



Contratos de lectura en el cómic argentino de los años 70

Sebastian Horacio Gago

Question/Cuestión, Nro.76, Vol.3, Diciembre 2023

ISSN: 1669-6581

URL de la Revista: <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/>

ICom -FPyCS -UNLP

DOI: <https://doi.org/10.24215/16696581e829>

## Contratos de lectura en el cómic argentino de los años 70

### Reading Contracts in Argentine Comics of the 1970s

**Sebastian Horacio Gago**

Facultad de Ciencias de la Comunicación; Universidad Nacional de Córdoba / Instituto de Estudios sobre Comunicación, Expresión y Tecnologías (Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas-Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Nacional de Córdoba).  
Argentina

[sebastian.gago@unc.edu.ar](mailto:sebastian.gago@unc.edu.ar)

<https://orcid.org/0000-0001-8887-4842>

#### Resumen

Las revistas *D'artagnan* y *Skorpio* ocuparon el centro del campo de las historietas de aventura en Argentina en la década de 1970. Surgida la primera en 1957 en la Editorial Columba y la segunda en 1974 en el sello Record, innovaron en el mercado editorial en cuanto a géneros y formas narrativas. Asimismo, contribuyeron a construir respectivas comunidades imaginadas de lectores como así también definieron un canon expresado en una tradición de autores y de obras al interior del campo del cómic nacional. Por tal motivo, ambas cabeceras fueron protagonistas de una determinada contemporaneidad en una etapa en que este medio funcionaba inserto en la industria editorial profesional.

En este texto comparamos las líneas fundamentales de los contratos de lectura propuestos por *D'artagnan* y *Skorpio*, deteniéndonos en un aspecto de la instancia de enunciación o *régimen del decir* (Lucas Berone, 2014), a saber, la identidad discursiva de tapa y otros componentes paratextuales de un medio de comunicación gráfica, «que actúan sobre los planos diversos, y conectados, de lo visual y lo verbal» (Lucas Berone, 2022, p. 26). Nuestro corpus de análisis se compone de tres números de cada revista, publicados a mediados de 1978, un momento importante en sus respectivas trayectorias editoriales.

### **Abstract**

In the 1970s, the magazines *D'artagnan* and *Skorpio* occupied center stage in the field of adventure comics in Argentina. The first one emerged in 1957 under the publisher Editorial Columba, while the second one was established in 1974 under the label Record. They brought innovation to the publishing market in terms of genres and narrative forms. Additionally, they contributed to the creation of respective imagined communities of readers while also defining a canon expressed through a tradition of authors and works within the national comic field. For this reason, both publications played a leading role in a specific contemporaneity, during a period when this medium operated within the professional publishing industry.

In this paper, we compare the fundamental lines of the reading contract proposed by *D'artagnan* and *Skorpio*, focusing on an aspect of the enunciation instance or regime of speech (Lucas Berone, 2014), namely, the discursive identity of the cover and other paratextual components of a graphic communication medium that "act on the diverse and interconnected planes of the visual and the verbal" (Berone, 2022, p. 26). Our corpus of analysis consists of three issues from each magazine, published in mid-1978, an important moment in their respective editorial trajectories.

**Palabras clave:** historieta; tapas; revistas; contemporaneidad; Argentina.

**Key words:** Comic; covers; magazines; contemporaneity; Argentina.

### **Entre mercancía industrial y valor cultural: las editoras Columba y Record**

Durante el siglo XX, la historieta en Argentina funcionó como un espacio cuyo funcionamiento estaba ceñido a un sector tradicional de la industria cultural, el campo editorial masivo. Durante el período comprendido entre 1945 y 1964, proliferaron proyectos editoriales que significaron un salto de calidad para el medio, tales como las revistas *Patoruzito* (Dante Quintero), *Misterix* (Editorial Abril) y *Hora Cero* (Editorial Frontera). Una conjunción de factores explican el final de esa «época de oro» del género en el país sudamericano (Juan Sasturain, 1995, p. 30): la crisis e inestabilidad económica de la Argentina, la falta de competitividad de editoriales locales frente al ingreso de material proveniente del extranjero (en particular, las revistas mejicanas de Editorial Novaro, que incluían superhéroes norteamericanos), y la emergencia y consolidación de la televisión como forma masiva de entretenimiento en los hogares, que implicó una disminución del volumen de ventas de la mayoría de las revistas de historieta de la época. Al deterioro económico de los editores se les sumó la disminución de la calidad de la producción, debido a que muchos buenos dibujantes, por la creciente diferencia salarial, comenzaron a trabajar para compañías europeas.

Editorial Columba pudo sobrellevar la crisis y se consolidó como líder del mercado de historietas de aventura del cual, habiendo sido fundada en 1928, era pionera. Sus cabeceras *D'Artagnan*, *El Tony*, *Intervalo* y *Fantasía* afianzaron su popularidad y volumen comercial aunque sin alcanzar las tiradas de los años 40 y 50. Con la incorporación, en 1966, del guionista Robin Wood (1945-2021), Columba logró una cuantiosa producción de calidad abarcando todos los géneros. Según Judith Gociol y Diego Rosemberg (2000), la mejor época de esta editora fue entre 1970 y 1975, período en que una revista como *D'Artagnan* podía vender 240 mil ejemplares quincenales.

