

# El papel de la industria editorial en la legitimación ideológica de la derecha radical en América Latina

## The Publishing Industry's Role in the Ideological Legitimation of the Radical Right in Latin America

Roy Palomino

Sorbonne Université, París, Francia

Contacto: roy-paul.palomino\_carrillo@sorbonne-universite.fr

<https://orcid.org/0000-0002-0261-6891>

### RESUMEN

Este artículo analiza los elementos peritextuales elaborados por diferentes editoriales en la difusión de cinco libros políticos asociados a la derecha radical latinoamericana: *La fatal ignorancia. La anorexia cultural de la derecha frente al avance ideológico progresista*, de Axel Kaiser; *El libro negro de la nueva izquierda. Ideología de género o subversión cultural*, de Nicolás Márquez y Agustín Laje; *Cómo hablar con un progre. Por qué en lugar de hacerla desaparecer, la socialdemocracia incrementa la pobreza*, de Gloria Álvarez Cross; *Cómo derrotar al neoprogresismo. Una batalla política*, de Álvaro Zicarelli; y *La batalla cultural: Reflexiones críticas para una Nueva Derecha*, de Agustín Laje. A través de un análisis de las estrategias discursivas elaboradas en las contraportadas, y en la elección de los prologuistas, se determina el grado de implicación de cada editorial en la acumulación de capital cultural y simbólico de los autores mencionados, así como en la legitimación de los discursos elaborados por estos. Aunque se identificaron diferentes tipos de estrategias utilizadas por Unión Editorial, Grupo Unión, Deusto, Sudamericana y Harper Collins, queda en evidencia que estas editoriales reprodujeron la comparación por contraste, la cual fue planteada por los autores, para posicionar a la derecha, en todos sus espectros, como defensora de la individualidad y el desarrollo de la sociedad; mientras que la izquierda, en todos sus espectros, era señalada como perjudicial para la nación, por lo que debía ser combatida y derrotada. De esta forma, las editoriales promovieron y legitimaron, algunas de forma más directa que otras, un discurso radical de derecha en un contexto en el que se registra un incremento en el consumo de los libros políticos de esta tendencia.

**Palabras claves:** Industria editorial; Derecha radical en América Latina; Libros políticos; Análisis del discurso; Análisis paratextual, Libros y derecha radical.

### ABSTRACT

This article analyzes the peritext elements crafted by different publishers in the dissemination of five political books associated with the Latin American radical right: *La fatal ignorancia. La anorexia cultural de la derecha frente al avance ideológico progresista* by Axel Kaiser, *El libro negro de la nueva izquierda. Ideología de género o subversión cultural* by Nicolás Márquez and Agustín Laje, *Cómo hablar con un progre. Por qué en lugar de hacerla desaparecer, la socialdemocracia incrementa la pobreza* by Gloria Álvarez Cross, *Cómo derrotar al neoprogresismo. Una batalla política* by Álvaro Zicarelli, and *La batalla cultural: Reflexiones críticas para una Nueva Derecha* by Agustín Laje. Through an analysis of the discursive strategies developed in the back covers, and in the selection of the prologue writers, the level of involvement of each publisher in the accumulation of cultural and symbolic capital of the mentioned authors is determined, as well as in the legitimization of the discourses elaborated by them. Although different types of strategies used by Unión Editorial, Grupo Unión, Deusto, Sudamericana, and Harper Collins were identified, it is evident that these publishers reproduced the strategy comparison by contrast, which was used by the authors, to position the right, in all its spectrums, as a defender of individuality and the development of society; while the left, in all its spectrums, is portrayed as harmful to the nation and thus should be fought and defeated. In this way, the publishers promoted and legitimated, some more directly than others, a radical right discourse in a context where there is an increase in the consumption of political books of this trend.

**Keywords:** Publishing Industry; Radical Right in Latin America; Political Books; Discourse Analysis; Paratext Analysis; Books and Radical Right.

## 1. Introducción

Desde la masificación de la imprenta, la producción de libros políticos ha sido una constante en la sociedad lectora. Estos se diferencian de la producción literaria porque su objetivo consiste en legitimar una ideología y establecer las bases de un orden político (Le Bart, 2012). Dicho fenómeno se ha caracterizado en las últimas décadas por una individualización del libro político (Lejeune, 2010), en el cual el autor elabora un discurso donde se erige como sujeto central de una ideología, como representación de un pensamiento. La noción colectiva de un partido o de un movimiento que articule y ejemplifique un ideario es más escasa en nuestra actualidad. Aun así existen diferentes tipologías de libros políticos, las cuales se diferencian dependiendo del rol de sus autores y de los objetivos de sus publicaciones. En nuestro caso, dado que analizaremos el rol de las editoriales, optamos por una tipología amplia. Por lo que consideraremos como libros políticos a aquellas publicaciones cuyo objetivo es “existir en el campo político” (Le Bart, 2012, p. 112).

En América latina la individualización del libro político moderno también se ha replicado y su producción se ha incrementado gracias a la aparición de diferentes agentes que, sin pertenecer a un movimiento político o identificarse como tales, han aumentado la producción de estos libros. Pero la particularidad de los últimos años no solo se debe al incremento de las publicaciones, las cuales pueden verse reflejadas en las cifras de ventas de las diferentes ferias del libro, sino al éxito comercial que muchas de ellas obtienen. Otra característica que comparten tales libros es que reivindican una filiación ideológica de derecha, por lo que en términos editoriales podemos hablar de *best sellers* políticos de derecha (Saferstein, 2024). Esta modificación del campo de producción editorial conlleva consigo una alteración en los actores que participan en la producción y difusión editorial, llegando incluso a incluir a nuevos agentes que no formaban parte de este campo, o que tenían roles muy marginales, en la construcción de los elementos paratextuales del libro —como el prólogo, la contraportada, la presentación o la promoción de la obra—.

Sin embargo, al ser el libro un bien de doble valor, simbólico y económico (Bourdieu, 1971 y 1992), los agentes que participan en su elaboración encuentran una legitimación a través del capital sim-

bólico que otorga el éxito comercial de un libro. Este capital simbólico es especialmente importante en el campo cultural debido a que este es el espacio de disputa de la derecha actual, por lo que nos centraremos principalmente en él. En el campo intelectual su valor es menor, aunque Saferstein anota que los autores de derecha radical son presentados como “académicos” en algunas *think tanks* liberales (2023, p. 139). En el campo editorial, está claro que dichos autores son considerados *bienes* de alto valor debido a su presencia mediática en las redes digitales, ya que esto podría asegurarles un éxito comercial. Cuando se da el caso de *best sellers* políticos se crea un incentivo económico que alienta la venta de más libros de este espectro ideológico. Ello crea un ecosistema en el que los autores y los agentes asociados a estos libros obtienen una mayor visibilización como consecuencia de la difusión editorial<sup>1</sup>. Esta exposición social en círculos culturales y literarios, pero también mediática en espacios tradicionales de prensa o en redes sociales, contribuye al aumento de la notoriedad de dichos autores y agentes, acrecentando su capital de visibilidad (Heinich, 2012). De tal forma, la promoción de un libro —y más la de un libro político— pone en escena la participación de diversos actores que confluyen en un espacio de socialización que sirve como intercambio simbólico y en muchos casos determina su éxito. Entonces, cada acto relacionado con la difusión de un libro político está directa o indirectamente relacionado con la legitimación de la ideología que contiene el texto.

Las particularidades que ha ido adoptando la derecha radical en la región en los últimos años han sido desarrolladas también por Bohoslavsky y Broquetas (2019), Cannon y Rangel (2020), Stefanoni (2021) y Semán (2023). Por su parte, Bolcatto y Souroujon (2020) y Coto Giménez (2021) se han centrado en estudiar a las figuras más relevantes, entre las cuales se encuentran los autores estudiados de nuestro corpus. Respecto a la relación entre la derecha radical y el mundo editorial, los trabajos centrales son los de Saferstein y Stefanoni (2023) y Saferstein (2024). El presente artículo pretende contribuir a estas discusiones, pero poniendo el énfasis en el rol de las editoriales. Por ello, nuestro objetivo es analizar el papel que estas tuvieron en la legitimación de libros asociados a la derecha radical latinoamericana y a sus autores. Esto se realizará a través de un análisis peritextual, ya que estos elementos son determinados, autorizados, pu-

blicados y difundidos por las editoriales. Este trabajo busca así interrogar el rol de las editoriales en la normalización del discurso radical en el campo cultural.

