

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 3

Título del Capítulo

«Herta Herzog, una madre fundadora crítica y ecléctica: notas epistémicas para interpretar “La experiencia prestada” en Iberoamérica»

Autoría

Leonarda García-Jiménez

Cómo citar este Capítulo

García-Jiménez, L. (2023): «Herta Herzog, una madre fundadora crítica y ecléctica: notas epistémicas para interpretar “La experiencia prestada” en Iberoamérica». 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/c3.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

Herta Herzog, una madre fundadora crítica y ecléctica: notas epistémicas para interpretar «La experiencia prestada» en Iberoamérica¹

Leonarda García-Jiménez
Universidad de Murcia

Introducción

Como hemos visto hasta aquí, Herta Herzog lo fue todo en vida. Y, 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. Porque en verdad, no es hasta finales de los 90 el momento en el que aparecen las primeras obras pioneras sobre su figura y ubicadas en los márgenes de la academia como son *Women in communication* (Signorielli, 1996) y *Canonical texts in media research: Are there any? Should there be? How about these?* (Katz; Peters; Liebes; Orloff, 2003). Más recientemente, el libro definitivo sobre su figura es, sin duda, *What do we really know about Herta Herzog?: Exploring the life and work of a pioneer of communication research* (Klaus; Seethaler, 2016).

¹ Este trabajo es parte del proyecto I+D+i «FEMICOMI: Análisis de los roles femeninos en la investigación de la comunicación en Iberoamérica» con referencia PID2021-123143NB-I00, financiado por MCIN/ AEI/10.13039/501100011033/ y «FEDER Una manera de hacer Europa».

Quiero puntualizar esta diferenciación entre la academia hegemónica y la alternativa porque en la primera, en la dominante, continúa siendo una figura subsidia-ria y de ella no hay casi rastro, como veremos en este capítulo, en el mundo hispanohablante. De ahí la importancia de esta traducción (*v.* capítulo 5), que esperamos que sirva para recuperar su figura también en Iberoamérica. Esta ausencia notoria (y casi dolorosa) es posible que se deba a que recibamos del norte global principalmente las tendencias mayoritarias, cuando precisamente es en torno a las minoritarias desde donde podría lanzarse un diálogo sur-norte más simétrico, en la línea reclamada por Dussel (2015: 107). Pero en español Herzog no tiene casi presencia, con alguna excepción (Huertas, 2015; García-Jiménez, 2021; o el perfil biográfico recogido en *Infoamérica*, aquí <https://www.infoamerica.org/teoria/herzog1.htm>).

Tampoco ha tenido casi presencia en el imaginario académico el artículo que aquí presentamos por primera vez en español, que es representativo de la figura de Herzog, de su olvido y de sus valiosos aportes. En este trabajo, Herzog puso el foco en la audiencia (lo llevaba haciendo desde su tesis doctoral de 1933 en la que analizó cómo los oyentes interpretaban la voz radiofónica), y para entender los procesos de apropiación de los mensajes mediáticos —que las oyentes leen «desde el punto de vista de sus propios problemas personales»— se fue hasta el mismo lugar en el que las amas de casa estadounidenses de clase media y trabajadora escuchaban en solitario diariamente las radio-novelas: la cocina. No hay constancia de que durante la realización de las entrevistas entre platos y ollas hu-

biera otros miembros de la familia cerca, ni siquiera niños (Liebes; Shagrir, 2016), algo que permitió crear un entorno seguro y de confianza tan importante en la realización de las entrevistas en profundidad. La lectura de «La experiencia prestada» nos permite ser testigos de cómo las informantes se abren completamente, hay una autenticidad que abrumba por momentos y que nos permite descubrir a una Herzog muy observadora y con enorme capacidad de escucha. Estas cuestiones quedan también claramente reflejadas en las anotaciones a mano que hace al manuscrito original de este artículo y que analiza Esperanza Herrero en el capítulo 4, que en primer lugar iba a titularse «Experiences over the air: An analysis of daytime radio sketches from the listeners' point of view», pero que finalmente optó por «On borrowed experience: An analysis of listening to daytime sketches».