El milagro era obra casi exclusiva, de Robin Wood, que escribía casi todas las historietas de la editorial. Llegó a realizar veinte historias en forma paralela y a crear unos ochenta personajes para los que redactó uso cinco mil guiones. Tan adorado como cuestionado, es –sin duda- el *best seller* de los cuadritos. (Gociol y Rosemberg, 2000, p. 45).

*Nippur de Lagash* (Robin Wood y Lucho Olivera) fue la serie más destacada dentro de los numerosos personajes que el guionista paraguayo publicaría en Columba durante tres

décadas. Al punto que a fines de 1979 la editora lanzó *Nippur Magnum*, una revista antológica que llevaba el nombre del popular personaje, además de sus variantes *Todo Color* y *Anuario*, en tanto que las otras cuatro publicaciones tradicionales del sello pasarían a editarse también en formato álbum y anuarios. Posiblemente la aparición del *Nippur Magnum* fue una estrategia del sello para competir por espacios de mercado con las nuevas publicaciones surgidas en la época, en especial la oferta de Ediciones Récord.

A partir de la publicación regular de cuatro revistas mensuales -*Skorpio*, *Corto Maltés*, *Tit-Bits* y *Pif-Paf*-, Ediciones Record (1974-1996) generó una oferta de los más diversos géneros populares de historietas de la época, además de otros novedosos, como la ciencia ficción y el terror. Fundada por el italiano Alfredo Scutti, la editora introdujo una serie de normas de producción que provenían del mercado italiano masivo de la época, adonde iría destinado gran parte del material publicado en sus revistas locales. Esas normas innovaban respecto de los esquemas tradicionales de su contemporánea Editorial Columba. Por ejemplo, guiones con menos cantidad de textos y argumentos que presentan una mayor complejidad en relación con la psicología de los personajes o concepciones morales, y mayor cuidado en la calidad gráfica. La estrategia editorial de Record, si bien originada en el interés de una ganancia económica extraordinaria, «rescataba la calidad del dibujo, la escenografía y la historia» (Carlos Trillo, citado por Laura Vázquez y Diego Agrimbau, 2012, s/n/p) y la valoración de la cultura del libro, ofreciendo historietas editadas en ese formato para coleccionar frente a la fugacidad de la revista de kiosco (Vázquez, 2010, p. 215).

Asimismo, Ediciones Record coadyuvaría a la consolidación definitiva de una nueva posición en el campo de la historieta argentina, la del crítico. Esa labor reflexiva y metahistorietística estuvo en manos de nuevos creadores que, desde su rol de especialistas, consagraron a los «maestros» de la «época de oro» del género en el país -Hugo Pratt, Alberto Breccia y Héctor Oesterheld- para consagrarse a sí mismos (Roberto von Sprecher, 2012, p. 183) en tanto autores herederos de esa tradición. En este contexto, se destacaría el guionista Carlos Trillo al introducir formas innovadoras (Raymond Williams, 1994, p. 96-97) en narrativa y empleo de los géneros, frente al modelo cargado de textos y más convencional de Editorial Columba. Carlos Trillo y Guillermo Saccomanno gestionaron las secciones de crítica y divulgación de las revistas de Record durante la segunda mitad de los años 70 (1), concretando una paradójica inversión: trabajando para una empresa comercial, llegaron al éxito comercial

oponiéndose a «lo comercial», nominando como tal a Editorial Columba (von Sprecher, ob.cit, p. 183). Agentes *multiposicionales* del campo del cómic, siendo guionistas y críticos a la vez, lograron reconvertir el capital simbólico o prestigio obtenido en ganancia económica.

*D'artagnan* (Editorial Columba) y *Skorpio* (Ediciones Record) fueron las principales cabeceras de la historieta de aventuras argentina dentro del período de la historia del campo analizado. En general, las historietas más destacables y valorizables de ambos sellos editoriales aparecieron, respectivamente, en estas revistas. Si bien pensamos que la portada es la más externa y visible forma paratextual, nos detenemos lateralmente en otros paratextos a los fines de complementar y enriquecer el análisis. Recortamos un segmento temporal particular de la trayectoria de estas revistas, protagonistas de una determinada contemporaneidad: mediados del año 1978. La elección del corpus atiende al material disponible por el investigador y también a una serie de circunstancias sobre las que nos explayaremos a continuación.

En primer lugar, durante el año 1978 las casas editoras Columba y Record coincidieron en un pico comercial y creativo, talante que recayó particularmente en sus revistas más vendidas, *D'artagnan* y *Skorpio*, respectivamente. Respecto de Editorial Columba, consiguió un notable éxito a partir de los lanzamientos de *Dax* (Robin Wood y Rubén Marchionne) y *Savarese* (Wood y Domingo Mandrafina), además del sensacional giro argumental del personaje icónico de la editorial, *Nippur de Lagash* (en el episodio «Laris, sobre el espejo del desierto», publicado en el *D'artagnan Súper Álbum* n.º 15, de julio de 1978, el sumerio pierde su ojo, hecho que marcará su devenir hasta el final de la serie). Aclaremos que nuestro corpus se compone del *D'artagnan Súper Álbum*, un título paralelo al *D'artagnan* original, revista que se denominó *D'artagnan Extraordinario* a partir de 1968 y, desde 1977, *D'artagnan Extracolor*.

