



The Walking Concepts. Conceptos zombis en las teorías de la comunicación



Carlos A. Scolari
Universitat Pompeu Fabra–Barcelona  

Carlos A. Scolari es Doctor en Lingüística Aplicada y Lenguajes de la Comunicación (Università Sacro Cuore di Milano) y Catedrático del Departamento de Comunicación en la Universitat Pompeu Fabra de Barcelona. En 2024 recibió el Doctorado Honoris Causa por la Universidad Nacional de Rosario (Argentina). Sus investigaciones se han centrado en la evolución de los ecosistemas mediáticos, las interfaces y las narrativas transmedia. Entre otras obras ha publicado *La guerra de las plataformas* (2022), *Sobre la evolución de los medios* (2024) y *Homo Mediaticus* (2026). Ha sido IP del proyecto H2020 TRANSLITERACY (2015-18) y de los proyectos ministeriales TRANSALFABETISMOS (2015-18), PLATCOM (2020-24) y LITERAC_ia (2024-27).

<https://dx.doi.org/10.5209/emp.97746>

Resumen. Este artículo propone una reflexión crítica sobre el ciclo vital de los conceptos en las ciencias sociales y las teorías de la comunicación. El texto se centra en la figura del 'concepto zombi', entendido como una categoría analítica que, pese a haber perdido su capacidad explicativa, continúa siendo utilizada en los discursos académicos. A partir de las intervenciones de autores como Ulrich Beck, Elihu Katz, Klaus Krippendorff, Bruno Latour, Eliseo Verón y Bruno Latour, el texto también examina cómo ciertos conceptos –desde *neoliberalismo* hasta *imperialismo*– se transforman en formas nominalizadas que simplifican la comprensión de los procesos en curso y operan como explicaciones unicasales. El problema no es ontológico sino discursivo: el uso ritualizado y acrítico de muchos conceptos produce ceguera teórica y empobrece la comprensión científica. Frente a esta deriva, se propone una práctica reflexiva orientada a revisar, retirar o revitalizar conceptos con el fin de renovar el vocabulario de las ciencias sociales y las teorías de la comunicación.

Palabras clave: Teorías de la comunicación, epistemología, conceptos zombis, formas nominalizadas.

EN The Walking Concepts: Zombie Categories in Communication Theories

Abstract. This article offers a critical reflection on the life cycle of concepts in the social sciences and communication theories. It focuses on the figure of the 'zombie concept,' understood as an analytical category that, despite having lost its explanatory power, continues to circulate in academic discourse. Drawing on the interventions of scholars such as Ulrich Beck, Elihu Katz, Klaus Krippendorff, Bruno Latour, and Eliseo Verón, the text also examines how certain concepts -from neoliberalism to imperialism- become nominalized forms that simplify the understanding of ongoing processes and operate as single-cause explanations. The problem is not ontological but discursive: the ritualized and uncritical use of many concepts produces theoretical blindness and impoverishes scientific understanding. In response to this drift, the article advocates a reflexive practice aimed at revising, retiring, or revitalizing concepts to reopen debate and renew the vocabulary of the social sciences and communication theories.

Keywords: Communication theories, epistemology, zombie concepts, nominalized forms.

Cómo citar: Scolari, C. A. (2026). *The Walking Concepts*. Conceptos zombis en las teorías de la comunicación. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 31(2), 487-494. <https://dx.doi.org/10.5209/emp.97746>

La centralidad de los conceptos en la construcción de los discursos científicos y teóricos está fuera de discusión y no merece mayores elucubraciones: si las teorías son enunciados, esos enunciados solo se pueden construir a partir de conceptos claramente definidos. La semiótica lo viene repitiendo desde hace más de cuatro décadas: la definición de los conceptos es el primer paso en la construcción de un discurso científico (Greimas, 1991). No conceptos, no *scientific party*.

«El uso y la creación de conceptos son importantes en numerosos momentos del proceso de teorización, por ejemplo, al construir una tipología o al elaborar una explicación. Pero también ocupan un lugar crucial cuando se intenta delimitar con precisión el fenómeno que se desea estudiar» (Swedberg, 2014, p. 58).

Los conceptos, como las teorías que los albergan, están vivos. Les encanta pasar de una disciplina a otra. En el último siglo los investigadores de la comunicación nos hemos apropiado de infinidad de conceptos provenientes de la ingeniería en telecomunicaciones (*mensaje, ruido, retroalimentación, canal*), la lingüística (*signo, significado, significante*), la economía (*industria, modo de producción, rutina productiva*) o las ciencias naturales (*ecología, evolución, adaptación, extinción*). En *Travelling Concepts* Mieke Bal (2002) describe cómo en las disciplinas humanísticas los conceptos circulan «entre disciplinas, entre investigadores individuales, entre períodos históricos y entre comunidades académicas geográficamente dispersas» (p. 24). Según esta autora, los conceptos son «las herramientas de la intersubjetividad: facilitan la discusión sobre la base de un lenguaje común» (p. 22). A pesar de las apariencias, los conceptos no poseen definiciones fijas ni son herramientas cerradas; por el contrario, son instrumentos heurísticos móviles que adquieren nuevos significados según el campo en el que se apliquen. Para Bal, la «interdisciplinariedad en las humanidades, necesaria, estimulante y rigurosa, debe buscar su base heurística y metodológica en los *conceptos*, más que en los *métodos*» (5). Seguir las huellas de los conceptos en sus desplazamientos interdisciplinarios: ese es el método de Mieke Bal.

