

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 4

Título del Capítulo

«Revisitando la versión original: las anotaciones al margen de Herta Herzog»

Autoría

Esperanza Herrero

Cómo citar este Capítulo

Herrero, E. (2023): «Revisitando la versión original: las anotaciones al margen de Herta Herzog». 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 audiencia. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. ISBN: 978-84-17600-95-2

D.O.I.:

<https://doi.org/10.52495/c4.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

Revisitando la versión original: las anotaciones al margen de Herta Herzog¹

Esperanza Herrero
Universidad de Murcia

Introducción

A pesar de su olvido posterior por parte de la comunidad científica, el trabajo de Herzog sobre las mujeres que escuchaban seriales radiofónicos fue reconocido como un hito entre los miembros del Bureau of Applied Social Research de Columbia University. En 1945, cuatro años después de la publicación de «La experiencia prestada», Marjorie Fiske y Paul Lazarsfeld publicaron dos artículos en los que reflexionaban sobre la investigación en comunicación realizada desde lo que, posteriormente, hemos conocido como la Escuela de Columbia (Fiske; Lazarsfeld, 1945a; 1945b). En ellos, no sólo se reconocieron a sí mismos como pioneros en el campo, sino que establecieron, *grosso modo*, los enfoques teóricos y metodológi-

¹ Este trabajo ha sido financiado con una beca Fulbright en Columbia University con referencia 0001/FLB/21 Fundación Séneca-Región de Murcia-Fulbright. Además, forma 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».

cos que articulaban su investigación. De entre todos estos enfoques y propuestas, la combinación de los tradicionales estudios cuantitativos con entrevistas en profundidad suponía un verdadero avance para el análisis de la radio: «Ha sido tan fructífero que se ha convertido en un procedimiento establecido en muchos de los estudios realizados desde la Office» (Fiske; Lazarsfeld, 1945a: 53). Ambos artículos, así como un borrador previo sin publicar (Fiske, 1945), recurrían a «La experiencia prestada» como ejemplo paradigmático de esta forma —que reclamaban como propia— de hacer investigación. Tanto es así, que Fiske y Lazarsfeld dedicaban todo un apartado llamado «Un ejemplo de investigación de programas» (Fiske, 1945; Fiske; Lazarsfeld, 1945a) a los trabajos realizados por Herta Herzog sobre mujeres y seriales radiofónicos. De esta manera, en los dos primeros textos autoconscientes que generó la Escuela de Columbia —Pooley (2008) indica que Katz y Lazarsfeld consolidaron el «mito» diez años después en *Personal Influence* (1955), cuando erigieron a Columbia como el epicentro del giro hacia los efectos limitados de los medios de comunicación—, el trabajo de Herzog —materializado en «La experiencia prestada» y en su ampliación, «What do we really know about daytime serial listeners?» (Herzog, 1944)— aparece como punto de inflexión en la manera de investigar los medios y a sus audiencias.

Que Fiske y Lazarsfeld eligieran el trabajo de Herzog no es fortuito: el Bureau of Applied Social Research (en adelante, BASR) —conocido como la Office of Radio Research hasta 1942— había producido al me-

nos 50 trabajos contemporáneos o anteriores a «La experiencia prestada»: 21 artículos, 3 libros, 3 monografías y 23 informes sin publicar fueron realizados en o antes de 1941 (Barton, 1985), la mayoría de ellos, reflexiones teóricas generales o análisis cuantitativos sobre los medios y la opinión pública. A estos trabajos, generados ya en el marco de Columbia University, habría que sumar, además, toda la publicación científica sobre comunicación producida anteriormente desde la Office of Radio Research en Princeton University, de la que Herzog también formó parte. De entre ellos, Fiske y Lazarsfeld (1945a; 1945b) escogieron el trabajo de Herzog precisamente porque «La experiencia prestada» fue la punta de lanza de un paso adelante en la manera en la que el BASR se aproximaba a la relación entre los productos mediáticos y las audiencias, pues articuló, por primera vez de manera concreta, la teoría de usos y gratificaciones, que se convertiría a largo plazo en uno de los buques insignia de la Escuela de Columbia.

