

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

Epílogo

Título del Capítulo

«Epílogo. Entrevista a Herta Herzog»

Autoría

Elizabeth Perse

Cómo citar este Capítulo

Perse, E. (2023): «Epílogo. Entrevista a 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 audiencias. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. ISBN: 978-84-17600-95-2

D.O.I.:

<https://doi.org/10.52495/epil.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
<i>Introducción</i>	27
1. <i>Infancia y adolescencia (1910-1927)</i>	29
2. <i>La experiencia como estudiante en la Universidad (1928-1932)</i>	31
3. <i>Primeras experiencias como investigadora en Europa (1931-1935)</i>	36
4. <i>Herta Herzog, en Estados Unidos (1935-1942)</i>	39
5. <i>Salto al ámbito profesional: la trayectoria en McCann Erickson (1943-1970)</i>	47
6. <i>El final de la carrera (1970-2010)</i>	49
7. <i>A modo de cierre e intentando averiguar 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

Epílogo

Entrevista a Herta Herzog¹

Elizabeth Perse
Universidad de Delaware (EEUU)

Nota de las editoras

Nos parece increíble poder incluir aquí las palabras de Herta Herzog, quien dejó muy pocos testimonios personales. La entrevista que reproducimos a continuación, y que se publica por primera vez en castellano en este libro, fue realizada en 1994 por la profesora Elizabeth Perse, catedrática de la Universidad de Delaware (EEUU). El motivo de incluir esta entrevista es porque, con frecuencia, las voces de mujeres investigadoras han sido suprimidas de las historias intelectuales de las disciplinas, a pesar de que son fundamentales para entender por qué pasó lo que pasó y de que este tipo de experiencias también es fuente de conocimiento. Perse contactó con la propia Herzog, retirada ya en Austria (fallecería seis años más tarde), para completar la biografía que estaba realizando y que sería finalmente publicada en 1996 como capítulo de libro («Herta Herzog», pp. 202-211) en la obra *Women in communication: A biographical sourcebook* (edición de Nancy Signorielli).

¹ Traducción de Teresa Muñoz Sebastián.

Nuestro agradecimiento infinito a Elizabeth Perse, otra figura femenina de referencia en el campo de la comunicación, por autorizarnos a traducir y publicar la entrevista en este libro.

* * *

Dra. Herta Herzog
A-6105 Weidach 289 Leutasch

Dra. Elisabeth M. Perse
Profesora Asociada
Departamento de Comunicación
Universidad de Delaware
Newark, DE 19716

Leutasch
12 de septiembre de 1994

Estimada Dra. Perse:

Le envío con retraso el material para la biografía que desea escribir sobre mí. Mis disculpas.

He respondido siguiendo los puntos que usted me indicó, un procedimiento que he encontrado muy útil, sobre todo porque yo no estoy, o quizás debería decir, no estoy aún demasiado interesada en mí misma.

He tratado de contestar en detalle a cada punto de modo que tenga usted suficiente material donde elegir. Espero que no lo utilice todo. Cuando lo he releído para corregir las erratas, me ha parecido demasiado efusivo.

Como menciono en el texto, no he logrado captar bien su intención en el punto 6. ¿A qué se debe la

pregunta referente a la condición de mujeres u hombres de mis colegas investigadores? 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.

También me he hecho otra pregunta en relación con la época: ¿por qué las décadas de 1940 y 1950? He dado por hecho que usted deseaba que cubriera mi etapa en la Oficina —el tiempo que me dediqué a la comunicación propiamente dicha—, pero dejé ese trabajo ya en 1943.

Si he malinterpretado su intención en ese punto, dígamelo. Quizás pueda ayudar.

Quiero darle las gracias por tomarse la molestia de enviarme todo el material explicativo y por asumir la tarea de convertir mis datos en un texto. Si alguna vez pasa por aquí —Innsbruck es la ciudad más cercana—, hágamelo saber. Estaría encantada de verla.

Atentamente,
Herta Herzog

P.D.: Los nombres que utilizo habitualmente en mi vida profesional son Herta Herzog o Herta Herzog Massing. Cualquiera de ellos valdrá.

