



UNIVERSIDAD DEL MAR  
CAMPUS HUATULCO

CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

TESIS

**DE LA DISCRIMINACIÓN A LA UTILIZACIÓN. EL  
ESTEREOTIPO NERD-GEEK Y SU RELACIÓN CON LOS  
PRODUCTOS DE LA INDUSTRIA CULTURAL: EL CASO  
DE LA SERIE *THE BIG BANG THEORY* (2007-2011)**

PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADA EN CIENCIAS  
DE LA COMUNICACIÓN

PRESENTA:

ERIKA SANDOVAL CASTELLANOS

DIRECTOR DE TESIS

M.C GABRIEL GUTIÉRREZ JAVÁN

BAHÍAS DE HUATULCO, OAXACA

MAYO 2012

## INTRODUCCIÓN

Actualmente la mayoría de las personas en el mundo cuentan con un televisor o más en sus hogares, ya sea con señal abierta o de paga, la televisión es un servicio que se ha vuelto necesario en la vida cotidiana, ya que a través de éste se puede encontrar información y educación pero sobre todo entretenimiento.

Lejos de las estrategias económicas, políticas y sociales que diferentes actores gubernamentales o empresariales podrían usar en su beneficio, es importante tomar en cuenta el papel que juega el individuo con la televisión, pues a través de ésta se reflejan modelos de vida y estructuras de la “realidad” que establecen cómo es el mundo allá afuera, qué es lo que sucede, o cómo se debe de ser.

Es decir, la televisión funge como un agente socializador, ya que ayuda a la construcción de identidades, transmisión de valores, patrones culturales y pautas de comportamiento. Esta característica socializadora muchas veces se vale de los estereotipos, los cuales son asignados a la sociedad o comunidad de ciertos grupos de individuos que representan características similares. Son un tipo de convención social que se difunde fácilmente a través de los medios de comunicación y que suelen etiquetar a una cosa o persona con la finalidad de hacerla más simple y asimilable para todos.

En las series de televisión se pueden encontrar una gran variedad de estereotipos, y el estudio de estos resulta de interés para esta investigación, particularmente los *nerds* o también conocidos (y confundidos) con los *geeks*. Este estereotipo en los medios de comunicación es representado como parte de una minoría. Un grupo de persona que se caracterizan por tener un alto nivel intelectual, pero que carecen totalmente de habilidades sociales.

Los medios de comunicación de masas han contribuido considerablemente a extender a este estereotipo que es propio de los institutos estadounidenses. Lori Kendall en su artículo *Nerd nation. Images of nerds in US popular culture*, explica que la figura del *nerd* o el *geek* aparece como motivo recurrente en el cine y la televisión, desde mediados de los años 70 del

siglo pasado, mostrándose como personas inteligentes pero socialmente ineptas, y a partir de los 80 empiezan aparecer como expertos en el uso de las computadoras.

Ejemplos de personajes encasillados bajo esta categoría en series de televisión estadounidense se pueden mencionar: Paul Pfeiffer interpretado por Josh Saviano en la serie *Los Años Maravillosos* (1988-1993), Screech protagonizado por Dustin Diamond en la serie *Salvados por la Campana* (1989-1992), Carlton Banks (Alfonso Ribeiro) el presuntuoso primo de Will Smith en *El Principe del Rap* (1990-1996). También personajes de series animadas como Milhouse y Martin de *Los Simpsons* (1989 - ), Dexter en *El laboratorio de Dexter* (1996-2003) o Jimmy Neutron y Carl de la serie *Las aventuras de Jimmy Neutron: El niño genio* (2002-2006)

Con estos ejemplos se pretende demostrar que el estereotipo *nerd* o *geek* a formado y sigue formando parte de la ficción audiovisual de las series norteamericanas y por esta razón se ha decidido escoger como parte de nuestro objeto de estudio. Así mismo, para esta investigación se analizará la serie norteamericana *The Big Bang Theory*, la cual es el referente más actual de este estereotipo, pues aún continua produciéndose. Ésta es protagonizada por un grupo de *nerds* que tiene un particular estilo de vida en el que el consumo de videojuegos, películas, series de televisión e innovaciones tecnológicas, internet y páginas web como *youtube*, *facebook*, *twitter*, entre otros productos de entretenimiento, afecta su andar diario.

