

The Big Bang Theory: Entre divulgación y desfiguración

JOSHUA ALEXANDER GONZÁLEZ MARTÍN

N CIENTÍFICO ENTRA EN UN CAMARÍN y se dirige a una compañera decidido a mostrarle, con la emoción de alguien momentos antes de casarse y a punto de emprender cambios muy importantes en su vida, que gracias a ella había tenido la idea que cambiaría el rumbo de su investigación para siempre: el universo se expande de forma asimétrica. En ausencia de material de oficina, los científicos deciden desarrollar el nuevo concepto sobre un par de espejos que tenían alrededor y carmín. Había un ligero tono de alborozo y felicidad en sus voces cuando un tercer científico irrumpe en el tocador.

- Están todos esperando —dice con cierta confusión— ¿Qué estáis haciendo?
- ¡ Súper asimetría! —declara con energía la científica.
- ¿ Súper asimetría? ¿ Eso existe? —inquire todavía confuso.
- Lo estamos inventando ahora mismo —añade el compañero.
- Y no creéis que puede esperar hasta... —se detiene—. Un momento, esto es interesante. —Se oye hablar a sí mismo con los labios rígidos. Coge una silla y se sienta frente a lo que aquellos dos científicos están escribiendo en el espejo con lápiz de labios.

Los científicos son Sheldon Cooper, Amy Farrah Fowler y Leonard Hofstadter, personajes de la aclamada serie de televisión *The Big Bang Theory*. Desde la primera temporada hace poco más de diez años, del primero al último capítulo, cada veinte minutos aproximadamente renace la musiquilla de la introducción —y con ésta cada episodio [*History of Everything (The Big Bang Theory Theme)*], de *Barenaked Ladies*— con una fuerza cada vez mayor, acrecentada por su regular

J. A. González Martín (✉)
Universidad de Salamanca, Spain
e-mail: u159840@usal.es

Disputatio. Philosophical Research Bulletin
Vol. 8, No. 11, Dec. 2019, pp. 591-596
ISSN: 2254-0601 | [SP] | **NOTA CRÍTICA**

repetición. Entonces la plaza baila, baila y baila, y la cultura del pueblo baila con ella. Ahí se detiene. La serie está donde debe de estar: en la *plaza del pueblo*. Además del humor y de las referencias a la cultura *geek*, *The Big Bang Theory* supuso una ventana que popularizó y vulgarizó, que divulgó, el mundo de las ciencias¹. Lo hizo a través de caricaturas que pronto se alojaron en los corazones de los televidentes. Ahora bien, ¿en qué contexto se da este acercamiento de los comunes al mundo de la ciencia? ¿Qué efectos y defectos produce esta manera de difundir la ciencia en la mitología popular? ¿Podemos esperar que la gente entienda críticamente la ciencia sólo porque se predique en ese sentido? ¿O es otra cosa la que se espera de la serie de Warner Bros?

Los televidentes de *The Big Bang Theory* pertenecen a un mundo entregado a la *socialización* y a la *globalización*. La socialización describe el hecho de que el trabajo se ha convertido en una actividad de masas. Hoy día son menos los trabajadores que producen en el campo o en talleres industriales a la usanza del siglo XIX. Trabajan en fábricas de conserva, en oficinas de turismo o en hostelería. Consumen los mismos productos, los compran en las mismas tiendas, van a las mismas playas y ven las mismas series de televisión. Y es en esta vida de trabajo y ocio de los consumidores de comedias de situación (*sitcom*) y de otros productos de carácter ocioso en la que están en contacto constante con sus prójimos. La gente se socializa y se educa en esta socialización, y lo hace a través de un número no pequeño de diversos y heterogéneos medios de comunicación más o menos especializados.

La segunda característica a subrayar es la de la globalización o planetización, el hecho de que el mundo se ha convertido en un lugar global, de que millones de personas puedan ver las exequias del Papa Juan Pablo II, la Copa Davis de tenis o los vídeos del sitio web *YouTube*, allí donde las nuevas tecnologías de la información y la comunicación están al alcance de cientos de millones de oyentes y espectadores. En la actualidad, a diferencia de lo que ocurría en el Coliseo de la antigua Roma o en la ciudad victoriana de Londres, millones de personas contemplan, simultáneamente o en diferido, la misma imagen y oyen el mismo sonido. Gracias a las nuevas tecnologías y a los contenidos en común que se consumen, las personas, a pesar de que estén separadas unas de otras por miles y miles de kilómetros, comparten la misma señal electrónica y comparten la misma emoción. En el mundo del ser humano contemporáneo, se está generando una conciencia global. Es aquí, en este contexto de socialización y globalización, de consumo masivo del mismo contenido, de las mismas

¹ La ecuación de Drake, la teoría de cuerdas, el rover de Marte o el descubrimiento del bosón de Higgs son algunos de los contenidos científicos que se divulgan en la serie.

emociones, donde la cultura científica popular y los canales que la hacen posible cobran importancia.