La dirección en el encabezamiento resulta confusa para las compañías de correo extranjeras. Será mejor que escriba:

Weidach 289
A-6105 Leutasch
Austria

1. Entorno familiar: Nací en Viena, Austria, en agosto de 1910. Cuatro años más tarde estalló la Primera Guerra Mundial. Yo contaba apenas cuatro años, pero todavía recuerdo a mi padre abandonando la finca familiar donde pasábamos nuestras vacaciones de verano. Aunque después se le consideró inútil para luchar en el frente a causa de una enfermedad cardíaca, se presentó voluntario impulsado por un sentimiento patriótico que era muy fuerte en nuestra familia. Conservo una vaga imagen de mi madre y otras señoras preparando vendas y tejiendo prendas de abrigo para los soldados del frente. Y aunque no llegaba a captar bien lo que significaba, recuerdo que todos los fondos fueron convertidos en bonos de guerra (*Kriegsanleihen*) y se perdieron al término del conflicto.

Otro recuerdo, éste sí muy claro, de los años de guerra y del período inmediatamente posterior es la escasez de comida. Nosotras, las niñas (mi hermana era un año menor), sobrevivimos gracias al reparto de comida americana en las escuelas públicas. La mayor parte eran alubias, pero los viernes nos daban algo parecido a una tarta y leche con cacao. Esperábamos toda la semana a que llegara ese día. Generalmente una especie de nabos (*Wrucken*) sustituía a la mayoría de los alimentos habituales, que escaseaban y estaban estrictamente racionados. Aunque existía el mercado negro y la gente iba a las granjas próximas a la ciudad para intercambiar cualquier cosa por comida, mi familia no lo hacía.

La verdadera víctima de guerra fue mi querida madre, una mujer hermosa y fuerte desde todos los puntos de vista. Contrajo una bronquitis en un tren

que regresaba desde el frente. Como estaba desnutrida —pues probablemente tomaba menos de lo que le correspondía de la comida racionada— no pudo recuperarse de la infección, que se convirtió en tuberculosis. Tardó siete años en morir. Fue la experiencia clave de mis años de adolescencia. Puedo poner en relación mis hábitos de trabajo posteriores, el serio esfuerzo por hacer las cosas bien, con esos años tempranos en los que deseaba complacerla trayendo a casa buenas noticias de la escuela. Fui siempre la primera de la clase, más por prestar atención durante las lecciones que por dedicar tiempo a hacer los deberes en casa, pues mi hermana y yo dábamos clases particulares a algunos de nuestros compañeros durante varias horas una vez acabada la jornada escolar. Así nos ganábamos un dinero que servía para cubrir nuestras actividades deportivas, ya que la situación económica de nuestra familia era precaria: mi padre, que se había licenciado en la Facultad de Derecho de la Universidad de Viena, era un hombre joven que apenas iniciaba su carrera en la administración. La enfermedad de mi madre era una fuente de gastos. Aunque nosotras teníamos una beca escolar, había actividades extracurriculares que pagar, en particular las clases de música. Yo tocaba el violín y mi profesor era un violinista de la Filarmónica de Viena. Me encantaba tocar duetos con mi padre, que era un buen pianista. Fue una de las cosas que más eché de menos cuando mi enfermedad me impidió seguir tocando.

2. Educación: Después de la escuela primaria y tras saltarme el último año, entré en un instituto de secundaria especializado en humanidades. Era un cen-

tro privado, el único colegio exclusivo de niñas con un estricto plan de estudios humanístico: latín a diario durante ocho años, griego a diario durante cinco años. Tuve una profesora magnífica en esas asignaturas, que no sólo nos enseñó la lengua sino que logró que imagináramos y comprendiéramos la vida de los antiguos romanos y griegos tal cual se describe en la literatura. Creo que fue la responsable de que comenzara mis estudios en la universidad con esas mismas materias: griego, latín y arqueología. Mi segunda línea de estudio era el alemán, otra lengua antigua.

Después de un año de dedicación a esa pasión heredada de mis años de instituto, empecé a probar otras disciplinas: filosofía, literatura alemana y algunas asignaturas de derecho, hasta que alguien mencionó al profesor Karl Bühler, un psicólogo cuyas clases en el Aula Magna estaban siempre abarrotadas, según se decía. Fui a una de ellas y me impresionó: había encontrado el campo en el que quería trabajar, trasladando mi interés por la vida en la Antigüedad al hombre moderno.

