

García-Jiménez, Leonarda, Huertas-Bailén, Amparo y Vera-Balanza, Teresa (Eds) (2023). *Herta Herzog y «La experiencia prestada»*. La fundación de los estudios de comunicación y audiencias. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 192 pp., ISBN: 978-84-17600-95-2

Antonio Pineda  | apc@us.es
Universidad de Sevilla, España

10.17502/mrcs.v12i2.796

Recibido 09-05-2024

Aceptado: 22-07-2024



Herta Herzog y «La experiencia prestada» es parte del proyecto I+D+i “FEMICOMI: Análisis de los roles femeninos en la investigación de la comunicación en Iberoamérica”, así como la primera piedra de un proyecto dirigido a recuperar o presentar a teóricas e investigadoras de referencia en el ámbito de la comunicación. Las editoras del libro –Leonarda García-Jiménez, Amparo Huertas-Bailén y Teresa Vera-Balanza– son también las directoras de la colección “Comunicación y Género” de la editorial Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, donde se publica esta obra. En este sentido, no es extraño que su punto de partida sea abiertamente reivindicativo: “Las mujeres investigadoras no han formado parte de la historia intelectual de la ciencia. Tampoco en el caso de la investigación en comunicación y medios. Y, por eso, no aparecen en nuestros libros de texto, ni en nuestras guías docentes, ni en los listados, siempre injustos, de los «padres fundadores»” (p. 9), afirman las editoras en una carta introductoria.

Herta Herzog (1910-2010) se cuenta entre las investigadoras que no han recibido el reconocimiento que se merecen, y de ahí la razón de ser de este libro, que es el primero que se publica en España sobre esta investigadora austriaca. Herzog es considerada por las editoras el principal referente femenino “y pionera de los estudios en comunicación y audiencias” (p. 9), resumiendo así sus grandes aportaciones:

“fue una investigadora incansable y lo fue prácticamente todo en el campo de la investigación académica y profesional en comunicación: realizó la primera tesis doctoral en el análisis de audiencias (...); fue una de las creadoras pioneras del *focus group* –aunque se haya adjudicado su invención de manera injusta a Merton (...); realizó la formulación originaria de la teoría de usos y gratificaciones; fue una de las figuras más destacadas en la Office of Radio Research (Universidad de Princeton) y, más adelante, en la Bureau of Applied Social Research (Universidad de Columbia); impulsó la investigación en publicidad y marketing a partir de las técnicas científicas implementadas en la investigación académica” (p. 10).

El capítulo “Herta Herzog: Apuntes biográficos”, realizado por Amparo Huertas-Bailén, es un completo recorrido por la vida de Herzog, desde su nacimiento en Viena en 1910 hasta su regreso a Europa tras vivir en Estados Unidos, pasando por su infancia, sus estudios en el Instituto de Psicología vienés de Karl y Charlotte Bühler –instituto donde Herzog conoció a Paul F. Lazarsfeld, quién sería su primer marido–, su trabajo en el Centro de Investigación en Psicología Económica creado por Lazarsfeld en 1931, o su larga estancia, de casi 30 años, en la agencia de publicidad McCann Erickson. El capítulo de Teresa Vera-Balanza “Aportaciones de Herta Herzog a los estudios de género: una propuesta genealógica” parte de la paradoja de que, aunque Herzog no manifestó cercanía a los estudios de género ni a las vindicaciones igualitarias, su trabajo evidencia un enfoque “que no dudaríamos en llamarlo, a día de hoy, de implementación de la perspectiva de género” (p. 57). Por su parte, en el capítulo “Herta Herzog, una madre fundadora crítica y ecléctica: notas epistémicas para interpretar «La experiencia prestada» en Iberoamérica” Leonarda García-Jiménez desarrolla claves de interpretación para entender el artículo «La experiencia prestada» –un trabajo de Herzog sobre el que, de algún modo, gira todo la obra que reseñamos– desde el contexto académico hispanohablante. Para García-Jiménez, este artículo es un texto crítico, frankfurtiano y psicoanalítico: entender por qué la audiencia elige ciertas cosas implica dirigirse a lo social y al subconsciente. El capítulo de García-Jiménez es también particularmente interesante, ya que comenta tres trabajos inéditos de Herzog (en autoría única o coautoría) incluidos en los archivos históricos de la Universidad de Columbia, así como por su denuncia de la práctica ausencia de rastros de “La experiencia prestada” en el mundo académico hispanohablante –una injusticia epistémica que no ha quedado restituida hasta la publicación del libro que estamos reseñando.