Por su parte, a fines de los 70, en torno a la editora Record se consolidaba un grupo de autores cuyas trayectorias destacarían a lo largo del último cuarto del siglo XX. El nivel de calidad autoral se suma a la aplicación del color a partir del número 36 de *Skorpio*, de octubre de 1977, elemento que en esta publicación era relativamente superior al de las otras revistas de historietas de aventura argentinas del momento. Entre las series publicadas en *Skorpio* durante 1978, contamos *Precinto 56* (policia negra, de Ray Collins y Ángel Fernández), *Yo, ciborg* (ciencia ficción, de Grassi y Olivera), *Lord Jim* (aventura y misterio, de Albiac y Lalia), *As de Pique* (bélico, de Barreiro y Giménez), y en colores se incluían el clásico *Corto Maltés*

(aventuras, de Hugo Pratt) y *Alvar Mayor* (ficción histórica, de Trillo y E. Breccia). La presencia de este último personaje es significativa porque, con pocos meses de vida editorial, pasó a ser una de las historietas más importantes entre toda la oferta de Record, en coexistencia con el propio *Nippur de Lagash*, título fundamental en la historia del cómic nacional y pionero del género ambientación histórica (Francisca Lladó, 2001, pp. 76-77).

### **Una noción teórica de paratexto**

Nuestro punto de partida para pensar en los procesos de edición y de producción de publicaciones, son una serie de ideas del autor Gérard Genette. El uso de paratextos provee de identidad a una publicación de la forma más primaria y visible. El paratexto es un medio por el cual un texto se convierte en libro y se propone como tal a sus lectores, y de manera más general, al público (Genette, 2009, p. 9). Afirma Leonardo Pires Nascimento (2022, pp. 113-114) que

[...] el autor no produce un libro: el libro en sí es una comunión de factores, procesos y prácticas que se sintetizan en la publicación impresa final; esta localización de la producción en varias manos y etapas para la elaboración del material físico es un medio de sugerir que el texto autoral no es autosuficiente para divulgación e intermediación entre público y contenido original de la obra. Así, el uso extensivo de los paratextos tiene como función básica la contextualización primaria entre la producción autoral y la identificación de ésta como objeto de consumo. Asimismo, la intención del paratexto se realiza en la identificación de los procesos editoriales como un medio de simbolizar la intervención del editor frente al texto original. (3)

Los paratextos funcionan como mediadores de la valoración de una publicación u obra y del direccionamiento de la lectura. Mecanismos fundamentales para la articulación entre industria, audiencia y texto (Ivan Gomes y Ricardo Lucas, 2016), los dispositivos del proceso de edición cumplen la función de integrar a los lectores dentro de una realidad editorial. Permiten gestionar y circular eficazmente la información e inscribir obras y autores dentro de una tradición. En este texto analizamos las tapas y sólo secundariamente abordaremos otro tipo de paratextos de las revistas, en especial los dispositivos presentadores y ordenadores del

contenido, como son los índices. Nos regimos por el supuesto de que la tapa es la carta de presentación de un título y permite una visualización rápida de lo más importante de su contenido; a partir de las *marcas* o *huellas* identificables en ellas, podemos reconstruir algunas claves de las condiciones sociales de producción de los impresos de la industria editorial de historieta de aventuras en Argentina.

Analizamos comparativamente los rasgos, el alcance y las líneas fundamentales del contrato de lectura de las revistas *D'artagnan* y *Skorpio*, desde dos vías analíticas: 1) observar, en un nivel paratextual «las decisiones y las operaciones de constitución de una identidad discursiva *de tapa* (como modo de presentación del medio de comunicación gráfica, sobre los planos diversos, y conectados, de lo visual y lo verbal)» (Berone, 2022, p. 26), en tres números de sendas publicaciones que aparecieron en los meses centrales de 1978 (junio, julio y agosto); 2) comparar la composición de los índices y otros elementos paratextuales de las primeras páginas al interior de las revistas. Analizamos primero *D'artagnan Súper Álbum* y, luego, *Skorpio*, y finalizamos el escrito con una breve conclusión.

### **Las tapas: análisis visual y textual del contrato de lectura**

1. *D'artagnan*, fundada en 1957, fue la publicación tal vez más exitosa de Editorial Columba en un período clave de la historieta argentina, aquel que se abrió luego de la finalización del ya comentado «período dorado» del campo. La novedad de esta revista mensual era su fórmula de publicación de episodios autoconclusivos. Esta modalidad ya había sido implementada por Héctor Oesterheld, en calidad de editor, en sus revistas de Editorial Frontera, y que iría a reemplazar la fórmula del «continuará», que imponía a una historia prolongarse en varios números de una publicación. Ya en los años 70 *D'artagnan* se había afianzado a lo largo de todo el arco de géneros de aventura vigente en aquel momento: western, bélico, policial, ciencia ficción, fantasía heroica, histórico, adaptaciones de películas, además alguna página de humor.

Nuestro corpus se compone de tres revistas de la línea «Súper Álbum» del *D'artagnan*, compuesta por 146 páginas. No contienen en su interior contenidos paratextuales significativos, a excepción de la publicidad y algunos *inserts* textuales breves alusivos al 50 aniversario de la editorial, fundada en 1928, que no son materia de análisis en este trabajo.

El motivo gráfico central de las portadas del *D'artagnan Super Álbum* (desde ahora en adelante, DSA) solía ser un primer plano o un plano entero del protagonista de una de sus principales series. De función metonímica o indicial (Berone, 2022, p. 30) respecto del contenido de la revista, se añade -aunque no siempre- un texto informativo, que acompaña como anclaje del motivo dibujado. Es decir, la operación indicial de la portada consiste «en la reproducción de alguna de las series incluidas en el interior de la publicación» (ibíd.). Sin embargo, abrimos este análisis con un caso que desdice la tendencia enunciada.