En el Instituto de Psicología dirigido por Karl y Charlotte Bühler trabajaban varios investigadores brillantes: Egon Brunswik estaba centrado sobre todo en estudiar la percepción; Else Frenkel colaboraba con Charlotte Bühler en sus estudios sobre la infancia y, posteriormente, en sus investigaciones sobre el curso de la vida (*Lebensläufe*); Käte Wolf asistía a Karl Bühler en el desarrollo de su teoría del lenguaje; y el matemático Paul Lazarsfeld enseñaba estadística (y ayudaba a todos con sus descubrimientos en ese campo) y análisis de problemas sociopsicológicos. «Die

Arbeitslosen von Marienthal»² se convirtió en el más conocido de sus estudios de aquella época.

Los Bühler también promovieron una actividad que fue de gran utilidad para mí y para muchos otros estudiantes: el «Curso práctico de Psicología», que se celebraba las tardes de los miércoles y consistía en una presentación por parte de un estudiante de último curso acerca de su trabajo, o una charla de un científico conocido sobre un tema de relevancia para nosotros, y su posterior debate. Más tarde, el invitado y los estudiantes de último curso que lo deseaban cenaban juntos en un restaurante cercano. Para nosotros, era una oportunidad de conocer y conversar con expertos de renombre. Recuerdo, entre otros, a Piaget y a Konrad Lorenz.

Decidí que quería que Lazarsfeld dirigiera mi tesis sobre algún problema sociopsicológico de importancia actual. La radio era algo nuevo y excitante. L. sugirió la posibilidad de repetir y ampliar un experimento que Pear había llevado a cabo en Inglaterra. Se trataba de investigar la fisionomía de la voz humana: voz y personalidad tal cual se perciben a través de la radio. Me pareció que también podía ser interesante desde un punto de vista teórico, en particular, desde el enfoque de la teoría del lenguaje de Bühler, que ve en la expresión (*Ausdruck*) una función del lenguaje como vehículo de comunicación.

² *N. de la T.*: Existe una edición en castellano: Lazarsfeld, Paul; Marie Jahoda; Hans Zeisel (1996): *Los parados de Marienthal. Sociografía de una comunidad golpeada por el desempleo*, Madrid: Ediciones de La Piqueta, con traducción de Julia Fernández Varela.

Aquel estudio fue el primer experimento de masas en Austria. Invitamos a los oyentes a rellenar un cuestionario y añadir todas las observaciones que quisieran acerca de seis locutores de diferente sexo, edad, constitución física y profesión que, durante varios días seguidos a lo largo de una semana, leyeron el mismo texto. Los cuestionarios fueron distribuidos en las populares expendedurías de tabaco a lo largo y ancho de la ciudad. Participaron 2.700 oyentes. Habría sido un problema analizar los datos recogidos si no hubiera sido porque, hacia el final de las vacaciones de verano, contraí la poliomielitis (fue el primer caso registrado en Austria, de modo que no había tratamiento específico disponible). Sobreviví, pero me quedé paralizada de la cintura hacia abajo durante medio año y desde entonces tengo el brazo derecho impedido. El hecho de tener trabajo interesante que hacer me ayudó mucho en mi situación y me obligó a aprender a manejarme con la mano izquierda, siendo yo diestra de nacimiento.

Por lo que respecta a las fechas: cursé cuatro años en la escuela primaria y ocho en el instituto de secundaria especializado en humanidades; entré en la Facultad de Filosofía de la Universidad de Viena en 1928; me doctoré en Psicología en 1932.

3. Carrera profesional: El primero y uno de los principales estímulos intelectuales que recibí provino de Paul Lazarsfeld. No sólo era un científico brillante, sino un gran profesor. En Viena, los estudiantes también aprendimos mucho de él y con él durante el proceso de creación del *Wirtschaftspsychologische Forschungsstelle* (Centro de Investigación sobre Psi-

cología Económica). Tenía la idea de que era posible entrevistar a gente corriente y, mediante la aplicación de técnicas de interrogatorio, comprender sus actitudes y motivaciones a la hora de enfrentarse y resolver sus asuntos cotidianos. En aquella época, no sólo aprendí «el arte de preguntar por qué» (Lazarsfeld escribió un artículo sobre ello más adelante, ya en Estados Unidos). Creo que, de forma más general, aquellos fueron los inicios de un determinado enfoque de investigación cualitativa, una técnica que he seguido utilizando y ampliando después, tanto en entrevistas personales como en grupos de discusión. Como los estudios de investigación de mercado estaban normalmente financiados por empresas, aprendimos también a traducir los resultados de nuestras investigaciones a políticas concretas. Mi éxito posterior en el campo de la investigación de mercado tiene en gran medida sus raíces en aquel aprendizaje.