«Los conceptos no deben entenderse tanto como términos unívocos firmemente establecidos, sino como entidades dinámicas en sí mismas. Al tantear, de forma provisional y parcial, lo que un concepto determinado puede significar, obtenemos una comprensión de lo que puede hacer. Es en ese tanteo donde reside el trabajo verdaderamente valioso. Por eso he llegado a valorar los conceptos. El tanteo es una empresa colectiva. Incluso aquellos conceptos que están débilmente establecidos, suspendidos entre la pregunta y la certeza, oscilando entre la palabra ordinaria y la herramienta teórica, constituyen la columna vertebral del estudio interdisciplinar de la

cultura, principalmente por su potencial intersubjetivo. No porque signifiquen lo mismo para todo el mundo, sino precisamente porque no lo hacen» (Bal, 2002, p. 11).

Si los conceptos están vivos, podríamos pensar que, al igual que las teorías, los conceptos tienen un *ciclo vital* que convendría tener en cuenta a la hora de enunciar un discurso científico. En este caso, nos estaríamos alejando de la metáfora del viaje (*travelling concepts*) para pensar en términos de un recorrido de vida con sus correspondientes fases o etapas (*ciclo vital*). Los conceptos emergen en una disciplina, comienzan su recorrido y, si la comunidad de hablantes los premia con muchas citas, se vuelven una especie semántica dominante y pasan a otras disciplinas. Sin embargo, como cualquier entidad orgánica, ese concepto antes o después envejece y evidencia síntomas de agotamiento. Dicho en otras palabras: llega un momento en que los conceptos no dan más de sí y entran en una larga fase de decadencia.

Hace más de veinte años Ulrich Beck (2000, 2004) denunció que la mayoría de los conceptos que se utilizaban en la sociología eran «hacia cierto punto engañosos» (2004, p. 145). Su voz de alerta sigue más vigente que nunca: continuamos empleando categorías analíticas a pesar de que han perdido su capacidad explicativa frente a las transformaciones estructurales de la modernidad avanzada. Beck bautizó como *conceptos zombies* a esas categorías que deambulan por nuestros *papers* y siguen vivas después de su muerte.

«Los sociólogos deberían empezar a hacer su trabajo de manera correcta: redefiniendo la sociedad más allá de sus categorías zombies» (Beck, 2004, p. 163).

Construyamos un identikit de un concepto zombi. Se trata de conceptos que, si bien han perdido su aliento vital, siguen vivos en la práctica académica, institucional y política. Ejemplos paradigmáticos de conceptos zombies son *sociedad, clase social, familia, Estado-nación* o *empleo*. Cuando se utilizan, remiten a realidades supuestamente estables, homogéneas y territorialmente delimitadas. El mundo que nos rodea, sin embargo, es cualquier cosa menos estable, homogéneo y territorialmente delimitado. Según Beck, estos conceptos fueron diseñados para describir la primera modernidad, una sociedad de masas organizada en torno al Estado-nación industrial, pero hoy resultan insuficientes para comprender los nuevos procesos y fenómenos sociales. El problema no es solo empírico, sino epistemológico: el uso acritico de conceptos zombies produce una ceguera teórica que impide captar nuevas configuraciones de «lo social».

Si nuestros libros, artículos y *papers* están poblados de extrañas criaturas balbuceantes que ya no dicen nada, quizás haya llegado la hora de mandarlos en pensión.

En un artículo titulado «Six concepts in search of retirement», Elihu Katz y Yonatan Fialkoff (2017) propusieron, de manera provocadora, la «jubilación» de seis conceptos clásicos de la investigación en comunicación que habían estructurado durante décadas el estudio de los efectos de los medios: *líder de opinión*, *flujo de comunicación en dos etapas*, *exposición selectiva*, *presión cruzada*, *espiral del silencio* y *cultivación*. Su argumento no se inscribía en una lógica kuhniana de cambio de paradigma después de una crisis (Kuhn, 2011), sino en una reflexión epistemológica sobre el desgaste conceptual. Por diferentes motivos, Katz y Fialkoff consideran que esos seis conceptos debían ser jubilados.

«Existen varias razones para proponer la jubilación de un concepto. Puede ocurrir que (1) el concepto esté mal definido o tenga múltiples definiciones; (2) las hipótesis asociadas al concepto solo hayan sido confirmadas de manera débil por la evidencia empírica; (3) el concepto sea tan vago o ambicioso que resulte de escasa utilidad; (4) esté deficientemente conceptualizado; (5) presente una operacionalización inadecuada; o (6) la transformación del mundo social (por ejemplo, la aparición de nuevos medios) lo haya vuelto obsoleto» (Katz y Fialkoff, 2017, p. 89).