Y ¿por qué este título? Porque las radioyentes viven su vida, marcada por la soledad y el hastío, a partir de las experiencias que toman prestadas de los seriales radiofónicos, que eran de consumo masivo en la cultura popular de la época, sobre todo entre el público femenino. Herzog se adelanta aquí a las investigaciones de las últimas décadas del siglo XX sobre la mediación tecnológica de la experiencia y las experiencias vicarias de las que hablan Anthony Giddens, John B. Thompson o, incluso, Jean Baudrillard desde los años 90 (Aguado, 2002). Por eso, podríamos haber traducido este artículo como «la experiencia vicaria» o «la experiencia mediada» o, incluso, «tecnológicamente mediada» (Rodrigo Alsina, 2001; García-Jiménez, 2007), pero nos ha parecido que estas expresiones

eran demasiado actuales y que respetar la literalidad de «prestada» era más riguroso y en consonancia con la formulación originaria y con el tiempo histórico y epistémico en el que vio la luz.

Desarrollo a continuación estas claves hermenéuticas que me parecen notas fundamentales para leer y entender el artículo y a la propia Herzog desde el contexto académico de habla hispana en el que se publica este libro.

1. No es feminista, pero sí crítico y psicoanalítico

En la entrevista que Elizabeth Perse realizó a Herta Herzog en 1994 para la publicación de su biografía en el libro *Women in Communication* (Signorielli, 1996) y que reproducimos a modo de epílogo en este libro gracias a la autorización de la propia Perse, Herzog dice lo siguiente:

El género nunca ha desempeñado un papel en mi carrera profesional. No soy feminista, pero entiendo que otros lo sean. Si su libro pone el énfasis en las Mujeres con mayúscula, preferiría que no me incluyera en él. La omisión me parecería comprensible (...) El hecho de que la mayoría de los directores de división fueran hombres era algo accidental. Hasta donde yo sé, no existía ningún problema relacionado con el género, ni para ellos ni para mí.

Efectivamente, no podemos decir que Herzog fuera feminista, dado que no identificó o denunció diferen-

cias de género (aunque, efectivamente, ella las sufriera de primera mano, por ej., cobrando casi 40 veces menos por producción por página que algunos de sus compañeros). Y, por tanto, el propósito de sus escritos no era en pro de la igualdad. Ahora bien, «La experiencia prestada» es un texto eminentemente crítico, frankfurtiano y psicoanalítico. La autora nos presenta a las amas de casa de clase media/media-baja que entrevista² mediante unas vidas grises y tristes, «vacías» en palabras de la propia autora, donde el rasgo dominante es la frustración de la que solamente pueden escapar mediante el relato radiofónico. Y por eso apunta Herzog: «La cantidad extra de experiencias proporciona la intensidad que probablemente falta en la vida real», porque estas mujeres están faltas de experiencias verdaderas. En palabras de Liebes y Klein-Shagrir (2016: 87) son mujeres «alienadas, aisladas, víctimas indefensas de la sociedad de masas y de la sociedad patriarcal, ambas sustentadas por los medios de masas».

Herzog explica las elecciones de las oyentes y las interpretaciones que hacen de sus seriales favoritos a partir de las propias circunstancias personales de las audiencias, que suelen tener una clara dimensión dramática debido a que el contexto social ofrece pocas oportunidades de realización para ellas. Es decir, para entender el porqué de la audiencia, cuestión que viene al centro del trabajo de la austriaca, hay que ir hasta

² Este artículo está basado en entrevistas a 100 mujeres de diferentes edades y niveles de renta, la mayoría amas de casa de clase media y media baja, aunque también hubo algunas estudiantes y personal de servicio. Las primeras 20 fueron encuentros abiertos, el resto se completó mediante el cuestionario que se adjunta al final del texto.