Detallo a continuación mi trayectoria profesional de forma ordenada:

Después de doctorarme, me convertí en ayudante de investigación en el Instituto de Psicología. Me hice cargo de las clases y los estudiantes de doctorado de Lazarsfeld después de que éste se trasladara a Estados Unidos (ya que, en su condición de judío, no tenía posibilidad de ocupar ningún cargo en la universidad).

A finales de 1935, dejé Viena para reunirme con Lazarsfeld en Estados Unidos y contraer matrimonio con él. Tuve suerte de comenzar mi trabajo allí como ayudante de investigación del profesor Robert Lynd, conocido por sus estudios sobre *Middletown*. Las en-

trevistas que Lynd realizó en una pequeña ciudad suburbana de Nueva Jersey³ para conocer cómo los habitantes de las zonas residenciales habían afrontado la Gran Depresión supusieron para mí un primer acercamiento a la vida estadounidense contemporánea, así como una introducción a la lengua inglesa, que sólo conocía superficialmente y que Lynd manejaba magistralmente.

Después de estos afortunados inicios, me uní a la Oficina de Investigación Radiofónica de Lazarsfeld, que más tarde se convertiría en la Oficina de Investigación Social Aplicada de la Universidad de Columbia. Durante mis primeros años —trabajé allí hasta 1943—, la mayor parte de la investigación llevada a cabo tenía que ver con aspectos de la comunicación, sobre todo a través de la radio. Ése había sido el tema del proyecto original financiado por la Fundación Rockefeller. A Lazarsfeld y a sus codirectores, el profesor Hadley Cantril, de Princeton, y el Dr. Frank Stanton, director de investigación de la CBS, no dejaban de ocurrírseles temas interesantes y dignos de ser investigados. Y había muchos otros profesionales en campos afines que aportaban sus ideas y su colaboración. Sus nom-

³ *N. de la T.*: Aunque Robert Staughton Lynd y su esposa Helen Merrell Lynd, coautora de la investigación, ocultaron la identidad de la localidad estudiada bajo el nombre genérico de Middletown (literalmente «ciudad media»), con el que quisieron representar a la típica y con frecuencia idealizada ciudad estadounidense de pequeño tamaño, con el tiempo se reveló que sus observaciones habían sido recogidas en Muncie, población del estado de Indiana. Curiosamente, Herzog olvida, confunde u omite este extremo al mencionar la localidad de Middletown, en Nueva Jersey, uno de los varios municipios bautizados con ese nombre en otros tantos estados de la federación.

bres constan en la lista publicada en la introducción a la primera publicación de la Oficina, *Radio and the printed page* (La radio y la página impresa). Sus nombres se adivinan también en el índice de contenidos de las publicaciones de la Oficina *Radio research 1940* (Investigación radiofónica en 1940) y *Radio research 1942-1943* (Investigación radiofónica en 1942-1943). Personalmente, recuerdo sobre todo al profesor Sam Stouffer, de Chicago, que se convirtió en un gran amigo. En cuanto a mí, continué haciendo el mismo tipo de trabajo que había desarrollado antes para el Centro de Investigación sobre Psicología Económica en Viena. Recurrían a mí cuando era necesario llevar a cabo algún estudio piloto «cualitativo» y para investigaciones aplicadas en la materia concernida.

