


Leonarda García-Jiménez, Amparo Huertas-Bailén y Teresa Vera-Balanza, eds. *Herta Herzog y “La experiencia prestada”*. La fundación de los estudios de comunicación y audiencias. Salamanca: Editorial Comunicación Social, 2023, 192 pp.

Jorge Luis Aparicio Erazo 
Universidad del Valle

 <https://doi.org/10.17533/udea.trahs.26.05>

La publicación del libro *Herta Herzog y “La experiencia prestada”*, coordinado por las investigadoras Leonarda García-Jiménez (Universidad de Murcia), Amparo Huertas-Bailén (Universidad Autónoma de Barcelona) y Teresa Vera-Balanza (Universidad de Málaga), no solo es un aporte a la historiografía de los análisis tempranos de los procesos de recepción radial, sino un reconocimiento al trabajo de una de las pioneras del campo que, aunque nunca se reconoció abiertamente feminista, sí introdujo lo que hoy llamaríamos “perspectiva de género” en sus estudios, al indagar las particularidades del consumo de las mujeres de su contexto.

En efecto, aunque Herzog realizó aportes precursores a la llamada “perspectiva de usos y gratificaciones” y al estudio de audiencias radiales entre finales de 1930 y comienzos de 1940, su obra fue ampliamente marginada durante las décadas siguientes y solo comenzó a ser revalorizada en Estados Unidos y Europa a partir de la década de 1990, principalmente gracias a indagaciones que revisaron los sesgos de género en la historia del campo y recuperaron el trabajo de las primeras investigadoras. En Hispanoamérica, este desconocimiento fue aún más marcado. Tal omisión se refleja incluso en obras canónicas, como *Historia de las teorías de la comunicación*, de los Mattelart,¹ en la que Herzog no es considerada por sus aportes a la investigación de audiencias y solo se la señala como ejemplo de los “estudiantes formados por Lazarsfeld” que se convirtieron en los “gurús de la industria publicitaria” (p. 37). Dicho sea de paso, hasta donde se sabe, los únicos textos traducidos al español de Herzog son el libro *La invasión desde Marte: estudio de la psicología del pánico*, junto a Gaudet y Cantril,² y el capítulo “Motivaciones y satisfacciones de los que escuchan novelas radiales”, de la obra editada por

1. Armand Mattelart y Michèle Mattelart, *Historia de las teorías de la comunicación* (Barcelona: Paidós, 1997).

2. Hadley Cantril, Hazel Gaudet y Herta Herzog. *La invasión desde Marte: estudio de la psicología del pánico* (Madrid: Revista de Occidente, 1942).

Schramm.³ En esa medida, podemos inscribir este libro en una serie de indagaciones recientes orientadas a hurgar y visibilizar la presencia y participación de las mujeres en los estudios de comunicación social, especialmente de aquellas que han sido opacadas en escuelas, corrientes o regiones con una presencia masculina dominante en el campo.

Este libro reúne ensayos e investigaciones sobre la vida y obra de Herzog, en especial su faceta como estudiosa de las audiencias. Se articula alrededor del que se considera uno de sus trabajos más importantes, el artículo “La experiencia prestada: análisis de la escucha de seriales radiofónicos”, publicado en 1941, en la revista *Studies in Philosophy and Social Science*, que editó el Instituto de Investigación Social (con Horkheimer a la cabeza). Valga señalar que Herzog (que en ese entonces tenía 30 años) fue la única mujer que publicó un artículo en dicho número,⁴ en el que participaron figuras tan descollantes como Adorno, Lasswell, Marcuse y Lazarsfeld (quien fuera su esposo). En la “Introducción”, las editoras destacan la necesidad de reconocer a las mujeres investigadoras en el ámbito de la comunicación, históricamente omitidas de los libros de texto. Aparte de destacar su formulación originaria de la perspectiva de usos y gratificaciones, señalan a Herzog como una de las creadoras del *focus group*.