los componentes vitales-sociales de los contextos de recepción y el propio subconsciente. Y por eso, Herzog lee en estas mujeres lo que ellas mismas no ven, las acuesta en el diván y nos da como lectores algunos de los porqués. «Ella vio mujeres movidas por fuerzas del subconsciente, quienes encontraban su satisfacción en placeres falsos e incluso dañinos. Porque escuchar la radio era una experiencia imaginaria que servía como sustituto de su miserable vida real» (Liebes; Klein-Shagrir, 2016: 86-87). Por eso, Herzog explica que una madre que se «sacrifica por su familia sin recibir ningún reconocimiento por su esfuerzo» elige el personaje al que dejan en la estacada, porque así se siente ella; o una «criada negra que carece de oportunidades para desarrollar una vida normal» está deseosa de que sea de nuevo lunes para recrear una vida que no tiene; o una mujer que «lo ha pasado mal criando a sus hijos después de que su esposo muriera» escoge programas con mujeres sacrificadas... En el contexto vital y psicoanalítico de las entrevistadas es donde encontramos algunas de las respuestas de por qué eligen lo que eligen. En última instancia indica nuestra autora: «un gran número de mujeres utiliza estos relatos para compensar sus fracasos personales». Pero Herzog no las juzga. Al contrario, hay más benevolencia en la interpretación de sus circunstancias que juicio acusatorio.

Este tono crítico, psicoanalítico y un tanto benevolente hacia las amas de casa entrevistadas queda aún más perfilado en los textos que escribe unos meses más tarde a partir del mismo trabajo de campo que articula «La experiencia prestada». Aunque estos trabajos son

inéditos y están sin publicar, pueden ser consultados en los archivos históricos de la BASR en la Universidad de Columbia (código B0-130). Algunos de estos artículos están sin firmar (y anotados manualmente por Herzog, por lo que podríamos considerar que ella es la principal autora) y otros firmados por ella en autoría única, aunque el buscador (*finding aid*) de la Rare Book & Manuscript Library (edición de 2019) atribuye la autoría de esta carpeta (B0-130) de forma global a Lazarsfeld, Arnheim, Herzog y Knupfer (1942). Me voy a centrar en tres artículos concretos incluidos en esta carpeta, se trata de: «Analysis of a program», «Daytime serials» y «Special aspects of soap opera».³ Al estar todos atribuidos a la misma referencia (Lazarsfeld; Arnheim; Herzog; Knupfer, 1942), mantengo la misma especificando el nombre concreto del artículo. Porque más allá de si esta atribución es correcta o no, resultan sumamente interesantes para desentrañar un poco más en profundidad el componente frankfurtiano de «La experiencia prestada».

De esta forma, en el análisis de la recepción de las radionovelas *Big Sister* y *Aunt Jennie*, también incluidas en «La experiencia prestada», hay hasta una cierta empatía hacia las audiencias analizadas, que son definidas por sus heridas de infancia, un enfoque claramente psicoanalítico:

³ Estos artículos fueron consultados durante una estancia investigadora enmarcada en el proyecto de investigación «FEMICOMI: Análisis de los roles femeninos en la investigación de la comunicación en Iberoamérica» (PID2021-123143NB-I00) (fechas de consulta del 26/05/2023 al 31/05/2023)

No es una coincidencia que dos de nuestras encuestadas por ser oyentes regulares están dañadas (*crippled themselves*). Que una está unida a la casa por una infancia dañada (*crippled child*) (...) Todas ellas están físicamente solas durante, al menos, la mitad del día. Todas ellas están patéticamente solas. El marido está en el trabajo y no volverá hasta la noche y él, entonces, estará cansado (...) Ellas están atadas a un apartamento o a una casa vacía. Los programas ofrecen contacto humano, ofrecen compañía («Analysis of a program» en, Lazarsfeld; Arnheim; Herzog; Knupfer, 1942: 30).

El consumo radiofónico queda interpretado a partir de la infancia herida y el aislamiento de estas mujeres explicaría las circunstancias personales y sociales que enmarcan sus vidas. Y, por eso, hay una especial preocupación por explorar su biografía y frustraciones:

Es necesario desarrollar sus biografías (...) ¿Piensa ella que tiene más, los mismos o menos problemas que la mayoría de las personas que conoce? ¿La gente que ella conoce ha sido amable, neutral o antipáticos con ella? Estas preguntas pueden sacar a la luz si se siente una víctima de la vida o de otras personas («Daytime serials», en Lazarsfeld; Arnheim; Herzog; Knupfer, 1942: 3-4).