Por ejemplo, hice trabajo de consultoría para E.I. Dupont, de Nemours & Co. A Alexis Somaripa, el encantador y creativo director de la División de Desarrollo de Tejidos, le interesaba predecir la tendencia en las preferencias de los consumidores y su respuesta a las nuevas fibras sintéticas, que yo examiné mediante unas «pruebas de uso». Como miembro de la Oficina, participé también en proyectos para varias agencias gubernamentales. Recuerdo realizar las pruebas previas para los panfletos de la Oficina de Información de Guerra y, posteriormente, algún trabajo sobre la película *This is War* (Esto es la guerra).⁴ Entre los estudios

⁴ *N. de la T.*: Parece que la memoria o la atención de Herzog fallan de nuevo en este punto, pues no consta ninguna película con el nombre indicado en el listado de producciones cinematográficas promovidas por la Oficina de Información de Guerra estadounidense durante la Segunda Guerra Mundial. Sí existió, en cambio, una serie de progra-

pilotos de investigación cualitativa, todavía recuerdo con placer las entrevistas del día posterior a la emisión de la CBS «La invasión desde Marte», realizadas para recoger los motivos por los que muchos oyentes se habían asustado. Mi trabajo más conocido de aquella época es la investigación sobre las oyentes de seriales radiofónicos. Ignorando el modelo de efectos entonces en boga, ese estudio fue pionero al proponer un enfoque de gratificación para averiguar qué uso daban las oyentes a las historias y qué significaban éstas para ellas.

En 1943, Marion Harper, entonces director de investigación de contenidos en la agencia de publicidad McCann Erickson, me propuso unirme a su departamento para hacerme cargo de los aspectos cualitativos de sus investigaciones radiofónicas (programas y anuncios) y poner en marcha una línea de investigación motivacional, al tiempo que planteó a Hans Zeisel ocuparse de los aspectos cuantitativos de la investigación de medios y de mercado. Su oferta me pareció tentadora. Me intrigaba la idea de someter metodologías desarrolladas en la torre de marfil de la universidad a la dura prueba de los rendimientos en un mercado competitivo. Nunca me arrepentí de la decisión, aunque supuso un cambio radical viniendo del mundo académico. Ahora, además, estaba sola.

Los desafíos metodológicos resultaron excitantes pues mis responsabilidades, es decir, mis áreas de estudio, se fueron ampliando. Como directora de inves-

mas radiofónicos sobre el desarrollo de la contienda emitida a principios de 1942 con ese nombre: *This is War!*.

tigación en la sede central de McCann Erickson, la cual, bajo la presidencia de Marion Harper, se había convertido en una de las mayores agencias de publicidad —incluyendo los departamentos de promoción de ventas y relaciones públicas—, desarrollé y puse en práctica varias herramientas experimentales, como el analizador de programas Lazarsfeld-Stanton, del cual adquirimos los derechos de explotación comercial en exclusiva. Era un dispositivo que registraba de forma continuada las reacciones de aprobación o rechazo de los oyentes al escuchar contenido comunicativo grabado, y que se utilizaba en combinación con cuestionarios y entrevistas dentro de un grupo de discusión. Más adelante, utilicé un aparato que registraba la dilatación pupilar para evaluar material visual, la llamada «cámara ocular» desarrollada por el Dr. Hess, ecologista [*sic*]⁵ y profesor de la Universidad de Chicago. Asimismo, introduje en la investigación de mercado el uso de tests de personalidad relativamente fáciles de realizar, como el test de dibujo de la figura humana (originalmente creado por Karin Machover) para identificar los motivos de los distintos comportamientos de compra o de la elección de marcas o programas. El profesor Bühler había propuesto el concepto de «entorno psicológico». Yo buscaba el modo de introducir ese concepto fenomenológico en la investigación de mercado: la noción de «imagen» pareció abrir la vía para ello.

⁵ *N. de la T.*: El Dr. Eckhart Hess (1916–1986) fue en realidad un reconocido etólogo y psicólogo. Es posible que el error escapara a la corrección del texto por parte de Herzog.

Cuando la labor investigadora de McCann dentro de la agencia fue asumida por una unidad autónoma especializada en investigación de mercado y relaciones públicas, fui nombrada presidenta de la nueva empresa, llamada Marplan. Mis responsabilidades incluían ahora la organización y la formación de miembros de Marplan en el extranjero. En 1959, por ejemplo, pasé un año en Alemania formando y haciendo trabajo de consultoría para algunos de los clientes principales de McCann Alemania.