Katz y Fialkoff consideran que, aunque cada uno de estos conceptos capturó en un momento determinado intuiciones relevantes sobre la formación de opiniones, actitudes y acciones, su rendimiento explicativo actual es limitado y, en muchos casos, solo válido para casos minoritarios o situaciones muy específicas. La crisis de un concepto, entre otros efectos colaterales, obliga a revisar teorías y reconsiderar lo que creemos saber sobre los medios y los procesos de comunicación.

«Esto no es (solo) un juego. Conceptos como *selectividad* y *líder de opinión* sustentan la afirmación, sostenida desde hace tiempo, de que los intentos persuasivos de los medios tienen efectos limitados. La teoría los propone como variables clave que interceptan de manera recurrente los mensajes mediáticos. ¿Debemos decir, entonces, que los medios tienen efectos poderosos? La *cultivación* y la *espiral del silencio* podrían responder afirmativamente, pero ellas mismas son candidatas a la jubilación. ¿O quizá existan otras variables que expliquen de forma más convincente la tesis de los efectos limitados?» (Katz y Fialkoff, 2017, p. 89).

Katz y Fialkoff no abogan por un abandono total de los viejos conceptos. Por el contrario, subrayan que siguen siendo «buenos para pensar», útiles como herramientas heurísticas o históricas. La invitación a jubilarlos debe entenderse como un llamado a revisar críticamente el canon teórico de la disciplina, evitar su uso ritualizado y abrir espacio a nuevas conceptualizaciones más ajustadas a las dinámicas comunicativas en red. Katz y Fialkoff son más que gentiles con las clases semánticas pasivas.

La *boutade* de Katz y Fialkoff no fue un evento aislado: era parte de un debate que había comenzado en el Haifa Workshop on Media Psychology, continuó en un taller durante la conferencia de la International Communication Association (ICA) en Fukuoka (Japón, 2016) para terminar aterrizando en las páginas de los *Annals of the International Communication Association*. En la introducción de esa sección monográfica dedicada a los conceptos que se deberían jubilar, David R. Ewoldsen (2017) se sumaba a la fiesta y apuntaba otro motivo para mandar en pensión a las viejas categorías teóricas.

«Un último argumento para retirar un concepto es que este ha estimulado una gran cantidad de investigación. Puede parecer contradictorio argumentar que un concepto que impulsa una investigación generalizada debería llevar a su retiro. Sin embargo, una investigación de amplio alcance relacionada con cualquier concepto, si es buena, conducirá a transformaciones en dicho concepto. Nuestra comprensión de un área de investigación evoluciona con el tiempo (Popper, 1965, 1979). Estos refinamientos que surgen de la investigación pueden llevar a que el concepto ya no refleje lo que significaba cuando originalmente se propuso. En consecuencia, seguir haciendo referencia a un concepto distorsiona lo que el concepto pretendía decir y oculta el progreso que se ha logrado en la comprensión de ese dominio» (Ewoldsen, 2017, p. 84).

Klaus Krippendorff (2017) aportó al debate un artículo alineado con el espíritu de la intervención inicial de Katz y Fialkoff donde nos recuerda que muchos conceptos provenientes de la alquimia, la astrología y el espiritismo todavía siguen en circulación. Krippendorff coincide con estos autores en que la investigación en comunicación no debería esperar varios siglos para que conceptos sin valor se revelen como tales. Y propone reflexionar inmediatamente sobre los conceptos de los que deberíamos prescindir. Tal esfuerzo podría acelerar la evolución del discurso teórico y la comprensión de un mundo en rápida transformación. Krippendorff también agrega otro motivo para mandar a la papelera teórica algunos conceptos.

«Conceptos que pueden ser populares en el habla cotidiana sobre la comunicación pero que, a través de un uso irreflexivo en nuestro discurso académico, limitan nuestra capacidad de reconocer lo que hacen, imponiendo inconscientemente restricciones a las preguntas de investigación y reproduciendo o sirviendo a instituciones sociales reales y potencialmente opresivas» (Krippendorff, 2017, p. 92).

¿A cuáles conceptos se refiere Krippendorff? *Contenido, poder y framing*. *Munición pesada*. Conceptos que aparecen una y otra vez en artículos, ensayos y conversaciones teóricas sobre la comunicación. Respecto al *contenido* de la comunicación, Krippendorff apunta que es una metáfora equívocada. Veamos por qué.

«Los mensajes no contienen nada por sí mismos. Los textos no hablan y no pueden causar nada sin que los lectores los interpreten como tales. Copiar documentos o enviar correos electrónicos simplemente reproduce cadenas de caracteres en otro medio, con la esperanza de preservar su legibilidad, pero nada más. La información nunca se encuentra dentro de las señales electrónicas. Para que marquen la diferencia, deben ser interpretadas como información por los miembros de una comunidad, que asumen hablar el mismo idioma. Leer, escribir e interpretar textos requiere alfabetización, competencias interpersonales y culturales, y la capacidad de tener en cuenta las expectativas de cómo otros podrían leer e interactuar con los textos en cuestión. La investigación en comunicación que se rige por la metáfora del contenedor no puede sino ignorar estas competencias constitutivas (...) [El concepto de *contenido*] vuelve incomprensible el dinámico mundo de la comunicación del que formamos parte» (Krippendorff, 2017, p. 94).