Estas mujeres llenan el vacío a partir de unos seriales radiofónicos que son altamente ideológicos, pues son mensajes «no solamente de interés comercial. Son un fenómeno social de nuestra era, una fuerza ideológica de primer orden y, por tanto, una herramienta potente para influir en la moral de guerra y postguerra»

(«Daytime serials», en Lazarsfeld; Arnheim; Herzog; Knupfer, 1942: 1). El que claramente Herzog apunte a la ideología es lo que llena esta aproximación de un evidente componente crítico, dado que estos relatos, al estar dirigidos a mujeres, presentan a la sociedad estadounidense como un «matriarcado» en el que la mujer es una «líder» social («Special aspects of soap opera», en Lazarsfeld; Arnheim; Herzog; Knupfer, 1942: 1). Esta es una ilusión alienante porque, en verdad, se trata de mujeres aisladas y sin más proyectos vitales que la escucha radiofónica. Y precisamente por eso «los autores de estos seriales hacen constantes esfuerzos por probar que la mujer de mediana edad tiene una vida plena» («Special aspects of soap opera», en Lazarsfeld; Arnheim; Herzog; Knupfer, 1942: 3). Los seriales, en definitiva, alienan y generan una ilusión de plenitud que se da de bruces con la soledad y la falta de proyectos de las entrevistadas, unas circunstancias vitales que Herta Herzog recoge de forma magistral en «La experiencia prestada».⁴

Por todo ello, el artículo «La experiencia prestada», aunque no es feminista, se enmarca claramente en los estudios de género y sobre la mujer, porque nos encontramos ante un texto pionero en la investigación en comunicación y uno de los primeros que desentrañan la experiencia comunicativa de las audiencias femeninas desde enfoques críticos. Así, Liebes y Sha-

⁴ Unos años más tarde, en el siguiente artículo que publica en 1944 (What do we really know about daytime serial listeners?) continúa con esta crítica a la ideología presente en este tipo de programas de que «todo está bien e irá bien».

grir (2016: 89) se preguntan: «¿Debería Herzog ser recordada como la madre fundadora de la investigación mediática realizada por, para y sobre mujeres?». Creo que, sin lugar a dudas, sí, por supuesto que sí. También en esa dirección apunta la genealogía de los estudios de género desarrollada por Teresa Vera en el capítulo 2. Y más aún. Deberíamos considerarla como pionera de los estudios de comunicación, sin más matizaciones o adjetivaciones; su innovación y apuesta por el pluriparadigma y la triangulación metodológica, como desarrollo a continuación, son motivos más que suficientes para ello.

2. Un texto adelantado a su tiempo: la primera formulación de la teoría de usos y gratificaciones desde el pluriparadigma

En «La experiencia prestada» nos encontramos ante la primera formulación de la investigación mediática de gratificaciones (Simonson, 2016: 70), hoy conocida como la teoría de usos y gratificaciones. Una formulación originaria plenamente pluriparadigmática pues combina dos tradiciones teóricas y metodológicas (supuestamente) contrapuestas: Columbia y Frankfurt. Herta Herzog primero pregunta por las motivaciones de la audiencia, enfoque de carácter más psicosocial, y luego las interpreta a partir de marcos críticos y psicoanalíticos plenamente frankfurtianos. Y para ello, el estudio triangula metodologías cualitativas (20 entrevistas en profundidad) y cuantitativas (80 cuestionarios con preguntas pre-definidas abiertas y cerradas).

Esta aproximación metodológica ha sido definida como «empirical phenomenology» (Kleining, 2016: 118). Pluriparadigma en estado puro y que solamente podemos entender a partir del propio *background* de la autora, quien sincretiza «el psicoanálisis, la psicología vienesa, la teoría crítica, el positivismo, las entrevistas en profundidad, los *focus groups*, el análisis de contenido, encuestas o los test de dilatación de pupilas en imágenes visuales» (Simonson, 2016: 61). La biografía que desarrolla Amparo Huertas en el capítulo 1 nos da muchas de las respuestas de su interdisciplinariedad. Este aunar las tradiciones teóricas y metodológicas de Columbia y Frankfurt lo encontramos también en la publicación, unos años más tarde, de *The authoritarian personality* (1950), atribuida a Theodor Adorno pero cuyo principal autor fue igualmente una mujer: Else Frenkel-Brunswik (García-Jiménez, 2021). Con ello queremos decir que prestar atención a las mujeres investigadoras, encarnadas aquí en la figura de Herzog, es una forma de entender que el contexto de Columbia y de investigación mediática de mediados del siglo XX fue mucho más ecléctico y pluriparadigmático de lo que hemos reflejado en los libros de texto oficiales (García-Jiménez, 2021).

