

Espejo de Monografías

ISSN: 2660-4213 Número 48, año 2026. URL: espejodemonografias.comunicacionsocial.es

MONOGRAFÍAS DE ACCESO ABIERTO
OPEN ACCESS MONOGRAPHS

COMUNICACIÓN SOCIAL
ediciones y publicaciones

ISBN 978-84-17600-95-2

Herta Herzog y «La experiencia prestada»

La fundación de los estudios de comunicación y audiencias (2023)

Leonarda García-Jiménez; Amparo Huertas-Bailén;
Teresa Vera-Balanza (editoras)

Separata

Capítulo 2

Título del Capítulo

«Aportaciones de Herta Herzog a los estudios de género: una propuesta genealógica»

Autoría

Teresa Vera-Balanza

Cómo citar este Capítulo

Vera-Balanza, T. (2023): «Aportaciones de Herta Herzog a los estudios de género: una propuesta genealógica». En García-Jiménez, L.; Huertas-Bailén, A.; Vera-Balanza, T. (eds.), *Herta Herzog y «La experiencia prestada». La fundación de los estudios de comunicación y audiencias*. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
ISBN: 978-84-17600-95-2

D.O.I.:

<https://doi.org/10.52495/c2.emcs.48.cyg2>



El libro *Herta Herzog y «La experiencia prestada»*. *La fundación de los estudios de comunicación y audiencias* está integrado en la colección «Comunicación y Género» de Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Herta Herzog y «La experiencia prestada». *La fundación de los estudios de comunicación y audiencias* es el primer libro en español que aborda la figura fundamental de Herta Herzog como fundadora de los estudios sobre recepción, e incluye asimismo la primera traducción a nuestro idioma de, tal vez, su trabajo más importante: «La experiencia prestada: análisis de la escucha de seriales radiofónicos diurnos» (1941).

Las directoras de esta colección —«Comunicación y Género»—, y editoras de este libro, decidieron centrar esta propuesta alrededor de este texto fundacional por tratarse de «la primera formulación de la teoría de los usos y gratificaciones y de un artículo que, de forma pionera, aúna el pensamiento crítico-psicoanalítico y funcionalista triangulando métodos cuantitativos y cualitativos. Es, además, la primera investigación sobre la experiencia femenina, lo que convierte a esta publicación en fundadora de los estudios de género.»

A pesar de la significación y las aportaciones de esta autora para nuestro campo de estudio, la figura de Herta Herzog ha sido borrada, generación tras generación, de la historiografía del campo comunicológico en nuestro idioma: «cada manual de teorías e investigación en comunicación que han visto la luz han sido una pedrada simbólica contra su memoria. Esperemos que este libro sirva para recuperar una figura importantísima y para comenzar a restituir una injusticia epistémica que nunca debió producirse.»

Herta Herzog y
«La experiencia prestada»

colección «COMUNICACIÓN Y GÉNERO»

Colección dirigida por:

Leonarda García-Jiménez (Universidad de Murcia).

Amparo Huertas-Bailén (Universitat Autònoma de Barcelona).

Teresa Vera-Balanza (Universidad de Málaga).

Leonarda García-Jiménez
Amparo Huertas-Bailén
Teresa Vera-Balanza
(editoras)

Herta Herzog y «La experiencia prestada»

La fundación de los estudios
de comunicación y audiencias



SALAMANCA
2023

1ª edición: Salamanca (España), 2023.

Esta publicación forma parte del proyecto «Investigación de los roles femeninos en la docencia teórica de la comunicación: enfoques y propuestas (2014-2024) (FEMIDOCOM)» (nº de referencia 22631/PI/24) financiado por la Fundación Séneca (FS/10.13039/100007801).

This publication is part of the project «Research on Women's Roles in Theoretical Communication Teaching: Approaches and Proposals (2014–2024) (FEMIDOCOM)» (reference no. 22631/PI/24), funded by Fundación Séneca (FS/10.13039/100007801)



Diseño y producción gráfica: PEPA PELÁEZ, Editora.

De los textos:

© *by* Lotte Bailyn, 2023, por «Nota personal. Herta Herzog fue mi madrastra.»

© *by* Amparo Huertas-Bailén, 2023, por el capítulo 1: «Herta Herzog: apuntes biográficos.»

© *by* Teresa Vera-Balanza, 2023, por el capítulo 2: «Aportaciones de Herta Herzog a los estudios de género: una propuesta genealógica.»

© *by* Leonarda García-Jiménez, 2023, por el capítulo 3: «Herta Herzog, una madre fundadora crítica y ecléctica: notas epistémicas para interpretar 'La experiencia prestada' en Iberoamérica.»

© *by* Esperanza Herrero, 2023, por el capítulo 4: «Revisitando la versión original: las anotaciones al margen de Herta Herzog.»