De acuerdo con Genette (1987), el paratexto está compuesto por todos aquellos componentes que no forman parte del texto creado por el autor pero que lo preceden y acompañan para revestirlo, siendo parte constituyente de la imagen autoral. El teórico francés lo divide en dos tipos: el peritexto y el epitexto. El primero está compuesto por todos los elementos que acompañan físicamente al texto para crear conjuntamente el libro que recibirá el lector: la ilustración en la portada, el diseño característico de una editorial, los comentarios en la contraportada, el prólogo, el epílogo, los comentarios a pie de página, entre otros. El segundo está compuesto por los elementos que no acompañan físicamente al texto pero que son relevantes en la concepción que se hace el lector sobre el libro y el autor: reseñas, recomendaciones de otros autores o críticos, entrevistas, publicidad editorial, entre otros. Si bien es cierto que los componentes paratextuales pueden ser excepcionalmente concebidos con ayuda de los autores, estos no forman parte del texto de la obra en sí y reflejan más bien la estrategia editorial para seducir al potencial lector. Por ello, examinaremos los componentes peritextuales como la contraportada, los elementos visuales y escritos que aparecen en la portada, así como el prólogo que introduce al libro y al autor. Gracias a este enfoque podremos conocer cuáles son las estrategias discursivas (Laborde-Milaa y Paveau, 2003) que usan las editoriales para articular el discurso elaborado por los autores asociados a una derecha radical. Respecto al epitexto, este será empleado principalmente para establecer el espectro ideológico del autor. Los actores que participen en su difusión y en su presentación permitirán definir las afinidades ideológicas del autor y del libro, y determinar de tal forma su pertenencia al espectro de la derecha radical. Por eso, el epitexto servirá también como un criterio de selección para determinar los libros que serán analizados en este artículo. Otro criterio esencial será la autodefinición ideológica que cada autor haga de sí mismo, lo cual nos permitirá clasificar los libros estudiados como asociados a la derecha radical.

En cuanto a la definición que este estudio utilizará para hablar de una derecha radical, tomaremos en cuenta la propuesta de Mudde (2019), quien la ca-

racteriza a través de dos elementos distinguibles: ser reformista e iliberal. A diferencia de la extrema derecha, los derechistas radicales aceptan los mecanismos democráticos de acceso al poder, con el objetivo de realizar reformas radicales en el Estado y de recortar derechos liberales a las minorías, esto basado en principios autoritarios, religiosos o étnicos. Esta diferencia entre la extrema derecha y la derecha radical será esencialmente importante en el mundo editorial, ya que la difusión de una ideología no extremista autoriza una mayor implicación en la promoción del libro político. En tal sentido, la función de la extrema derecha es ampliar la noción de lo aceptable en la discusión pública a través del miedo, insistiendo por ejemplo en la existencia de ganar la *batalla cultural* al interior de la sociedad. Noción que también será enarbolada por la derecha radical en sus publicaciones, “este concepto [la *batalla cultural*] o alusiones a su contenido aparecen de manera transversal” (Saferstein, 2024, p. 4), normalizando así un discurso de confrontación constante y necesaria.

Al ser la extrema derecha una ideología tan disruptiva que desconoce incluso las bases de la democracia, el discurso de la derecha radical se vuelve tolerable en la sociedad, lo que explica también que sus publicaciones puedan convertirse en *best sellers*. La normalización de un discurso extremo en América Latina en los últimos años ha hecho que la radicalidad en los discursos esté cada más presente, lo que tiene como consecuencia que se le dé un carácter ordinario. Teniendo en cuenta estas consideraciones que explican la normalización de la derecha radical en la sociedad actual y en el mundo editorial, podremos entender de forma más clara las estrategias editoriales para su difusión.

## 2. Justificación de los objetos de estudio

En cuanto a los libros seleccionados, hemos optado por analizar cinco publicaciones: *La fatal ignorancia. La anorexia cultural de la derecha frente al avance ideológico progresista*, de Axel Kaiser, publicado por Unión Editorial en 2014<sup>2</sup>; *El libro negro de la nueva izquierda. Ideología de género o subversión cultural*, de Nicolás Márquez y Agustín Laje, publicado por Grupo Unión en 2016; *Cómo hablar con un progre. Por qué en lugar de hacerla desaparecer, la socialdemocracia incrementa la pobreza*, de Gloria Álvarez Cross, publicado por Deusto en 2017; *Cómo derrotar al neoprogresismo. Una batalla políti-*

ca, de Álvaro Zicarelli, publicado por Sudamericana en 2022; y *La batalla cultural. Reflexiones críticas para una Nueva Derecha*, de Agustín Laje, publicado por Harper Collins en 2022. Respecto a las editoriales, tanto Unión Editorial como su filial argentina Grupo Unión son de capital español; Deusto pertenece al Grupo Planeta y es de capital transnacional; Sudamericana, a Penguin Random House y es de capital transnacional también; finalmente, Harper Collins es de capital estadounidense e inglés. Los elementos peritextuales que se analizarán en este artículo pertenecen, en todos los títulos, a las primeras ediciones, salvo en el caso de Kaiser.

En cuanto al primer libro, *La anorexia cultural de la derecha frente al avance ideológico progresista*, el elemento epitextual que nos permite afiliarlo a una ideología de derecha radical es la presentación que hizo de él el candidato presidencial chileno radical José Antonio Kast. En ella, introduce al autor como “el gran Axel Kaiser [...] alguien que ha ido marcando la pauta en la defensa de las ideas” (Kast, 2020). Del mismo modo, el entonces candidato presidencial argentino Javier Milei ha recomendado en múltiples ocasiones el libro de Kaiser (Milei, 2022) y lo considera “un verdadero gigante de las ideas de libertad” (Ex-Ante, 2023). En cuanto al libro de Márquez y Laje, este también fue promovido con entusiasmo por Kast en sus redes sociales (Kast, 2018) y ambos personajes compartieron un palco junto a Santiago Abascal, líder del partido de derecha radical Vox de España, en la juramentación de Javier Milei como presidente de Argentina (Macías, 2023). En la foto pública también se observa a Alejandro Chafuen, prologuista del libro de Kaiser. En cuanto al libro de Gloria Álvarez Cross, la politóloga guatemalteca ha acompañado en diferentes oportunidades a Milei en eventos libertarios a lo largo de América Latina (Yahoo News, 2023), además es coautora de *El engaño populista* junto a Kaiser, publicado por Deusto en 2016; asimismo, es simpatizante del Partido Novo de Brasil, el cual fue aliado político del expresidente Jair Bolsonaro durante su mandato. El cuarto libro, el de Álvaro Zicarelli, tiene un prólogo de Agustín Laje y ha sido presentado en varias ciudades de Argentina por diferentes militantes libertarios como Ramiro Marra<sup>3</sup> y Patricia Soprano<sup>4</sup>. Además, Zicarelli fue asesor en asuntos internacionales de Javier Milei, por lo que también fue difundido por el ahora pre-

sidente argentino (Federalismo y Libertad, 2022). El último libro, escrito en solitario por Agustín Laje, fue presentado en la Feria del Libro de Buenos Aires por Milei y no solo cuenta con el soporte de sus antiguos aliados ideológicos, sino que también ha sumado a nuevos actores de la región como al alcalde de Lima, Rafael López Aliaga, quien lo condecoró (Municipalidad de Lima, 2023). Estos elementos nos revelan así que la difusión y el posicionamiento ideológico de los libros mencionados están estrechamente ligados a actores que tienen un rol capital en la difusión de la derecha radical en América Latina.

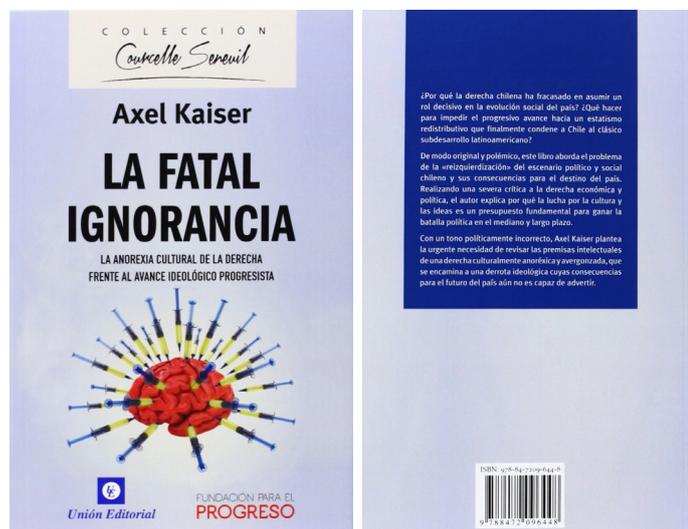
Respecto al grado de implicación ideológica que existe entre las editoriales y los libros comentados, conviene dividir en dos grupos a las editoriales para identificar de forma más clara cómo estas operan ante los libros políticos de derecha radical. En un primer grupo podemos encontrar a Unión Editorial, Grupo Unión y Harper Collins, quienes se posicionan abiertamente como defensoras de valores liberales y conservadores, por lo que cuentan con un amplio catálogo que refleja estas preferencias. En el segundo grupo encontramos a Deusto y Sudamericana, quienes ofrecen un catálogo variado de libros políticos y funcionan con una lógica comercial más marcada en la cual el interés primordial es la rentabilidad de las publicaciones. Esta diferenciación se hará notoria en los elementos peritextuales de los libros mencionados, en el primer caso habrá una implicación más directa mientras que en el segundo se realizará mediante mecanismos más sutiles, pero sin dejar de reforzar las ideas centrales de los autores pues esto podría desincentivar la adquisición de los libros. Además, dado que la tendencia actual de las grandes editoriales es promover personalidades mediáticas, ya sea en medios tradicionales o en redes digitales para asegurar el éxito de venta de sus libros, sería contraproducente establecer un peritexto poco auspicioso; “el mercado editorial aglomera estos actores y se nutre de sus redes, favoreciendo intervenciones intelectuales y políticas rentables en términos comerciales y potentes en su capacidad de promoción” (Saferstein, 2023, p. 139). Aunque por diferentes motivos, ambos grupos emplean peritextos que promocionan el discurso de derecha radical, normalizando su presencia en el campo cultural. El siguiente análisis busca identificar en qué medida se da esta implicación editorial y bajo qué estrategias discursivas.

