



Leonarda García-Jiménez, Amparo Huertas-Bailén, Teresa Vera-Balanza (Eds.) *Herta Herzog y “La experiencia prestada” La fundación de los estudios de comunicación y audiencias. Salamanca: Comunicación Social, 2023, 192 páginas.*

Con este libro, se salda una deuda. Las profesoras Leonarda García-Jiménez, Amparo Huertas-Bailén y Teresa Vera-Balanza editan un volumen con el que quieren recuperar, y concederle el reconocimiento que merece, a la investigadora Herta Herzog (1910-2010). Esta académica, que precisamente inició su carrera en las ciencias so-

ciales con una tesis sobre la personalidad y la voz a través de la radio, ha sufrido el silenciamiento de la suya, al quedar orillada en la historiografía clásica que acompaña los manuales de Teorías de la comunicación y las bibliografías sobre los aportes más destacados en los estudios sobre audiencias, marcadamente atravesados por un enfoque androcéntrico. Y su voz nos llega, ahora, directa y doblemente amplificadas. Por un lado, gracias a la primera traducción al español de una de sus contribuciones académicas más significativas, pionera en los estudios de recepción, el artículo “La experiencia prestada: análisis de la escucha de seriales radiofónicos diurnos”, publicado por primera vez en 1941 y que integra el capítulo cinco del libro. Por otro, escuchando su propio testimonio sobre su vida personal y trayectoria en el mundo de la investigación, por medio de la entrevista que concedió en 1994 a la profesora estadounidense Elizabeth Perse y que cierra, a modo de epílogo, el presente volumen, permitiéndonos acercarnos a sus recuerdos y reflexiones.

Estamos ante una reparación. Las editoras de esta obra contribuyen con su trabajo a subrayar el destacado papel que Herzog tuvo en los inicios de los estudios en comunicación social, primero en Viena, donde la investigadora desarrolló, en el marco de su tesis doctoral, el primer experimento de masas llevado a cabo en Austria, y, más tarde, en Estados Unidos, inicialmente en la *Office of Radio Research* y, poco después, en el *Bureau of Applied Social Research*, antes de dar el salto a la investigación en la empresa privada para compañías del sector publicitario. De los avances logrados en la década de los años 30 y 40 del siglo XX en estos centros de investigación están plagados los manuales y guías docentes empleados en Teorías de la comunicación, pero son otros nombres, siempre de hombres, como los de Paul Felix Lazarsfeld o Hadley Cantril, quienes protagonizan esos relatos. Las aportaciones de las investigadoras que integraban aquellos equipos, y que lideraron experimentos y análisis precursores en su momento, quedaron en la sombra de la injusticia epistémica. La categoría ‘padres fundacionales’ actuó como una pesada piedra que sepultó el trabajo de las profesionales de la academia corresponsables de muchos de aquellos progresos. Ahora, el esfuerzo de algunas investigadoras

comienza a levantar esa losa para devolver aquellas contribuciones a la luz.

Este primer libro en español sobre Herzog es una res-titución. Y son varias las voces que nos permiten no solo escuchar, sino también comprender en su contexto his-tórico y epistemológico, el discurso de esta investigadora adelantada a su tiempo. Los primeros tres capítulos del libro, cada uno de ellos firmado por una de las editoras de la obra, nos van dando las coordenadas adecuadas en las que situar, y valorar, el trabajo de la académica austriaca. Amparo Huertas-Bailén arranca con un primer apartado dedicado a trazar el recorrido vital de Herzog, personal y profesional. Sus apuntes biográficos reconstruyen así la cronología de una carrera marcada por la curiosidad insaciable, la asunción de cambios estimulantes y un carácter infatigable. Características propias de una mujer que amaba los paseos por la montaña durante los que prefería descansar permaneciendo de pie. Así lo rememora la hija de su primer marido, P. Lazarsfeld, en unas notas perso-nales que dedica a su madrastra, a la que recuerda como una mujer sobresaliente, al inicio del libro. Esa excelencia se observa en la actitud de una investigadora casi visio-naria, que, como relata Huertas-Bailén, tuvo una gran habilidad para dar con temas que hoy tienen plena vigen-cia en la agenda de la comunidad científica en comunica-ción, como es entender el comportamiento del receptor/ consumidor, ánimo que movió sus primeros estudios en EE.UU., o el discurso de odio, presente en cierta medida en su interés por el antisemitismo durante su última etapa laboral, de nuevo en Viena. No cabe duda, como señala Huertas-Bailén, que se trataba de “una persona muy inte-ligente, con gran capacidad de adaptación y creatividad”, que probablemente descartó de su memoria los obstácu-los que debió atravesar durante su recorrido profesional (p. 53).