© *by* Herta Herzog, 1941, por el capítulo 5: «La experiencia prestada: análisis de la escucha de seriales radiofónicos diurnos.»

© *by* Elizabeth Perse, por el Epílogo: «Entrevista a Herta Herzog.»

De las traducciones:

© *by* Teresa Muñoz Sebastián, 2023, por las traducciones de «Personal Note. Herta Herzog was my step-mother», de Lotte Bailyn; «On borrowed experience. An analysis of listening to daytime sketches», de Herta Herzog; «Interviewing Herta Herzog», de Elizabeth Perse.

De esta edición:

COMUNICACIÓN SOCIAL EDICIONES Y PUBLICACIONES, sello propiedad de:

© *by* PEDRO J. CRESPO, EDITOR y PEPA PELÁEZ, EDITORA (2023).

Contacto:

Avda. Juan Pablo II, 42, Ático A. 37008 Salamanca, España.

Taller editorial y almacén:

c/ Escuelas, 16. 49130 Manganeses de la Lampreana (Zamora, España).

info@comunicacionsocial.es

<https://www.comunicacionsocial.es>

ISBN: 978-84-17600-95-2

Depósito Legal: DL S 428-2023

Impreso en España. *Printed in Spain*

Sumario

Introducción. Carta de las editoras	9
<i>Referencias</i>	16
Nota personal. Herta Herzog fue mi madrastra <i>por Lotte Bailyn</i>	19
Personal note. Herta Herzog was my step-mother <i>by Lotte Bailyn</i>	23
1. Herta Herzog: Apuntes biográficos <i>por Amparo Huertas-Bailén</i>	27
Introducción.....	27
1. Infancia y adolescencia (1910-1927)	29
2. La experiencia como estudiante <i>en la Universidad (1928-1932)</i>	31
3. Primeras experiencias como investigadora <i>en Europa (1931-1935)</i>	36
4. Herta Herzog, en Estados Unidos (1935-1942)....	39
5. Salto al ámbito profesional: la trayectoria <i>en McCann Erickson (1943-1970)</i>	47
6. El final de la carrera (1970-2010).....	49
7. A modo de cierre e intentando averiguar <i>qué le hubiera gustado a Herta Herzog que dijéramos de ella</i>	51
<i>Referencias</i>	54

2. Aportaciones de Herta Herzog a los estudios de género: una propuesta genealógica	
<i>por Teresa Vera-Balanza</i>	57
1. Preliminar	57
2. De cómo indagar sobre las prácticas comunicativas de las mujeres se convierte en una propuesta crítica.....	58
3. De cómo Herta Herzog inaugura una genealogía de género	64
Referencias.....	71
3. Herta Herzog, una madre fundadora crítica y ecléctica: notas epistémicas para interpretar «La experiencia prestada» en Iberoamérica	
<i>por Leonarda García-Jiménez</i>	75
Introducción	75
1. No es feminista, pero sí crítico y psicoanalítico	78
2. Un texto adelantado a su tiempo: la primera formulación de la teoría de usos y gratificaciones desde el pluriparadigma.....	84
3. La (no) recepción de «La experiencia prestada» en los países hispanohablantes	87
4. A modo de conclusión: un texto fundacional de la investigación en comunicación.....	91
Referencias	92
4. Revisitando la versión original: las anotaciones al margen de Herta Herzog	
<i>por Esperanza Herrero</i>	95
Introducción.....	95
1. Recuperando el proceso de creación de «La experiencia prestada».....	97
2. «Experiences over the air»: las versiones previas y todo aquello que quedó fuera.....	100
2.1. La simplificación de las gratificaciones	102
2.2. La reflexión de Herta Herzog sobre la calidad percibida de los productos culturales femeninos	105

2.3. <i>El (potencial) rol constructivo de los medios de comunicación</i>	107
3. <i>Conclusiones: cómo entender a la Herzog autora</i>	110
<i>Referencias</i>	111
5. La experiencia prestada: análisis de la escucha de seriales radiofónicos diurnos	
<i>por Herta Herzog</i>	113
<i>El material</i>	115
<i>«Meterse en líos y salir de ellos»</i>	116
<i>Programas elegidos porque reflejan los problemas de las oyentes</i>	118
<i>Los tres tipos principales de gratificación</i>	121
<i>I. La escucha como liberación emocional</i>	122
<i>II. La escucha como medio para reconfigurar la propia rutina</i>	131
<i>III. La escucha como medio para encontrar fórmulas de ajuste</i>	144
<i>La aplicación de las historias</i>	158
<i>Seriales radiofónicos diurnos para mujeres</i>	162
Epílogo. Entrevista a Herta Herzog	
<i>por Elizabeth Perse</i>	171
<i>Nota de las editoras</i>	171
<i>Publicaciones</i>	190