### 3. Análisis peritextual de los libros y de las estrategias de difusión de las editoriales

El primer elemento peritextual de *La fatal ignorancia. La anorexia cultural de la derecha frente al avance ideológico progresista* es la construcción de la portada, elaborada por Unión Editorial (véase imagen 1). La ilustración que presenta el libro es el de un cerebro que está siendo inyectado por decenas de jeringas con un líquido desconocido, lo que le da un intenso color rojo artificial. Esta imagen sugiere un estado de alteración de la mente por un agente externo peligroso. Dado que la imagen es un complemento del título y el subtítulo del libro, se deja suponer que las jeringas representan la penetración ideológica progresista, mientras que el cerebro alterado vendría a ser el estado de fatal ignorancia en el que se encuentra debido a la inacción de la derecha. En tal sentido, la derecha se presenta como una víctima del pensamiento progresista, el cual es asociado a una ideología de izquierda, pero a la vez se deja suponer que este no es un estado permanente, ya que solo basta que la derecha abandone su estado de anorexia para contrarrestar el avance del progresismo. Otro elemento destacable en la portada es la presencia de la Fundación para el Progreso, *think tank* al que pertenece el autor, que se caracteriza por difundir entusiastamente a pensadores de derecha, entre los cuales también se encuentran derechistas radicales.

#### Imagen 1.

Portada y contraportada de *La fatal ignorancia. La anorexia cultural de la derecha frente al avance ideológico progresista* (Unión Editorial, 2014).



La contraportada, por su parte, ofrece un resumen sin firma del libro, lo que reflejaría la postura de la editorial frente al texto de Kaiser (véase imagen 1). En ella, el discurso está centrado en dos argumentos: la derrota política de la derecha chilena en los últimos años y el surgimiento de una nueva izquierda que conquista espacios de poder. Se establece un contraste entre derecha e izquierda a través de una estrategia discursiva de comparación (Laborde-Milaa y Paveau, 2003), identificando cualidades inherentes a cada una de ellas tanto en aspectos económicos, sociales como políticos. Por una parte, se menciona la superioridad del modelo económico de la derecha chilena que contrasta con la inferioridad del “estatismo redistributivo” (Unión Editorial, 2014)<sup>5</sup> de la izquierda. Por otro, se critica la torpeza de la derecha en la “evolución social del país”, mientras que se reconoce que existe una “reizquierdización” del escenario social de Chile, al que se presenta como negativo. Finalmente, en el aspecto político se afirma que para ganar la batalla política es necesario primero conquistar la “lucha por la cultura y las ideas”; de tal forma, la derecha es “culturalmente anoréxica y avergonzada”. La izquierda sin embargo lleva un “progresivo avance”, lo cual es considerado como un camino al “clásico subdesarrollo latinoamericano”. La contraportada muestra así una postura clara de la editorial frente a las nociones de derecha e izquierda, el no uso de citas del libro o comentarios de otros autores evidenciaría una compatibilidad ideológica entre la editorial y el autor del libro. Además, se emplea la estrategia discursiva de intensificación, la cual se caracteriza por enarbolar lo positivo de la publicación o del autor (Laborde-Milaa y Paveau, 2003), situando al libro como “original y polémico” y señalando también un juicio de valor positivo sobre él, permitiendo así legitimar su discurso y al autor.

Otros dos argumentos importantes que usa la editorial para describir el libro y distinguirlo es calificarlo de “políticamente incorrecto” (Unión Editorial, 2014) e informar sobre la existencia de una batalla política. El uso de ambas nociones supone situar *La fatal ignorancia* en un escenario político-social específico. La utilización del primero responde a la popularización del término en sectores ligados a la derecha para denunciar que existe una censura contra la libertad de expresión por parte de la izquierda. Sin embargo, como lo muestra Dan Moller (2016), tanto los sectores

que se identifican de izquierda como de derecha realizan una modificación consciente del lenguaje, es decir articulan un discurso *políticamente correcto* al momento de expresar sus ideas. La diferencia radica en que mientras que la izquierda evita un discurso que vulnere o excluya a sectores históricamente marginados, la derecha lo emplea casi exclusivamente al referirse a sucesos belicistas o de violencia que buscan quitarles la responsabilidad a los autores directos o indirectos del suceso (Moller, 2016). Por ello, existe un discurso *políticamente incorrecto* tanto en la derecha como en la izquierda. La adjudicación al libro de Kaiser de un “tono políticamente incorrecto” como estrategia discursiva muestra entonces el tipo de lector que busca esta publicación y el sector ideológico al que se dirige. Respecto a la batalla política, esta proviene de la propuesta gramsciana de “batalla de ideas” (Gramsci, 1981). Si bien es cierto que en ella se reconoce que existe un conflicto constante entre las diferentes ideologías imperantes en una sociedad, en el campo cultural latinoamericano esta batalla de ideas caracteriza a la derecha como una defensora de valores morales o religiosos ligados a la cristiandad (Smith y Boas, 2023). Su mención en la contraportada supone entonces no solo una respuesta al auge de las ideas de izquierda en la sociedad chilena, sino una postura de la que debería ser la respuesta: la confrontación directa. La editorial toma parte de la premisa de Kaiser y considera también que la confrontación no solo debe ser con los representantes de la izquierda, sino con un sector de la derecha que evita tomar la misma postura combativa que ellos.

El otro elemento peritextual presente en el libro de Kaiser es el texto de presentación de Alejandro Chafuen, director ejecutivo de Atlas Network, una *think tank* estadounidense que promueve y financia actividades de grupos libertarios en América Latina. Chafuen es autor también de *Raíces cristianas de la economía de libre mercado* y ha expresado en múltiples ocasiones su simpatía por el golpe de Estado en Argentina llevado a cabo por la Junta Militar en 1976 (Página 12, 2020). La elección de Chafuen respondería a una estrategia editorial pero también a un consentimiento del autor, su presencia legitima el discurso de Kaiser, pero además predetermina la lectura del libro, ya que la precede. Una estrategia discursiva importante de su presentación es la comparación por contraste, pues él considera que existe una falta de libertad como con-

secuencia del ímpetu igualitario en el que vive la sociedad chilena. “El gran tema en Chile dejó de ser la libertad y comenzó a ser el de la equidad” (Chafuen, 2014, p. 15). Ambas nociones son presentadas como contradictorias y, entre ellas, el prologuista pide elegir el de la libertad.

Asimismo, encontramos una referencia patrimonial (Laborde-Milaa y Paveau, 2003), la cual consiste en hacer uso de referencias canónicas para resaltar el valor de una obra. Chafuen decide así citar la Biblia para otorgarle mayor valor al libro, “la voz de Axel [Kaiser] no quedó haciendo eco en el desierto como la del profeta Isaías citada por el Bautista (Lucas 3-4)” (2014, p. 15). La religión se presenta como una estrategia validante para determinar el éxito de un libro político, por lo que Chafuen apela a la cristiandad de un importante sector de la población para anunciar que este libro está dirigido a ellos. A través de una religión en común se crea la sensación de pertenencia a un mismo espacio ideológico, el cual necesita unificarse mediante una postura política que tenga como uno de sus guías a Kaiser. De esta forma, el peritexto de *La fatal ignorancia* provee varios indicios que contribuyen a situar al libro como perteneciente a una derecha radical, elementos que fueron resaltados y reforzados por Unión Editorial en las diferentes partes que componen el libro.

