMPORADA 2

1. The bad fish paradigm
2. The codpiece topology
3. The barbarian sublimination
4. The Griffin equivalency
5. The euclid alternative
6. The Cooper-Nowitzki theorem
7. The Panty pinata polarization
8. The Lizard-Spock expansion
9. The White Asparagus Triangulation
10. The Vertabedian Conundrum

11. The Bath Item Gift Hypothesis
12. The Killer Robot Instability
13. The Friendship Algorithm
14. The Financial Permeability
15. The Maternal Capacitance
16. The Cushion Saturation
17. The Terminator Decoupling
18. The Work Song Nanocluster
19. The Dead Hooker Juxtaposition
20. The Hofstadter Isotope
21. The Vegas Renormalization
22. The Classified Materials Turbulence
23. The Monopolar Expedition

### **TEMPORADA 3**

1. The Electric Can Opener Fluctuation
2. The Jiminy Conjecture
3. The Gothowitz Deviation
4. The Pirate Solution
5. The Creepy Candy Coating Corollary
6. The Cornhusker Vortex
7. The Guitarist Amplification
8. The Adhesive Duck Deficiency
9. The Vengeance Formulation
10. The Gorilla Experiment
11. The Maternal Congruence
12. The Psychic Vortex
13. The Bozeman Reaction
14. The Einstein Approximation
15. The Large Hadron Collision
16. The Excelsior Acquisition
17. The Precious Fragmentation
18. The Pants Alternative
19. The Wheaton Recurrence