Aportaciones de Herta Herzog a los estudios de género: una propuesta genealógica

Teresa Vera-Balanza
Universidad de Málaga

1. Preliminar

Aunque Herzog no manifestó su cercanía a los estudios de género ni aún menos su proximidad a las vindicaciones igualitarias, su trabajo y su trayectoria evidencian una curiosidad intelectual y un enfoque que no dudaríamos en llamarlo, a día de hoy, de implementación de la perspectiva de género. Además, su participación y liderazgo en equipos de investigación no solo la avalan como pionera en su campo sino que pone en evidencia los sesgos que informaron la investigación en comunicación: primero porque atendieron a las demandas de las instituciones o las corporaciones; también porque se construyeron sobre equipos fuertemente liderados por personalidades que opacaron —y con frecuencia confrontaron— al resto de integrantes e invisibilizaron sus aportes en una suerte de individualismo intelectual que la teoría y, sobre todo la praxis, no soportan. Los aportes de Herzog fueron en esa línea subsidiaria respecto a las formas, los intereses investigadores, los temas y los abordajes metodológicos, pues mientras la mayoría de la investigación en comunicación se estaba centrando en los mensajes y, por supuesto, en los efectos, Her-

ta Herzog comenzó a preguntarle a las audiencias en un giro epistémico fundamental. Su propia experiencia como investigadora silenciada y subsumida por otros liderazgos, tal y como nos presenta en su contribución Esperanza Herrero en el capítulo 4, la sitúa en la periferia del canon pese a sus relevantísimas contribuciones.

2. De cómo indagar sobre las prácticas comunicativas de las mujeres se convierte en una propuesta crítica

Ya en su Tesis Doctoral, «Stimme und Persönlichkeit» —Voz y personalidad— (1933) basada en la psicología del lenguaje de Bühler, examinaba las características y rasgos que las audiencias atribuían a los locutores de la radio. Las reflexiones fundamentales de Herzog ya pueden interpretarse como un programa de investigación de audiencias priorizando al oyente en su construcción de sentido (Herzog, 1933: 302). Si las hipótesis eran novedosas en el momento cumbre de las teorías persuasivas, las técnicas de indagación también tenían que ser pioneras a la hora de combinar «lo cuantitativo y la investigación fenomenológica» (Herzog, 1933: 302). Como plantea Klaus (2008), este enfoque no solo era necesario para el propósito que la guiaba, sino que fue extraordinariamente productivo en toda su dilatada trayectoria, pues no se trataba tanto de «la corrección de la exactitud de los datos extraídos de la voz», sino más bien de los modos específicos de la experiencia. Así, en su primera indagación, Herzog combinó lo cuantitativo y lo cualitativo en un experimento masivo, que Perse (1996:

204) clasifica como «field experiment in Austria» y en el que participaron 2.700 oyentes a los que se les pidió que identificaran características personales, como el sexo, la edad, la profesión, la asertividad, la apariencia, etc., a partir —exclusivamente— de las voces de nueve locutores (Herzog, 1933: 310-311). El estudio, novedoso entonces, contiene resultados interesantes aún hoy día, como la precisión en la identificación del sexo de los hablantes (*Ibid.*: 314) y la incertidumbre a la hora de determinar la edad o pertenencia de clase con solo la voz. Pero incluso con estas salvedades y especificaciones de respuesta estructuradas sobre los orígenes sociales de los hablantes, se hacían suposiciones sobre el origen nacional o confesional de los locutores (*Ibid.*: 332), cuestiones tremendamente relevantes en el contexto sociopolítico de los años 30 en Alemania. En el marco de este experimento y más concretamente para lo que nos ocupa, Herzog señaló una «interpretación relacionada con el género», según la cual «es más probable una actitud más factual e impersonal de los varones y una más emocional-personal entre las mujeres» (*Ibid.*: 346). Herzog no vincula este hallazgo con una evaluación negativa de los comentarios de las oyentes, como cabría suponer a partir de una valoración sesgada como irracional y emotiva; antes al contrario, señala que el enfoque de las oyentes femeninas a menudo conduce a una mayor precisión en relación con el sexo y la edad de los hablantes (*Ibid.*: 348) en una prueba definitiva de su capacidad analítica.

Como evidencia Huertas (2015), esta mirada analítica inclusiva de la variable género, aunque nunca expresada de esa forma, fue acrecentándose y, así, en una

de las primeras investigaciones registradas sobre el consumo mediático de las mujeres, publicado en 1944, la autora formulaba como preguntas de investigación las siguientes: ¿cuáles son las características sociales de las mujeres que escuchan los seriales radiofónicos? y ¿con qué finalidad o utilidad realizan ese consumo? Si la primera ya avanzaba una atención hacia la segmentación de los públicos, la segunda intuía la consideración de un sujeto activo en el proceso de recepción; además, el interés por el serial radiofónico como género popular constituye un hito fundamental a la vanguardia de los llamados estudios culturales.