Se trata del número 14 del DSA, de junio de 1978, cuya imagen de tapa parece haber sido elaborada sin que el ilustrador se atenga a algún contenido de la revista (Figura 1). Por lo que en algunas portadas no hay remisión a alguna historieta contenida en la edición, sino que se representa simplemente un tema genérico de acción; en otras ocasiones aparece un actor de cine de Hollywood aunque ese número del DSA no contuviera adaptaciones de las películas que esa estrella protagonizó; inclusive hemos encontrado casos en que las ilustraciones de tapa presentan una serie que integra la revista aunque sin que el dibujante haya leído de antemano el episodio puntual incluido en ese número.

Alfredo De La María, ilustrador excepcional, tuvo a cargo las tapas del DSA durante años. Su firma no figura en la imagen sino que es acreditada a la cabeza del índice de la revista, en página 3, sin especificar el nombre de la serie ilustrada: «Portada: ilustración de De La María». Dicho lo anterior, entendemos que una de las prácticas editoriales de Columba consistía en encargar las ilustraciones de tapa a artistas que no eran los dibujantes de la historieta representada -y que, la más de las veces, formaba parte del contenido de la revista-, cuestión relacionada con el tipo de organización productiva de la empresa. A diferencia de Ediciones Record, la división del trabajo en Columba no perseguía el interés de revalorizar en forma de capital simbólico la calidad del autor -dibujante- de las historietas, sino más bien priorizaba la especialización propia de una industria editorial profesional. Por tanto, la longeva editora contaba con un ilustrador fijo para la producción de este componente paratextual de los impresos, excluyendo de ese rol a los creadores de las series publicadas.





**Figura 1.** Portada de *D'artagnan Súper Álbum* n.º 14, junio de 1978, cuya ilustración no mantiene vínculo indicial con alguna serie contenida en esa edición. Autor: Alfredo De La María. Imagen obtenida del blog especializado *Columberos*.

En la portada del *DSA* número 15, de julio de 1979, encontramos una pista con la cual analizar los usos editoriales de Columba. El centro de tapa consiste en un retrato del mariscal Erwin Rommel, jerarca nazi apodado «El Zorro del Desierto». Al igual que en las otras artes de tapas del ilustrador De la María, la estética verista rayana al póster cinematográfico se acompaña de un estilo cromático muy distante de los tonos chillones y contrastantes propios del coloreado de algunas historietas al interior de la revista. La ilustración de portada, una combinación de escenas del cómic y motivos de iconografía nazi, refiere metonímicamente al episodio «Encuentro con el Afrika Korps», de la serie *División Africana*. En el índice de la revista, la serie lleva la firma de Gian-Galeazzo Bruno, seudónimo del guionista Alfredo Julio Grassi.

Un buen punto de partida para comprender la dimensión textual-verbal de la portada del DSA es el análisis de otros elementos paratextuales de la publicación que participan en la nominación de las series y la atribución de autoría. Respecto de la nominación de las historietas, notamos que en el índice del álbum sólo se menciona el nombre de la serie, omitiéndose el episodio, cuyo nombre aparece recién en la primera página -presentación- de la historieta. Y en relación con la autoría, notamos algo similar, pues el índice sólo reconoce como autor al guionista, omitiéndose el nombre del dibujante, mientras que en las primeras páginas de episodio la mención de autoría distingue entre el autor de la serie (lugar que sólo ocupa el guionista) y, más abajo en el espacio de página, el dibujante. En el segundo caso (los créditos de autoría en la página de presentación de cada historieta), la sola mención del nombre del guionista, sin informar su función, hace recaer exclusivamente sobre él la autoría, reservándose un lugar secundario al dibujante, identificado con la función «dibujos». Leemos ese criterio diferenciador en cuanto a los créditos autorales como expresión de la idiosincrasia editorial de Columba, que trazaba, dentro de un esquema industrial de producción cultural, una división del trabajo intelectual en la que los dibujantes equivalen a ilustradores de relatos escritos.

Esas marcas de identificación profesional nos dicen mucho sobre el programa estético-ideológico del sello editor. La concepción del medio historietístico como la integración de dos elementos del lenguaje (verbal e icónico) en una unidad semiótica y estética indisoluble, no parece haber sido una preocupación central de Editorial Columba. El componente verbal se imponía sobre la dimensión visual de las historietas, al punto que entre los recursos textuales de descripción de los contenidos de cada número, las portadas incluyen la invariable leyenda «Novelas completas». Esa etiqueta implica dos cuestiones. En primer lugar, refuerza la concepción de la historieta de la longeva editorial: si se destaca el carácter novelado o novelesco de sus series, se valorizan los aspectos literarios y narrativos en detrimento del arte gráfico. Señala Vázquez que los álbumes de Columba respondían al «concepto de “historias de larga duración” que llevó a que se exigiera a los dibujantes realizar un promedio de nueve cuadros por página, con cartuchos de texto en la parte superior, para que se pudiera seguir la lectura, como si se estuviera leyendo una novela» (2010, pp. 238-239). En segundo lugar, la especificidad del cómic como arte visual queda subordinada a una estrategia mercadológica que se asocia imagéticamente a la más poderosa maquinaria de la industria cultural, el cine. De hecho, la portada, de estética similar a un afiche de una película bélica de Hollywood, en su

dimensión textual contiene dos rótulos de sentidos contrastantes (por lo que destacan): el ya mencionado «Novelas completas» y «*en Supercolor: Dax – Nippur – Larrigan – A quemarropa*» (2) (Figura 2). Si bien se resalta la importancia del color, el coloreado de las historietas, como ya hemos señalado, no contribuye a la calidad de su componente visual, dada su naturaleza excesivamente chillona y carente de un criterio de equilibrio y armonía cromática.