Porque Herzog aúna dos aproximaciones supuestamente antitéticas en «La experiencia prestada» señalando que las audiencias obtienen gratificaciones que les alienan y que les hacen vivir una «falsa realidad que les enseña cómo pensar y actuar» (Kleining, 2016: 126). Son tres las gratificaciones obtenidas: la escucha como liberación emocional, como modo de reconfigurar la rutina y como suministradora de fórmulas

para ajustar la vida propia. A partir de ellas, reflexiona críticamente la austriaca: «Es lícito preguntarse si a largo plazo la descarga emocional dará como resultado una sensación aún más intensa de frustración y una incapacidad todavía mayor para vivir experiencias emocionales al margen de los seriales». Las radionovelas prescriben soluciones a los problemas diarios, recetas para el buen comportamiento, normas éticas... Una auténtica ideología, tal y como hemos visto en el apartado anterior. Son válvulas para «escapar de una realidad no deseada. Para muchas oyentes parecen representar un modelo de realidad a través del cual aprender cómo pensar y actuar. Y por eso, las novelas radiofónicas deberían ser escritas teniendo en cuenta su gran responsabilidad social», concluye nuestra autora en el cierre del artículo.

En definitiva, y siguiendo a Klaus (2016: 112), el texto «La experiencia prestada» representa:

- El paso de los estudios de efectos a los de audiencias y de apropiación mediática.
- La función social que cumplen los medios en los procesos identitarios.
- La combinación de aproximaciones culturales, críticas, psicoanalíticas y sociopsicológicas.
- La triangulación de métodos cuantitativos y cualitativos.
- El carácter ecléctico de Columbia, reducida de manera errónea en los manuales de teorías al positivismo.
- La importancia de aproximarse al contexto vital y existencial de las audiencias para entender sus usos y motivaciones.

Lo que sostengo hasta aquí es que este artículo es un adelantado a su tiempo. Lanza el paradigma de la audiencia activa, pues las audiencias seleccionan e interpretan los seriales a partir de sus propios problemas, una cuestión que décadas más tarde recoge Birmingham. El texto debe considerarse también el antecedente remoto de una de las obras de referencia en Iberoamérica: *De los medios a las mediaciones* (1987), de Jesús Martín Barbero. Cuando miramos a la historia del campo en los países hispanohablantes, sin duda que este libro es un hito que preconiza un cambio de paradigma y apunta a la importancia de centrarse no en los medios, en los objetos, sino en las mediaciones, en los usos y resignificaciones que las audiencias hacen de los textos mediáticos, pero esto es algo que ya había hecho nuestra autora casi medio siglo antes. Y, sin embargo, el peso de uno y otro es tan desigual... La obra de Martín Barbero tiene 461 citaciones en Dialnet y casi 9000 en Google académico (solo páginas en español), cifras que contrastan con las no-citas al texto de Herzog y que analizo en mayor profundidad en el siguiente apartado.

3. La (no) recepción de «La experiencia prestada» en los países hispanohablantes

La presencia de Herzog en el campo de la comunicación y los estudios de audiencias ha sido muy débil y no ha sido hasta hace pocos años que su figura ha empezado a ser estudiada de manera más profunda y sistemática (Klaus; Seethaler, 2016). Esa presencia se

desdibuja hasta prácticamente desaparecer en el contexto iberoamericano.