20. The Spaghetti Catalyst
21. The Plimpton Stimulation
22. The Staircase Implementation
23. The Lunar Excitation

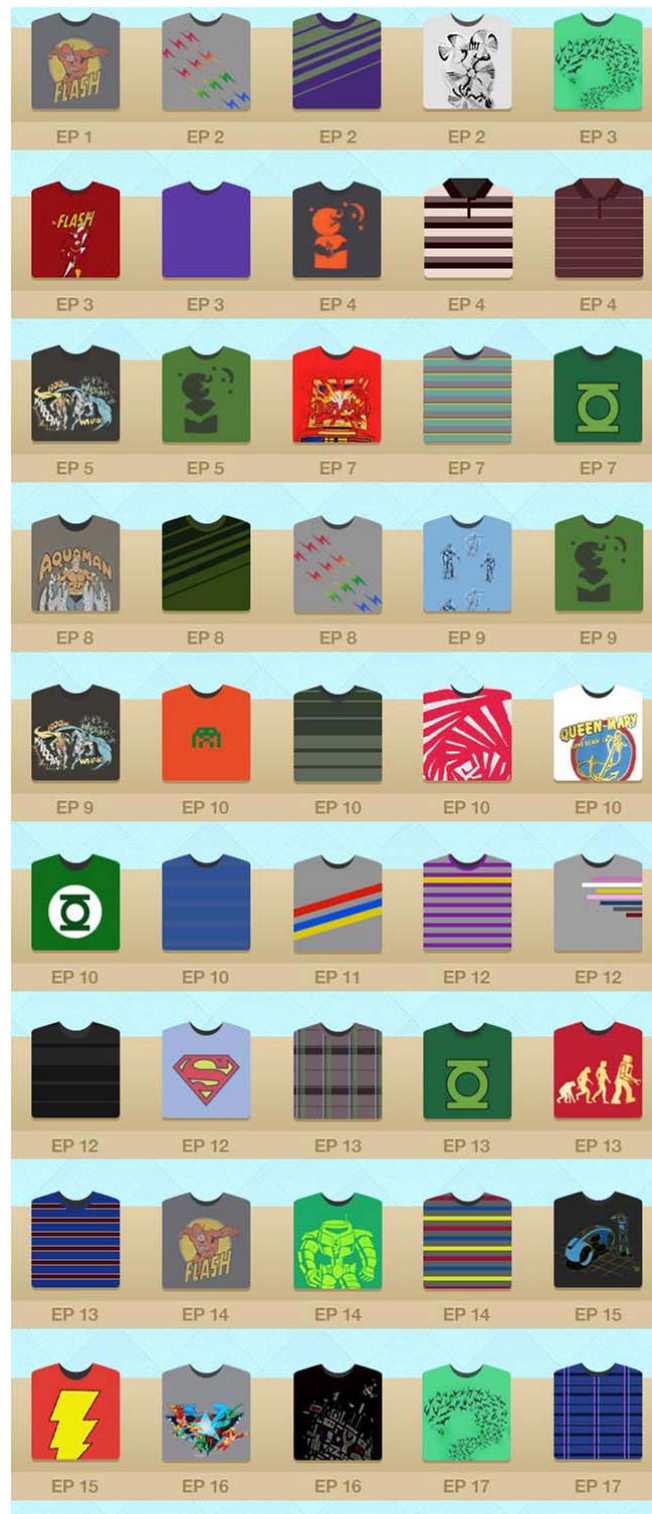
#### **TEMPORADA 4**

1. The Robotic Manipulation
2. The Cruciferous Vegetable Amplification
3. The Zazzy Substitution
4. The Hot Troll Deviation
5. The Desperation Emanation
6. The Irish Pub Formulation
7. The Apology Insufficiency
8. The 21-Second Excitation
9. The Boyfriend Complexity
10. The Alien Parasite Hypothesis
11. The Justice League Recombination
12. The Bus Pants Utilization
13. The Love Car Displacement
14. The Thespian Catalyst
15. The Benefactor Factor
16. The Cohabitation Formulation
17. The Toast Derivation
18. The Prestidigitation Approximation
19. The Zarnecki Incursion
20. The Herb Garden Germination
21. The Agreement Dissection
22. The Wildebeest Implementation
23. The Engagement Reaction
24. The Roommate Transmogrification



b.) Ilustraciones de las camisetas<sup>143</sup> vestidas por Sheldon Cooper en las 4 temporadas:

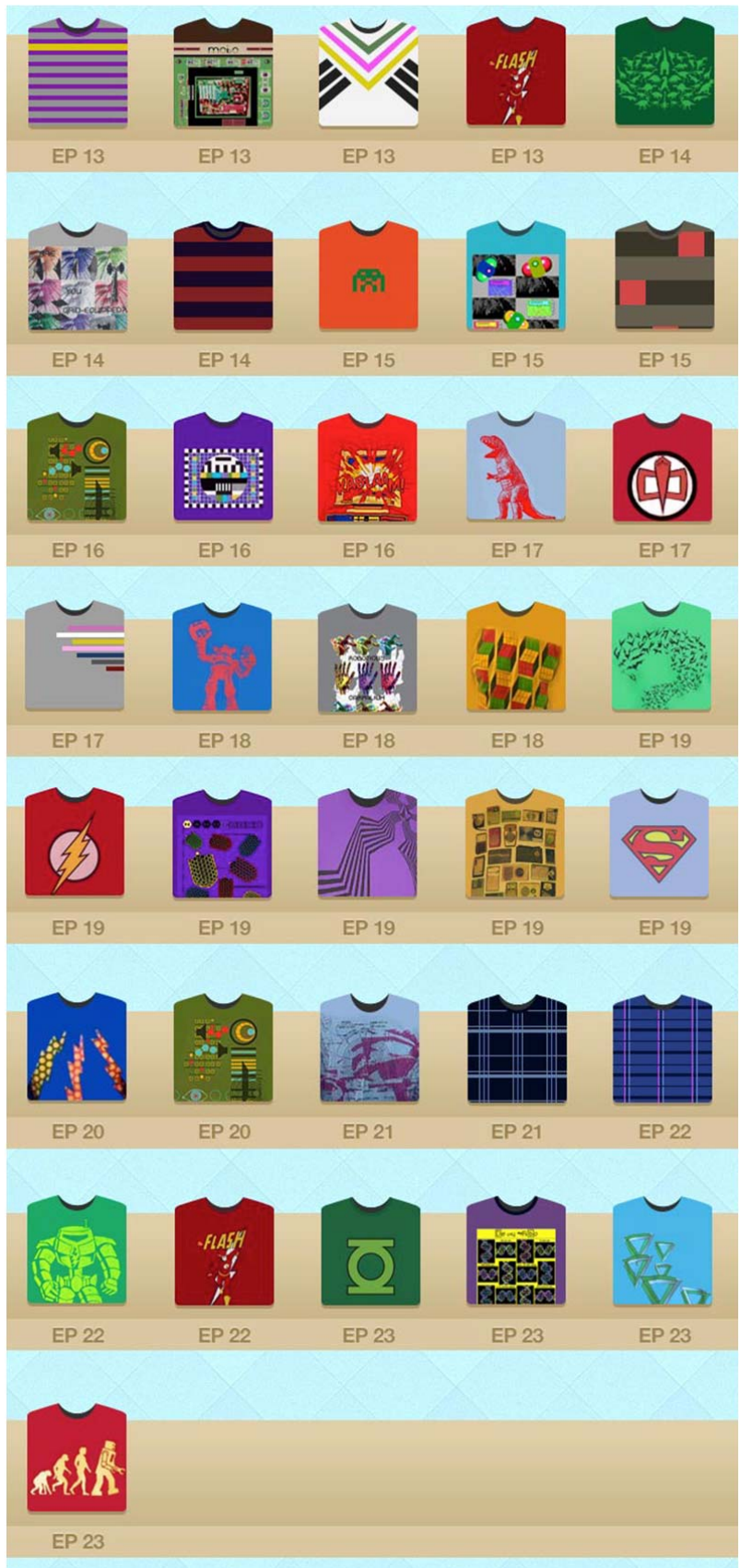
### TEMPORADA 1



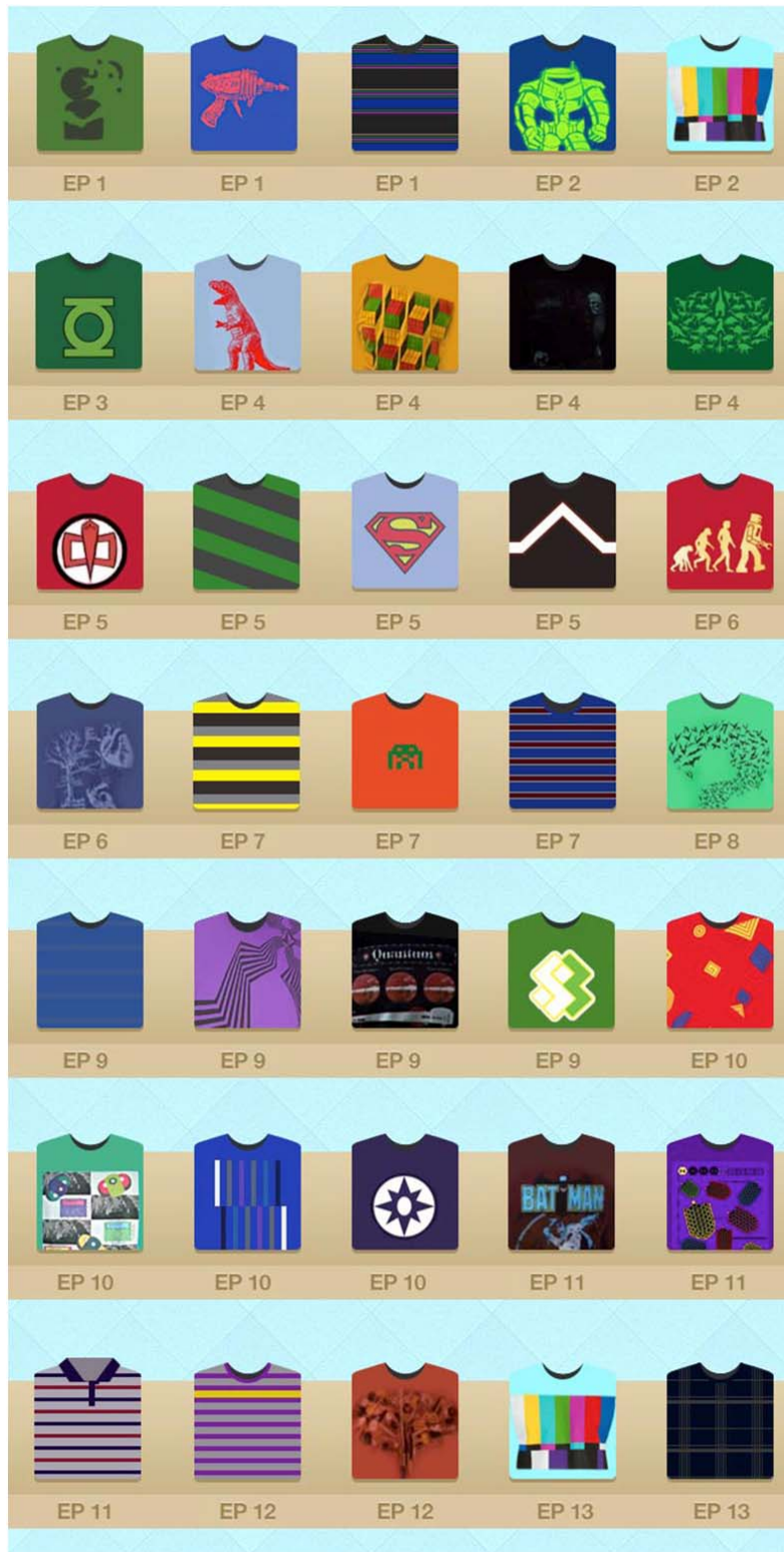
<sup>143</sup> Fuente: <http://visual.ly/every-t-shirt-sheldon-has-worn>