1. Recuperando el proceso de creación de «La experiencia prestada»

La innovación teórica y metodológica que supuso «La experiencia prestada» con respecto a la investigación en comunicación realizada hasta el momento ha quedado recogida en el análisis histórico-epistemológico del artículo que publica Leonarda García-Jiménez en esta misma edición (*v. supra* capítulo 3). En cualquier caso, a pesar de su carácter innovador

y de que el texto de Herzog fuera reconocido como un hito «intra-BASR» —además de en los textos de Fiske y Lazarsfeld, el trabajo fue citado recurrentemente por investigaciones posteriores del BASR y sus miembros (e.g., Sayre, 1942; Fiske, 1943; Lazarsfeld, 1944; Fiske; Handel, 1947)—, su impacto posterior ha sufrido las consecuencias de una historiografía profundamente androcéntrica. En efecto, desde que tomó conciencia de sí mismo, el campo de la comunicación se esforzó —ya en los años 60— en delimitar la fundación de los estudios en comunicación a la narrativa de los cuatro «padres fundadores» (Rakow, 2008; Pooley, 2008). Con ello, simplificó tremendamente su propia historia y eliminó de raíz de nuestro canon compartido los nombres de todas esas mujeres que contribuyeron de manera esencial a sentar las bases de nuestra disciplina.

Además de la desaparición de nombres femeninos de nuestros cánones, del borrado de las obras de investigadoras o de la asociación de las contribuciones de ellas a sus compañeros, otra de las consecuencias del *efecto Matilda* (Rossiter, 1993) es la carencia de reflexión sobre la historia de la producción de las obras femeninas. El vacío, entonces, en nuestro caso, es triple: desaparece la autora (Herzog), desaparece la obra («La experiencia prestada») y desaparece también la historia conjunta de la autora y el texto (la historia del proceso creativo detrás del trabajo). Cuando desprendemos a las investigadoras del proceso de trabajo intelectual en el que se produjeron sus aportaciones, contribuimos a denostar su rol como autoras. Como consecuencia, nos aproximamos frecuentemente a las

obras femeninas como casos excepcionales dentro de las comunidades intelectuales a las que pertenecieron: «Lo escribió, pero sólo escribió uno ... Lo escribió, pero es una anomalía» (Russ, como se cita en Rossiter, 1993: 334), y no como el resultado de un esfuerzo investigador continuado y consistente.

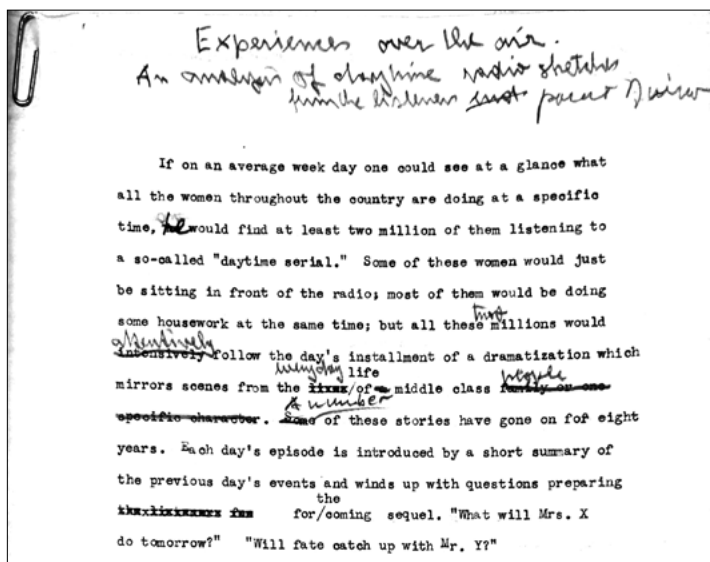
Entre otras cosas, la investigación archivística sirve para establecer un puente entre estas dos realidades —la autora y la obra publicada— ilustrando el proceso de elaboración de los textos y permitiendo, así, entender a la autora como creadora intelectual. Esta edición camina en su conjunto en esa dirección: busca contrarrestar el desequilibrio histórico para con Herzog. Nuestra propuesta aquí pasa precisamente por contribuir a ello recuperando las huellas del trabajo intelectual de Herzog que han quedado en los archivos. A través de la literatura gris generada alrededor de «La experiencia prestada», buscamos recuperar evidencias de toma de decisiones tanto estilísticas como formales (Munday, 2013), tanto metodológicas como teóricas, ilustrando la riqueza del proceso creativo e intelectual de Herta Herzog. Para ello, nos serviremos de tres manuscritos custodiados en los fondos del Bureau of Applied Social Research en los archivos de Columbia University (Herzog, 1941a; 1941b; 1941c), a partir de los que pondremos en diálogo a Herta Herzog con su obra, trazando a grandes rasgos la experiencia vivida de una de las principales voces femeninas en la fundación del campo de la comunicación.