Aunque el estudio referido se enmarcaba en el ámbito de los efectos de los medios de comunicación, tema dominante en aquel contexto bélico, y la investigación se orientaba de forma aplicada hacia la comunicación persuasiva, las hipótesis de Herzog avanzaban lo que sería el canon de la investigación en comunicación en las décadas siguientes y que se concretaría en el enfoque de Usos y gratificaciones.

Las hipótesis que Herzog desarrolla parten, como no podía ser de otra forma, del contexto sociopolítico y de las circunstancias técnicas del medio, y así enunciaba:

- a) Las mujeres viven separadas de su comunidad, con un notable grado de soledad, debido al elevado número de horas que emplean escuchando la radio;
- b) las mujeres presentan muy poco interés por las cuestiones intelectuales;
- c) las mujeres presentan todavía menor interés por los asuntos públicos;
- d) las mujeres, que se caracterizan por sufrir ataques

- de ansiedad y múltiples frustraciones, encuentran en la radio un medio para compensar ese malestar;
- e) las mujeres tienden a escuchar la radio más que el resto de la población.

Estas afirmaciones ofrecen una clara visión de los proyectos de vida que, en aquella época, coincidiendo con el inicio del desarrollo de los estudios de comunicación, se asignaban a las mujeres por el hecho de serlo y de cómo la investigación lo asumía como contexto socio-cultural dado sin mirada crítica alguna, obviando premisas que, luego, serían decisivas en la investigación feminista en comunicación, a saber:

- Que precisamente la radio fue el primer medio de comunicación audiovisual en entrar en los hogares trastocando la separación entre espacio público y espacio privado que tan definitivamente condiciona las expectativas y las acciones de mujeres y hombres sellando lo que Pateman (1988; 2019) denominó el contrato sexual, base del orden patriarcal.
- Para más abundamiento, se interpretaba que el dedicar demasiadas horas a la radio podía desembocar en el descuido en las tareas de cuidado de la familia/comunidad cuando, subsidiariamente, se lograba que el espacio doméstico y todos sus habitantes —pequeños y mayores— se integraran decidida y anticipadamente en la lógica productiva del consumo a través de los soportes publicitarios de estos programas radiofónicos.
- De igual forma, los contenidos hegemónicos basados en el amor romántico y en la idea de «ángel del hogar» por encima de las cuestiones públicas son

tremendamente potentes y útiles en la reproducción del orden social, como bien han demostrado Friedan (1967; 2016), Michelle Mattelart (1982), Ien Ang y Joke Hermes (1991). Por el contrario, el sesgo devaluador apelaba a la consideración de una innata predisposición enfermiza hacia la histeria, idea tan en boga en esos momentos y que ha persistido adherida al estereotipo femenino.

- Evidenciar que esa mayor audición podría deberse a la combinación entre la falta de oportunidades y las condiciones de recepción que determinaron la reclusión en el espacio doméstico.

Para comprobar sus hipótesis, la autora comparó el comportamiento de oyentes con el de no oyentes. Herzog tan solo encontró esta diferencia: entre las oyentes de radio se daba una mayor preferencia por las novelas de misterio y por las revistas que trataban temas similares a los de los seriales radiofónicos. La autora lo interpretó apuntando que quizá escuchar la radio desencadenaba una mayor habilidad para experimentar sensaciones vicarias (la radio como sustituta de las experiencias directas reales) y la satisfacción por aplazar o dosificar las experiencias gratas en una suerte de autogestión del placer (Huertas, 2015: 20). Complementariamente enfatizó el uso prescriptor, o de asesoramiento, por encima del mero entretenimiento, evasivo o de alivio emocional; este resultado orientado hacia las actitudes no solo otorgaba un rol más activo a las oyentes, sino que apuntaba certeramente hacia la responsabilidad de los emisores, inaugurando una dimensión más crítica de la investigación en comunicación (Klaus, 2017: 62).

Huertas (2015: 21) refiere que el manual escrito por John L. Sullivan y editado en 2013 dedica cuatro párrafos al trabajo de Herta Herzog. La información aparece acompañada de una fotografía en la que se ve a una mujer anónima. Esta se describe diciendo «Joven mujer enciende la radio a principios de los años 30» y, a continuación, se indica la procedencia de la imagen. Para concluir la referencia, el libro tan solo apunta que el trabajo de Herzog inspiró subsiguientes estudios sobre las experiencias de las audiencias. Nada sobre la cuestión de género, ningún comentario con perspectiva crítica. Es decir, todavía —déjenme ser optimista y emplear así este adverbio— no se ha conseguido que la sensibilidad sobre las cuestiones de género llegue a los manuales que hoy están utilizando estudiantes universitarios/as.