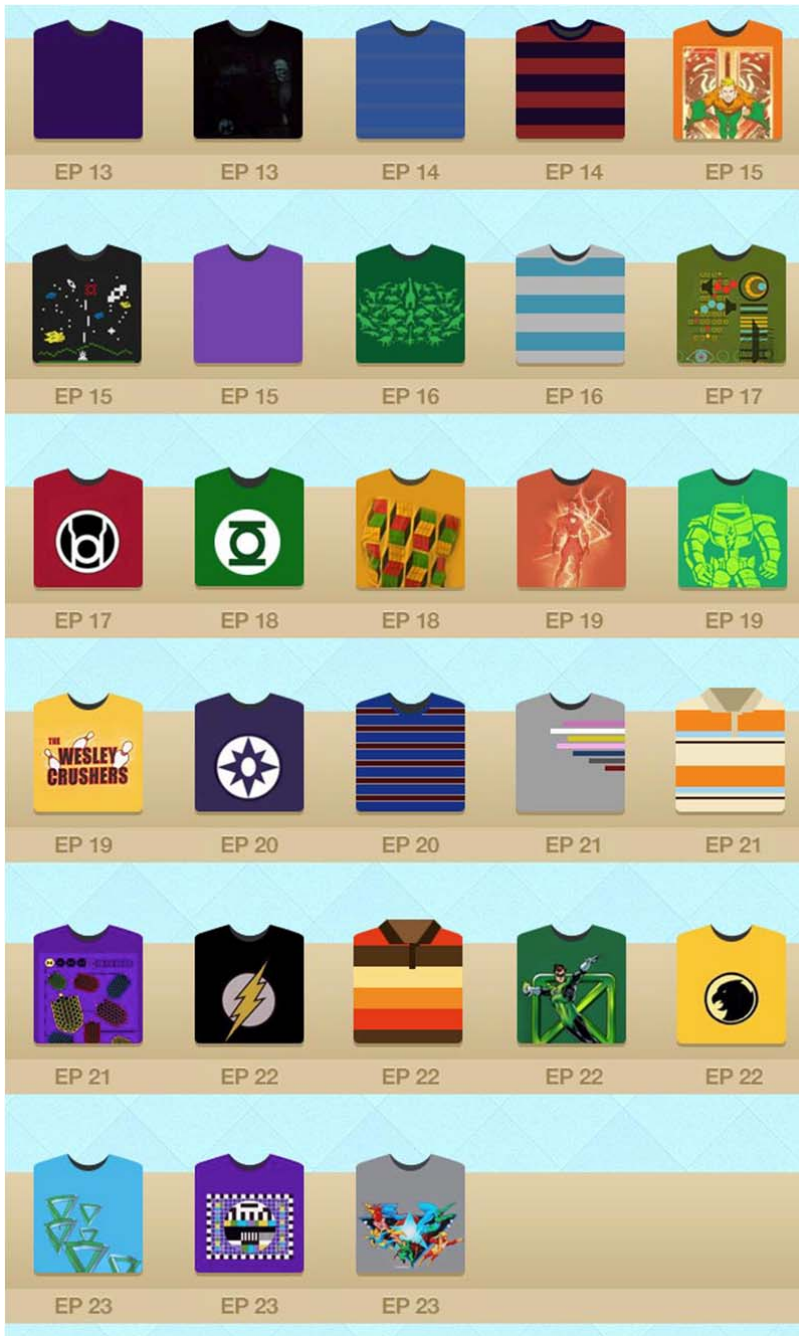
TEMPORADA 2





TEMPORADA 3





TEMPORADA 4