2. *«Experiences over the air»: las versiones previas y todo aquello que quedó fuera*

En una versión anterior a la publicación final, mecanografiada y anotada a mano por ella misma, Herta Herzog tituló su texto «Experiences Over the Air: An Analysis of Daytime Radio Sketches from the Listeners' Point of View» (Herzog, 1941a: 1), algo que podríamos traducir como «Experiencias retransmitidas: Un análisis de los seriales radiofónicos desde el punto de vista de la oyente» (Figura 1). El manuscrito es un ejemplo del detalle con el que Herzog revisó los textos, modificando palabras y matizando expresiones, simplificando la redacción compleja que podemos ver en los borradores anteriores —también archivados— y puliendo el texto para su publicación final en forma de artículo. Esta versión anotada por Herzog nos abre las puertas a la historia intelectual de «La experiencia prestada», dejándonos entender cómo el proceso creativo puede verse ya desde las propias anotaciones al margen. Sin embargo, es otro texto, un memorándum de 46 páginas titulado «Women's daytime serials» (Seriales diarios de mujeres) (Herzog, 1941b) el que nos permite entender la complejidad del proyecto sobre seriales diarios y mujeres que desarrolló Herta Herzog en el BASR.

En total, los manuscritos que exploramos aquí son tres: dos versiones previas del artículo finalmente publicado, anotadas por Herzog y todavía tituladas «Experiences over the air» (Experiencias retransmitidas) (Herzog, 1941a; 1941c), y un largo memorándum donde la autora detalla la metodología y los

Figura 1. Imagen con anotaciones manuscritas de la versión previa a la publicación definitiva de «La experiencia prestada» («On borrowed experience»).



resultados de su trabajo, incluye reflexiones personales y desarrolla interpretaciones alternativas que finalmente no pasaron el filtro de la versión publicada (Herzog, 1941b). Atendiendo, específicamente, a este último documento, podemos identificar tres contribuciones de Herzog que formaron parte de su trabajo pero que desaparecieron de la publicación final y, consecuentemente, también en buen grado de la historia del texto: el desarrollo completo de las gratificaciones percibidas; la reflexión sobre la calidad percibida de los productos culturales; y unas notas sobre el potencial rol constructivo de los medios de comunicación.

2.1. La simplificación de las gratificaciones

El texto que supuso la primera formulación de la teoría de usos y gratificaciones es en realidad una simplificación de un memorándum anterior en el que Herzog hacía una propuesta de gratificaciones mucho más compleja. En el memorándum previo, Herta Herzog (1941b: 6-7) identificaba hasta cuatro tipos de gratificaciones en las mujeres que escuchaban seriales radiofónicos: la escucha como *emotional release* (liberación emocional); como *remedy against insecurity* (remedio contra la inseguridad); como *means for a wishful remodeling of the listener's life* (medio para una ilusionante remodelación de la vida de la oyente); y como *personal expansion* (herramienta para el crecimiento personal). Estas cuatro gratificaciones quedaron reducidas a tres en la versión publicada, donde Herzog las reformuló, las simplificó y las combinó de manera acertada dando lugar a las tres que componen «La experiencia prestada»: la escucha como liberación emocional, como medio para reconfigurar la rutina y como medio para encontrar fórmulas de ajuste. En cualquier caso, las gratificaciones originales, precisamente porque están menos matizadas, dejan a la luz el proceso intelectual y creativo de Herzog y nos permiten atisbar la complejidad de su propuesta. Así, contraponiendo las dos versiones de gratificaciones —las finalmente publicadas con las que aparecen en el memorándum (Herzog, 1941b)— encontramos las siguientes cuestiones:

1. *Emotional release* (liberación emocional): Esta gratificación original se corresponde prácticamente al

completo con la incluida en «La experiencia prestada» bajo el mismo título: «Liberación emocional». Aunque en el memorándum los argumentos de Herzog están más desarrollados y las citas incluidas son más variadas, ambas versiones de esta gratificación —la del borrador y la finalmente publicada— son prácticamente homologables.