El motivo por que se decide analizar *The Big Bang Theory*, es porque se está familiarizado con todos los capítulos que la integran, facilitando de esta forma su estudio y análisis. Así mismo el interés por estudiar una serie de origen estadounidense es porque en la actual cultura de este país conviven personas con bagajes y estilos de vida disimiles y es por ello que resulta interesante analizar la visión que los programas de Estados Unidos tratan de mostrar a sí mismos y al mundo, sobre su propia sociedad. Otra de las razones que hace importante el análisis de esta serie es que actualmente cuenta con un gran éxito, al grado de considerársele una de las mejores comedias de Estados Unidos.

Según Nielsen, una empresa encargada de recopilar y reportar información detallada y precisa sobre los hábitos de compra y uso de los medios de comunicación que realizan los consumidores, en el año 2012 la serie ha llegado a registrar cerca de 17 millones de telespectadores tan sólo en Estados Unidos, lo que implica, no solamente la aceptación de la

audiencia, sino también el alcance que llega a tener el mensaje, el cual representa y transmite los valores, ideologías, costumbres y visiones de su lugar de origen.

En base a lo expuesto en los párrafos anteriores, el objetivo del presente trabajo consta en analizar, al *nerd-geek* de la serie antes mencionada y su relación con el consumo de los productos culturales.

Para esta investigación sólo nos enfocaremos al análisis del mensaje o como John Thompson en su libro *Ideología y Cultura Moderna* le llama “las formas simbólicas”, las cuales son expresiones de un sujeto y para un sujeto (o sujetos), que son producidas, construidas o empleadas por un sujeto, que al producirlas o emplearlas, persiguen ciertos objetivos o propósitos y busca expresar por sí mismo lo que quiere decir o se propone, con y mediante las formas así producidas.

Cabe mencionar que una de las limitantes de esta investigación es precisamente el enfocarnos únicamente al estudio del mensaje. Thompson señala que para que un análisis metodológico esté completo es preciso el estudio del proceso de producción de las formas simbólicas, es decir, tomar en cuenta las circunstancias sociohistóricas específicas y los arreglos institucionales particulares. También es necesario considerara la recepción y aceptación de los mensajes de los medios por parte de los individuos o grupo de individuos que se sitúan en circunstancias y contextos diferentes.

Sin embargo el estudio de estos dos factores ampliaría mucho más esta investigación y además cambiarían los objetivos de la misma. Por lo que sólo nos centraremos en el estudio del mensaje, el cual es análisis suficiente para una tesis de licenciatura.

La importancia que tiene un estudio de este tipo en las ciencias de la comunicación reincide en el simple hecho de que éste al ser un acto comunicativo representa un fenómeno social, el cual no solamente decae en la transmisión de un mensaje, sino en todo lo que éste conlleva, una cultura, una ideología, una identidad, una estructura preestablecida, un trasfondo o como diría David Morley en su libro *Televisión, Audiencias y Estudios Culturales* “no existen los textos inocentes”.

La transmisión de *The Big Bant Theory* a través de un medio de comunicación tan importante como la televisión, lo convierte en un producto cultural comunicativo, el cual además de proporcionar entretenimiento también intercambia significados, desde cómo son los personajes de la serie, qué es lo que usualmente hacen, qué consume, por qué lo consumen, cómo se representan, con qué se les relaciona, entre otras cuestiones. A estas preguntas se les puede dar respuesta a través de diferentes teorías de las ciencias de la comunicación como son la teoría de comunicación de masas, la teoría de la cultura, la cultura de masas, tópicos que han sido incluidos en esta investigación.

Una vez explicado el tema de investigación, así como las razones por la se escogió, su importancia y pertinencia, a continuación se presenta la hipótesis que se busca comprobar.