Pero si pionera fue Herzog en el estudio de los seriales radiofónicos, también lo fue con respecto a los televisivos. La época dorada de la televisión con la transmutación de los seriales a la pantalla se produce en los 80 del siglo XX y lleva a los hogares a unas dinastías familiares cuya fortuna está basada en negocios petrolíferos y que, en el contexto neoliberal, escenifican amores y traiciones en una oda al lujo y al poder donde los personajes, masculinos y femeninos, pugnan por imponer su voluntad con armas diferentes pero con idénticos propósitos. Las sagas familiares *Dallas* (1978-1981) y *Dinastía* (1981-1989) eran relatos que referían a familias privilegiadas de estados muy concretos (Texas y Colorado, respectivamente) pero entusiasmaron a las audiencias transnacionales que cada semana seguían con sumo interés los avatares de estas familias de lide-

razgos masculinos y mujeres bellísimas en la cúspide del capitalismo extractivista. En el invierno de 1982 Herta Herzog realiza medio centenar de entrevistas en profundidad en Alemania con hombres y mujeres de clase media y media baja, que culmina con un test proyectivo de personalidad para determinar los mecanismos de identificación aspiracional (Klauss, 2008). En 1983, junto con sus estudiantes de Tubinga comienzan a realizar entrevistas sobre la recepción de «Der Denver Clan» (Dynasty). En 1985, distribuye una encuesta a telespectadoras estadounidenses sobre «Dallas». Su intención es comparar las tres muestras en cuanto al tamaño y la composición social pese a la especificidad de los públicos norteamericanos y germanos entre los que prevalecían gustos homogéneos a partir de la centralidad de la familia patriarcal que justifica, incluso, la perversidad del antagonista que encarna los valores hegemónicos de la virilidad. Las conclusiones se difundieron a través de distintas publicaciones en EEUU (Herzog, 1986b), en Alemania (Herzog, 1986a) y en Austria (Herzog, 1990).

3. De cómo Herta Herzog inaugura una genealogía de género

Herta Herzog no solo es pionera sino coetánea a otras investigadoras e investigadores entre los que se perciben influencias mutuas y líneas de continuidad. Su larga trayectoria vital y profesional, que queda extensamente relatada en el capítulo de la Dra. Amparo Huertas, y su capacidad de atención a los cambios so-

cioculturales y a las prácticas comunicativas de las audiencias que van aparejadas, son innegables; igual que las circunstancias que la obligaron a transitar lugares distintos —de Europa a América, y otra vez a Europa—, y la llevaron a investigar para las organizaciones, para las agencias y para los centros de investigación la dotan de una versatilidad y de una curiosidad intelectual extrema. Vaivenes todos, retos personales y laborales que le dieron la oportunidad de convivir con las dos generaciones más fructíferas de la investigación en comunicación y de transitar, con solvencia y como ninguna otra personalidad, desde los núcleos hegemónicos del Bureau (BASR) para aproximarse a los posicionamientos críticos culturales de Birmingham.

Prueba de algunas de esas confluencias es que con idéntico interés sobre la misma serie televisiva y casi simultáneamente, ve la luz otra obra crucial en los estudios de recepción. En 1985 Ien Ang publica *Watching Dallas. Soap opera and the melodramatic imagination*, versión inglesa del estudio inicial en neerlandés (1982) donde a propósito de esta popular serie establece que en el espacio doméstico donde se negocian los significados, se asigna a la persona receptora una autonomía que convierten el acto de la recepción y de la representación simbólica en un fenómeno abierto y relativo, con diferente valor de uso y escalas de gratificación distintas. Si los seriales televisivos inauguraron la investigación sobre audiencias en el ámbito anglosajón, en el hispano eran las telenovelas las que desempeñaban ese rol incentivador de las conversaciones «de las salas de estar» y así lo formalizaron las investigaciones fundamentales de Martín Barbero (1987),

Mazziotti y Verón (1993) o Vassallo de Lopes (1997), entre otras tantas.

Que Herta Herzog no se manifestara próxima a los estudios de género no es óbice para que se reconozcan sus amplios aportes en el campo de conocimiento: sus propuestas metodológicas integradoras y comprensivas de los sujetos receptores, su interés por una producción cultural comunicativa (melodramas, concursos, series...) a menudo denostada pero fundamental en el contexto de construcción de la sociedad de masas, y sus indagaciones sobre las audiencias, específicamente las femeninas. La trayectoria curricular de Herta Herzog la sitúan en el punto exacto entre el compromiso con la teoría crítica y la comprensión de los procesos a través de la investigación empírica. A partir de sus contribuciones, el camino a los estudios de género estuvo algo más despejado: simple y lúcidamente abrió los ojos para observar los márgenes y preguntar a las personas.