Algo parecido pasa con el *poder*. Es un comodín útil para activar «explicaciones causales de los fenómenos sociales» (p. 94). El poder es inevitable, está en todos lados y pide a gritos ser incluido en marcos teóricos deterministas. Krippendorff convoca a Gregory Bateson («teorizar el poder es una locura que se autovalida, una patología de la comunicación») para concluir que el uso de esta metáfora «simplifica el análisis de la comunicación al descartar explicaciones alternativas, como hacen todas las metáforas» (p. 95).

El tercer concepto que Krippendorff propone jubilar es *framing*. Y reaparece Bateson. Sigamos sus pasos: si bien Bateson utilizó la metáfora del *frame* para ilustrar las intervenciones metacomunicativas que sirven para interpretar conductas y regular la construcción de sentido, la palabra *framing* «ha sido adoptada desde entonces por una variedad de discursos, adquiriendo otros significados y perdiendo

en gran medida su referencia a las comunicaciones lingüísticas» (p. 96). A partir de ahí, infinidad de autores incorporaron el concepto en sus discursos teóricos, desde Erving Goffman hasta Maxwell McCombs y Daniel Kahneman. Otro concepto que se nos fue de las manos.

Krippendorff concluye su intervención con una propuesta recursiva: los teóricos de la comunicación deberían estudiar los discursos de los teóricos de la comunicación. «No veo razón para no aplicar reflexivamente nuestras propias perspectivas y teorías de la comunicación a nuestras prácticas académicas» (p. 98). Debemos mirarnos en nuestros propios espejos lingüísticos. Examinar críticamente las implicaciones sociales de nuestro discurso y revisar su vocabulario «debería ser un proyecto continuo de los estudios de comunicación».

Revisemos el discurso científico de las ciencias sociales. Por un lado, no sería extraño encontrar conceptos que, como acabamos de ver, ya cumplieron su ciclo vital y merecen pasar a disfrutar de un cómodo retiro semántico. Por otra parte, es muy probable que ese discurso incluya alguna *forma nominal* que explique algún tipo de proceso o evento. Pero, ¿qué es una forma nominal? Son conceptos que funcionan como potentes fuerzas explicativas. Me explico. En su modelo de análisis del discurso Eliseo Verón (1987) menciona las expresiones que el enunciador utiliza para reforzar sus argumentos. Se trata de formas que adquieren una cierta autonomía semántica respecto del contexto discursivo. Veamos un ejemplo: cuando un político hace referencia al *desorden*, la *casta* o *decadencia*, sin entrar en mayores detalles, está tirando de formas nominalizadas. Estas formas pueden adquirir un enorme poder explicativo y terminan funcionando como «verdaderos operadores de interpretación: su utilización supone un efecto inmediato de inteligibilidad» (Verón, 1987, p. 19). Un ejemplo típico es la *crisis*. Otro que parecía olvidado pero que amenaza volver a paso de ganso es *imperialismo*.

«¿No están un poco cansados de esas sociologías construidas sobre lo social y que se mantienen por la sola repetición de las palabras *poder* y *legitimidad* porque no pueden tragar ni el mundo de los objetos ni el de los lenguajes que sin embargo los construyen? Nuestros colectivos son más reales, más naturalizados, más discursivos de lo que los aburridos nombres-entre-ellos nos dejan prever. Estamos fatigados de los juegos del lenguaje y del eterno escepticismo de la deconstrucción del sentido. El discurso no es un mundo en sí, sino una población de actuantes que se mezclan en las cosas como en las sociedades, que hacen que unas y otras se sustenten, y que las sustentan» (Latour, 2012, p. 132).

El discurso de las ciencias sociales está plagado de formas nominalizadas, desde la *lucha de clases* hasta el *capitalismo* y la *subjetividad neoliberal*. O el *patriarcado*. Son construcciones semánticas que cierran el discurso para presentarse como autoexplicativas. Suelen aparecer como causa única y excluyente de todo tipo de fenómenos, comportamientos o procesos sociales. Si aumenta el paro, es culpa del *capitalismo*. Y si los repartidores de pizzas no se rebelan a la explotación algorítmica, es porque han sido cooptados por la *subjetividad neoliberal*. ¿La economía de los países de América Latina no termina de despegar? La culpa es del *imperialismo* que los aplasta. Punto. Asunto explicado y cerrado. ¡Chupito!