**“El estereotipo *nerd* representado en la serie *The Big Bang Theory* promociona a los productos de la industria cultural”.**

Las hipótesis particulares son:

- El estilo de vida del estereotipo *nerd* en la serie *The Big Bang Theory* está basado en el consumo de productos de la industria cultural como son series de televisión, películas, música, comics, videojuegos así como el uso de medios digitales como las computadoras, teléfonos inteligentes e internet.
- Los productos de la industria cultural son un recurso constante dentro de la serie *The Big Bang Theory*
- A mayor audiencia, mayor número de productos culturales (y viceversa), por lo tanto mayor promoción de éstos.
- Los productos de la industria cultural mostrados en la serie *The Big Bang Theory* funcionan como un agente constructor de la hegemonía.

Las preguntas de investigación que se plantearon son las siguientes:

**¿Existe relación entre el estereotipo *nerd* representado en la serie *The Big Bang Theory* y los productos de la industria cultural?**

**¿Cómo es visto actualmente al estereotipo *nerd*?**

**¿Cuál es el estilo de vida que propone el estereotipo *nerd* de la serie *The Big Bang Theory*?**

**¿Existe alguna relación entre los productos de la industria cultural y la audiencia de *The Big Bang Theory*?**

Para guiar el desarrollo de esta investigación se planteó un objetivo general, el cual consiste en:

- Demostrar que el estereotipo *nerd* representado en la serie *The Big Bang Theory* guarda una relación fuerte con los productos de la industria cultural lo que ayuda a la promoción de éstos mismos.

Este objetivo tiene como base objetivos particulares, los cuales favorecen al fortalecimiento del mismo.

- Estudiar la historia del estereotipo *nerd*.
- Cuantificar los productos culturales que se representan en la serie *The Big Bang Theory*.
- Demostrar que existe relación fuerte entre los productos de la industria cultural y el *nerd* de la serie *The Big Bang Theory*
- Demostrar que el estereotipo *nerd* de la serie *The Big Bang Theory* propone un estilo de vida basado en el consumo de los productos de la industria cultural.

Dentro de esta investigación se desarrollan tres capítulos: En el primero se exponen los temas que ayudan a proporcionar las bases necesarias que abalan los argumentos de la investigación, así pues, se explica la Teoría de Comunicación de Masas que propone Denis McQuail en su libro *Introducción a la Teoría de Comunicación de Masas*, posteriormente se expone el tema de las Industrias Culturales, sus orígenes y la importancia que tienen en la sociedad. Así mismo se explica la evolución del término de cultura y sus acepciones, así como la concepción estructural que propone John Thompson en su libro *Ideología y Cultura Moderna*, además se proporciona una definición de cultura elaborada por García Canclini en el libro *Diferentes, desiguales y desconectados*, y también se explica desde que vertiente se aborda este concepto. También se expone el tema de Cultura de Masas y sus características,

el cual viene relacionado con los temas anteriores y por último se explica qué se entiende por estereotipo y estilo de vida, que son elementos clave para esta investigación.

El capítulo dos es un acercamiento al concepto *nerd* y *geek*, los cuales se tratan de explicar y diferenciar detalladamente para su mayor comprensión, ya que los personajes de la serie *The Big Bang Theory* llegan a tener características de ambos estereotipos. Así mismo se abordan los antecedentes históricos del *nerd*, desde su etimología hasta los elementos que se le han ido adaptando con el paso del tiempo, se ahonda más sobre éste concepto debido a que es el más antiguo y su comprensión ayuda a entender a los personajes de la serie en cuanto a sus referentes culturales, su construcción audio visual en los medios, sus gustos y el por qué de su marginación. También se hace un recuento de los productos de la industria cultura que han hecho uso de la imagen del *nerd* y el *geek* así como de aquellos que se originaron para complacer sus gustos.

En el tercer capítulo se aborda lo que es la serie *The Big Bang Theory*, su argumento, los personajes que la conforman, los premios que ha recibido, el segmento del público al que va dirigido y el rating de la serie, así mismo se expone qué es el análisis de contenido, ya que esta técnica es la que se utiliza para el análisis del objeto de estudio, también se explica cuáles son las variables, el universo, la muestra y las categorías. Una vez teniendo claro estos temas se aplica la técnica y se analiza cada uno de los datos que arrojó dicha metodología, para posteriormente dar una conclusión de lo obtenido en la tesis.