La última fase de mi carrera como investigadora de mercado comenzó cuando regresé del extranjero. Interpublic, el consorcio empresarial creado por Harper, comprendía ahora una especie de laboratorio de ideas, el primero de su clase en este campo, llamado Jack Tinker and Partners. Su misión era abordar las dificultades de los clientes más importantes: por lo general, presentaciones de nuevos productos, cambios significativos en su estrategia de mercado o problemas de gestión de alto nivel. El grupo, que tenía una sede independiente, era pequeño en diseño: cuatro socios con un asistente cada uno, más el personal de administración. Yo me convertí en la socia responsable de la investigación. Nuestro grupo produjo algunos trabajos de mucho éxito y también recibió mucha atención por parte del mundo publicitario (véanse los anuncios de Alka Seltzer). Para mí, el trabajo fue especialmente gratificante, porque incluía colaborar en la integración de los resultados de las investigaciones y en la implementación de la estrategia comercial y creativa.

Interrumpí por completo mi trabajo como investigadora de mercado a tiempo completo a finales de

1970 y me prejubilé para poder pasar más tiempo con mi segundo marido, Paul Massing (nos habíamos casado en 1954). Él había tenido que renunciar a su carrera como profesor de Sociología en la Universidad de Rutgers a causa de haber desarrollado la enfermedad de Parkinson, un mal incurable y progresivamente incapacitante. (Para mi actividad profesional después de que Paul muriera en 1979, ver mi respuesta al punto 4.)

Para terminar con lo referente a mi carrera comercial: siempre he valorado la posibilidad de debatir con personas brillantes, pero nunca he sido una mujer de empresa. Durante un tiempo presidí un grupo sobre investigación motivacional para la Fundación para la Investigación Publicitaria. En 1986, para mi sorpresa —y placer, he de admitir—, fui seleccionada como miembro del Salón de la Fama del Market Research Council.⁶

4. Cuando echo la vista atrás, pienso que nunca se me ha dado bien «integrar la vida personal y la profesional», como usted sugiere en su pregunta. Parece que me he dedicado principalmente a una o a la otra. Esto fue lo que sucedió durante mi primer matrimonio. La hija de Paul Lazarsfeld nacida de un matrimonio anterior, Lotte, vino a vivir con nosotros en Nueva York al comenzar sus estudios de secundaria. Sólo teníamos una verdadera vida familiar los fines

⁶ *N. de la T.*: El Market Research Council es un club privado para profesionales de la investigación de mercado creado en 1927 en Nueva York y todavía hoy una de las organizaciones más prestigiosas del sector en Estados Unidos.

de semana y durante las largas vacaciones en New Hampshire, donde Lotte aprendió a nadar, esquiar y disfrutar de las montañas. No puedo atribuirme el mérito de que sea un ser humano fantástico y una gran académica.

También durante mi segundo matrimonio, del que tampoco tuve hijos, el tiempo que mi marido y yo compartíamos, solos o con amigos, era sobre todo durante los fines de semana que pasábamos en nuestra granja de Nueva Jersey. Nos encantaba cuidarla y, por la noche, conversar durante horas frente a la chimenea. Vendimos la granja cuando Paul enfermó, y dedicamos sus últimos años a viajar y a conocer mejor a nuestras respectivas familias en Alemania y Austria.

Paul murió en Europa en 1979 y yo decidí quedarme allí. Después de intentar, en primer lugar, terminar el libro que él había comenzado a escribir antes de morir, sobre la historia reciente del pueblo donde nació, y de fracasar en ello por estar el manuscrito en una fase demasiado temprana, decidí regresar a mi actividad profesional. Por distintas razones, me pareció natural retomar mis intereses académicos iniciales y ampliarlos mediante el conocimiento adquirido gracias a mis trabajos en investigación comercial.

Comencé impartiendo una serie de conferencias sobre la televisión americana y la investigación televisiva en la Universidad de Tubinga, en Alemania (en concreto, en el Institut für Empirische Kulturwissenschaft o Instituto de Estudios Culturales Empíricos, con el profesor Bausinger). Las repetí después en la Universidad de Viena (en el Institut für Kommunika-

tionswissenschaft⁷ o Instituto de Estudios sobre Comunicación, con el profesor Langenbucher). También me dediqué a la investigación sobre comunicación como tal.