Centrándonos concretamente en el artículo incluido en este libro y que supone el inicio de la teoría de usos y gratificaciones, no hay casi rastro de él en el mundo hispanohablante. La entrada de la teoría de usos y gratificaciones en Wikipedia, ese espacio tan representativo del imaginario colectivo y académico, no le dedica ni una sola palabra (aquí https://es.wikipedia.org/wiki/Teor%C3%ADa_de_usos_y_gratificaciones) y ubica el origen de esta formulación teórica en la investigación de Elihu Katz, Jay G. Blumler y Michael Gurevitch publicada en 1973 en la revista *The Public Opinion Quarterly*. La injusticia epistémica (Fricker, 2007) es, como sostengo, menos flagrante en el contexto anglosajón, donde Herzog sí merece mención en la entrada «Uses and gratifications theory» (https://en.wikipedia.org/wiki/Uses_and_gratifications_theory).

Pero, siguiendo la pista al reconocimiento de esta publicación, encontramos que solamente tiene 295 citaciones en Google académico, cifra que contrasta con las 4600 que recibe el texto de Katz, Blumler y Gurevitch (1973), a pesar de que se publica 32 años más tarde que el artículo de Herzog (1941).

Y si acotamos la búsqueda en Google académico a páginas en español, ¿cómo ha sido recibida «La experiencia prestada»? Podríamos resumir dicha presencia en una palabra: NULA, pues solamente ha sido referenciada en 3 publicaciones (fecha de consulta: 13/04/2023). Se trata de:

- 1 libro de 2007: *Medios y creencias. Perspectivas culturales del cristianismo en el entorno mediático* (Horsfield; Hess; Medrano; Henríquez, 2007).
- 1 tesis doctoral defendida en 2009: *La ética periodística y los mecanismos de autocontrol de la prensa en el Perú* (Vasquez, 2010).
- 1 artículo de investigación de 2012: «Elementos para una teoría social de la comunicación tecnológicamente mediada: de la Modernidad a la Postmodernidad» (García-Jiménez, 2012).

Es decir, que hasta 2007 no hay prácticamente nada en español sobre «La experiencia prestada» y lo que hay a partir de esa fecha es prácticamente anecdótico (1 libro, 1 artículo y 1 tesis, parece el inicio de un mal chiste). Por supuesto, si nos centramos en Dialnet, índice de referencia en los países iberoamericanos/hispanohablantes, «La experiencia prestada» no tiene ni una sola citación.

Siguiendo con esta breve aproximación a la (no) recepción de «La experiencia prestada» en español, otro espacio en el que podríamos intentar seguir su trato es en el de la docencia universitaria. Pero ni Herzog, ni su icónico artículo aparecen en los manuales de teorías de la comunicación más utilizados en España (Vera Balanza, 2012), ni en las guías docentes de asignaturas teóricas de la comunicación en este mismo país (Lazcano, 2014; García-Jiménez; Torrado, 2022).

Permítaseme detenerme en el análisis de Lazcano (2014) pues en él sí que aparece, de nuevo, la teoría de usos y gratificaciones sin mención alguna a Herzog o a su producción científica. De esta forma, en su análisis

de guías docentes de teorías de la comunicación buscando los referentes teóricos y los autores más citados, la autora identifica un total de 84 autores, donde los más referenciados son Lasswell y Lazarsfeld (25 veces citado cada uno) y los menos Simmel, Park, Debray y Blumer (con 1 cita cada uno) (Lazcano, 2014: 214-219). Herzog no aparece en este amplio listado, ni en el apartado de los contenidos de las guías docentes, ni tampoco en el de bibliografía recomendada por el profesorado. De ella tampoco queda ni rastro en las menciones a la teoría de usos y gratificaciones, que es una de las más citadas y que se asocia exclusivamente con Katz, Blumler y Gurevitch (Lazcano, 2014: 224). La primera teoría con mayor presencia en la formación universitaria es el funcionalismo (concretamente, la Mass Communication Research), después los efectos y la tercera más referenciada es la de usos y gratificaciones (Lazcano, 2014: 224). ¿Cómo es posible que las posiciones de cabeza de las teorías con más peso en la docencia configuren el contexto en el que operó Herzog y que ella no se cuele por ningún flanco? Tampoco la encontramos en la consulta a investigadores iberoamericanos llevada a cabo por Lozano y Mariño (2010) o en la investigación de Álvarez y Castillo (2015) sobre los autores más citados en revistas de Latinoamérica.