Respecto de la dimensión textual, la siguiente reflexión nos ayuda a analizar las tapas del *DSA*. Lucas Berone (2022, p. 31) sostiene que

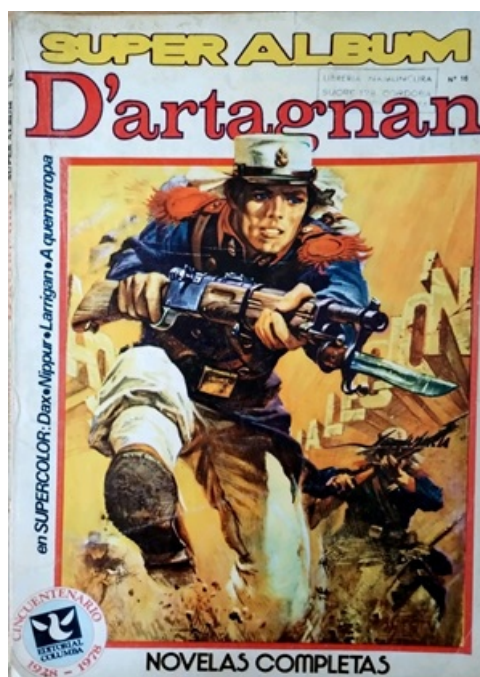
[...] la identificación del reenvío o de la remisión paratextual, de la imagen de tapa a los «contenidos» de la revista, requiere aún de un esfuerzo relativamente importante en el trabajo de decodificación por parte del lector; ya que la redundancia entre un espacio y otro, entre una zona y otra, respecto de la publicación como totalidad, no resulta de ningún modo obvia o esperable [...]

En las tres tapas del *DSA* analizadas, la falta de remisión textual demanda al lector un esfuerzo de comprensión, situándolo en una «comunidad imaginada» (Anderson, 2008) compuesta por un público dotado de ciertos códigos culturales que les posibilita reconocer los contenidos producidos por la editorial aunque no exista transparencia en el contrato de lectura construido a través de las tapas ilustradas por De la María. Por lo tanto, las operaciones de reenvío paratextual verbal al contenido interno de la publicación son incluso más sutiles que en *Skorpio*.



**Figura 2.** Portada de *D'artagnan Súper Álbum* n.º 15, julio de 1978, con ilustración de la serie *Aquí, La Legión* (Wood-García Durán), de Alfredo De La María. Imagen obtenida del blog especializado Columberos

Finalmente, en la portada del número 16 del *DSA* (agosto de 1978), también con dibujos de De la María, el rótulo de la serie *Aquí, La Legión* (guiones de Robin Wood y dibujos de García Durán) acusa un parecido con el logotipo del estudio de cine de Hollywood 20th Century Fox. El significado de ese título se nos sugiere por medio de un recurso tipográfico fácilmente reconocible para un lector occidental promedio, consumidor de productos de la cultura masiva. Si coincidimos con Eisner (1998, p. 12) en que «la rotulación, tratada 'gráficamente' para prestar un servicio a la historia, funciona como extensión de la imagen», nos permitimos pensar en que la mediación de la espectacularidad cinematográfica en el tratamiento del rótulo contribuye a promocionar un drama bélico situado en el norte de África de fines del siglo XIX. Es destacable la capacidad de Robin Wood para absorber y recrear, a partir de guiones de notable calidad, conceptos y formas presentes en otros espacios artísticos y de producción ficcional como lo son la literatura de masas y el cine. (Figura 3).



**Figura 3.** Portada del D'artagnan Súper Álbum nº 16, agosto 1978, con ilustración de la serie *Aquí, La Legión* (Wood-García Durán), de Alfredo De La María. Acervo del autor.

2. Según Gociol y Rosemberg (2000), *Skorpio* fue la cabecera a través de la cual Ediciones Record intentó reflotar la experiencia de las desaparecidas revistas de la desaparecida Editorial Frontera, dirigida por Héctor Oesterheld entre 1956 y 1961.

De hecho, en «Skorpio» -y también en «Corto Maltés», «Tit-Bits» y otras revistas del sello, que llegó a tener ocho en circulación- se reeditaron las obras de Héctor Oesterheld y Hugo Pratt. Las aguas entonces se dividieron entre esos dos monstruos: Record y Columba. (Gociol y Rosemberg, 2000, p. 46).

A los fines de innovar frente al modelo editorial y creativo dominante, representado por Columba, el proyecto editorial de Record abrevaba en una tradición creativa de «la época de oro» (Gociol y Rosemberg, ob.cit., p. 32). Asimismo, esa estrategia convirtió la necesidad de virtud, pues el objetivo de Alfredo Scutti, director del sello, era preparar material que, si bien era

publicado en Argentina, estaba destinado al mercado italiano. De todos modos, la editora fundada en 1974 se valió de una serie de elecciones estéticas y de prácticas editoriales que posicionaron sus impresos como un valor social y culturalmente reconocido. Hemos indicado ya que, desde 1975, sus cabeceras más importantes, *Skorpio* y *Tit-Bits*, desarrollaron, además del correo de lectores, secciones estables de información de actualidad y crítica sobre historietas. Es así como el «El Club de la Historieta», de *Skorpio*, constituyó un espacio estratégico para la revista, no sólo como lugar de reflexión sobre el género sino que también, junto a las secciones de crítica y divulgación de *Tit-Bits*, formó parte de una red de circulación de información que integraba a una comunidad lectora e imaginada de las publicaciones de la editorial.