Mi primer trabajo fue un estudio cualitativo sobre la reacción a *Dallas* y *Denver Clan*,⁸ los grandes éxitos televisivos estadounidenses, cuyo objetivo era explorar, dentro de un contexto de comunicación global, cómo esos programas eran recibidos por los espectadores alemanes. Su sorprendente impacto en el extranjero estaba ya siendo estudiado, como averigüé más tarde, en otros países (por Katz-Liebes⁹ en Israel y Jen Ang¹⁰ en los Países Bajos, por mencionar sólo a algunos).

Cuando la hostilidad hacia los «extranjeros» (*Ausländerfeindlichkeit*) se agravó en Austria, llevé a cabo un estudio sobre el tema para el Instituto de Estudios sobre Publicística y Comunicación de Viena. Más re-

⁷ *N. de la T.*: El nombre completo de esta institución es, desde la década de 1970, Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (Instituto de Estudios sobre Publicística y Comunicación). Actualmente constituye el Departamento o Facultad de Comunicación de la Universidad de Viena.

⁸ *N. de la T.*: Herzog utiliza aquí el nombre con el que era conocida en Alemania la serie televisiva, llamada originalmente *Dynasty* (en España, *Dinastía*).

⁹ *N. de la T.*: Se trata de Elihu Katz y Tamar Liebes, profesores, respectivamente, de la Universidad de Pensilvania y de la Universidad Hebrea de Jerusalén, y autores de «Interacting with *Dallas*: Cross cultural readings of American TV», artículo publicado por la revista *Canadian Journal of Communication* en 1990.

¹⁰ *N. de la T.*: Herzog se refiere aquí, probablemente, a Ien Ang, actual profesora de Estudios Culturales en la Universidad de Sídney Occidental, pero doctorada por la Universidad de Ámsterdam y autora del estudio *Watching Dallas: Soap opera and the melodramatic imagination*, publicado por Routledge en 1982.

cientemente, he estado investigando sobre conflictos actuales relacionados con el antisemitismo.

Todos estos trabajos son estudios pilotos cualitativos en los que aplico una metodología perfeccionada durante mis años como investigadora de mercado. Generalmente, el trabajo de campo está financiado por empresas o instituciones y es llevado a cabo por entrevistadores locales a quienes yo formo parcialmente en dicha técnica, mientras que los análisis y los informes los hago yo misma. Encuentro este tipo de actividad y esta división de tareas bastante cómoda, pues me permite trabajar en algo que me interesa al tiempo que disfruto de las bellas montañas del Tirol, donde vivo junto a la gran familia de mi hermana.

Continuaré haciendo esto mientras la salud me lo permita, pues me satisface mucho mirar atrás y ver que mi carrera profesional ha sido rica en cambios y en desafíos, al tiempo que me ha permitido cultivar mi interés y mi curiosidad por cómo la gente, la gente corriente, se comporta en respuesta a los avances, problemas y oportunidades de su época. Durante un breve periodo, consideré la posibilidad de concentrar mis investigaciones de mercado en el individuo y adopté un enfoque psicoanalítico. Pero enseguida descubrí que soy una psicóloga social. Me interesa la gente en su contexto, ya sea en relación con un nuevo medio de comunicación o con un problema sociopolítico. La comunicación encaja dentro de ese interés.

5. Desea usted que haga «algunos comentarios sobre las investigadoras (e investigadores) con los que trabajé en la década de 1940 y 1950». Como ya he mencionado en la carta que acompaña estas líneas, no

estoy segura de lo que pretende con esta pregunta, o por qué le interesa precisamente esa época.

