
SOBRE *KANT EN EL KIOSCO: LA MASIFICACIÓN DEL LIBRO EN LA ARGENTINA*, DE GUIDO HERZOVICH

Federico Nicolás Salvá
Conicet
Universidad de Buenos Aires
Universidad Nacional Arturo Jauretche
federiconsalva@hotmail.com



∞

Kant en el kiosco: la masificación del libro en la Argentina, de Guido Herzovich; Buenos Aires: Ampersand, 2023; 316 pp.; ISBN: 978-987-4161-96-3.

Kant en el kiosco: la masificación del libro en la Argentina, de Guido Herzovich (2023), se inscribe en el proyecto general de Ampersand: “poner en página libros sobre libros”¹. En este caso, la editorial

¹ <https://www.edicionesampersand.com/nosotros>



pone en página un libro sobre cómo se ha transformado la relación entre las formas de circulación, los procesos de elaboración y los modos de apropiación del libro durante el proceso de su masificación en la Argentina, a través del período 1900-1960.

El título, *Kant en el kiosco*, no debe engañar. No se trata de determinar los circuitos de los libros de filosofía o de literatura, aun cuando sean estos últimos los objetos sobre los que trabaja mayoritariamente Herzovich. Antes bien, el título indica el interés por el curso del libro masificado más allá de su género en la fórmula de la siguiente anécdota de Francisco Romero: el filósofo, que había trabajado para Losada, en la inauguración de la sede argentina de la editorial Fondo de Cultura Económica se pregunta por el misterioso destino de los ejemplares de *Crítica de la razón pura* de Kant. El libro aparecía de a miles tanto en colecciones filosóficas cuidadas como en ediciones económicas de gran tiraje distribuidas en puestos de diarios ferroviarios. Y así como se distribuía, se agotaba. Es el horizonte del estudio de Herzovich comprender qué tipo de lector y de estructura del libro permitió que Kant llegara -y se agotara- en el kiosco como signo de un momento en el que los libros comenzaron a compartir espacio con otros textos y objetos.

Para pensar esas estructuras que posibilitan la circulación del libro y las formas que a él se asocian, Herzovich toma y desplaza el concepto de infraestructura de Brian Larkin, esto es, redes instaladas que facilitan la circulación constante de bienes, gente o ideas, ya sea de manera material o simbólica, a través del espacio. Se concentra en dos cambios infraestructurales que modificaron tanto el circuito material como simbólico del libro en la primera parte del siglo XX argentino: por un lado, la transición de la Librería Total a las librerías y los kioscos; por otro, la génesis de la infraestructura discursiva dedicada a la circulación y apropiación del libro.

En el primer pasaje, Herzovich, en el sentido de la institución total de Goffman, localiza la Librería Total como unidad espacial que, en el paso del siglo XIX al XX, centraliza la información, importación, publicación, visibilización, venta y socialización del libro. Una atmósfera boutique de entre-nos –de la que son ejemplos las librerías del centro de Buenos Aires de Arnoldo y Balder Moen y también de Espiasso– reúne la importación de libros, ante todo, europeos y la publicación de los autores argentinos que se autofinancian sus ediciones. Librero, autor y lector comparten en esta etapa la intimidad de un espacio material y simbólico en el que la elaboración y la circulación del libro se solapan.

La Primera Guerra Mundial, documenta Herzovich, cambia esta lógica. Primero, porque los editores europeos ven afectado su negocio por la guerra y producen e importan menos libros. Por consiguiente, el mercado local sustituye esas importaciones con producción propia, tanto con publicaciones nuevas como con traducciones o, incluso, coediciones. Y segundo, porque la guerra reconfigura el mapa poblacional y la llegada de inmigrantes trae, por un lado, un nuevo público posible, y, por otro, también editores que trasladan su conocimiento a la Argentina.

La posibilidad de la construcción de un público y de un mercado masivo en sintonía con los cambios técnicos y sociales de la época fue tanto la condición como el efecto de la modificación de la infraestructura del libro. Herzovich localiza en los años veinte uno de los cambios fundamentales: la emergencia del editor propiamente dicho, una figura que descubre nuevos libros, asume sus costos y paga los derechos correspondientes con el fin de construir un mercado para su sello. Para hacerlo, apelará a la sinergia entre los libros por suscripción en las librerías y las revistas heterogéneas distribuidas en los kioscos que, en su interior, traccionan la promoción de los libros. Es el comienzo, entonces, del debilitamiento de las fronteras espaciales y simbólicas entre lugares y materiales que se desconocían entre sí. Las ediciones popularísimas, los

coleccionables encuadernables y las series construidas sobre la hegemonía de ciertos géneros literarios son los ejes de la inminente industrialización basada en la lógica de la serialización que encuentra su condensación ejemplar en la anécdota de los libros vendidos por peso y en la adquisición de la rotativa como medio de producción del libro por parte de Torrendel.