Tal como hemos anunciado, aquí nos enfocamos en el análisis de las tapas, dispositivo paratextual central de un proyecto creativo y editorial. En *Skorpio*, una revista antológica de 110 páginas, las portadas siempre destacan historietas presentes en el interior de la revista, alternando entre los títulos, sin dar prioridad a una serie en detrimento de otra. En la parte inferior derecha, se ubica el logotipo de la editora (un galeón español), y también en la zona inferior suele destacarse, en texto, uno de los títulos que integran la edición. Al igual que en el *DSA*, la presentación de *Skorpio* no hace aparecer al lector los nombres de los dibujantes sino que se privilegian los títulos de las historietas, esquema sólo alterable por alguna situación especial. Por ejemplo, en el número 36, se presentan varias novedades: primero, los estrenos de *Alvar Mayor* y del ya clásico *Corto Maltés* (traducido al castellano); segundo, se introdujo el color en algunas historietas, precisamente las dos antes mencionadas, destacadas así sobre el resto del contenido. En esa edición, de octubre de 1977, la revista adoptó el nombre *Skorpio Gran Color*, incluyendo en su portada un rótulo que anuncia el desembarco de la serie de Carlos Trillo y Enrique Breccia, en tanto que la ilustración central, con arte del venerado Hugo Pratt, se acompaña de otra línea de texto que presenta la obra máxima del autor italiano. Sin embargo lo más llamativo de esa tapa es la leyenda en la parte inferior izquierda: «Inauguramos hoy el verdadero color de la historieta». Si bien no forma parte del corpus de análisis originalmente definido, destacamos este número de *Skorpio* porque no sólo marca el cambio de nombre de la cabecera sino también por explicitar su posicionamiento frente a su principal competidora en el mercado: la búsqueda de la distinción (Bourdieu, 1995) es el principio que rige el programa editorial de Record. *Skorpio* cuidó la armonía cromática en los coloreados de las historietas, valor insinuado desde el arte de tapa. Continuidad y



correspondencia gráfica y estética entre paratexto externo y contenido interno es uno de los valores distintivos de la editorial y de *Skorpio* en particular (Figura 4). La diferencia respecto de Editorial Columba abarca el estilo narrativo, los géneros (la novedad del terror y la ciencia ficción) y la estética.



**Figura 4.** Portada de *Skorpio Gran Color*, n.º 36, octubre 1977, con ilustración de la serie *Corto Maltés* (Pratt), de Hugo Pratt. Acervo del autor.

Hecha esa observación, analizaremos las tapas de los números 43, 44, y 45, publicadas respectivamente en junio, julio y agosto de 1978, el mismo período en que salieran las revistas de Columba ya analizadas.

*Skorpio* aparecía, frente a su lector, inscribiendo explícitamente su propuesta en un circuito editorial ceñido al universo cerrado del cómic, con una tradición selectiva que trascendía «los márgenes del mercado nacional» (Berone, 2022. p. 27), en un sentido de fronteras geográficas pero también, y sobre todo, temporales. Por ejemplo, el subtítulo con el que surgió la revista *Skorpio*, «El mundo de la gran historieta», perfilaba el tipo de vínculo que se pretendía construir con los lectores. La oferta de una nueva vía para el consumo de

historietas, poniendo la mirada en el contexto internacional y definiendo un repertorio de lo que la empresa consideraba lo mejor del cómic nacional, implica que Record se asumía como un filtro de consagración de obras y de autores. En la construcción de un canon cuyo centro giraba en torno a una historieta foránea como *Corto Maltés*, respondía sin embargo a las luchas establecidas en el ámbito local del cómic: Hugo Pratt fue un autor clave en un estado previo del campo de la historieta argentina, los años 50, a partir de sus trabajos en las editoriales Abril y Frontera, y en las décadas siguientes continuó una brillante carrera en Europa. La empresa Record, que erigió a la obra de Pratt como referencia central, era dirigida por un italiano que hacía negocios editoriales en ambas orillas del Atlántico. Tenemos allí una razón para comprender por qué la estampa del célebre capitán de barco apareció en las portadas de varios números de *Skorpio*, y hasta inspiró el nombre de otra de las revistas que componían la oferta editorial de Record, *Corto Maltés*, donde se publicaron series clásicas de los años 50 creadas en coautoría por Oesterheld y Pratt: *Ernie Pike*, *Sargento Kirk* y *Ticonderoga*.

Volviendo a la dimensión verbal de la portada del número 45 de *Skorpio*, el componente textual se completa con el rótulo «Corto Maltés y otras impactantes historieta completas», mientras que en el extremo inferior derecho, como es habitual, figura el isologotipo de la editorial. No especifica la cantidad de series que contiene la revista antológica, por lo que la revista no hace énfasis en «los modos verbales de su presentación» (Berone, 2022, p. 34).

