

Herta Herzog y “La experiencia prestada”. La fundación de los estudios de comunicación y audiencias

Leonarda García-Jiménez, Amparo Huertas-Bailén y Teresa Vera-Balanza (Eds.)
Comunicación Social Ediciones y Publicaciones
Salamanca, 2023, 202 p.
ISBN: 978-8417600952

POR YOLANDA MARTÍNEZ SUÁREZ

Universidade de Santiago de Compostela

yolanda.martinez.suarez@usc.es

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1247-7960>



Cómo citar:

Martínez Suárez, Y. (2024). La Memoria de la investigación comunicativa: Herta Herzog y los orígenes [Reseña del libro *Herta Herzog y “La experiencia prestada”*. La fundación de los estudios de comunicación y audiencias, por L. García-Jiménez, A. Huertas-Bailén y T. Vera-Balanza (Eds.)]. *Quaderns del CAC*, 50, 175-176. <https://doi.org/10.60940/qcac50id431865>

La Memoria de la investigación comunicativa: Herta Herzog y los orígenes

No es casual que la colección “Comunicación y género”, de Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, inicie su andadura con un volumen dedicado a Herta Herzog. El título, *Herta Herzog y “La experiencia prestada”*. La fundación de los estudios de comunicación y audiencias, editado por Leonarda García-Jiménez, Amparo Huertas-Bailén y Teresa Vera-Balanza en 2023, da cuenta del objetivo de las editoras: incorporar a las mujeres investigadoras al canon del que han sido borradas. Reparar una injusticia que, en expresión de Teresa Vera, debe enfrentarse reforzando al sujeto, lo que, además de restituir el reconocimiento debido, “nutre las genealogías” (p. 67), “genera modelos y otorga tradición y autoridad a todo el colectivo” (p. 67). El acierto de este volumen es, pues, cubrir un hueco, un descosido sistemático que la industria editorial androcéntrica aplica por defecto, y recuperar el rastro de una figura fundamental de los estudios de comunicación.

Estamos ante la primera traducción al español del artículo “On Borrowed Experience. An Analysis of Listening to Daytime Sketches” (1941), que establece la teoría de los usos y gratificaciones, uno de los enfoques de la comunicación más fértiles. Y también ante la primera obra completa dedicada a la pionera Herta Herzog en nuestro idioma. Si bien —o precisamente por ello— en vida, Herzog “cruzó todas las fronteras geográficas y epistémicas”, “sin embargo su figura no aguanta el paso de los años y termina desapareciendo de libros de referencia y manuales, algo que es habitual en los casos de mujeres investigadoras” (p. 75), como apunta Leonarda García. Aunque en vida Herta Herzog disfrutó de cierto reconocimiento por su trabajo —visto “como un hito entre los miembros del Bureau of Applied Social Research de Columbia University”

(p. 95), antes Office of Radio Research (ORR), en Princeton University—, alcanzó el éxito académico y laboral —llegando a convertirse en la “mujer más poderosa de la publicidad estadounidense” (p.10)— e incluso cosechó algún galardón —el Salón de la Fama del Market Research Council—, su ambición en los planteamientos teóricos y su brillante capacidad observadora y de escucha no fueron suficientes para brindarle un lugar en la historia de la teoría de la comunicación. No fue suficiente para mantenerla en el canon que realizara la primera tesis doctoral (1933) en un nuevo campo, el análisis de audiencias; que publicara la primera formulación de la teoría de los usos y gratificaciones, abriendo la senda que marcaría “el canon de la investigación en comunicación de las décadas siguientes” (p. 60); que capitaneara el primer experimento de masas (2.700 encuestas) en Austria; que articulara la investigación cuantitativa con la cualitativa, dándole un lugar preferente a las entrevistas en profundidad y a los *focus group*; que se metiera en las cocinas de las amas de casa estadounidenses para situarlas como sujeto de investigación y preguntarles por sus preferencias radiofónicas; que, en definitiva, modificara la manera de enfocar la investigación, pasando del quién al por qué, en los albores de una nueva disciplina. A ello contribuyó la falta de reconocimiento que ya experimentó en vida, con sus colegas. Hadley Cantril la ninguneó como autora del clásico *La Guerra de los Mundos, The Invasion from Mars: A Study in the Psychology of Panic* (1940); Paul Lazarsfeld la acusó por ello de apropiarse de una idea supuestamente de Cantril; a Robert Merton se le atribuyó la creación del *focus group*. Todo ello convirtió a Herta Herzog en una “investigadora silenciada y subsumida por otros liderazgos” (p. 58) masculinos.