2. *Remedy against insecurity* (remedio contra la inseguridad): Esta gratificación quedó finalmente subsu-
mida a la tercera gratificación que aparece en el artículo publicado: la escucha como medio para encontrar fórmulas de ajuste. Si bien la mayoría de cuestiones recogidas en esta gratificación aparecen en la publicación final, existen algunas diferencias. Entre otras cuestiones, por ejemplo, Herzog abordaría la inseguridad de las mujeres a través de la idea de «seguridad simbólica» de los programas de radio (1941b: 20) para explicar cómo los seriales son para las mujeres una evidencia de que este es un «mundo seguro lleno de gente buena» (Herzog, 1941b: 20) en el que se pueden sentir seguras.

3. *Means for a wishful remodeling of the listener's life* (medio para una ilusionante remodelación de la vida de la oyente): Esta gratificación queda recogida en —y se corresponde, a la vez, con— la segunda y la tercera gratificación en la versión publicada. Herzog utilizó las ideas aquí recogidas para reformular y reestructurar sus gratificaciones. A pesar de que existe una gratificación similar —«la escucha como medio para reconfigurar la rutina»—, los aspectos recogidos por Herzog en la versión original son mucho más variados y complejos, lo que explica que muchos de ellos se

emplearan también como ejemplos para otras gratificaciones.

4. *Personal expansion* (herramienta para el crecimiento personal): Esta gratificación fue eliminada por completo en la versión final, si bien algunas de las notas que Herzog hace dentro de ella aparecen de nuevo esparcidas por el texto publicado, sobre todo en la última gratificación de «La experiencia prestada» (la escucha como herramienta para realizar ajustes en la vida propia). A pesar de su desaparición, la reflexión que Herzog hace aquí sobre el crecimiento personal es tremendamente relevante, precisamente porque recupera aquello a lo que ella misma se refiere como el «valor constructivo» de los seriales (Herzog, 1941b: 40): a pesar de que para muchas mujeres estos programas son una forma de escapar de la realidad, para otras suponen «una oportunidad de participar en la vida» (Herzog, 1941b: 41). Y esta participación se produce en varios sentidos: tanto permitiéndoles escapar de la soledad como poniéndolas en contacto con otras formas de ver el mundo: «En muchos casos, escuchar las historias también significa poder conocer a gente socialmente superior a la gente que una conoce, o a personas viviendo en contextos que, de otra manera, serían inaccesibles para la oyente» (Herzog, 1941b: 43). En «La experiencia prestada», aunque sí menciona que las oyentes tienen un «deseo de aprender», Herzog no llega a desarrollar demasiado esta cuestión de mejora personal que sí desarrolló en el memorándum. En la versión previa, Herzog plantería que son muchas las mujeres que crecen personalmente a través de las experiencias distintas a las que se exponen a tra-

vés de los seriales y, conscientes de ello, escuchan los seriales para «romper con su pasado» mediante «nuevos estímulos» (Herzog, 1941b: 42).

Una lectura comparada de los documentos en los que Herzog desarrolla las gratificaciones —además del texto original que publicamos en esta edición, también el memorándum de Herzog (1941b)—, nos permite entender como acertada la reducción y simplificación que la autora hizo para evitar redundancias y repeticiones. La lectura que Herzog hace en «La experiencia prestada» tiene notas más críticas y complejas sobre los seriales y sobre las audiencias, algo que la autora consigue a través de la combinación en su artículo de todos los aspectos que había desarrollado en el memorándum, que por lo general es de carácter más descriptivo.