En la divulgación de la ciencia no sólo importa el contenido de unas páginas de *Biología para Dummies*, de un episodio en una serie de televisión o de un documental en algún portal de internet, sino el hecho de que el despliegue de una técnica de divulgación lleva consigo algunos efectos. En una sociedad que se ha hecho a las nuevas tecnologías, y viceversa, la divulgación incita al público a integrarse en una cultura determinada. Con los mecanismos adecuados, la divulgación es una forma de persuasión que hace que el individuo o el público se sometan de buen grado e, incluso, con entusiasmo, a las exigencias de una cultura o de un saber en apariencia adaptado. Más aún, bajo los efectos de cierta cantidad de difusión, la sociedad ya no se cierra en su condición de «lego». La sociedad en su consumo se hace sensible al contenido y a la forma de la televisión, de la radio, de los artículos periodísticos, etc., que articula este contenido. La experiencia muestra que, al cabo de cierto tiempo, el público se vuelve afectivo del contenido difundido, de la cultura adaptada. De este modo, la gente puede ser sensibilizada por los nuevos canales de difusión, sobradamente penetrantes y eficaces.

Esto lo saben bien los que están detrás de la producción de *The Big Bang Theory* y que entienden la serie como un bien de consumo. En la serie se muestra contenido humorístico, contenido científico y, sobre todo, situaciones cotidianas en un orbe ficticio. Sin embargo, la ficción no es sólo ficción cuando, en la cultura general de una sociedad, genera una idea de cómo puede ser el mundo de las ciencias. La ficción se convierte entonces en ideología y la idea se convierte en mito. Desde luego, no sólo se está alfabetizando clases sociales enteras, sino que se está mitificando lo que, de otra forma, no podría estar al alcance de todos. Con la divulgación científica, el horizonte del conocimiento general del público, de dominio popular, se abre hacia nuevos mundos geográficos, biológicos, tecnológicos, etc.; se abre hacia la representación cultural de la ciencia. Esta representación es la que genera las ideas que conforman la percepción general del mundo de la ciencia, el *imaginarium* cultural que se asumirá como algo verdadero.

Figuras como las del personaje Sheldon Cooper, nada aficionado por el trabajo en equipo, por el sumario y el estudio en grupo, extienden la creencia en la superioridad de un individuo excepcional y estafalario, pero solitario e insociable, sobre la de una colectividad de cerebros, sobre la de una sociedad científica de investigadores. Son los redactores y guionistas del personaje los que deciden comunicar y figurar esta imagen del científico en un lenguaje vulgar y

en un contexto que se hace común al espectador corriente. Más aún, el trabajo de las personas implicadas en la realización de *The Big Bang Theory* —de los actores, sobre todo— y su popularidad, es un factor decisivo en el proceso de legitimación e ideación social de la ciencia. Ya sea en el cine, en el teatro o en programas de televisión, la ciencia tiene rostro. El rostro de mujeres y hombres que, con su interpretación y espectáculo, acercan una imagen de la ciencia al gran público.

Este rostro no siempre refleja escrupulosamente una imagen real de la ciencia, mucho menos la de sus contenidos. Más bien, el rostro que se percibe es lo que queda de la traducción y adaptación de la ciencia a un lenguaje ordinario y, en este caso, a un texto dramático. Ahora bien, las inexactitudes no acaban en las limitaciones del medio. *The Big Bang Theory*, por una parte, continuamente está ensalzando el modelo tradicional del científico solitario, cuyos arrebatos de genialidad periclitán al resto de científicos del elenco; y, por otra, es un auténtico vivero protagonizado por un grupo heterogéneo de personajes conformado por científicos, ingenieros y una actriz con dotes de camarera, cuya acción se desarrolla en sus respectivos apartamentos, en una tienda de cómics, en el *Caltech* o en los espacios de trabajo habituales. En este sentido, la serie deja ver de vez en cuando ciertos elementos sociológicos de la ciencia de presencia kuhniana, donde la ciencia existe en virtud de un tácito contrato entre los miembros de una comunidad lingüística. En algunos capítulos se muestra que la vida científica es posible gracias a la acción de la comunidad científica, de la acción que ciertos individuos ejerce sobre otros individuos en una determinada comunidad.

Esto puede verse, desde cierto punto de vista, en el episodio «The Friendship Algorithm», cuando Sheldon intenta hacerse amigo de Barry Kripke para obtener acceso a una computadora de ciencia abierta para realizar investigaciones sobre la formación de estructuras en el universo primitivo. O en el episodio «The Cooper/Kripke Inversion», donde Sheldon se ve obligado a colaborar nuevamente con Kripke y a reconocerse a sí mismo que quizá su trabajo no es tan bueno como esperaba. Aquí la serie se aleja de la idea de que la ciencia es tarea del genio individual y se acerca a la idea de que los científicos cooperan en comunidad. «Cuando son muchos —razona Aristóteles (*La Política*, III, 1281b)— cada uno de los individuos posee una fracción de virtud y de sabiduría, pero cuando se reúnen, al igual que la multitud que se convierte en un solo hombre con muchos pies y muchas manos y muchos sentidos, también se transforman en una sola personalidad en lo que atañe a las facultades intelectuales y morales». El aumento de la divulgación científica y, en muchas ocasiones, el aumento del espectáculo y la desfiguración de la ciencia parece que no han invalidado por completo esta opinión. Incluso en algunos aspectos la ha

reforzado.