«La sociología puede seguir siendo una ciencia, aunque esto signifique pagar un precio más alto del esperado, visitar sitios que no habían sido anticipados, aceptar un grado mayor de relatividad y desplegar filosofías más contradictorias que lo que parecía necesario a primera vista. Visto en conjunto, abandonar el éter de la sociedad para alimentarse de controversias no parece ser un sacrificio tan grande. Aunque esta situación pueda resultar inquietante al principio, se podrían formar rápidamente nuevos hábitos de pensamiento» (Latour, 2008, pp. 129-130).

Antes escribí que las formas nominalizadas «suelen aparecer como causa única y excluyente de todo tipo de fenómenos, comportamientos o procesos sociales». La Teoría del Actor-Red de Bruno Latour se funda precisamente en la crítica a una forma nominalizada omnipresente: «lo social». La TAR, en pocas palabras, nos dice que «lo social» no existe. Latour es lapidario: «lo social» es como el «éter» del siglo XIX, una fuerza o energía invisible que nadie sabe bien en qué consiste pero que sirve para explicar ciertos fenómenos colectivos y apaciguar las aguas. Lejos de la concepción típica de los manuales de sociología, «lo social» para Latour no es otra cosa que una red de actores. En vez de buscar misteriosas fuerzas ocultas que intentan explicar fenómenos cada vez más complejos, Latour recomienda seguir a los actores.

«Abandonar el marco fijo de referencia que ofrecía el éter, como hicieron los físicos, parece, visto en retrospectiva, un asunto más bien simple, comparado con aquello a lo que tendremos que renunciar si queremos dejar a los actores en libertad de desplegar la plena inconmensurabilidad de las actividades con las que hacen mundos. Deberemos prepararnos para dejar de lado categorías como *iniciativa*, *estructura*, *psiquis*, *tiempo* y *espacio* junto con toda otra categoría filosófica y antropológica, no importa cuán profundo parezcan estar arraigadas en el sentido común» (Latour, 2008, pp. 129-130).

Un efecto colateral de las formas nominalizadas es la obligatoriedad de uso. Si hablamos de economía o política social desde una perspectiva crítica, parecería que debemos sí o sí mencionar al *neoliberalismo*. De la misma manera, debemos hacer referencia a la *interseccionalidad* en el apartado metodológico de un proyecto de investigación. Suena bien y rascamos un par de puntitos. Los revisores, agradecidos. Poco importa si después, durante el trabajo de campo, nos olvidamos de analizar cómo interactúan y se superponen diferentes categorías «sociales» (lo siento, Latour) como género, raza, clase y orientación sexual. Lo importante es que *neoliberalismo* e *interseccionalidad* figuren en alguna parte. Y hablando de revisores: las formas nominalizadas (ausentes) en un manuscrito son las preferidas del Revisor número 3. Quién no se ha topado con el siguiente comentario que tire el primer cuartil: «¿Cómo se puede escribir sobre el tema _____ sin mencionar el concepto de _____?». Formas nominalizadas en acción.

Una aclaración para los lectores que estén horroizados con tantos cadáveres semánticos. Que conceptos como *neoliberalismo*, *imperialismo*, *lucha de clases* o *patriarcado* se hayan convertido en formas nominalizadas o anden babeando como zombis por las textualidades científicas no significa que los procesos que nombran hayan desaparecido o sean irrelevantes. El problema que me interesa abordar es discursivo: al convertirse en formas nominalizadas, los conceptos se transforman en vectores unicausales que explicarían cualquiera de esos procesos de un plumazo, reduciendo a los huesos su complejidad. Discursos cerrados, tranquilizadores, que nos dejan en paz con nuestros marcos teóricos y no inquietan los sismógrafos de ANECA. Al convertirse en zombis, los conceptos pierden la carga viral crítica que tenían cuando fueron acuñados. Como una fotocopia de una fotocopia de una fotocopia, apenas se distinguen sus rasgos —que alguna vez fueron filosos— sobre la superficie del papel.

Las formas nominalizadas se solapan con los conceptos zombis. No todos los conceptos zombis son formas nominalizadas (o sea, algunos zombis no explican nada, son simplemente muertos vivientes que vagan perdidos por un *paper*), pero me atrevería a decir que todas las formas nominalizadas podrían figurar en el reparto de una película como *Guerra Mundial Z*. Para que un concepto se convierta en forma nominalizada, debe haber hecho un largo recorrido y ser aceptado como causa excluyente. Eso lleva tiempo. Toda una vida. Y cuando llegan a convertirse en forma nominalizada, el concepto ya es un fantasma de sí mismo. Solo queda un aura semántica alrededor de un cuerpo huesudo vestido con algunos girones de carne reseca.

¿Qué categorías estamos dispuestos a dejar de lado en las teorías de la comunicación?

(Este artículo podría terminar aquí, con un final abierto tipo *Inception*, pero los editores me han pedido que escriba al menos cinco mil palabras. Salgamos a cazar zombis en las teorías de la comunicación. O, si lo prefieren, abramos un ERE en nuestra pequeña PYME académica).