Entre 1930 y la era de oro del libro, las editoriales profundizan tanto sus vínculos internacionales como las estrategias de masificación. Así, se vuelven omnívoras y el libro se constituye como un espacio que interioriza géneros, formas y lectores que hasta hace poco le eran ajenos. Desde Kant hasta *Cómo influir en las personas*, un libro parece ser un libro. Sin embargo, no todo libro es un libro y Herzovich en el intento de esa distinción advierte el inicio del segundo cambio en la infraestructura del libro a partir de esta disyuntiva: si los libros que son libros y los libros que no son libros circulan y son apropiados en los mismos espacios –las librerías, los kioscos– bajo la forma de una misma materialidad, ¿cómo garantizan los libros que son libros seguir siendo libros? Herzovich, y esa es la principal hipótesis de *Kant en el kiosco*, propone que la crítica literaria, frente a la unificación de los mercados del libro impreso, se configuró como una infraestructura discursiva que reorganizó la circulación de los libros.

La voz crítica se materializa en las pequeñas revistas con las estrategias del bombo y el brulote, como las llama Herzovich. En ellas, se politiza la heterogeneidad desde el enfrentamiento y se ordena el campo letrado argentino como campo de batalla al establecer filiaciones y oposiciones en miras de convocar la potencia subjetivadora y diferenciadora de la literatura. Por su parte, Herzovich distingue, además, que la voz crítica en las reseñas aparece también en la infraestructura discursiva de los grandes diarios, pero, enmarcada allí en la lógica publicitaria, lo hace con un juicio positivo y un tono indulgente. En este período –son los años cuarenta–, la lógica publicitaria articula la voz editorial, que aparece –una de las novedades tecnológicas del libro en el siglo XX– en las solapas y las cintas promocionales –el *blurb*–.

En suma, visto en su conjunto, el libro de Herzovich realiza un recorrido que puede entenderse en los ritmos que articulan la unificación-diferenciación espacial –insistimos, tanto material como simbólica– del libro desde fines del siglo XIX hasta el principio del siglo XXI, etapa que se comienza a analizar en el posfacio, base segura de textos futuros.

Así como en el umbral del siglo XIX y el XX el libro se agrupaba en una unidad espacial, la Librería Total, frente a otros formatos y espacios que quedaban marginados en un circuito diferente, los años posteriores estarán signados por una multiplicación de los espacios en los que confluyen los libros de la Librería Total junto a los otros. Diferentes experiencias lectoras son exhibidas en un mismo soporte y dentro de los mismos espacios –las librerías, los kioscos– y así las fronteras simbólicas comienzan a difuminarse. Esa reunificación será, a su vez, rediferenciada con la segmentación discursiva que produce la voz de la crítica literaria, compensación y reaseguro de las diferencias.

El último capítulo de este recorrido es nuestro presente. En él, advierte Herzovich, las plataformas son los espacios en los que se construyen las infraestructuras del libro, ahora, algorítmicas. Tanto en las estrategias para la apropiación del libro por parte de las editoriales internacionales como de las editoriales independientes, Herzovich reconoce la lógica boutique del libro personalizado. En la unidad del espacio digital, la infósfera en los términos de Bifo Berardi, el algoritmo construye series personalizadas y diferenciadas para cada lector o para una pequeña comunidad de lectores.

En este contexto, la reseña es el género principal con el que se construyen interacciones y sinergias entre el libro y las voces que lo difunden. Sin embargo, la principal diferencia con las reseñas del siglo anterior es que el tono de estas formas críticas —desde los booktokers y booktubers hasta las suscripciones curadas por grandes escritores— son siempre celebratorias.

Podrá pensarse que la falta de percepción sobre una unidad del campo literario en un estado de supervivencia lleve a rehuir a sus actores de la polémica. Puesto que los espacios son muchos y cada cual habita su serie, no hay un espacio tal para disputarse. También puede pensar que el espacio imaginario del libro se percibe con una lógica diferente a la época de divisiones más o menos artificiales que construyen la subjetividad contemporánea y, por tanto, se estructure como una forma de comunidad diferente, es decir, sin polos más o menos ordenadores. No obstante, si observamos la historia que el propio libro de Herzovich cuenta, podríamos pensar que las discusiones y disputas pueden ser las sinergias necesarias que reaviven la próxima etapa de la circulación del libro.