Conocer la ciencia o entender hacia dónde nos lleva la investigación científica a veces se confunde con saber lo que se conoce en las ciencias. Además de contenido especializado, la ciencia entendida como sociedad tiene historia, infraestructuras, retórica, herramientas y técnica, tecnología, costumbres, valores éticos, política, economía y mercado, como cualquier otra sociedad. Y a pesar de que buscar el entretenimiento por encima de todo puede hacer que un contenido pierda relevancia científica o deje de ser fuente de saber sobre el mundo, muchos de estos aspectos de la ciencia, en menor o mayor medida, también se ponen en evidencia en los contenidos de entretenimiento de *The Big Bang Theory*. La alfabetización de la sociedad en cuestiones científicas no trata de virar el cuerpo multicéfalo de la cultura popular en dirección a los artículos académicos, a los manuales especializados o a los muros de la universidad. Más bien trata de arrojar un asombro e interés generalizados por la sabiduría y las cuestiones que se abren ante la memoria colectiva de la humanidad.

La divulgación lleva la impronta de las virtudes, así como la de los pecados del lenguaje coloquial, y muchas veces proporciona sólo una red de mallas gruesas al discurso intelectual. Capta los grumos, pero permite que las partes más acuosas y sutiles se escurran. Su atracción como entretenimiento sofisticado está superada por la penuria de la palabra *hablada* para aplicar adaptaciones simbólicas a los problemas abstrusos y, en parte, inaccesibles de la ciencia a la comprensión de las personas comunes faltas de instrucción. La divulgación no es más que una manera de democratizar las ideas más generales de la ciencia, de llevar al pueblo parte de la empresa del basto conocimiento humano. Al fin y al cabo, desde luego, no enuncia los contenidos de la ciencia tal como son. Tampoco se debe tomar demasiado en serio la doctrina de Descartes de que las ideas que se acercan más a la realidad son aquellas que son claras y distintas. Por el contrario, la sapiencia en el mundo de la gente, si bien es un recorte parcial más o menos escrupuloso de la comunicación de la ciencia, suele ser más semejante a una intuición vaga y masiva de la realidad.

REFERENCIAS

- CARMELO, Polino y Yuriy CASTELFRANCHI (2012). «Comunicación pública de la ciencia. Historia, prácticas y modelos». En *Ciencia, tecnología y sociedad*, editado por Eduard Aibar y Miguel Ángel Quintanilla. Madrid: Trotta-CSIC, pp. 351–377.
- ARISTÓTELES (1993). *Política*. Trad. Julián Marías y María Araujo. Madrid: Centro de Estudios Políticos y Constitucionales.
- RUBIO MORAGA, Ángel Luis (2002). «Periodismo y divulgación científica: especialización vs. espectáculo». En *Prensa y periodismo especializado (historia y realidad actual)*. Guadalajara: AACHE, pp. 547–562.
- RUSSELL, Nicholas (2010). *Communicating science. Professional, popular, literary*. Londres: Cambridge University Press.
- YUNIS, Emilio (2012). «Sobre la visión pública de la ciencia». En *Ciencia, tecnología y sociedad*, editado por Eduard Aibar y Miguel Ángel Quintanilla. Madrid: Trotta-CSIC, pp. 325–349.



JOSHUA ALEXANDER GONZÁLEZ MARTÍN es doctorando [≈ PhD] en la Universidad de Salamanca. Sus intereses de investigación están vinculados con la filosofía de la tecnología, la ontología y la epistemología de los artefactos, la orientación social y el panorama de la perspectiva pública actual en temas de ciencia y tecnología.

INFORMACIÓN DE CONTACTO | CONTACT INFORMATION: Instituto de Estudios de la Ciencia y la Tecnología, Universidad de Salamanca, Avenida Filiberto Villalobos, 56–60. 37007, Salamanca, España. e-mail (✉): u159840@usal.es · **iD**: <http://orcid.org/0000-0002-1468-6360>

HISTORIA DEL ARTÍCULO | ARTICLE HISTORY

Received: 25–October–2019; Accepted: 21–December–2019; Published Online: 27–December–2019

COMO CITAR ESTE ARTÍCULO | HOW TO CITE THIS ARTICLE

González Martín, Joshua Alexander (2019). «The Big Bang Theory: Entre divulgación y desfiguración». *Disputatio. Philosophical Research Bulletin* 8, no. 11: pp. 591–596.

© Studia Humanitatis – Universidad de Salamanca 2019