Katz y Fialkoff ya nos adelantaron algunos posibles conceptos de las teorías de la comunicación candidatos a la jubilación. No son los únicos. Durante una conferencia en la Universidad de San Andrés (Buenos Aires) a fines de 2025 invité a los participantes a proponer conceptos que desearían jubilar en las teorías de la comunicación. El debate fue muy rico: surgieron conceptos como *audiencia* —del latín *audientia*, acción de escuchar, oír—, un viejo zombi que nació con los estudios radiofónicos hace un siglo, atravesó a paso firme la Edad de Oro del *broadcasting* televisivo y todavía sigue haciendo de las suyas a pesar de que la gente hace muchas otras cosas además de escuchar lo que viene de los medios.

Algunos de los conceptos que en los últimos años se propusieron como alternativa a audiencia también corren el riesgo de terminar en la trituradora semántica. Por ejemplo, *prosumidor*. Este concepto, introducido por el futurólogo Alvin Toffler en *La tercera ola* (1980), no estaba originalmente pensado para un ecosistema mediático donde cualquier usuario puede generar contenidos y compartirlos en plataformas de alcance global. Algunos cuestionaron su economicismo (*productor* + *consumidor*). Pero si algo está claro, es que las *audiencias* del siglo XXI ya no son lo que eran. Y eso necesita ser nombrado de otra manera.

Varios conceptos surgidos en el debate a orillas del Río de la Plata venían de la quinta de Shannon. Algunos gozan de una envidiable salud de hierro: *emisor, receptor, canal, código, mensaje...* por no hablar de *retroalimentación*. Lo peor es que el modelo teórico que albergó esos muertos vivientes sigue vigente. A muchos profesores todavía les encanta explicar en sus clases que la comunicación es una flecha que impacta en el *target* y tiene una serie de efectos sobre el receptor. Parecen la banda de Robin Hood perdida en los bosques de Boloña. Una participante, ante el entusiasmo general por dismantelar el diccionario de la teoría matemática de la comunicación, alertó: «No sean delirantes. ¿No se dan cuenta de que, sin Shannon ni Weaver, no comemos?». El modelo es el mensaje.

¿Y el concepto de *ruido*? Gracias a Daniel Kahneman, Olivier Sibony y Cass Sunstein (2021) está viviendo una segunda edad de oro. A ver cuánto dura.

Cuando alguien propuso jubilar las *mediaciones*, una colega saltó indignada: «Con Barbero, no». Podríamos decir que en los últimos cuarenta años el concepto de *mediación* ha inspirado infinidad de investigaciones y conversaciones teóricas en América Latina. La influencia de la obra de Jesús Martín-Barbero es comparable a la de Pierre Bourdieu o Stuart Hall en el *Global North*. Ahora bien, si juntamos veinte profesores de LATAM, les pedimos que saquen una hoja y definan qué entienden por *mediación*, tendríamos no menos de treinta definiciones. Algo falla en ese concepto. Antes que alguien levante el dedito acusador, lo aclaro: yo vengo de esa Patria Grande semántica. En 2008 publiqué un libro sobre las teorías de la comunicación digital interactiva titulado *Hipermediaciones*. Me (pre)ocupé de incluir una definición de ese concepto —quizás demasiado breve, pero definición al fin— en la página 113. Pero muchos lectores se apropiaron del concepto y, como sucede con las *mediaciones*, a veces le hacen decir otras cosas.

Volviendo al encuentro en la Universidad de San Andrés, mi gran amigo Alejandro Piscitelli, con el cual venimos hablando de estos y otros temas desde hace más de treinta años, apuntó que debemos «jubilar sustantivos y multiplicar verbos». Siempre filósofo, el filósofo Piscitelli.

Otro concepto que prolifera en la academia latinoamericana es *hibridación*. Néstor García Canclini lo popularizó a fines de los años 1980 para referirse a diferentes formas de sincretismo cultural. Concepto tanto o más exitoso que *mediación*, todavía sigue paseándose por nuestros textos como un lejano y querido pariente mordido por un caminante. Yo mismo lo he usado en infinidad de ocasiones. Me daría una gran pena sacarlo de circulación, pero es una cuestión de supervivencia. Son ellos o nosotros.

Gracias a la libreta de apuntes de una colega logré reconstruir una buena parte de los conceptos discutidos en la Universidad de San Andrés. Algunos eran descontados —*aguja hipodérmica* (¿todavía hay investigadores que se drogan con esas viejas teorías?)—, otros apuntaban al corazón de teorías sociales aparentemente intocables —como *acción comunicativa, industria cultural o framing*—, mientras que otros conceptos nos parecen indispensables y cuesta imaginarse un mundo discursivo sin ellos —como *contexto*—. Las disciplinas semióticas y del lenguaje también aportaron lo suyo. Algunos participantes se ensañaron con los herederos de Julia Kristeva, Roland Barthes y Umberto Eco. Sobre la arena discursiva quedaron tendidos conceptos como *formato, intertextualidad, contrato de lectura, verosimilitud y guerrilla semiótica*. Una masacre semántica. La lista de *keywords* que se discutieron esa tórrida tarde veraniega sigue: *democracia deliberativa, construcción so-*

cial, intermedialidad, multimedia, multicausalidad... hasta la reina de las palabras clave: *estrategia*.