Por todos estos motivos, nuestra autora encarna en primera persona el *efecto Matilda* (Rossiter, 1993) de borrado de las aportaciones y figuras de mujeres investigadoras, porque Herzog «no ha existido» en el mundo académico en español. Hasta la publicación de este libro. Año 2023.

4. A modo de conclusión: un texto fundacional de la investigación en comunicación

Por todo lo expuesto hasta aquí, «La experiencia prestada» es un artículo fundacional de la investigación en comunicación y medios, de ahí la importancia de la traducción que presentamos en este libro. Porque el artículo es representativo de las aportaciones y significación que Herta Herzog ha tenido para nuestro campo de estudio. Pionera en los estudios de audiencias, este artículo supone la primera formulación de la teoría de usos y gratificaciones e integra los enfoques sociopsicológicos, críticos y psicoanalíticos con métodos de tipo cuantitativo y cualitativo, en un contexto histórico en el que hubo mujeres investigadoras, pero que han sido borradas por los libros de texto y la historia intelectual del campo.

Sin ser una autora feminista, sí que fue una precursora del análisis de la experiencia femenina, tal y como recoge en este mismo volumen Teresa Vera (capítulo 2), y, por tanto, fundadora también de los estudios de género, que en el ámbito anglosajón desarrollaron las feministas de la escuela de Birmingham (Charlotte Brunsdon, Angela McRobbie o Dorothy Hobson), Janice Radway o Ien Ang (Liebes; Klein-Shagrir, 2016: 89); y en el Iberoamericano Michele Mattelart con su estudio de la mujer chilena (1968) o Concha Fagoaga y Petra Secanella (1984) con su análisis de la presencia de mujeres en la prensa española.

Y a pesar de todo ello, a Herzog la hemos ido enterrando poco a poco, generación tras generación: cada obra publicada sobre la historiografía del campo co-

municológico, cada manual de teorías e investigación en comunicación que han visto la luz han sido una pedrada simbólica contra su memoria. Porque ella no ha formado parte del relato. Esperemos que este libro sirva para recuperar una figura importantísima y para comenzar a restituir una injusticia epistémica que nunca debió producirse.

Referencias

- Adorno, Theodor; Frenkel-Brunswik, Else; Levinson, Daniel; Sanford, Nevitt (1950): *The authoritarian personality*, Nueva York: Harper.
- Aguado, Juan Miguel (2002): «La mediación tecnológica de la experiencia: La globalización de los marcos experienciales en la construcción de imaginarios socioculturales», *Razón y Palabra*, 27.
- Álvarez, Alejandro; Castillo, Antonio (2015): «Autores en revistas latinoamericanas de mayor impacto de comunicación», *Opción*, 31(3), pp. 70-90.
- Dussel, Enrique (2015): *Filosofías del sur. Descolonización y transmodernidad*, Madrid: Akal.
- Fagoaga, Concha; Secanella, Petra (1984): *Umbral de la presencia de mujeres en la prensa española*, Madrid: Instituto de la Mujer.
- Fricker, Miranda (2007): *Epistemic injustice. Power and the ethics of knowing*, Oxford University Press.
- García-Jiménez, Leonarda (2007): *Las teorías de la comunicación en España: Un mapa sobre el territorio de nuestra investigación (1980-2006)*, Madrid: Tecnos.
- García-Jiménez, Leonarda (2021): «Aportaciones femeninas a las teorías de la comunicación», *Análisi*, 65, pp. 121-1345.
- García-Jiménez, Leonarda; Torrado-Morales, Susana (2022): «El rol de la mujer en la ciencia y la docencia en comunicación: Análisis a partir de los programas universitarios en España», *Revista de Comunicación*, 21(2), pp. 91-113.
- García-Jiménez, Leonarda (2012): «Elementos para una teoría social de la comunicación tecnológicamente mediada: De la Modernidad a la Postmodernidad», *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 18(1), pp. 101-114.
- Herzog, Herta (1941): «On borrowed experience: An analysis of listening to daytime sketches», *Studies in Philosophy and Social Science*, 9(1), pp. 65-95.
- Horsfield, Peter; Hess, Mary; Medrano, Adán; Henríquez, Juan Carlos (2007): *Medios y creencias. Perspectivas culturales del cristianismo en el entorno mediático*, México D.F.: Plaza y Valdés.