El capítulo “Revisitando la versión original: las anotaciones al margen de Herta Herzog”, de Esperanza Herro, incide de entrada en el rol pionero de Herzog en la investigación de medios y audiencias, fundamentalmente debido a su combinación metodológica de estudios cuantitativos y entrevistas en profundidad, así como por su

articulación de la teoría de usos y gratificaciones. Este capítulo es una buena ilustración de la atención al detalle y la exhaustividad con que las autoras reivindican la figura de Herzog, al centrarse en la literatura gris generada alrededor de “La experiencia prestada”: dos versiones previas del manuscrito, anotadas a mano por Herzog, y un memorando donde la autora austriaca detalla la metodología y resultados del trabajo. El memorando también incluye contribuciones que no pasaron el filtro de la versión publicada, y que son objeto de la atención de Herrero: una propuesta más compleja de las gratificaciones —en particular, llama la atención que la gratificación de crecimiento personal a partir de la escucha de los seriales de radio fuese eliminada de la versión final—; la legitimidad del serial radiofónico como forma cultural, otorgándole autoridad como objeto de estudio; y el potencial rol constructivo de los medios de comunicación.

Además de estos capítulos, la obra incluye tres documentos de interés: la primera traducción al español de “On borrowed experience: An analysis of listening to day-time sketches”, traducido como “La experiencia prestada: Análisis de la escucha de seriales radiofónicos diurnos” por Teresa Muñoz Sebastián; una entrevista con Herzog, traducida asimismo por Muñoz Sebastián, y realizada en 1994 por Elizabeth Perse —entrevista en la que Herzog aporta mucha información de interés sobre su trabajo; y una nota biográfica (en español e inglés) sobre Herzog realizada por su hijastra Lotte Bailyn, hija de Lazarsfeld y Marie Jahoda.

Esta obra no sólo deja claras las indudables aportaciones de Herzog—por ejemplo, que su estudio “*Stimme und Persönlichkeit*” fue el primer experimento de masas en Austria—sino que reivindica y saca a la luz el rol crucial de esta psicóloga social en publicaciones clásicas como el estudio del impacto en la audiencia de la emisión radiofónica de *La Guerra de los Mundos*, del cual Herzog fue borrada como autora —junto a Hazel Gaudet— por Hadley Cantril (pp. 42-45). Además, se presenta a Herzog como pionera de los estudios de comunicación, pionera del estudio de las audiencias y de los seriales radiofónicos y televisivos, y se apuntan las preguntas e intereses de la autora como precursores del enfoque de usos y gratificaciones, de los estudios culturales (en el sentido

de audiencias activas) y de la idea de mediaciones de Jesús Martín-Barbero.

Esta actitud reivindicativa, no obstante, hace que en ocasiones puntuales el entusiasmo de las autoras hacia su objeto de estudio y su *praxis* formal pueda llevar a sobredimensionar, o incluso alterar levemente, la figura de Herta Herzog, incurriendo así en el extremo opuesto al del ostracismo al que esta investigadora ha sido injustamente sometida durante décadas por culpa de la sociología de la investigación en comunicación. Por ejemplo, las autoras quieren presentar a Herzog como una investigadora con mirada crítica, pero hay bastantes indicios en el libro de que la autora austriaca se encontraba más a gusto en la tradición funcionalista, desde sus vínculos con Lazarsfeld a su idea (“integrada”, en términos de Umberto Eco) de que las audiencias femeninas *no* están alienadas en relación con los seriales radiofónicos (véase p. 107), pasando por su larga estancia en el mundo de la publicidad y la investigación de mercados —en McCann Erickson, Herzog se dedicó al estudio del *marketing* y la investigación motivacional, y llegó a ser la directora del departamento de investigación de la agencia—; un mundo cuya atmósfera institucional e ideológica procapitalista no debía ser demasiado proclive, suponemos, al desarrollo de una mirada crítica. A esto se puede añadir su rechazo del feminismo: la propia Herzog reconoce que no es feminista, y que el género nunca desempeñó un papel en su carrera profesional (p. 173; véase asimismo p. 190).

En todo caso, este sobredimensionamiento puede entenderse, como decíamos, como resultado del entusiasmo y la dedicación de las autoras hacia su objeto de estudio; y es dicha dedicación lo que debe tenerse en cuenta ante todo al leer *Herta Herzog* y «*La experiencia prestada*». El libro tiene como objeto “la restitución de una investigadora extraordinaria” (p. 67), y cumple dicho objetivo de sobra. Por ello, y puesto que la ausencia de Herzog es prácticamente absoluta en el ámbito español e iberoamericano, esta obra editada por García-Jiménez, Huertas-Bailén y Vera-Balanza adquiere una gran importancia, y debe ser recibida como una aportación relevante a la historia de la investigación en comunicación.