Veamos otro clásico: *nativo digital*. Lo introdujo Marc Prensky a comienzos del nuevo siglo y se arrepiñó un par de años más tarde (Prensky, 2001). Ya era tarde. La idea de que los «jóvenes nacen con un chip bajo el brazo» se extendió más rápido que los teléfonos móviles y Facebook. El daño que hizo es enorme. Todavía anda por ahí, caminando de manera torpe, haciendo de las suyas en artículos científicos e informes de alguna fundación internacional.

«Si nuestros hijos de cuatro años manejan con tanta soltura los *smartphones* no es porque tengan habilidades fáusticas desconocidas en el pasado, sino porque son dispositivos diseñados para ser utilizados por niños de cuatro años (...) [Ahora] los 'nativos digitales' han dejado de ser vistos como una generación con superpoderes para convertirse en las víctimas pasivas de una supuesta epidemia tecnonarcótica. Hemos pasado de la teoría de la inteligencia infantil incrementada digitalmente a 'el móvil frie el cerebro de los adolescentes' a una velocidad asombrosa. Si uno lo piensa desde el punto de vista de los niños y jóvenes, nuestra volubilidad debe de resultar desconcertante» (Rendueles, 2026, pp. 26-32).

A veces los conceptos zombis vienen en pareja: *comunicación masiva* y *comunicación alternativa*. O *cultura de masas* y *cultura popular*. Ignoro si conviene matar dos zombis de un machetazo, pero la tentación es muy grande. Y ya que estamos, decapitaría a *Global North* y *Global South*.

Lo más interesante del debate rioplatense fue la reacción de algunos colegas. Cuando uno de sus conceptos era mencionado en la lista de condenados al retiro, inmediatamente salían a defender su permanencia. Es muy divertido proponer conceptos para jubilar, siempre y cuando no sean los propios. Podemos imaginar un aforismo: «Todos los conceptos son zombis, menos los míos». Pero no hay salida. El ciclo vital de los conceptos es implacable. Nadie se salva. Antes o después, tendremos conceptos zombis en nuestra amada familia discursiva académica. Y habrá que tomar decisiones dolorosas. Como dijo Rick Grimes, el comisario sobreviviente de *The Walking Dead*: «Te voy a matar. No hoy. No mañana. Pero te voy a matar».

Hace unos párrafos mencioné a Pierre Bourdieu. Muy a pesar suyo, las teorías de Bourdieu se han convertido en una fábrica de formas nominalizadas y conceptos zombis. Veintiocho años después (*sic*) de la publicación de *Contrafuegos: reflexiones para servir a*

la resistencia contra la invasión neoliberal, podemos afirmar que un par de generaciones se han formado entre *habitus*, *campos* y *capitales* varios y se han acostumbrado a citarlos en todo tipo de investigaciones, incluso en aquellas donde el riguroso método de Bourdieu no aparece ni en una mísera nota al pie de página. Pero queda genial hablar del *habitus*, los *campos* y el *capital simbólico*, faltaría más. Le pueden dar un toque de perfume francés a un marco teórico que huele a descomposición epistemológica.

«El simplismo procede de la falta de actualización de nuestros conceptos políticos que fueron pensados en una época de relativa simplicidad social y política, antes de los grandes conflictos sociales que inauguraron el mundo contemporáneo, con sociedades relativamente homogéneas que no conocían el actual pluralismo cultural y político, con tecnologías muy poco sofisticadas si las comparamos con las que actualmente empleamos, en medio de unas condiciones de gobierno relativamente simples, con espacios autárquicos y desconectados» (Innerarity, 2020, p. 13).

Me estoy acercando a las cinco mil palabras. Debo ir cerrando.

«La principal amenaza de la democracia no es la violencia ni la corrupción o la ineficiencia, sino la simplicidad (...). La uniformidad, la simplificación y los antagonismos toscos ejercen una gran seducción sobre aquellos que no toleran la ambigüedad, la heterogeneidad y plurisignificación del mundo, que son incapaces de reconocer de manera constructiva la conflictividad social» (Innerarity, 2020, pp. 11-12).

Necesitamos conceptos que abran la discusión. No quisiera ponerme en modo trágico, pero podríamos decir que la supervivencia del *Homo sapiens* como especie depende de su capacidad para darle un sentido al caótico mundo que lo rodea. Y eso se consigue solo con un uso reflexivo del lenguaje. La batalla por una nueva discursividad en las ciencias sociales está a punto de empezar. Combatiremos en las teorías de la comunicación, en las playas de la economía y en las montañas de las ciencias políticas, pero la principal batalla la deberá dar cada académico frente a ese manuscrito listo para ser subido al servidor de una publicación indexada.