Respecto a *El libro negro de la nueva izquierda. Ideología de género o subversión cultural* de Nicolás Márquez y Agustín Laje, editado por Grupo Unión en 2016, se requiere hacer una precisión antes de abordar el análisis paratextual. Grupo Unión es la filial argentina de Unión Editorial, la cual es de origen español. Ambas promueven el pensamiento liberal en sus publicaciones, sin embargo, en el caso de Argentina, hay un especial interés por publicar autores libertarios. Debido a sus afinidades ideológicas, investigadores como Goldentul y Saferstein (2020) se refieren a estas editoriales simplemente como Unión. En conformidad con la naturaleza de nuestro análisis, nosotros hemos decidido diferenciarlas. Así, el primer elemento peritextual distintivo en la portada elaborada por Grupo Unión es una ilustración del Che Guevara, que ha sido intervenida para feminizarla a través de tonos rojos en los labios y párpados (véase imagen 2). La boina emblemática de Guevara, que sirve como elemento distintivo de su identidad, también fue intervenida y, en lugar de la estrella, se observa el símbolo de

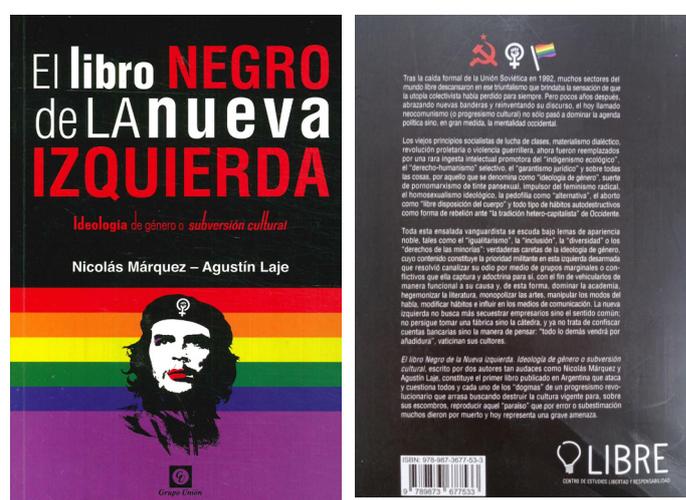
Venus con una mano alzada, el cual es usado por los grupos feministas. Además, como fondo se observa la bandera arcoíris de los colectivos LGTB. El carácter confrontacional y provocador de la portada es claro y, junto al título y al subtítulo, se informa al lector que este libro ofrecerá una crítica abierta a estos tres grupos que parecen ser identificados como enemigos: el socialismo representado por Guevara, el feminismo y los colectivos LGTB.

La contraportada refuerza esta idea al colocar tres símbolos que acompañan el texto de resumen: la hoz y el martillo, el símbolo feminista y la bandera LGTB (véase imagen 2). Por su parte, el mencionado texto no ofrece ningún elemento que permita considerarlo como perteneciente a un crítico o comentarista, por lo que reflejaría la posición editorial. La primera estrategia discursiva notable es la intensificación totalizante (Laborde-Milaa y Paveau, 2003), que consiste en considerar la publicación como un suceso significativo que los lectores deben atender. Grupo Unión lo clasifica como “el primer libro publicado que ataca y cuestiona todos y cada uno de los ‘dogmas’ de un progresismo revolucionario que arrasa buscando destruir la cultura vigente” (Grupo Unión, 2016). El valor de *El libro negro de la nueva izquierda* consiste entonces en su carácter pionero, al abordar un tema de forma confrontacional, característica que es apreciada por la editorial. En dicha frase también se observa una estrategia discursiva de comparación por contraste, utilizada igualmente en el libro precedente. La dicotomía muestra dos campos ideológicos delineados: el *nosotros* y el *ellos*. Los primeros representan un orden establecido que debe ser preservado, mientras que los segundos —los progresistas— son los destructores de la sociedad por lo que deben ser confrontados. Estos últimos son identificados como el “neocomunismo (o progresismo cultural)” y estarían ganando la agenda política, mediática y cultural. Por su parte, la derecha es asociada al “mundo libre” que venció a la Unión Soviética en la década de 1990. En tal sentido, Grupo Unión plantea en el peritexto la necesidad de una batalla política entre la izquierda y la derecha, que tiene que ser ganada por esta última. Igualmente, se evidencia una estrategia de atenuación (Laborde-Milaa y Paveau, 2003) para describir a la derecha; esta consiste en matizar los atributos del sujeto descrito, en este caso a la derecha. Así, si bien se reconoce que la derecha es la única ideología que puede conducir

a la sociedad por el camino del desarrollo y bienestar, se anuncia también que el surgimiento de la nueva izquierda es una consecuencia de ella, “por error o subestimación”. La finalidad de esta atenuación es interpelar a un sector de la derecha que aún no participa activamente en la batalla política que ellos han identificado.

## Imagen 2.

Portada y contraportada de *El libro negro de la nueva izquierda. Ideología de género o subversión cultural* (Grupo Unión, 2016).



El último elemento peritextual está compuesto por el prólogo de Gerardo Palacios Hardy, jurista argentino, vicepresidente de la Asociación de Abogados por la Justicia y la Concordia, movimiento civil que pide la liberación de los militares argentinos implicados en casos de violación de derechos humanos. Sus textos y ponencias suelen ser publicados en espacios conservadores como la Agencia Informativa Católica Argentina. El prólogo de Palacios Hardy reposa sobre la base de dos argumentos centrales. El primero señala que existe una perversión en la sociedad occidental que no está siendo denunciada por los sectores de derecha, por lo que el libro de Márquez y Laje revierte esta situación a través de un discurso “*políticamente incorrecto*” (Palacios Hardy, 2016). El segundo sostiene que existe una perversión en la sociedad debido a un alejamiento del “orden social cristiano” impulsado por sectores de izquierda o afines a éste. Para legitimar el libro, Palacios Hardy comienza empleando una estrategia de intensificación totalizante

al considerar que los autores confirman con este libro un “camino intelectual [de] pronóstico largo”. De esta forma, se hace una categorización de los autores como intelectuales trascendentales, pues se habla incluso de un prometedor avenir. Márquez y Laje se convierten así en sujetos autoriales en el doble sentido de la acepción: no solo son los creadores de un texto —los autores—, sino también son considerados por Palacios Hardy como autoridades sobre un tema específico. Esto último es de especial importancia porque los vuelve imprescindibles en las discusiones políticas modernas sobre la derecha latinoamericana y la crítica a la nueva izquierda.

El segundo argumento, por su parte, emplea la estrategia de adjudicación (Laborde-Milaa y Paveau, 2003), la cual consiste en ceder el valor del juicio a otras personalidades que, para el autor del prólogo, tienen un mayor capital simbólico que puede incrementar el valor de la obra comentada. Palacios Hardy (2016) cita así al sacerdote francés Louis-Édouard Pie para reforzar la noción de que la primera preocupación de la sociedad debería ser de orden ideológico: “El Cardenal Pie ha dicho que ‘las acciones del hombre son hijas de su pensamiento’”. Asimismo, se apoya también en Juan Manuel Prada para calificar de “Nueva tiranía” al pensamiento de izquierda que se autoidentifica como progresista. Ambas personalidades sirven así a Palacios Hardy para construir un relato en el que los valores asociados a la cristiandad son los únicos legítimos y en los que pareciera haber un consenso sobre la necesidad de la izquierda de limitar la libertad de aquellos que no se adhieren a su pensamiento. Grupo Unión elabora de tal forma un peritexto que demuestra la implicación de la editorial en destacar los atributos de la derecha mientras promueve un militancismo activo, junto con la necesidad de conservar como referentes los valores cristianos para preservar el bienestar social.

El tercer libro, *Cómo hablar con un progre. Por qué en lugar de hacerla desaparecer, la socialdemocracia incrementa la pobreza*, de Gloria Álvarez, ofrece en su portada una fotografía de la autora parodiando la postura de un intelectual de izquierda donde se observa la boina representativa del Che Guevara (véase imagen 3). Además, en la mano izquierda sostiene un bolígrafo corrector y en la derecha un libro en cuya tapa se leía la palabra “Revolución” pero que ha sido modificada por “Evolución”. El peritexto de la editorial Deusto

posiciona a Álvarez como una personalidad que enmienda el discurso de la socialdemocracia, que pertenece al espectro de la ideología de izquierda. Otro elemento peritextual e inusual que se observa en la portada es una descripción corta del libro, que ha sido elaborada por la editorial: “Gloria Álvarez desmonta con humor y sencillez los mitos, argumentos e ideas preconcebidas de la socialdemocracia” (Deusto, 2017). La construcción de esta presentación ejemplifica la postura de Deusto respecto al libro de Álvarez. El empleo del término “mitos” supone que los planteamientos ideológicos de la llamada socialdemocracia son ficcionales o irreales. De la misma forma, las “ideas preconcebidas” niegan un verdadero proceso de reflexión, lo que quita validez a cualquier conclusión ideológica que este grupo plantee. En tal sentido, la referencia a los “argumentos” puede ser interpretada de forma irónica. Por lo tanto, para Deusto el discurso de Álvarez tiene mayor validez que el de la socialdemocracia y por eso se presenta a la autora como alguien que desentraña nociones preestablecidas en el campo político y cultural.

### Imagen 3.

Portada y contraportada de *Cómo hablar con un progre. Por qué, en lugar de hacerla desaparecer, la socialdemocracia aumenta la pobreza* (Deusto, 2017).