2.2. La reflexión de Herta Herzog sobre la calidad percibida de los productos culturales femeninos

En su memorándum previo, Herzog defendió de forma consistente la relevancia del análisis de lo que era considerado una forma de cultura menor —una inquietud que fue común a la producción investigadora de muchas de las mujeres que habitaron el BASR durante sus primeros años—. Esta cuestión, que quedó fuera de la versión final del manuscrito, es tremendamente reveladora porque implica un posicionamiento claro de Herzog en la entonces incipiente investigación de los medios. En cierto punto, Herzog apunta que los seriales radiofónicos son un

objeto de estudio controvertido, «probablemente el más controvertido» (Herzog, 1941b: 1), precisamente porque, a la vez que atraían de manera masiva e incontestable a las audiencias femeninas, eran mirados con condescendencia —Herzog utiliza el término *derisively*, que podría ser traducido como «bur-lonamente»— o denostados bajo el calificativo de «soap operas» (Herzog, 1941b: 1) por quienes no los escuchaban —entre ellos, muchos de los científicos sociales. Si bien en «What do we really know about daytime serial listeners?» (Herzog, 1944) la autora sí justificaba este tipo de análisis afirmando que, simplemente por su popularidad, esta forma cultural merecía ser objeto de estudio: no hay mención alguna en la versión publicada de «La experiencia prestada» a la legitimidad del serial radiofónico como forma cultural o como objeto de investigación.

Así, como hemos visto, la aproximación que Herzog hace a la cultura popular considerada femenina aún a perspectivas de Columbia y de Frankfurt, por cuanto, si bien se aproxima a ella desde una mirada crítica, la aborda con el objetivo de entender las motivaciones de la audiencia femenina. En cualquier caso, las mujeres como objeto de estudio y, sobre todo, los intereses culturales estereotípicamente considerados femeninos han sido históricamente relegados a un segundo plano (García-Jiménez; Herrero, 2022) y también lo fueron en sus orígenes, como demuestra la literatura gris del trabajo de Herzog (1941b), donde la autora se esfuerza en determinadas ocasiones por dar autoridad a su objeto de estudio o por matizar, de continuo, la relevancia para la investigación de la aproximación de

las audiencias femeninas a los seriales radiofónicos: de ahí la complejidad de su propuesta.

Así, Herzog entiende en sus borradores previos que los seriales radiofónicos femeninos son cultura popular, pero matiza, en cierto modo, que las audiencias femeninas no están alienadas en su relación con ellos. Al contrario, las oyentes no se aproximan nunca a los seriales como «*objets d'art*² que disfrutar por su valor inherente» (Herzog, 1941b: 3), sino exclusivamente como respuesta a sus propias necesidades —aquí es donde entronca con los usos y gratificaciones—. Herzog entendió que negar el valor de los estudios de audiencias y ceñirse estrictamente al análisis de contenido era plantear una mirada parcial sobre los productos mediáticos: al contrario, únicamente investigando desde la experiencia de los oyentes podremos entender completamente a los medios (Herzog, 1941b). La alternativa es, para Herzog, no sólo una perspectiva incompleta sino, más aún, condescendiente para con las audiencias.

2.3. El (potencial) rol constructivo de los medios de comunicación

Quizá la aportación que más dista de la publicación final de entre las que quedaron limitadas al memorándum es la reflexión final de Herzog sobre el rol constructivo de los seriales radiofónicos (Herzog, 1941b: 45-46). A lo largo de dos páginas, en un epígrafe que tituló «A plea for better stories» (Un alegato a favor

² Francofonía utilizada en el original.

de historias mejores), Herta Herzog propuso vías a través de las que construir historias mediáticas más relevantes y con mayor responsabilidad democrática, y, sobre todo, llamó a la responsabilidad de los medios para mejorar las condiciones de la sociedad en general y de las mujeres en particular: «¿Por qué no escribirlas [las historias] sabiendo que hay doce millones de desempleados y sólo [____]³ doctores?» (Herzog, 1941b: 46). Sabiendo que las audiencias son una pieza fundamental de los productos mediáticos, sabiendo que las historias pueden ayudar a las mujeres en todos estos sentidos —instaba Herzog— «¿Por qué no escribir historias ... con un mayor sentido de responsabilidad y de conciencia social?», «¿Por qué no tratar de mejorar en este sentido?» (Herzog, 1941b: 46).