La recuperación de la figura señera de Herta Herzog la restituye en su subjetividad pero, sobre todo, la sitúa en la línea de construcción relacional de lo colectivo que los estudios feministas se han propuesto. Así, en la medida en que se conocen situaciones como las que hemos relatado en este volumen no se niega la subordinación, antes al contrario, se redimensiona el panorama, pues no se trata de una acumulación de experiencias unitarias sino de mecanismos premeditados de sometimiento colectivo, de dominación del patriarcado mediante un mecanismo de poder simbólico y paradigma oculto del saber, tal y como enuncia Rodríguez Magda (2004). Si esta obra tiene como ob-

jeto la restitución de una investigadora extraordinaria, el análisis de continuidad que se propone no la anula como individualidad ni la presenta como excepción o rareza, antes al contrario, al reforzar al sujeto, nutre las genealogías (Vera; Ballesteros, 2021), genera modelos y otorga tradición y autoridad a todo el colectivo.

Así, a partir de la obra precursora de Herzog del análisis de la experiencia de las audiencias femeninas de los contenidos populares de la cultura de masas, se vislumbran otras líneas de continuidad, otras genealogías epistémicas adyacentes a los estudios culturales y a ambos lados del Atlántico.

En el ámbito anglosajón a partir de las exponentes feministas de la escuela de Birmingham como Charlotte Brunsdon en su obra (1978) *Everyday television: Nationwide*, que desarrolló junto a David Morley en el marco del Center for Contemporary Cultural Studies de la Universidad de Birmingham, y en el que analizaron la recepción del programa según el modelo de codificación/decodificación propuesto por Stuart Hall. O en los aportes de Janice Radway (1997) analista de los procesos de recepción culturales, especialmente a través de la literatura popular por parte de las mujeres, pone de relieve, desde una perspectiva crítica dentro de los estudios culturales norteamericanos, el papel de sumisión asignado a la mujer en los productos culturales de masas y los mecanismos de resistencia en los procesos de recepción. Pero, sobre todo, los de Ien Ang, con la que coincide en su interés por los seriales estadounidenses de los 80. Son todas ellas «quienes siguen 40 años después la línea marcada por Herzog» (Liebes; Klein-Shagrir, 2016: 89).

En el caso iberoamericano, la genealogía epistémica seguiría con Michele Mattelart y el trabajo desarrollado en México y, sobre todo, en Chile. En su primer ensayo, en colaboración con Armand Mattelart, *La mujer chilena en una nueva sociedad* (1968), donde realizan un estudio exploratorio de la actitud de las mujeres chilenas y sus concepciones en torno a la familia y el control de la natalidad, así como sobre el uso de los medios de comunicación (Herañ; Gándara, 2021). Complementariamente, va agregando sistematizaciones sobre otros soportes comunicativos populares, como la fotonovela en «El nivel mítico de la prensa pseudo-amorosa» (1970) y los semanarios ilustrados «Apuntes sobre lo moderno: una manera de leer el magazine» (1971) que cierra con el análisis de los consumos televisivos en las poblaciones de Santiago de Chile, realizado con la investigadora argentina Mabel Piccini (1942-2015) publicada como *La televisión y los sectores populares* (1974). En la siguiente etapa, y tras la experiencia social y política del golpe de Estado en Chile, escribe «Las mujeres y el orden de la crisis», incluido en la obra *Comunicación e ideologías de la seguridad* (1978), y *La cultura de la opresión femenina* (1977) donde muestra cómo se refuerzan los mecanismos de control frente a toda disidencia femenina y se intensifican en momentos de crisis mediante un repliegue sobre la familia y sobre la mujer-familia, supremo baluarte donde el Estado asegura su amenazada autoridad. En *Mujeres e industrias culturales* (1982) subraya la articulación de los medios en el sistema social y la atribución funcional de las mujeres del mantenimiento del orden social mediante mecanismos de

sublimación de la feminidad (García-Jiménez, 2020); es en esta obra donde convergen ya decididamente los lineamientos teóricos-metodológicos que caracterizan su trayectoria, esto es, las perspectivas de la economía política, del análisis del discurso de orientación francesa y los estudios de género (Heram; Gándara, 2021).

En España, esa genealogía está sustentada en los trabajos pioneros de Concha Fagoaga y Petra Secanella, quienes en *Umbral de la presencia de mujeres en la prensa española* (1984) desarrollan un análisis con perspectiva de género de las publicaciones informativas en prensa, estudiando la aparición de nombres femeninos en los periódicos de mayor tirada del momento. Las autoras exponen cómo los periódicos relegan a las mujeres a un segundo plano y a las informaciones estereotípicamente femeninas, y convierten a los hombres en protagonistas de toda información relacionada con el poder o la política, de manera que, según Secanella, «lo femenino va a la periferia como noticia» (Fagoaga; Secanella, 1984: 21).