Por otro lado, la contraportada (véase imagen 3) se abre con una frase del abogado estadounidense Gordon Liddy, colaborador cercano de Richard Nixon: “Progre es el que se siente profundamente en

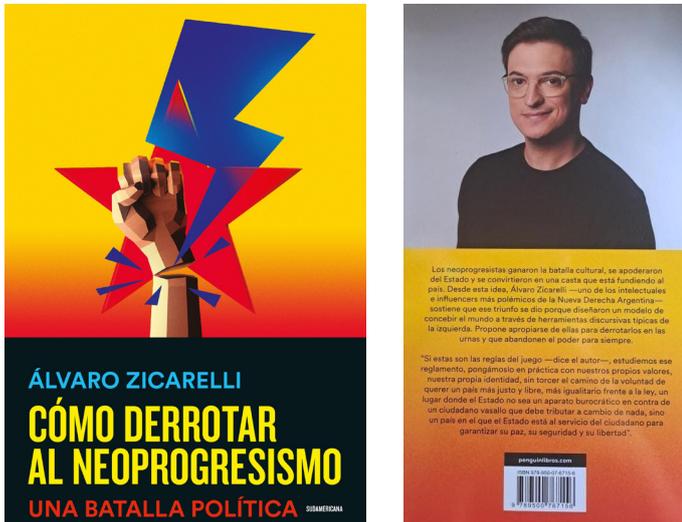
deuda con el prójimo y propone saldar esta deuda con tu dinero”. Si bien es cierto que esta información es aportada por la propia Álvarez al interior del libro, la decisión editorial de colocarla como elemento peritextual concede a Liddy la legitimidad de lo que es aceptable o no. El *progre* se convierte así en un aprovechador del ciudadano común, aquel dispuesto a perjudicar su economía. Además, y a través del uso de la segunda persona, *tu dinero*, existe una interpelación al lector situándolo en el campo del *nosotros*, los no progres, frente al *ellos*. La frase también destaca el carácter subjetivo de la *deuda* ya que esta se explica solo a través del *sentir* del denominado *progre*. Respecto al texto en sí elaborado por Deusto, se da una mayor precisión de lo que vendría a ser un *progre*, “un colectivo de extrema izquierda”. El *ellos* es señalado, entonces, como un campo de radicalidad que se distingue por “una posición de superioridad moral” con la excusa de defender “los intereses de la clase trabajadora”. La superficialidad del progresismo es destacada directamente por la editorial sin citar algún fragmento del libro de Álvarez o de otros autores, legitimando de esta forma el discurso de la autora. La editorial presenta al enemigo del progresismo, es decir, a la ideología liberal, la cual es caracterizada por “reducir la pobreza” y contribuir al “bienestar de toda la sociedad”. El *nosotros*, el único espacio en el que el lector podría identificarse bajo esta contraportada, es en la ideología liberal o sus equivalentes como el neoliberalismo, el cual también es nombrado por la editorial. De esta forma, y como en los libros anteriores, la estrategia de comparación por contraste se usa también para introducir el libro con la finalidad de forzar al lector a situarse entre estos dos supuestos escenarios dicotómicos. Al momento de presentar a la autora se hace uso de una estrategia totalizante, ya que se alaba su capacidad para articular un texto con “humor y sencillez” que desnuda la incongruencia del progresismo. El relato de Álvarez tiene las características de ser accesible a un público amplio debido a su lenguaje, además se destaca por el constante uso de “ejemplos reales de la actualidad política y económica”, lo que permitiría que el lector pueda sentirse identificado fácilmente. La editorial funciona así como un reflector del discurso de Álvarez y promueve a que el lector lo sea también.

El cuarto libro, *Cómo derrotar al neoprogresismo. Una batalla política*, de Álvaro Zicarelli, ofrece en su portada una ilustración de un puño alzado, símbolo de una izquierda militante, que está siendo partido en dos por un rayo azul; al fondo de la imagen se observa también la estrella roja, que simboliza al socialismo (véase imagen 4). La composición visual induce al lector a creer que el libro de Zicarelli contribuye a la derrota de la izquierda moderna, calificada por el autor como *neoprogresismo*. Pese a que el diseño de la portada pareciera formar parte de una estrategia totalizante en la que se pretende mostrar a Zicarelli como una voz con autoridad ante el avance de los *neoprogresistas*, el segundo elemento peritextual más importante ofrece una estrategia diferente para situar el libro de Zicarelli. En la contraportada, donde aparece de forma más evidente el discurso y la postura de la editorial sobre el libro, el texto es considerablemente menor en comparación a la foto del autor que aparece en esta sección (véase imagen 4). Además, la composición de los párrafos muestra también una clara estrategia de adjudicación que evita que Sudamericana califique directamente la obra. De esta forma, se lee un párrafo completo de *Cómo derrotar al neoprogresismo* en la contraportada y una referencia indirecta a la premisa central del libro del autor: “De esta idea, Álvaro Zicarelli [...] sostiene que [...]” (Sudamericana, 2022). Optar por la promoción del libro a través de las propias palabras del autor es una estrategia editorial poco atractiva ya que impide que el escritor, sobre todo si es nuevo como es el caso de Zicarelli, pueda acumular capital cultural y simbólico.

Sin embargo, la elección de los fragmentos en la contraportada supone también una estrategia editorial que merece ser tomada en cuenta. El segundo párrafo se centra en criticar la ineficacia de un Estado que ha sido tomado por una ideología de izquierda y plantea una solución ante este escenario que pasa por la activación política del ciudadano: “estudiemos este reglamento, pongámoslo en práctica con nuestros propios valores” (Zicarelli, 2022). Este fragmento se complementa con el primero donde se afirma que los “*neoprogresistas* ganaron la batalla cultural” (Zicarelli, 2022), situando una vez más al lector entre el *nosotros* y el *ellos* en medio de un lenguaje belicoso que busca obligarlo a tomar una postura ante esta realidad.

## Imagen 4.

Portada y contraportada de *Cómo derrotar al neoprogresismo. Una batalla política* (Sudamericana, 2022).



Así, los fragmentos seleccionados por Sudamericana del texto de Zicarelli (2022) difunden la idea de una toma del Estado por parte de la izquierda, “una casta que está fundiendo el país”, en donde la misma libertad individual está en riesgo debido a las “herramientas discursivas típicas de la izquierda”. La única estrategia discursiva en la que la editorial sí señala una postura directa es al momento de calificar al autor como “uno de los intelectuales e influencers más polémicos de la Nueva Derecha Argentina” (Sudamericana, 2022). Zicarelli es posicionado de esta manera como un autor revestido de conocimientos disruptivos en el nuevo panorama político de Argentina, su *intelectualidad* se caracteriza por el confrontamiento y el reconocimiento que sus ideas generan en su sociedad, otorgándole validez a su voz en el campo cultural. Además, se destaca también el valor mediático de sus pensamientos a través de su condición de *influencer*.

La noción de Nueva Derecha sirve también para mostrarlo como perteneciente a una corriente moderna que ya tiene cierto reconocimiento social y que plantea un actuar diferenciado frente a la antigua derecha que permitió la captura del Estado por parte de la izquierda. Si bien es cierto que el peritexto no desarrolla el concepto de Nueva Derecha, conviene señalar una definición aproximativa para diferenciarla de sus predecesoras, ya que el término aparece con frecuencia en los nuevos libros políticos. Para Agustín Laje (2022a), la Nueva Derecha es aún un proyecto en

construcción en el que confluirán todos los movimientos que se identifiquen como de derecha y que acepten la necesidad de dar la *batalla cultural* a las diferentes izquierdas. En tal sentido, él reconoce a los “libertarios, conservadores, tradicionalistas y patriotas” (p. 296). No reconoce, sin embargo, a los movimientos de centro derecha o a todos aquellos que se autodenominan de derecha pero que no resisten “a los hoy llamados procesos de ‘deconstrucción cultural’ y ‘post-identitarios’” (p. 297), ni a los que tienen “la voluntad de armonizar las relaciones entre clases, sexos, razas” (p. 297) o a los que no condenan las tendencias globalistas. De esta forma, el carácter novedoso de la Nueva derecha se basa en su condición de polemista, aspecto que también ha sido presentado en los libros anteriores bajo otras fórmulas como *políticamente incorrecto*. De tal manera, los nuevos intelectuales de derecha se distinguen por un perfil más confrontacional que la *antigua* derecha.

El último elemento peritextual del libro es el prólogo realizado por Agustín Laje, quien ahora referido como prologuista, demuestra que ha acumulado suficiente capital cultural e intelectual para poder presentar a un nuevo creador de libros políticos. El argumento central de Laje consiste en reforzar la falta de libertad en la que viven las personas cuyas ideas se encuentran dentro del espectro ideológico de la derecha, esto como consecuencia del “pensamiento único” (Laje, 2022b) que ha sido *impuesto* por el neoprogresismo. La estrategia de comparación por contraste es también la más empleada por Laje para considerar que mientras la izquierda tiene una “enorme lista de fracasos políticos y económicos” (2022b) y que ha causado más de “100 millones de muertos en siglo XX” (2022b), la derecha tiene un probado éxito económico. Pese a ello, la izquierda ha conquistado la batalla cultural y se asume como tal sin complejos, mientras que la derecha se muestra temerosa de asumirse como tal, “prefiere meterse al closet político y no salir más de ahí” (2022b), siendo su identidad política una negación de sus propias convicciones.