No obstante, en los tres números analizados, las estrategias de descripción verbal de los contenidos varían. En su tapa no se identifican «los nombres de los autores que se publicaban en cada número» (ibíd.), sino más bien el título de una de las series, representada en la imagen de portada. Ese rasgo responde a la inscripción de la revista en un modelo de producción de entretenimiento propio de la industria cultural. En uno de los casos, no hay mención verbal de la historieta aunque aparece la firma del dibujante con su propia caligrafía, lo que marca una relación *indicial* en el contrato de lectura. Por lo tanto, son reducidos los márgenes de autonomía de la presentación tanto visual como textual respecto del contenido interno de la publicación, aunque existen algunas variantes estéticas que, como sucede en el *D'artagnan Súper Álbum*, juegan con la complicidad de un presunto lector que se modeliza dotado de un cierto capital cultural, conocedor del género.

En la *Skorpio Gran Color* 43, la ilustración de tapa tiene función indicial y no sólo informativa, como en otros números de la revista. El arte de portada representa el título Yo,



*Ciborg*, guionado por Alfredo Grassi y dibujado por Lucho Olivera. La estética gráfica alude al género narrativo de la serie, entre la ciencia ficción y la fantasía heroica. En lo visual, existen diferencias respecto del estilo de las tapas del *DSA*, de Editorial Columba: en primer lugar, la presencia de la firma del artista, en una orientación y tipografía que logra continuidad y mimesis con la imagen y, en segundo lugar, la tapa expresa un aspecto clave de la línea editorial de la editora, a saber, la fusión de las posiciones de artista de tapa y de dibujante de la historieta contenida en la revista y destacada por ese elemento paratextual. De lo que inferimos dos cuestiones sobre la política editorial de Record: por un lado, una apuesta por dar a la publicación una identidad construida desde el lenguaje intrínsecamente historietístico, recuperando una autonomía en su presentación gráfica que la distingue de las tapas cinematográficas y muchas veces desligadas del contenido interno, propios de las revistas de Editorial Columba; y por otro lado, un aliciente económico y simbólico al autor del cómic, a quien no sólo se le publicaba su obra sino también se le encomendaba la producción del arte de tapa. La primacía del elemento visual de esta tapa presenta una semejanza con el estilo del *D'artagnan*, pues no hay rótulo de texto con el nombre de la serie dibujada por Olivera. Si bien se trata de una portada *artística* y que, a su vez, se sostiene en «una operación de tipo indicial o metonímico, consistente en la reproducción de alguna de las series incluidas en el interior de la publicación» (Berone, 2022, p. 30), la ausencia de elementos verbales identificatorios nos indica que sólo se emplea el arte gráfico para anunciar el contenido destacable. Sin embargo, los motivos dibujados están dispuestos en forma de collage, y parecen no pertenecer al episodio publicado en el mismo número de la revista, o en todo caso son motivos muy generales como el rostro en primer plano del protagonista y un alienígena empuñando un fusil, en plano medio y destacado. El único componente textual es también genérico, pues consiste en un rótulo que reza: «112 páginas de grandes aventuras». (Figura 5).



**Figura 5.** Portada de *Skorpio Gran Color*, n.º 43, junio de 1978, con ilustración de Yo, Ciborg (Grassi-Olivera), de Lucho Olivera. Acervo del autor.

En las tapas de los otros números de *Skorpio*, encontramos variantes de corte más informativo (Figuras 6 y 7). Por ejemplo, rótulos de los nombres de las series representadas en la imagen de tapa y contenidas al interior de la publicación. En el número 44 de la revista (julio de 1978), se optó por la leyenda «Lord Jim y 8 grandes aventuras», especificándose el nombre de la historieta y la cantidad de series que componen el impreso (nueve en total). En su dimensión visual, la portada aporta fragmentos de acciones que vagamente podrían pertenecer al episodio que aparece publicado en esa edición de *Skorpio*. En el número 45 (agosto de 1978), la tapa se desdobra entre un motivo central y simbólico y otra imagen más indicial e informativa: por un lado, se recrea en primer plano una pose clásica del *Corto Maltés*, encendiendo un cigarrillo, y en un plano secundario, se representa un personaje, y la acción desarrollada por éste, que forma parte del episodio contenido en la revista («Las linternas

rojas»): la guerrillera Shangai-Lil empuña una pistola. En lo tocante a la dimensión verbal del contrato de lectura, hay una leve variación respecto de la edición anterior de *Skorpio*: «Corto Maltés y otras impactantes historias completas». En este caso, el rótulo no indica el número de historietas que componen la publicación (en el índice se alistan nueve, lo habitual), otorgando primacía al arte visual que representa el universo ficcional del personaje de Pratt.



**Figuras 6 y 7.** Portadas de *Skorpio Gran Color* 44 y 45 (de julio y agosto de 1978, respectivamente) con ilustraciones basadas en las series *Lord Jim* (Albiac-Lalia), de Horacio Lalia, y *Corto Maltés* (Pratt), de Hugo Pratt. Acervo del autor.

Si bien en casi todas las tapas de *Skorpio* no figura la firma del dibujante, las autorías y el nombre del personaje representado son informados en la retirada de tapa, junto a una reproducción facsimilar de la portada, al lado del índice de contenidos de la publicación: «Portada Lord Jim por Lalia», en el número 44, y en el número 45, «Portada Corto Maltés por Hugo Pratt». La atribución de autoría artística difiere del criterio de *D'artagnan*, que ocupa la retirada de tapa con publicidad y, en su página 3, informa los créditos de arte de tapa a

través de una leyenda que encabeza el índice, aunque sin especificarse el nombre de la serie ilustrada: «Portada: ilustración de De La María».