Este volumen rescata, así, la figura de Herzog. Y, aun-que ella no se consideraba feminista, como declaró en la entrevista concedida a Perse, es evidente que su trayecto-ria se vio afectada por lógicas de dominación patriarcal y su investigación estuvo notablemente atravesada por el género. Así nos lo muestra Teresa Vera-Balanza en el segundo capítulo de la obra, en el que presenta una mag-

nífica propuesta de genealogía que posibilita entender las aportaciones de Herzog desde una mirada crítica al fenó-meno comunicativo atendiendo en particular a la expe-riencia de las mujeres, lo que la situó en la vanguardia de una inquietud intelectual que sería asumida y desarrolla-da, posteriormente, por muchas otras investigadoras, tan-to en el ámbito anglosajón, como en el iberoamericano y el español. Como apunta Vera-Balanza, “a partir de sus contribuciones, el camino a los estudios de género estuvo algo más despejado: simple y lúcidamente abrió los ojos para observar los márgenes y preguntar a las personas” (p. 66). Hoy diríamos, desde luego, que su investigación es-tuvo marcada por la perspectiva de género, ese enfoque clave para explicarnos adecuadamente un mundo estruc-turado en la desigualdad y que todavía hoy necesitamos reivindicar como indispensable en nuestras producciones científicas.

Con este libro, se reivindica un saber situado, que puso el foco en un producto comunicativo (los seriales radiofó-nicos) y en unos sujetos participantes en el proceso de su recepción (mujeres, la mayoría amas de casa) que solo una personalidad como la de Herzog podía reconocer como significativos y relevantes, ajena a los prejuicios o la su-perioridad propios de otras miradas de la academia. Ella prestigió aquellas experiencias al reconocerles valor para el conocimiento científico. Y las respetó: se sentó con las mujeres a las que entrevistó en sus cocinas y, en ocasiones, esperó pacientemente con ellas, escuchando sus seriales favoritos, hasta que estos terminaban y podía comenzar la conversación. En el tercer capítulo del volumen, Leonar-da García-Jiménez otorga a Herzog la posición que me-rece, la de madre fundadora, y subraya, con claro acierto tras la consulta de tres trabajos inéditos de la investigado-ra conservados en los archivos históricos del BASR en la Universidad de Columbia, el enfoque crítico que atravesó sus estudios, acercándolos a las perspectivas tradicion-almente vinculadas a Frankfurt, y que le permitió incor-porar interpretaciones psicoanalíticas y discutir implica-ciones ideológicas. La lectura de García-Jiménez pone de ese modo el foco tanto en la singularidad del trabajo de Herzog, pluriparadigmático y pionero en la combinación de metodologías cuantitativas y cualitativas, como en el

injusto e incomprensiblemente escaso eco que el artículo incluido en este volumen tuvo en la producción académica del ámbito hispanohablante, donde son solo tres las referencias halladas a un texto que, como señala esta autora, no solo supone una primera formulación de lo que hoy conocemos como la teoría de usos y gratificaciones sino “un artículo fundacional de la investigación en comunicación y medios” (p. 91).

Y como pórtico de entrada a ese texto fundacional, Esperanza Herrero levanta un puente, en el cuarto capítulo, entre Herzog y su obra publicada, un trabajo resultante de la revisión de archivos y literatura gris que nos ayuda a conocer mejor a la creadora intelectual del manuscrito. Esta publicación científica, que por fin ahora tendrá muchas más posibilidades de impregnar la producción académica iberoamericana en comunicación, supuso, como subraya Herrero, un punto de inflexión, una punta de lanza, en la manera de entender la relación entre medios y audiencias. Este apartado del volumen nos ayuda a adentrarnos en todo el proceso previo que Herzog desarrolló hasta dar con la versión finalmente publicada de su artículo. Por medio de anotaciones y comentarios manuscritos al margen en las versiones previas del texto que vio la luz, es posible dar con preocupaciones, formulaciones y reflexiones que quedaron descartadas de la publicación en *Studies in Philosophy and Social Science*, acercándonos, como viajando en el tiempo, a ser testigos de su esfuerzo por ajustar y ultimar su manuscrito.

Este libro reequilibra la narrativa de la fundación de los estudios de comunicación y audiencias. Su lectura nos aproxima la trayectoria de una investigadora pionera en

sus análisis en comunicación, con una biografía ejemplar en lo científico, y recordada también como modélica en lo personal por quien la conoció bien. Debió sortear dificultades que no registró como barreras fruto del androcentrismo en la academia, y centró buena parte de sus esfuerzos investigadores en entender cómo mujeres con “una vida anodina”, como ella misma adjetivó (p. 114), se relacionaban con el medio radiofónico. Leonarda García-Jiménez, Amparo Huertas-Bailén y Teresa Vera-Balanza colocan, con este volumen, una pieza fundamental en la reconstrucción de la historia de la investigación en comunicación. Y lo hacen, además, con ilusión y optimismo, como reconocen en las páginas de la obra, deseosas de incentivar el saber por las primeras teóricas de la comunicación y que los manuales que utiliza el alumnado universitario empiecen a darles el espacio merecido. Es esperanzador saber que investigaciones que cuentan con financiación pública permiten iniciar trabajos de recuperación como este, que a su vez supone el segundo volumen de la reciente y prometedor colección “Comunicación y género” editada por Comunicación Social y dirigida por las tres editoras de esta obra. Vendrán, seguro, más títulos, que nos regalarán la oportunidad de (re)descubrir a investigadoras pioneras y sus textos fundacionales. Porque como Herzog, sin muchas teóricas de la comunicación, los avances no habrían sido los mismos. Ellas merecen ser reconocidas y quienes integramos hoy la comunidad científica merecemos saberlo.

Adolfo Carratalá
Universitat de València