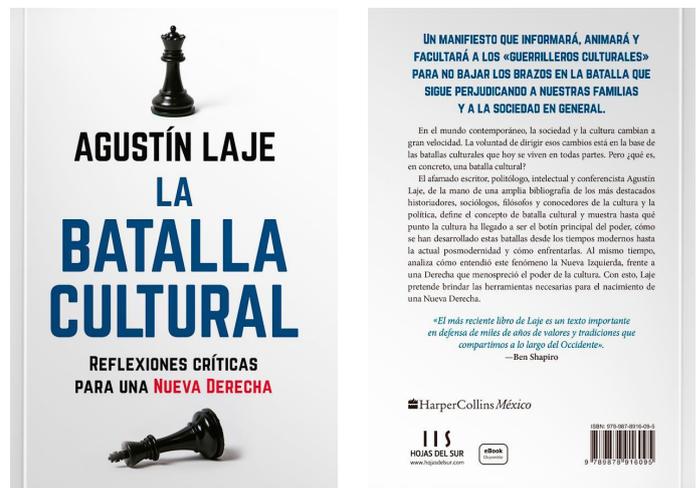
Para Laje (2022b), el mérito de Zicarelli consiste en denunciar la existencia de este clóset político al que muchas personas se autosometen para no ser confrontados por “la cultura de la cancelación, el linchamiento mediático y la corrección política vigente”. Por ello, el valor del libro está en su carácter testimonial, pues Zicarelli cuenta su propia experiencia de rechazo social al asumirse públicamente

de derecha. Solo a través de dicho proceso se puede llegar a la construcción del *nosotros*, una derecha política militante. “El “nosotros” político es una forma de la amistad, pero se lanza a una lucha agonal contra sus adversarios” (2022b). La confrontación directa y el lenguaje *políticamente incorrecto* son para Laje herramientas necesarias para la lucha y el *rescate* de la sociedad. Otra estrategia discursiva relevante usada por Laje es la interrogación (Laborde-Milaa y Paveau, 2003), la cual consiste en cuestionar al lector. Al final de su prólogo se le pregunta: “¿cuál es el problema con asumir que uno es de derechas, cuando en frente se tiene a adversarios tan perversos?” (Laje, 2022b). Esta forma maniquea en la que solo existen dos escenarios posibles obliga al lector a aportar una respuesta interior al cuestionamiento, forzándolo a no ser parte de los perversos. La elección o aceptación editorial de Laje como prologuista por parte de Sudamericana refuerza un discurso político a favor de un radicalismo de derecha en el que los planteamientos del llamado *neoprogresismo* no solo deben ser rechazados, sino combativos por ser por definición *perversos*. Si bien es cierto que Sudamericana evita posicionarse directamente a través del resumen en la contraportada, la inclusión de Laje termina reforzando la necesidad de radicalizar los discursos y las prácticas de la derecha.

El quinto libro, *La batalla cultural. Reflexiones críticas para una Nueva Derecha*, de Agustín Laje, muestra una composición visual donde en la parte superior de la portada se observa la pieza de ajedrez de una reina que domina el espacio central, mientras que en la parte inferior se encuentra la pieza del rey tumbada, en señal de derrota (véase imagen 5). Esta supremacía de lo simbólico femenino sobre lo simbólico masculino, reflejada también por Laje en *El libro negro de la nueva izquierda*, ejemplificaría el estado del campo cultural en el que la Nueva Derecha debe batallar. Además, en el documental *Querida resistencia. Documental de Agustín Laje* (2022c), él hace una referencia a la simbología del ajedrez al compararlo con la denominada *batalla cultural*, señalando que si no se tiene una definición clara de ambos ni se conocen las reglas o la estructura de sus dinámicas, el resultado será siempre negativo: “mal voy a poder yo jugar” (Laje, 2022c). Esta falta de claridad sobre lo que significa la *batalla cultural* en los sectores de derecha explicaría la derrota que se muestra en la portada, el objetivo del libro de Laje viene a revertir esta realidad.

### Imagen 5.

Portada de *La batalla cultural. Reflexiones críticas para una Nueva derecha* (Harper Collins, 2022).



Por su parte, la contraportada ofrece un amplio resumen que expone la postura editorial sobre el libro (véase imagen 5). En ella hay una clara identificación entre Harper Collins y la propuesta ideológica de Laje: “Una manifiesto [...] para no bajar los brazos en la batalla que sigue perjudicando a nuestras familias y a la sociedad en general” (Harper Collins, 2022). Esta frase que abre la contraportada utiliza la estrategia de comparación por contraste. Sin embargo, a diferencia de los libros anteriores, en donde el *nosotros* era encarnado por el autor y la derecha y el *ellos* por los diferentes tipos de izquierda, en este elemento peritextual Harper Collins se incluye dentro del *nosotros* afectado, *nuestras familias*. La figura de la familia amenazada como parte de un discurso ideológico es propio de los sectores de derecha y responde, según Mala Htun (2009), a fines políticos y electorales con el objetivo de afianzar a sectores que se identifican con valores cristianos tradicionales o conservadores. Asimismo, la editorial emplea también la estrategia del acto directivo (Laborde-Milaa y Paveau, 2003) al asegurar que el libro de Laje “informará, animará y facultará a los ‘guerrilleros culturales’” (Harper Collins, 2022). Esta estrategia se caracteriza por incentivar al interlocutor a realizar una acción, en este caso a adquirir la obra, con la finalidad de reforzar las convicciones ideológicas de todos aquellos que se definen como de derecha.

La utilización de la referencia patrimonial también se destaca en la contraportada, pues la editorial (Harper Collins, 2022) menciona que Laje ha construido su concepto de batalla cultural sobre la

base de una “amplia bibliografía de los más destacados historiadores, sociólogos, filósofos y conocedores de la cultura y la política”. De esta forma, la editorial le otorga legitimidad y capital intelectual a Laje al considerar que sus postulados son la consecuencia de una reflexión profunda y multidisciplinaria. Observamos también que Harper Collins se sirve de un discurso belicoso para describir el estado actual de la sociedad occidental. Las nociones de “batalla cultural”, “botín principal del poder” y la necesidad de “enfrentar” a la Nueva Izquierda son centrales en la argumentación de la editorial, además ellas resaltan el valor del libro porque contribuyen a impulsar una unificación de todos los espectros de la derecha con el objetivo de fundar la Nueva Derecha y derrotar así al adversario político. Por otra parte, la editorial utiliza una estrategia totalizante para presentar a Laje como el “afamado escritor, politólogo, intelectual y conferencista”; la elección de cada palabra contribuye a reforzar la imagen de un autor aclamado por sus obras, pero también por su contribución en las discusiones públicas. Por último, al final de la contraportada la editorial incorpora la opinión de Ben Shapiro, comentarista político estadounidense, conocido por su defensa de valores conservadores, quien considera que el libro de Laje contribuye a defender “miles de años de valores y tradiciones que compartimos a lo largo de Occidente”. A diferencia de otras estrategias patrimoniales mencionadas, esta tiene mayor valor porque se identifica al sujeto patrimonial que está dispuesto a otorgarle capital simbólico al autor comentado. En los círculos de la derecha radical internacional, Shapiro tiene un mayor capital político y cultural, por lo que su reconocimiento sirve para la internacionalización de la obra de Laje y para su posicionamiento como figura clave de la derecha latinoamericana tanto en el campo cultural como político. Asimismo, observamos que Shapiro emplea también el *nosotros* —“compartimos a lo largo de Occidente”— para inscribir a Laje dentro de un movimiento internacional de personas afines a la derecha radical. De esta forma, la decisión de la editorial de elegir a Shapiro como figura legitimadora de *La batalla cultural* confirma también el espectro ideológico en el que Harper Collins sitúa no solo la obra de Laje, sino a sus potenciales lectores.

En tal sentido, el análisis paratextual de las obras de nuestro corpus ha permitido mostrar que las diferentes configuraciones de la derecha radical en

América Latina, como el libertarismo de Milei, la derecha conservadora de Kast o la derecha populista de López de Aliaga, se vienen unificando a través de un agenda en común que parece consistir en *recuperar* el Estado de la ideologización a la que ha sido “sometida” por la izquierda. En este marco, el papel de algunas editoriales, quienes construyen elementos peritextuales que validan a los autores como intelectuales objetivos más que como actores ideológicos, es funcional para los objetivos de la derecha radical. El caso de Harper Collins, que además permite insertar a la derecha latinoamericana en un movimiento radical internacional, a través de los elogios de Ben Shapiro, muestra también el interés de inscribir la *batalla cultural* como un movimiento global y la necesidad de respaldar a autores que defiendan abiertamente esta ideología.

Por otra parte, notamos también el interés creciente de las editoriales por los libros políticos de derecha radical. Las primeras publicaciones de nuestro corpus aparecieron en la editorial española Unión Editorial —y su filial Grupo Unión—, la cual se describe a sí misma como una “editorial de pensamiento liberal” (Unión Editorial, s.f.), y que tiene un corto alcance si se compara con otras editoriales. Sin embargo, como se evidenció con los libros de Kaiser y Márquez y Laje, Unión Editorial y Grupo Unión sirven como plataforma de presentación y lanzamiento de nuevos autores ligados a esta ideología; su amplio catálogo editorial y, en especial, su colección Monografías, dan muestra de una predilección por publicar autores especialmente confrontacionales contra cualquier ideología de izquierda. Encontramos también, por ejemplo, el prólogo de Javier Milei a *4.000 años de controles de precios y salarios*, de Robert L. Schuettinger y Eamon F. Butler, publicado en 2020 por Unión Editorial. Estos criterios editoriales de publicación de libros no serían una excepción sino la norma. El director de Argentina del Grupo Unión, Rodolfo Distel, afirma también —por ejemplo— que existe una *batalla cultural* que está siendo ganada por el marxismo, por lo que considera una prioridad “difundir nuestras ideas” (Saferstein y Stefanoni, 2023, p. 10). Un trabajo posterior que examine los criterios editoriales y los actores que la impulsan revelaría con mayor detalle el grado de implicación ideológica de cada editorial. Otros aspectos a abordar en el futuro podrían ser también el análisis peritextual de las nuevas ediciones de los libros o de otros elementos como las solapas.