Luego continúa con una breve “Nota personal”, en la que su hijastra, la psicóloga social Lotte Bailyn (hija del matrimonio de María Jahoda y Lazarsfeld), ofrece un retrato más personal de “Hati” (como le conocían sus allegados), describiéndola como una mujer de gran elegancia, inteligencia y creatividad. Relata su vida junto a su padre, su llegada a Estados Unidos huyendo del nazismo y su capacidad para enseñar placeres cotidianos como el esquí o el senderismo. En el primer capítulo, “Apuntes biográficos”, Huertas-Bailén recorre la trayectoria vital de Herzog. Detalla su formación académica con los Bühler en la Universidad de Viena, su primera experiencia en el Centro de Investigación en Psicología Económica y su transición al ámbito académico en los Estados Unidos de América, donde trabajó en la Office of Radio Research. Del ámbito académico pasa a la investigación de mercados, con una exitosa carrera de 30 años en la agencia de publicidad McCann Erickson. Una vez jubilada, regresó al mundo académico; repartió su tiempo entre las universidades de Tubinga y Viena, y publicó artículos sobre las series *Dallas* y *Dinasty*, además de abordar temas críticos como el antisemitismo austríaco. El recorrido propuesto por Huertas-Bailén permite no solo contextualizar la vida de Herzog, sino también adentrarnos en algunos debates y tensiones sobre el reconocimiento y los capitales sociales de los académicos en 1940.⁵

Es importante señalar que los primeros intereses de Herzog sobre la radio, adelantados en Europa, encontraron en el exilio estadounidense un estimulante ambiente para

3. Herta Herzog. “Motivaciones y satisfacciones de los que escuchan novelas radiales”, *Proceso y efectos de la comunicación colectiva*, ed., Wilbur Schramm (Quito: CIESPAL, 1964) 44-45.

4. Con la excepción de una reseña de dos libros sobre la historia del jazz, escritos por T. Adorno “con la asistencia de Eunice Cooper” (p. 167).

5. La biografía hecha por Huertas-Bailén empata muy bien con el último capítulo del libro, una especie de breve autobiografía que Herzog hizo casi al final de su vida (década de los 90), en respuesta a un cuestionario enviado (a manera de entrevista) por la profesora Elizabeth Perse, como insumo para su perfil en el compendio sobre mujeres en la comunicación, coordinado por Nancy Signorielli (1996).

su avance. En efecto, en este país, tanto en la academia como en los propios medios, se empezaba a dar importancia a los estudios sobre audiencias radiales, en los que la categoría de “sexo” (recordemos que en este periodo aún no era habitual usar la palabra “género”) cobraba especial relevancia. Por ejemplo, el mismo año en que Herzog llegó a Estados Unidos, se publicó el libro *The Psychology of Radio* (1935), de Gordon W. Allport y Hadley Cantril, quienes exploraron la experiencia psicológica de escuchar radio e incluyeron observaciones empíricas sobre diferentes características de los oyentes, como las preferencias basadas en sexo, edad, ocupaciones y tipo de programa, aunque el análisis aún no exploraba a fondo las motivaciones específicas de las mujeres ni sus patrones de uso.⁶ Este enfoque luego se afianzará en el clásico *Radio and the Printed Page*, coordinado por Lazarsfeld (1940), en el que también se empezaron a segmentar las formas de consumo/recepción de radio a partir de categorías sociales determinadas.⁷

Lo anterior no quiere restar importancia a las apuestas de Herzog, que, sin duda, profundizan, complejizan y llevan a un nuevo nivel estos intereses en torno a las particularidades del consumo femenino. Precisamente, en el capítulo “Aportaciones de Herta Herzog a los estudios de género”, Vera-Balanza enfatiza el interés de la autora por considerar a las mujeres como una población particular de consumo mediático, con sus propios intereses, motivaciones, satisfacciones, sensibilidades y opiniones. Con esta apuesta, que es, al mismo tiempo, teórica y política, ella inaugura una línea de indagación y reflexión sobre la dimensión del género que será clave en diversos análisis posteriores a su obra. Los dos capítulos siguientes abordan de manera más directa el artículo central “La experiencia prestada”. En “Herta Herzog, una madre fundadora crítica y ecléctica”, García-Jiménez subraya que, a la par de avanzar en el modelo de usos y gratificaciones, Herzog también da cuenta, en su trabajo, de una diversidad de enfoques para el estudio de las audiencias, al vincular el psicoanálisis, la Teoría Crítica y el funcionalismo. De igual manera, analiza el impacto de su texto en Iberoamérica, donde a menudo ha sido invisibilizado. Por su parte, en “Revisitando la versión original”, Herrero —a partir de la revisión de tres manuscritos que reposan en los fondos de la Oficina de Investigación Social Aplicada (Universidad de Columbia)— intenta reconstruir la historia conjunta de Herzog y su artículo, adentrándose no solo en la trastienda de la investigación que lo soporta, sino identificando decisiones y cambios tanto formales como de escritura. Revela que, en sus borradores originales, la autora profundizaba más en el rol constructivo de los medios y en la calidad percibida de los productos culturales, ideas que fueron simplificadas en la publicación final.