En general, el ambiente de trabajo en la Oficina era, por supuesto, bastante diferente al de McCann. En esta empresa, el clima era más impersonal, puramente laboral. En lo que se refiere a la Oficina, sólo la conocí durante sus primeros años. Recuerdo que el ambiente era el propio de una iniciativa pionera, y que había mucha implicación y mucho entusiasmo. Lazarsfeld tenía mucho que ver con nuestra sensación de estar trabajando en algo que merecía la pena. Él ayudaba a cada miembro del equipo en su proyecto particular, y su labor fue clave también a la hora de atraer a colaboradores interesantes. Algunos de ellos trabajaron de forma temporal en la Oficina, desarrollando su propio proyecto (Rudolf Arnheim y Theodor Adorno, por ejemplo). El profesor Robert Merton fue nombrado director mientras yo trabajaba todavía allí y, según recuerdo, llevó a cabo algunas investigaciones para el Gobierno. He contado el número de colaboradores de las tres primeras publicaciones de la Oficina (*Radio and the printed page*, *Radio research 1940*, *Radio research 1942-1943*). Fueron más de 30, algunos de ellos miembros del personal fijo y otros profesionales que trabajaban o informaban sobre su trabajo cuando éste era relevante para el propósito general de la entidad. Yo nunca trabajé con nadie en el sentido de compartir un mismo proyecto, pero todos intercambiábamos información relacionada con la especialidad de cada cual. Recuerdo, por ejemplo, a Hazel Gaudet como una compañera muy servicial y competente, especializada en cuestiones estadísticas. Ed Suchman

era un organizador especialmente bueno. Rose Kohn era una subsecretaria muy competente a quien todos apreciábamos por su rapidez e ingenio. Recuerdo a Charlie Glock como un compañero al que todos teníamos en alta estima. Al recordar, me doy cuenta de que conservo una imagen amable de muchas personas a las que conocí en la Oficina, pero sólo guardo recuerdos de aquéllos a quienes conocí profesional y socialmente más adelante, como Rena Bartos, Helen Kaufmann, Ilse Zeisel o Hedy Ullman.

Durante mi larga carrera en McCann conocí, apoyé, contraté y aprecié a mucha gente. He perdido la pista de casi todos. A algunos de ellos todavía me gusta verlos cuando visito Nueva York. 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.

Publicaciones

Herzog, Herta (1933): «Stimme und Persönlichkeit» [Tesis doctoral], *Zeitschrift für Psychologie*, Bs 130.

Herzog, Herta (1940): «'Professor Quiz'. A gratification study», en Paul F. Lazarsfeld (ed.), *Radio and the printed page*, New York: Duell, Sloan and Pearce.

Cantril, Hadley; Hazel Gaudet; Herta Herzog (1940): *The invasion from Mars*. Princeton: Princeton University Press. [Existe traducción al español firmada por Carlos Reyles y publicada en 1942 por la Revista de Occidente, en su colección «Cosas que importan».]

Herzog, Herta (1940): «Voting via the Senate Mail Bag», *Public Opinion Quarterly*.

Herzog, Herta (1941): «On borrowed experience», *Studies in Philosophy and Social Science*, New York, Institute of Social Research, IX.

Herzog, Herta (1943): «What do we really know about daytime serial listeners?», en Paul F. Lazarsfeld; Frank Stanton (eds.), *Radio research 1942-1943*, New York: Duell, Sloan and Pearce.

Herzog, Herta (1943): «Commentators Survey», *Education on the Air*, Ohio State University.

Herzog, Herta (1943): «Radio listening habits among children», monografía escrita gracias a una beca concedida por la Fundación Rockefeller.

Herzog, Herta; Hans Zeisel (1945): «Radio broadcasting», *International Yearbook*.

Herzog, Herta; Marion Harper (1948): «The anatomy of the radio commercial», *Advertising & Selling*, julio-septiembre de 1948.

Herzog, Herta (1982): «The Fälle vor dem Schiedsgericht, ein Aspekt des Wandels im Dörflichen Leben», *Zeitschrift für Volkskunde*, vol. 1, 1982.

Herzog, Herta (1986): «Decoding Dallas», *Sociometry*, vol. 24, No. 1, 1986.

Herzog, Herta (1990): «Der Stich ins Böse: Dallas und Denver Clan, garantiert anders als der Alltag», *Medien Journal*, 1990, Österreichische Gesellschaft für Kommunikationswissenschaft Fragen.

Herzog, Herta (1991): «Ausländerfeindlichkeit», Bericht einer Pilot Studie», manuscrito inédito, Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Universität Wien, marzo de 1991.

Herzog, Herta (1994): «The Jews as ‘Others’. On communicative aspects of antisemitism. A pilot study in Austria», Acta, The Vidal Sassoon International Centre for the Study of Antisemitism (SICSA), The Hebrew University of Jerusalem, 1994.

P.D.: Las investigaciones realizadas entre los años 40 y finales de los años 60 fueron financiadas por clientes, lo que impidió su publicación.