Igualmente, debemos señalar que la editorial Harper Collins es parte de la News Corporation, del millonario conservador estadounidense Rupert Murdoch, lo que podría explicar mejor la implicación de la editorial en los elementos peritextuales del último libro de Laje. La adquisición de editoriales por parte de millonarios es un fenómeno que se viene multiplicando en diferentes partes del mundo; en Francia, el empresario Vincent Bolloré también ha adquirido diversas editoriales que se especializan en la publicación de libros políticos que impulsan “un proyecto político reaccionario” (France Culture, 2024). Ello se inscribiría en lo que Aasland Ravndal denomina “estrategias de resistencia” de la derecha actual (2023, p. 15). Ante la imposibilidad de promover abiertamente acciones violentas contra los adversarios ideológicos, Ravndal anota que un sector considerable de la derecha contemporánea se ha consagrado al combate ideológico a través de la publicación de libros, los cuales suelen ser difundidos principalmente por editoriales pequeñas de abierta simpatía por la derecha radical.

Sin embargo, se debe anotar también que las editoriales Deusto y Sudamericana responden a una lógica más compleja del mundo editorial contemporáneo. Al ser sellos editoriales con destacada presencia debido a su longevidad, estos no pueden ser calificados directamente como afines a un pensamiento de derecha radical. Por ello, la fabricación de sus elementos peritextuales debe entenderse a través de un entramado comercial voraz. Luego de constatar un aumento por el interés de libros políticos en diferentes países de América Latina, las editoriales con mayor peso y capacidad de difusión se interesaron también en este nuevo mercado que promete considerables retribuciones comerciales. La elección de publicar el primer libro de Zicarelli y de Álvarez responde así a una apuesta editorial en un contexto de interés comercial por las producciones de la Nueva Derecha latinoamericana. No obstante, la construcción de sus peritextos evidencia una legitimación del discurso de la derecha radical, cuestionando el papel de las editoriales en el auge de esa ideología. Como paradigma de tratamiento editorial frente a un libro controvertido por su discurso radical se puede mencionar la estrategia abordada por el Institut für Zeitgeschichte (IFZ) en la reedición de *Mi lucha*, de Adolf Hitler, en 2016: “sería incluso irresponsable dejar que este texto circule libremente” (BBC News,

2016). Aquí los elementos peritextuales son críticos respecto al discurso del autor, por lo que se omite también cualquier imagen de él para no contribuir a la iconización de su figura.

Respecto al análisis de las estrategias discursivas, podemos concluir que todos los textos elaborados por las editoriales en las contraportadas utilizan la comparación por contraste para abordar directa o indirectamente la noción del *nosotros* (la derecha) y el *ellos* (la izquierda), presentando a los primeros como benefactores benévolos de la sociedad que han sido eclipsados en la actualidad debido a un laxismo o a un menosprecio por los aspectos culturales. Los segundos son, por su parte, caracterizados como elementos perjudiciales que suprimen la libertad de todos aquellos que no se adhieren a su ideología. Por eso, los *ellos* son descritos como excluyentes por definición, mientras que los *nosotros* se autoposicionan como un movimiento de resistencia inclusiva. Este discurso muestra también que no existen matices entre los diferentes espectros de izquierda y de derecha, postura que es planteada por los autores estudiados y replicada por las editoriales en los diferentes elementos peritextuales. Dicho escenario de adversarios, en el que solo puede haber dos espacios ideológicos, sirve entonces como justificante para la denominada *batalla cultural* y política. Las editoriales optan, en consecuencia, por reafirmar el argumento central de los autores en lugar de matizarlos o cuestionarlos, forzando a un determinado tipo de lector a elegir entre estos dos únicos escenarios.

Ahora bien, se tiene que tener en cuenta que este tipo de estrategias discursivas solo pueden ser disuasivas para un lector que simpatiza con algún espectro de la derecha, ya que estos productos de consumo intelectual solo buscan consolidar un sector de la población que ya se identifica previamente con valores o reivindicaciones en este espectro político (Htun, 2009). Si bien es cierto que una persona con poco interés político podría también interesarse eventualmente en estos libros, es muy difícil concebir que personas identificadas con la izquierda lleguen a adquirirlos. No obstante, se tiene que tener en cuenta también que el auge y la popularidad de los libros políticos en los últimos años ha aumentado su demanda, lo que indicaría que un sector de la población que no necesariamente se identificaba previamente con esta ideología ha optado por leerlos. Por ello, el rol de

las editoriales merece ser correctamente identificado y señalado, no solamente como mediadoras entre el autor y su público, sino también como legitimadoras de discursos.

#### 4. Conclusión

El análisis peritextual de los libros de nuestro corpus muestra que los diferentes actores que participan en su elaboración y difusión han elaborado una red de visibilización que les permite posicionarse como sujetos legítimos en el campo cultural frente a los desafíos que enfrenta la derecha latinoamericana. La identificación de dichos actores permite también evidenciar que muchos de ellos confluyen en espacios de convivialidad con políticos asociados a la derecha radical internacional. Las presentaciones de libros o entrevistas a los autores mencionados son solo uno de los escenarios visibles de este ecosistema

que han ido tejiendo los diferentes tipos de derecha radical en la región.

Sin embargo, su capital cultural y simbólico se construye esencialmente debido al recibimiento positivo de sus libros en el campo cultural. Además, teniendo en cuenta que la tesis central de la mayoría de los libros estudiados se centra en conquistar la *batalla cultural* con el objetivo de ganar la *batalla política*, el reconocimiento a estos autores como locutores válidos en las discusiones sociales y políticas es de especial importancia para este grupo. En tal sentido, los peritextos elaborados por las editoriales analizadas contribuyen a ello, ya que están contruidos para impulsar la adquisición del libro, por lo que suelen ser elogiosos o compartir elementos que destacan solo sus aspectos positivos, sirviendo directa o indirectamente como mecanismos de legitimación de discursos asociados a la derecha radical.

---

#### Notas

- 1 El político libertario argentino Ramiro Marra nota también este cambio en el tratamiento de las editoriales respecto a las publicaciones de libros asociados a la derecha: "No nos permitían publicar libros, se priorizaba lo socialista [...] Pudimos hacer que nuestros libros estén en todas las librerías, antes no estaban, estaban escondidos, pero siempre estaban entre los diez más vendidos. Ahora no nos esconden más y esto es parte de la batalla cultural" (Saferstein, 2023, p. 142).
- 2 La primera edición de *La fatal ignorancia* fue editada por el Instituto Democracia y Mercado en 2009. Sin embargo, como dicha edición se encuentra fuera de circulación y no cuenta además con suficientes elementos paratextuales, se decidió analizar la edición de Unión Editorial.
- 3 Ramiro Marra es una gran figura mediática del partido La Libertad Avanza de Javier Milei, desde 2021 es legislador de la Ciudad de Buenos Aires. Se considera a sí mismo como youtuber financiero debido a su fuerte presencia en redes sociales, donde habla de economía para un público amplio. Es autor de *Viva la libertad. Por qué hay que ser liberal. De tu economía a un modelo nuevo de país* (Planeta, 2023).
- 4 Patricia Soprano es una abogada y activista libertaria con presencia en todas las redes sociales, donde promueve la inclusión de políticas públicas basadas en valores cristianos y critica entidades estatales como el Ministerio de la Mujer al considerar que dichas instancias son innecesarias en la sociedad.
- 5 A menos que se haga una mención explícita a un autor, los textos en el peritexto son adjudicados a las editoriales al ser elaborados por ellas. Además, al ser parte del corpus estudiado ya identificado, estos no aparecen en las referencias.