También de Mar de Fontcuberta con una tesis doctoral defendida en 1983 titulada *La ginocrítica: aproximación metodológica, histórica y descriptiva a una nueva perspectiva literaria* donde propone la introducción de la categoría sexo como factor explicativo y diferencial en la historia y la crítica literaria. Sus reflexiones posteriores sobre el rol de los medios en la construcción de la teoría de las esferas público-privado como orden de representación dicotómico que acompaña el desarrollo del capitalismo y la modernidad, en el que se basa la organización de los sistemas sociales, las

formulaciones normativas, se definen los espacios de competencia para las actividades económicas, políticas y culturales y, sobre todo, se jerarquiza a los sujetos —mujeres y hombres— que los transitan, quedan dilucidados en sus aportes *Representación informativa y vida privada* (1989), *El discurso de la prensa del corazón* (1990) y *Prensa para mujeres o el discurso de lo privado: el caso del grupo HYMSA* (1990) donde comparte autoría con Amparo Moreno Sardà.

En *La otra «Política» de Aristóteles. Cultura de masas y divulgación del Arquetipo Viril*, Moreno Sardà (1988) explica la construcción imaginaria —simbólica, conceptual, textual y corporeizada— del arquetipo viril que pervive en el discurso académico, en el discurso político y en el informativo de la cultura de masas con alcance masivo y transnacional, estandarizando formas de vida y prácticas de dominación que afectan a la sentimentalidad y las actuaciones de amplios contingentes de población más allá de las fronteras políticas estatales. Complementaria y en afinidad con la genealogía descrita, se interesa por el análisis de la cultura de masas como sustento y fermento del orden patriarcal en algunas de sus primeras investigaciones, entre otras, «En torno a la comprensión histórica de la cultura de masas: el orden androcéntrico del saber académico» (Moreno Sardà, 1989a) o en «Propuesta (no androcéntrica) para una renovación del estudio del mundo contemporáneo: de las historias familiares a la cultura de masas» (Moreno Sardà, 1989b).

Definitivamente, en paralelo a la trayectoria investigadora de Herta Herzog y en una línea temporal que transcurre desde los años 30 a finales de los 80, hemos

visto fructificar aportes a la investigación en comunicación donde destacan investigadoras con intereses similares por cuestionar el orden social y, con él, el patriarcal; por explorar las dimensiones múltiples de los procesos de emisión y especialmente los de recepción; por indagar el rol diferencial de mujeres y hombres y su contribución a la sociedad y a la cultura de masas. Todas ellas, en sus semejanzas y en sus especificidades, desde diferentes latitudes, contribuyen a presentar un territorio menos desértico, más poblado de referentes diversos, donde sus aportaciones no son excepciones ni anomalías sino producción de un saber situado atravesado por las experiencias (prestadas) de las investigadoras, y de las investigadas también.

Referencias

- Ang, Ien (1985): *Watching Dallas. Soap opera and the melodramatic imagination*, Londres-Nueva York: Methuen ('Dallas': *Het geval Dallas. Populaire Kultuur, Ideologie en Plezie*, SUA, Amsterdam, 1982).
- Ang, I.; Hermes, J. (1991): «Gender and/in Mmedia consumption», En Curran, J.; Gurevitch, M. (eds.) *Mass Media and Society* (pp. 307-328), Londres: Edward Arnold.
- Brunsdon, Charlotte; Morley, David (1978). *Everyday television: Nationwide and The Nationwide Audience*. British Film Institute.
- Fagoaga, Concha; Secanella, Petra María (1984): *Umbral de presencia de las mujeres en la prensa española*, Madrid: Instituto de la Mujer, Serie Estudios.
- Fontcuberta Balaguer, M. (1989): «Representación informativa y vida privada». *Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura*, núm. 12, pp. 111-115.
- Fontcuberta Balaguer, M. (1990): «El discurso de la prensa del corazón». *Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura*, núm. 13, pp. 53-72.
- Friedan, Betty (1967): *La mística de la feminidad*. México: FCE (Cátedra, 2016).
- García-Jiménez, Leonarda (2020, octubre): Michèle Mattelart. Disponible en: <https://www.femicom.es/wp-content/>