- Huertas, Amparo (2015): «Presentación: Herta Herzog como antídoto», *Redes.com*, 11, pp. 19-24.
- Katz, Elihu; Blumler; Jay G.; Gurevitch, Michael (1973): «Uses and gratifications research», *The Public Opinion Quarterly*, 37(4), pp. 509-523.
- Katz, Elihu; Peters, John; Liebes, Tamar; Orloff, Avril (eds.) (2003): *Canonic texts in media research. Are there any? Should be there? How about these?* Cambridge: Polity Press.
- Klaus, Elisabeth; Seethaler, Josef (eds.) (2016). *What do we really know about Herta Herzog? Exploring the life and work of a pioneer of communication research*, Oxford, Peter Lang.
- Klaus, Elizabeth (2016): «From listeners to viewers: Herzog as the founder of qualitative entertainment and audience research», en Klaus, Elisabeth y Seethaler, Josef (eds.). *What do we really know about Herta Herzog? Exploring the life and work of a pioneer of communication research* (pp. 99-116), Oxford: Peter Lang.
- Kleining, Gerhard (2016): «The discovery process in Herta Herzog's research on radio daytime serials. With an appendix on the invention of the focus group», en Klaus, Elisabeth; Seethaler, Josef (eds.). *What do we really know about Herta Herzog? Exploring the life and work of a pioneer of communication research* (pp. 117-136), Oxford: Peter Lang.
- Lazarsfeld, Paul; Arnheim, Rudolph; Herzog, Herta; Knupfer, Genevieve (1942): *The Daytime Serial* [memorándum sin publicar]. Bureau of Applied Social Research Records (Box 2, Folder B-0130); Rare Book and Manuscript Library, Columbia University Library. Nueva York, Estados Unidos.
- Lazcano, Daniela (2014): *Aproximación a la configuración disciplinaria de la comunicación desde el análisis de su enseñanza: Estudio del caso español*. Tesis doctoral.
- Liebes, Tamar; Klein-Shagrir, Oranit (2016): «Two step analysis: From a lonely kitchen to a lively living room», en Klaus, Elisabeth y Seethaler, Josef (eds.). *What do we really know about Herta Herzog? Exploring the life and work of a pioneer of communication research* (pp. 85-98), Oxford: Peter Lang.
- Lozano, Carlos; Mariño, Miguel (2010): «La enseñanza universitaria de las teorías de la comunicación en Europa y América Latina», *Revista Latina de Comunicación Social*, 65, pp. 255-265.
- Martín Barbero, Jesús (1987): *De los medios a las mediaciones*, Barcelona: Gustavo Gili.
- Mattelart, Armand y Mattelart, Michele (1968): *La mujer chilena en una nueva sociedad*, Santiago de Chile: Editorial del Pacífico.
- Perse, Elizabeth (1996): «Herta Herzog (1910-)», Signorielli, Nancy (ed.). *Women in communication: A biographical source-book* (pp. 202-2011), Westport: Greenwood Press.
- Rodrigo Alsina, Miquel (2001). *Teorías de la comunicación: Ámbitos, métodos y perspectivas*, Barcelona: Aldea Global.
- Rossiter, Margaret (1993): «The Matthew/Matilda effect in science», *Social Studies of Science*, 23(2), pp. 325-341.

- Signorielli, Nancy (ed.) (1996): *Women in communication: A biographical sourcebook*, Westport: Greenwood Press.
- Simonson, Peter (2016): «Herta Herzog and the founding mothers of Mass Communication Research», en Klaus, Elisabeth; Seethaler, Josef (eds.). *What do we really know about Herta Herzog? Exploring the life and work of a pioneer of communication research* (pp. 61-84), Oxford: Peter Lang.
- Vásquez Ríos, Aldo Alejandro (2010): *La ética periodística y los mecanismos de autocontrol de la prensa en el Perú*. Tesis doctoral.
- Vera Balanza, Teresa (2012): «Periféricas: Propuesta didáctica para teorías de la comunicación», *ZER*, 32, pp. 13-27.