---

#### Referencias bibliográficas

- Álvarez, G. (2017). *Cómo hablar con un progre. Por qué, en lugar de hacerla desaparecer, la socialdemocracia aumenta la pobreza*. Deusto.
- BBC News. (2016). Expiraron los derechos de autor de "Mi lucha" de Hitler y sale a la venta en Alemania después de siete décadas. *BBC News*. [https://www.bbc.com/mundo/noticias/2016/01/160101\\_hitler\\_mi\\_lucha\\_mein\\_kampf\\_derechos\\_de\\_autor\\_alemania\\_mr](https://www.bbc.com/mundo/noticias/2016/01/160101_hitler_mi_lucha_mein_kampf_derechos_de_autor_alemania_mr)

- Bohoslavsky, E. y Broquetas, M. (2019). Las derechas en América Latina tras la salida de las últimas dictaduras. *Contemporánea*, 11(2), 8-14. <https://ojs.fhce.edu.uy/index.php/cont/article/view/603>
- Bolcatto, A. y Souroujon, G. (2020). *Los nuevos rostros de la derecha en América Latina. Desafíos conceptuales y estudios de caso*. Universidad Nacional del Litoral.
- Bourdieu, P. (1971). Le marché des biens symboliques. *L'Année sociologique*, 22(3), 49-126.
- Bourdieu, P. (1992). *Les règles de l'art : genèse et structure du champ littéraire*. Éditions du Seuil.
- Cannon, B. y Rangel, P. (2020) Introducción: resurgimiento de la derecha en América Latina. *Revista CIDOB d'Afers Internacionals*, 126(12), 7-15. doi.org/10.24241/rcai.2020.126.3.7
- Chafuen, A. (2014). Presentación. En *La fatal ignorancia. La anorexia cultural de la derecha frente al avance ideológico progresista* (pp. 13-16) (2.ª ed.). Unión Editorial.
- Coto Giménez, J. A. (2021). *Make Argentina Liberal Again. An analysis on value, elites and political practices*. (Tesis para optar por el grado de Magíster en Antropología, Universidad de Oslo, Facultad de Ciencias Sociales). <http://hdl.handle.net/10852/88236>
- Ex-Ante. (19 de noviembre de 2023). Los nexos de Milei con intelectuales y economistas chilenos (además de Kast). *Ex-Ante*. <https://www.ex-ante.cl/los-nexos-de-javier-milei-con-intelectuales-y-economistas-chilenos-ademas-de-jose-antonio-kast/>
- Federalismo y Libertad. (27 de julio de 2022). El influencer, Álvaro Zicarelli, presentó su libro "Cómo derrotar al neoprogresismo" en Tucumán. *Federalismo y Libertad*. <https://www.federalismoylibertad.org/el-influencer-alvaro-zicarelli-presento-su-libro-como-derrotar-al-neoprogresismo-en-tucuman/>
- France Culture. (6 de marzo de 2024). Fayard, Hachette, Relay : Bolloré champion de l'édition politique. *France Culture*. <https://www.radiofrance.fr/franceculture/podcasts/la-question-du-jour/fayard-hachette-relay-bollore-champion-de-l-edition-politique-4362339>
- Genette, G. (1987). *Seuils*. Éditions du Seuil.
- Goldentul, A. y Saferstein, E. (2020). Los jóvenes lectores de la derecha argentina. Un acercamiento etnográfico a los seguidores de Agustín Laje y Nicolás Márquez. *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación*, 112, 113-131. <https://doi.org/10.18682/cdc.vi112.4095>
- Gramsci, A. (1981 [1975]). *Cuadernos de la cárcel. Tomo I. Cuadernos 1 (1929-1930), Cuadernos 2 (1929-1933)* (2.ª ed.). Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.
- Heinich, N. (2012). *De la visibilité. Excellence et singularité en régime médiatique*. Gallimard.
- Htun, M. (2009). Life, Liberty, and Family Values: Church and State in the Struggle over Latin America's Social Agenda. En F. Hagopian (Ed.), *Religious Pluralism, Democracy, and the Catholic Church in Latin America* (pp. 335-364). University of Notre Dame Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctvpj78r9.14>
- Kaiser, A. (2014). *La fatal ignorancia. La anorexia cultural de la derecha frente al avance ideológico progresista* (2.ª ed.). Unión Editorial.
- Kast, J. A. [@joseantoniokast]. (14 de diciembre de 2018). *Un gusto compartir con los autores de "El libro negro de la nueva izquierda" que expone claramente lo que es la #IdeologiaDeGenero*. [X]. X. <https://twitter.com/joseantoniokast/status/1073746307246944256?lang=fr>
- Kast, J. A. (25 de marzo de 2020). José Antonio Kast :: Feat :: Axel Kaiser. [Archivo de video]. YouTube. [https://www.youtube.com/watch?v=X\\_zyF9\\_vUx4](https://www.youtube.com/watch?v=X_zyF9_vUx4)
- Laborde-Milaa, I. y Paveau M.-A. (2003). L'Ancre médiatique des normes littéraires. En R. Amossy y D. Maingueneau (Eds.), *L'Analyse du discours dans les études littéraires* (pp. 363-378). Presses universitaires du Mirail.
- Laje, A. (2022a). *La batalla cultural. Reflexiones críticas para una Nueva derecha*. Harper Collins.
- Laje, A. (2022b). Prólogo. Salir del clóset. En *Cómo derrotar al neoprogresismo. Una batalla política* (pp. 6-9). Sudamericana.

- Laje, A. (9 de noviembre de 2022c). *Querida resistencia*. Documental de Agustín Laje. [Archivo de video]. YouTube. <https://youtu.be/xud3-762llo?si=JhadgV8OOpVL-74JC>
- Le Bart, C. (2012). *La politique en librairie. Les stratégies de publication des professionnels de la politique*. Armand Colin.
- Lejeune, P. (2010). *L'autobiographie en France*. Armand Colin.
- Macías, J. (10 de diciembre de 2023). *En esta otra foto podemos ver en la toma de posesión de Milei a Abascal junto al sector más conservador y ultracatólico de Atlas Network, con la presencia de Alejandro Chafuen (17 años presidente de Atlas Network, ahora de Acton Institute), Agustín Laje, Kast, Verastegui*. [X]. X. <https://twitter.com/JulianMaciasT/status/1733955424108359796/photo/1>
- Márquez N. y Laje, A. (2016). *El libro negro de la nueva izquierda. Ideología de género o subversión cultural*. Unión Editorial.
- Milei, J. (2020). *4.000 años de controles de precios y salarios*. Unión Editorial.
- Milei, J. (18 de agosto de 2022). *Javier Milei & La fatal ignorancia de Axel Kaiser*. [Archivo de video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=uqYDBz7J8Qs>
- Moller, D. (2016). Dilemmas of Political Correctness. *Journal of Practical Ethics*, 4(1), 1-22.
- Mudde, C. (2019). *The Far Right Today*. Polity Press.
- Municipalidad de Lima. (11 de septiembre de 2023). *Politólogo Agustín Laje es condecorado por alcalde Rafael López Aliaga*. [Archivo de video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=LvoL8QIKE-Y>
- Página 12. (24 de agosto de 2020). El lobby ultraliberal detrás de las marchas anticuarentena. *Página 12*. <https://www.pagina12.com.ar/287045-el-lobby-ultraliberal-detras-de-las-marchas-anticuarentena>
- Palacios Hardy, G. (2016). Prólogo. En *El libro negro de la nueva izquierda. Ideología de género o subversión cultural* (pp. 7-13). Unión Editorial.
- Ravndal, A. (2023). From Bombs to Books, and Back Again? Mapping Strategies of Right-Wing Revolutionary Resistance. *Studies in Conflict & Terrorism*, 46(11), 2120-2148. <https://doi.org/10.1080/1057610X.2021.1907897>
- Saferstein, E. (2023). Entre libros y redes: la "batalla cultural" de las derechas radicalizadas. En P. Semán (Ed). *Está entre nosotros. ¿De dónde sale y hasta dónde puede llegar la extrema derecha que no vimos venir?* (pp. 123-162). Siglo XXI.
- Saferstein, E. (2024). Las presentaciones de best sellers políticos de derechas como escenarios para la "batalla cultural" y la disputa política. *Revista Letral*, 32, 208-243. <http://doi.org/10.30827/RL.v0i32.29224>
- Saferstein, E. y Stefanoni, P. (2023). Edición y reacción. Cómo la batalla cultural antiprogresista argentina se despliega (también) en los libros. *Estudios Ibero-Americanos*, 49(1), 1-18 <http://dx.doi.org/10.15448/1980-864X.2023.1.44045>
- Semán, P. (Ed.). (2023). *Está entre nosotros. ¿De dónde sale y hasta dónde puede llegar la extrema derecha que no vimos venir?* Siglo XXI.
- Smith, A. y Boas, T. C. (2023). Religion, Sexuality Politics, and the Transformation of Latin American Electorates. *British Journal of Political Science* [First view], 1-20. <https://doi.org/10.1017/S0007123423000613>
- Stefanoni, P. (2021). *¿La rebeldía se volvió de derecha? Cómo el antiprogresismo y la anticorrección política están construyendo un nuevo sentido común (y por qué la izquierda debería tomarlos en serio)*. Siglo XXI.
- Unión Editorial. (s/f). La editorial. *Unión Editorial*. <https://www.unioneditorial.net/la-editorial/>
- Yahoo News. (24 de noviembre de 2023). Gloria Álvarez, la politóloga de ultraderecha cercana a Milei, rechazada en la UNAM. Yahoo News. <https://es-us.noticias.yahoo.com/gloria-alvarez-la-politologa-de-ultraderecha-cercana-a-milei-rechazada-en-la-unam-235538005.html>
- Zicarelli, A. (2022). *Cómo derrotar al neoprogresismo. Una batalla política*. Sudamericana.