Amparo Huertas se pregunta en el capítulo biográfico, “qué habría dicho ella de lo escrito” (p. 51). Herzog no dejó textos autobiográficos. Pero sí una entrevista, traducida en este

volumen, que guió a la catedrática de Comunicación de la Universidad de Delaware, Elizabeth Perse, que, junto con una nota biográfica que firma su hijastra Lotte Bailyn, publicada también en este libro, nos brinda valiosos datos para entrever la actitud de Herzog ante su borrado y el de sus colegas.

Ya en los años treinta, la ORR en Princeton contaba en su equipo con más de treinta investigadoras, sin embargo, pese a su participación en los proyectos, los artículos salían sin sus nombres —hemos mencionado el caso de Cantril-Herzog, pero también fue sonado el de Cantril-Hazel Gaudet por el mismo estudio. Otra mujer “competente y de confianza” (p. 45) borrada como autora de un estudio que había hecho. O el de Lazarsfeld-Jahoda. Con cierta ambivalencia, a Herzog sus colegas le reconocían su responsabilidad y creatividad. Como recuerda Huertas, el propio Lazarsfeld la sitúa como “miembro del equipo directivo [de ORR y Bureau] desde los primeros años (2001: 273)” (p.45) y escogieron su trabajo, *La experiencia prestada* aquí traducida, como insignia de la ORR, al ser un punto de inflexión, la punta de lanza de su nueva metodología.

La reacción de Herzog fue no centrarse en sí misma, como ella misma le hizo saber a Perse: “no estoy aún demasiado interesada en mí misma” (p. 172). Herzog prefirió centrarse en sus interlocutores, “personas brillantes” (p.52) de la época, pero también gente corriente. Quizás por el mismo motivo por el que no se reivindicó feminista, tampoco se consideró “una buena coordinadora de equipos” (p. 46). Herzog se enfocó en recordar experiencias y no cargos. Este volumen se enfrenta precisamente a la tarea de restituir su memoria, contrastando sus recuerdos y legado con el de sus colegas. El resultado es una obra en la que las lectoras podrán leer en Herzog lo que ella misma no vio, parafraseando a Leonarda García, quien acertadamente pone el énfasis en la invitación que hizo la autodenominada “psicóloga social” (p. 188) a las subalternas, en un hito de los estudios culturales: “Herzog lee en estas mujeres [*las amas de casa estadounidenses que escuchan radionovelas, a las que convirtió en sujetos de sus investigaciones*] lo que ellas mismas no ven” (p. 80).

En definitiva, este ensayo coral arroja luz sobre el momento fundacional de los estudios de comunicación, en el seno de las nacientes sociología y psicología, para ofrecernos una panorámica remasterizada de la interdisciplinariedad de un ambiente colectivo, en el que ellas también contaron. Con una explícita perspectiva feminista, escribiendo desde una posición situada, las autoras de este volumen polifónico hilvanan los puntos sueltos, difuminados, borrados de un período especialmente fructífero. Para —lejos de excepcionalizar una figura, reforzando la óptica patriarcal que solo permite permanecer a las elegidas, especímenes raros, incansables y abnegados— iluminar las sendas y líneas de continuidad que, solo mediante una construcción relacional de la experiencia, nos permitirán avanzar como disciplina.

Como este texto, Herzog no es una excepción, sino —como señala Esperanza Herrero— “el resultado de un esfuerzo investigador continuado y persistente” (p. 99). En coherencia

con ello, este libro tiende un puente entre la autora, su obra y sus recepciones, para ilustrar la “riqueza de —su— proceso creativo e intelectual” (p. 99), rellenando así el triple vacío que durante más de medio siglo hizo desaparecer a la autora, la obra y su historia conjunta. Restituyendo su lugar en el necesario diálogo de la disciplina. Con su voz, Herzog nos lega las voces de las mujeres corrientes de su generación y nos ayuda a entender sus motivaciones en su interacción con los medios, nombradamente con la recién nacida radio. Abriendo fisuras a la asignación correlativa de los sexos y los espacios. Lo público se introduce en las cocinas de las amas de casa y, a partir de los tres tipos de gratificaciones propuestos, Herzog nos predispone a escuchar. Con la reparación de la exclusión de la autora viene también la de las mujeres encerradas en el espacio privado. Con Herzog, y como ella misma hizo en su jubilación, volvemos al origen, recabando así nuevas herramientas para los desafíos actuales.