Herzog se posiciona entonces metodológicamente y plantea la necesidad de superar el dominio del análisis de contenido, que evalúa la calidad de los productos mediáticos dando la espalda a la audiencia, algo que, según Herzog «parece una aproximación bastante poco constructiva» (Herzog, 1941b: 45). Será un estudio del programa a través de la audiencia el que permitirá entender el valor de la cultura popular: entendidas en su interrelación con unas oyentes activas, «las historias realmente cumplen algo potencialmente constructivo cuando hacen a la oyente consciente de sus problemas» (Herzog, 1941b: 46). En su selección de contenidos, la oyente no sólo satisface sus necesidades y problemas sino que es capaz de identificarlos

³ Incompleto en el original.

y encuentra, así, en los medios, una forma de «orientación psicológica» (Herzog, 1941b: 46) a partir de la que puede, en efecto, tomar las riendas de su vida. Esta cuestión, en la que ella misma insiste en «La experiencia prestada» es, para Herzog, quizá el mayor valor de los seriales radiofónicos.

Se pregunta Herzog, entonces, por qué no trabajar por seriales radiofónicos más responsables pero también más adaptados a las necesidades de sus audiencias, y entiende que la investigación tiene un rol fundamental en garantizar que así sea: «El reto de conseguir mejores historias es también un reto de generar más y mejor investigación ... si uno pide mejores historias, uno debe ser también capaz de ver claramente qué gusta a la gente en estas historias» (Herzog, 1941b: 46). La apuesta de Herzog era una investigación que no se limitara a la descripción de contenidos sino que fuera capaz de tratar a las audiencias sin condescendencia y de entender los procesos de recepción. Entendía Herta Herzog que sólo una investigación que abrazara la complejidad de los fenómenos mediáticos en sus planteamientos y enfoques metodológicos podría dar siquiera alguna respuesta certera ante tales fenómenos. Y este fue, precisamente, el alegato de la autora. Y así lo recogió el BASR que, desde entonces, trabajó en la intersección de métodos cuantitativos y cualitativos de la mano de la propia Herzog y de tantos otros —tantas otras— investigadores e investigadoras que vinieron después.

3. Conclusiones: cómo entender a la Herzog autora

Como plantea Munday (2013), toda lectura del proceso creativo de un texto a través de sus versiones previas debe ser contemplada con cautela, entendiendo que estas versiones anteriores son «documentos desordenados [...] hojas sueltas de papel, diseñadas para servir un propósito a corto plazo» (Filippakopoulou, como se cita en Munday, 2013: 129). El memorándum, en cualquier caso, fue una pieza central —y no secundaria— de todas las investigaciones del BASR, así como de la comunicación científica entre sus miembros, una cuestión planteada incluso por Lazarsfeld cuando indicó: «Vivíamos en un mundo de memorándums» (Lazarsfeld, 1975). A pesar de este valor fundamental del memorándum dentro del contexto intelectual del BASR, la versión anterior de «La experiencia prestada» que aquí recuperamos no deja de ser un borrador del texto finalmente publicado y debemos, por tanto, entenderla como tal. En cualquier caso, una aproximación histórico-archivística a los procesos creativos y a las experiencias vividas de las mujeres investigadoras se hace tremendamente relevante, especialmente porque con frecuencia las mujeres —como otros grupos subalternos en la ciencia— no han tenido la oportunidad —o la voluntad— de relatar en primera persona su rol y su experiencia como creadoras intelectuales. En estos casos, una mirada al archivo se hace indispensable.

En el caso de Herzog, si bien sí contamos con ciertos testimonios directos de la autora como la entrevista con Elizabeth Perse que recuperamos en esta edición,

una lectura transversal de los materiales intelectuales que produjo y que permanecen sin publicar es, sin duda, ilustrativa. Lo es no sólo porque nos permite entender en mayor profundidad a una de las pioneras de la investigación en comunicación, sino también porque nos abre las puertas a conocer la historia de la producción de un texto que no solo estuvo plenamente insertado en el BASR, sino que además fue fundamental para el centro (Fiske; Lazarsfeld, 1945a; 1945b). Así, las anotaciones y los borradores de Herta Herzog nos permiten ubicar a la investigadora en su comunidad socio-epistemológica y ponerla en diálogo con todos aquellos que investigaron la comunicación desde Columbia durante la primera mitad del siglo XX.