Como se ha mencionado, todo este extenso e importante recorrido investigativo y reflexivo sirve de preludeo para el capítulo nuclear del libro, el estudio en el que Herzog se propuso indagar los significados, motivaciones e influencias de la escucha de series radiales diurnas (dramas ligeros en formato serial orientadas principalmente a amas de casa, transmitidas durante el día y estructuradas en torno a narrativas de la vida doméstica e historias

6. Dicho sea de paso, en dicho texto se cita la tesis doctoral de Herzog *Voz y personalidad*. Ella y Cantril trabajarán juntos más adelante en *La invasión desde Marte* (1940).

7. En dicho libro, nuevamente, Cantril y Herzog trabajaron juntos en el análisis del programa “Professor Quiz”. Sin embargo, todo parece indicar que luego habrá un distanciamiento entre ambos.

de amor) por parte de mujeres. Para ello, durante dos años, alternó métodos cualitativos (entrevistas abiertas a 100 mujeres de diferentes edades, estratos sociales y oficios, cuyo único aspecto en común era vivir en Nueva York y ser radioescuchas frecuentes del formato mencionado) y cuantitativos (un cuestionario amplio). No es fortuito que Herzog haya escogido las series dramáticas radiales como foco de su interés. Las décadas de 1930 a 1960 fueron la “época de oro” de este formato en Estados Unidos. En este contexto, una mujer, la guionista Ima Phillips (1901–1973), fue una figura clave. Ella —quien navegó por la radiodifusión comercial con una habilidad excepcional— supo definir esta forma narrativa adaptada a la lógica temporal de las emisoras, en la que la vida cotidiana de la población femenina era un insumo importante. Aquellas que fueron entrevistadas por Herzog mencionan algunas de las series escritas por Phillips, como *Road of Life* (1937–59), *Woman in White* (1938–42, 1944–48), *Right to Happiness* (1939–1960) y *The Guiding Light* (1937–1956). Asimismo, hay que destacar a Gertrude Berg (1899–1966), guionista de *The Goldbergs* (1929–1946), también mencionada en el artículo de Herzog.

Herzog desplaza el foco de estudio de los efectos del medio o el contenido del formato hacia las motivaciones y experiencias de la audiencia, destacando una mirada cualitativa e interpretativa de la recepción mediática. A partir, sobre todo, de las entrevistas, ella clasifica las motivaciones y gratificaciones de las radioescuchas en tres niveles: procesos de liberación y alivio emocional en diferentes grados (una “efímera pseudo-catarsis”); la asunción de los relatos como reemplazo de la realidad, en tanto forma de llenar vacíos y revivir el pasado; y como invitación a componer y darle sentido a sus propias vidas (por lo general rutinarias), proponiendo modelos de conductas en situaciones amenazantes y dándoles maneras de entender procesos vitales. Desde esta perspectiva, Herzog entiende a las mujeres como participantes activas que utilizan los medios como recursos culturales y simbólicos que pueden apropiarse y resignificar. Además, identifica formas de distanciamiento crítico en las que las oyentes dialogan con los contenidos y, a veces, se posicionan moral o intelectualmente frente a ellos, anticipando enfoques posestructuralistas al reconocer la interpelación ambivalente de los medios y su papel en la formación de subjetividades.

A modo de balance, este libro constituye un valioso y justo homenaje a una estudiosa de los medios rigurosa e innovadora, cuyos aportes al análisis de las audiencias han sido subestimados con demasiada frecuencia y durante largo tiempo. No obstante, en coherencia con el interés divulgador de la obra, habría sido pertinente incluir la traducción de otros trabajos de Herzog, como “Stimme und Persönlichkeit” (*Voz y personalidad*, 1933), “Professor Quiz: A gratifications study” (1941), “What do we really know about daytime serial listeners?” (1944), así como sus análisis sobre las series *Dallas* o *Dynasty* en la década de 1980. Eso habría permitido ofrecer una visión más amplia de su enfoque intelectual, así como de las continuidades y transformaciones temáticas, teóricas y metodológicas a lo largo de su trayectoria. Finalmente, es viable que la publicación de este libro incentive la búsqueda de nuestras propias Hertas Herzog. Si bien, como ya se mencionó, algunos trabajos recientes apostaron por visibilizar el papel de las mujeres en los estudios de comunicación social en España y América Latina, aún quedan muchas de sus trayectorias por descubrir y divulgar.