Cualquier investigador que presuma de realizar un trabajo *crítico* (otro zombi indestructible) no puede darse el lujo de no reflexionar, en primer lugar, sobre su propio discurso. Como explica Daniel Innerarity, los viejos conceptos simplifican la complejidad. En nuestro caso, las formas nominalizadas son un atajo explicativo. Un ejercicio de pereza intelectual. Y

política. Los conceptos zombis, por su parte, suelen funcionar como un certificado de buena conducta ideológica. Basta incluir alguna referencia al *capitalismo de _____* (poner lo que prefieran: *datos, vigilancia, plataformas o algorítmico*) y un par de *neoliberalismos* para sentirnos en paz con nosotros mismos y nuestra comunidad más cercana. Desmalezar el terreno discursivo de formas nominalizadas y eliminar los conceptos zombis de nuestros *papers* no será fácil, pero es asumible. Lo más complicado, en cambio, es poner en discusión esos conceptos antes de escribirlos.

Me viene a la mente la escena de *Taxi Driver*:
 –You talking' to me? You talking' to me? You talking' to me?
 Yes. I'm talking to you.

¿Qué pasaría si comenzamos a eliminar conceptos y cometemos un genocidio semántico en nuestra producción textual? ¿Qué pondremos en lugar de las formas nominalizadas? ¿Cómo reemplazamos los conceptos zombis caídos en combate? Vislumbro dos opciones. Por una parte, la creación de neologismos. Parece contradictorio, pero tengo la impresión de que están proliferando los neologismos en las ciencias sociales. Cada artículo, comunicación o libro aspira a proponer un concepto nuevo. Es como si cada académico estuviera tratando de colocar un producto semántico en un superpoblado mercado científico. Deberíamos investigar más esta cuestión, pero me parece que, por ahora, más que reemplazar a los *walking concepts*, estos neologismos conviven con los zombis sin mayores problemas.

Si llevamos a cabo una eliminación masiva de formas nominalizadas y conceptos zombis, podríamos reemplazarlos con viejos conceptos dotados de una nueva energía vital. Las ciencias tienen una larga tradición en insuflar vida a viejos conceptos abandonados, desde *emergencia a holismo* o *panspermia*. Estos retornos muestran que los conceptos científicos nunca desaparecen para siempre; como la criatura extraterrestre de *La Cosa*, más bien entran en períodos de hibernación epistemológica. Si este fuera el caso, ya no estaríamos hablando de *conceptos zombis* sino de *conceptos Frankenstein* que vuelven a caminar después de una potente descarga eléctrica.

Pero esos son otros monstruos.

Declaración sobre uso de inteligencia artificial

En este artículo se ha utilizado ChatGPT 5.2 para controlar las traducciones del inglés.

Referencias bibliográficas

- Bal, M. (2002). *Travelling Concepts in the Humanities. A Rough Guide*. University of Toronto Press.
- Beck, U. (2000). The cosmopolitan perspective: sociology of the second age of modernity. *British Journal of Sociology*, 51(1), 79-105.
- Beck, U. (2004). The cosmopolitan turn. En: N. Gane (ed.) *The Future of Social Theory*, pp. 143-166. Continuum.
- Ewoldsen, D.R. (2017) Introduction to the forum on the retirement of concepts, *Annals of the International Communication Association*, 41(1), 83-85. <https://doi.org/10.1080/23808985.2017.1289069>
- Greimas, A. (1991). *Semiotica e scienze social*. Centro Scientifico Editore.
- Innerarity, D. (2020). *Una teoría de la democracia compleja: Gobernar en el siglo XXI*. Galaxia Gutenberg.
- Kahneman, D., Sibony, O. y Sunstein, C. (2021). *Ruido: Un fallo en el juicio humano*. Debate.
- Katz, E. y Fialkoff, Y. (2017). Six concepts in search of retirement. *Annals of the International Communication Association*, 41(1), 86-91.
- Krippendorff, K. (2017). Three concepts to retire. *Annals of the International Communication Association*, 41(1), 92-99. <https://doi.org/10.1080/23808985.2017.1291281>
- Kuhn, T. (2011). *La estructura de las revoluciones científicas*. Fondo de Cultura Económica.
- Latour, B. (2008). *Reensamblar lo social. Una introducción a la teoría del actor-red*. Manantial.
- Latour, B. (2012). *Nunca fuimos modernos. Ensayo de antropología simétrica*. Siglo XXI.
- Popper, K. R. (1965). *Conjectures and refutations: The growth of scientific knowledge*. Harper Torchbooks.
- Popper, K. R. (1979). *Objective knowledge: An evolutionary approach*. Clarendon Press.
- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants Part 1. *On the Horizon*, 9(5), 1-6. <http://dx.doi.org/10.1108/10748120110424816>
- Rendueles, C. (2026). *Redes vacías. Tecnología catastrófica y el fin de la democracia*. Anagrama.
- Scolari, C. A. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Gedisa.
- Swedberg, R. (2014). *The Art of Social Theory*. Princeton University Press.
- Toffler, A. (1980). *La tercera ola*. Barcelona: Plaza y Janés.
- Verón E. (1987). La palabra adversativa. En: AA.VV. *El discurso político*, pp. 13-26. Hachette.