Referencias

- Barton, Judith (1985): *Guide to the Bureau of Applied Social Research*. Nueva York: Clearwater.
- Fiske, Marjorie (1943): *Survey of materials on the psychology of radio listening* [informe sin publicar]. Bureau of Applied Social Research records (Box 5, Folder B-0185); Rare Book and Manuscript Library, Columbia University Library. Nueva York, Estados Unidos.
- Fiske, Marjorie (1945): *Chapter on the activities of the Office of Radio Research* [borrador de capítulo de libro]. Bureau of Applied Social Research records (Box 137, Folder A46); Rare Book and Manuscript Library, Columbia University Library. Nueva York, Estados Unidos.
- Fiske, Marjorie; Handel, Leo (1947): «Motion picture research: Response analysis», *Journal of Marketing*, 11(3), pp. 273-280.
- Fiske, Marjorie; Lazarsfeld, Paul (1945a): «The Columbia Office of Radio Research», *Hollywood Quarterly*, 1(1), pp. 51-59.
- Fiske, Marjorie; Lazarsfeld, Paul (1945b): «The Office of Radio Research: A division of the Bureau of Applied Social Research, Columbia University», *Educational and Psychological Measurement*, 5(4), pp. 351-369.
- García-Jiménez, Leonarda; Herrero, Esperanza (2022): «Narrating the

- field of communication through some female voices: Women's experiences and stories in academia», *Communication Theory*, 32(2), pp. 289-297.
- Herzog, Herta (1941a): *Experiences over the air: An analysis of daytime radio sketches from the listeners point of view* [borrador sin publicar]. Bureau of Applied Social Research records (Box 1, Folder «Experiences over the air»); Rare Book and Manuscript Library, Columbia University Library. Nueva York, Estados Unidos.
- Herzog, Herta (1941b): *Women's daytime serials* [Memorándum previo a *On borrowed experience*]. Bureau of Applied Social Research records (Box 1, Folder «Experiences over the air»); Rare Book and Manuscript Library, Columbia University Library. Nueva York, Estados Unidos.
- Herzog, Herta (1941c): [Memorándum previo a *On borrowed experience*, sin título]. Bureau of Applied Social Research records (Box 1, Folder «Experiences over the air»); Rare Book and Manuscript Library, Columbia University Library. Nueva York, Estados Unidos.
- Herzog, Herta (1944): «What do we really know about daytime serial listeners?», En: P. Lazarsfeld; F. Stanton (Eds.), *Radio Research 1942-1943* (pp. 3-33). Nueva York: Duell, Sloan and Pearce.
- Lazarsfeld, Paul (1944): «The controversy over detailed interviews —An offer for negotiation», *Public Opinion Quarterly*, 8(1), pp. 38-60.
- Lazarsfeld, Paul (1975): *Reminiscences of Paul Felix Lazarsfeld: oral history, 1975*, Rare Book and Manuscript Library, Columbia University Library.
- Lazarsfeld, Paul (2001): «Memoria de un episodio en la historia de la investigación social», *Reis: Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 96, pp. 235-296.
- Munday, Jeremy (2013): «The role of archival and manuscript research in the investigation of translator decision-making», *Target*, 25(1), pp. 125-139.
- Pooley, Jefferson (2008): «The new history of communication research», En D.W. Park; J. Pooley (Eds.), *The history of media and communication research: Contested memories* (pp. 43-70), Nueva York: Peter Lang.
- Rakow, Lana (2008): «Feminist historiography and the field: Writing new histories», En D.W. Park; J. Pooley (Eds.), *The history of media and communication research: Contested memories* (pp. 113-140), Nueva York: Peter Lang.
- Rossiter, Margaret (1993): «The Matthew/Matilda effect in science», *Social Studies of Science*, 23(2), pp. 325-341.
- Sayre, Jeanette (1942): «Broadcasting for marginal Americans», *Public Opinion Quarterly*, 6(4), pp. 588-603.