- uploads/2021/11/entrevista-michele-mattelart.pdf
- Heram, Y.; Gándara, S. (2021): *Pioneras en los estudios latinoamericanos de comunicación*, Buenos Aires: Teseopress.
- Herzog, Herta (1933): «Stimme und Persönlichkeit», *Zeitschrift für Psychologie*, vol. 130, num. 3-5, pp. 300-369
- Herzog, Herta (1944): «What do we really know about daytime serial listeners?», En: Lazarsfeld, Paul F.; Stanton, Frank N. (Eds.): *Radio research 1942-1943* (pp.3-33). Nueva York: Duell, Sloan and Pearce.
- Herzog, Herta (1986a): «Dallas in Deutschland. Eine Pilotstudie», *Rundfunk und Fernsehen*, vol. 34, num. 3, pp.351-367.
- Herzog, Herta (1986b): «Decoding «Dallas»». *Society* vol. 24, pp.74-77.
- Herzog, Herta (1990): «Der Stich ins Böse. Dallas und Denver Clan. Garantiert anders als der Alltag», *Medien Journal*, vol. 14, num. 4, pp.191-208.
- Huertas Bailén, Amparo (2015): «Presentación: Herta Herzog como antídoto», *Redes.com*, num. 11 (Ejemplar dedicado a: Género y/ en Comunicación), pp. 19-24.
- Klaus, Elisabeth (2008): «What do we really know about Herta Herzog? Eine Spurensuche, *M&K* pp.227-252.
- Klaus, Elisabeth (2017): «Herta Herzog: Begründerin einer Publikumsforschung zwischen Kritischer Theorie und Uses and Gratifications Approach», *CGC online papers*, pp. 56-67
- Liebes, T.; Klein-Shagrir, O. (2016): Two Step Analysis: From a Lively Kitchen to a Lively Living Room. In E. Klaus; J. Seethaler (eds.), *What Do We Really Know About Herta Herzog?: Exploring the Life and Work of a Pioneer of Communication Research* (pp. 85-98). Peter Lang.
- Martín Barbero, J. (1987): «La telenovela en Colombia: Televisión, melodrama y vida cotidiana», *Diálogos de la Comunicación*, num. 17. Lima
- Mazziotti, N.; Verón, E. (1993): *El espectáculo de la pasión: las telenovelas latinoamericanas*, Buenos Aires: Colihue
- Mattelart, Michèlle (1970): «El nivel mítico de la prensa pseudo-amorosa». In A. Mattelart; M. Piccini; M. Mattelart (Eds.), *Los medios de comunicación de masas: La ideología de la prensa liberal en Chile* (pp. 220-283). El Cid.
- Mattelart, Michèlle (1971): «Apuntes sobre lo moderno: una manera de leer el magazine». *Cuadernos de la Realidad Nacional*, vol. 9, pp.156-177.
- Mattelart, M.; Piccini, M. (1974): «La televisión y los sectores populares». *Comunicación y Cultura*, núm. 2, pp.3-75
- Mattelart, Michèlle (1978): «Las mujeres y el orden de la crisis», en *Comunicación e ideologías de la seguridad*. Barcelona: Anagrama.
- Mattelart, Michèlle (1977): La cultura de la opresión femenina. México: Era
- Mattelart, Michelle (1982): *Mujeres e industrias culturales*. Barcelona: Anagrama.
- Moreno Sardá, A. (1988): *La otra Política de Aristóteles: cultura de masas y divulgación del arquetipo viril*. Barcelona: Icaria

- Moreno Sardá, A. (1989a): «En torno a la comprensión histórica de la cultura de masas (1) el orden androcéntrico del saber académico». *Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura*, núm. 12, pp. 81-91.
- Moreno Sardá, A. (1989b): «Propuesta (no androcéntrica) para una renovación del estudio del mundo contemporáneo: de las historias familiares a la cultura de masas». *Revista de Educación*, núm. 290, pp. 43-58
- Moreno, A.; Fontcuberta, M. (1990): «Prensa para mujeres o el discurso de lo privado. El caso del grupo HYMSA». In Tuñón de Lara, M. (coord.) *Comunicación, cultura y política durante la II República y la Guerra Civil: II Encuentro de Historia de la Prensa*. Vol. 2, (España (1931-1939). Servicio de publicaciones UPV, pp. 223-233
- Pateman, Carole (1988): *The sexual contract*, Oxford: Polity Press; trad. de M^a Luisa Femenías en Ménades, 2019.
- Perse, Elisabeth M. (1996): «Herta Herzog», En Signorielli, Nancy (ed): *Women in communication. A biographical Sourcebook*, Westport, CT: Greenwood.
- Radway, J.A. (1997): *Reading the romance: Women, patriarchy, and popular literature*, University of North Carolina Press.
- Rodríguez Magda, Rosa M^a. (2004): *Foucault y la genealogía de los sexos*, Barcelona: Anthropos.
- Sullivan, John L. (2013): *Media audiences. Effects, users, institutions, and power*, Los Ángeles: Sage Publications Inc.
- Vassallo de Lopes, Maria Immacolata (1997): «Exploraciones metodológicas en un estudio de recepción de telenovela», *Comunicación y Sociedad* (DECS. Universidad de Guadalajara), num. 29, pp. 161-177
- Vera Balanza, M. Teresa; Ballesteros García, Rosa María (2021): «Genealogías feministas ibéricas: Itinerarios desde la comunicación y el activismo en torno a sororidades compartidas», en *Revista Internacional de Historia de la Comunicación*, vol. 16, pp. 42-64.