Preferimos cerrar este análisis deteniéndonos en el índice, paratexto a través del cual *Skorpio* marcó una diferencia con las revistas de Columba en cuanto a política editorial, dada su concepción de la historieta como un medio y un lenguaje eminentemente visual, en una relación equilibrada y simbiótica entre los componentes icónico y verbal. En la enumeración de contenidos, cada historieta se acompaña de su título y del nombre del episodio que integra la revista. Además, la autoría se acredita tanto a quien hace el guión como a quien tiene a cargo el dibujo, sin otra discriminación que la inevitable secuencia de aparición de los nombres en una misma línea de texto: es decir, primero se indica el guionista y, al lado, el dibujante, diferenciados según la labor creativa (Figuras 8 y 9).



**Figuras 8 y 9.** Índices de *Skorpio* nº 44 y *D'artagnan Súper Álbum* nº 16 (julio y agosto de 1978, respectivamente), la primera con una reproducción facsimilar de su portada y la segunda con motivos ilustrados que remiten a su serie más popular. Acervo del autor.

## Conclusión

Este escrito fue motivado por una concepción de los paratextos como mecanismos fundamentales que permiten la articulación entre industria, audiencia y *texto*. Indagamos un componente del dispositivo de enunciación o el régimen del decir de la historieta, a partir del análisis comparativo de las tapas de las revistas antológicas y mensuales *Skorpio* y *D'artagnan Súper Color* en un año particular de sus respectivas trayectorias: 1978. Bajo el supuesto de que las tapas son el elemento paratextual que condensa o sintetiza un programa editorial, nos aproximamos a las líneas fundamentales del contrato de lectura propuesto por ambas publicaciones de historietas, a través de la observación de las dimensiones textual y visual de las portadas.

A los fines metodológicos de reconstruir el programa estético e ideológico de cada proyecto editorial, complementamos el análisis de la identidad discursiva de tapa con algunas notas sobre otros componentes paratextuales del medio de comunicación gráfica, los cuales «actúan sobre los planos diversos, y conectados, de lo visual y lo verbal» (Berone, 2022, p. 26).

Tanto *D'artagnan* como *Skorpio* significaron renovaciones narrativas y estéticas fundamentales que condicionaron las estrategias de agenciamiento de títulos y temáticas de los cómics de sus respectivas editoriales, competidoras por espacios del mercado argentino de las historietas de aventuras en los años 70 y 80. Tanto una como otra publicación presentaron una diversidad de estilos y tramas, convirtiéndose en repositorios de todo el arco de géneros narrativos en materia de cómics. A diferencia de otros proyectos dirigidos al humor gráfico y de las revistas que surgirían desde otras editoras de historieta, como la *Fierro* de los años 80, los contratos de lectura propuestos en las tapas de *Skorpio* y del *D'artagnan* no eran regidos por el imperativo programático de la comunicación o, al menos, no ostentan «las marcas de un cierto *contexto inmediato*, una cierta coyuntura social y política» o una actualidad que «ya haya sido tematizada en los espacios mediáticos donde se despliega el discurso de la información» (Berone, 2022, p. 31). No hay referencias a la actualidad social y política inmediata del país, por lo que los contenidos se presentan como universos cerrados y autónomos de la realidad extrahistorietística. Finalmente, las diferencias estéticas encontradas nos sugieren pistas de los posicionamientos y los conceptos sobre el medio historietístico que ambos proyectos editoriales

elaboraron y defendieron, y esa inferencia puede que sea al aporte más valioso de esta investigación.

### Referencias bibliográficas y hemerográficas

Anderson, B. (2008). *Comunidades Imaginadas*. São Paulo, Brasil: Companhia das Letras.

Berone, L. (2014). «El sistema de los géneros en la historieta argentina contemporánea. El caso de la historieta histórica». Clase del curso «¿Y qué pasó con la autonomía? Debates en torno a las nuevas prácticas en el campo de la historieta», dictado en el marco del proyecto de Extensión desde las Cátedras «Autonomía y nuevas posiciones en el campo de la historieta argentina», organizado por el Proyecto Secyt-UNC *Estudios y crítica de la Historieta II*. Esc. de Ciencias de la Información, Universidad Nacional de Córdoba, sept. de 2014. Texto inédito.

Berone, L. (2022). De las tapas de Fierro. Análisis de un contrato de lectura. En Berone, L., *La revista Fierro en seis cuestiones* (pp. 26-37). Estudios y Crítica de la Historieta Argentina, vol. 11. Córdoba, Argentina: Facultad de Ciencias de la Comunicación.

Bourdieu, P. (1995). *Las reglas del arte. Génesis y estructura del campo literario*. Barcelona, España: Anagrama.

*D'artagnan Súper Álbum*, n.º 14 - Año II. Junio 15, 1978. Buenos Aires, Argentina: Ed. Columba.

*D'artagnan Súper Álbum*, n.º 15 - Año II. Julio 13, 1978. Buenos Aires, Argentina: Ed. Columba.

*D'artagnan Súper Álbum*, n.º 16 - Año II. Agosto 10, 1978. Buenos Aires, Argentina: Ed. Columba.

Eisner, W. (1998). *El cómic y el arte secuencial*. Barcelona, España: Norma Editorial.

Genette, G. (2009). *Paratextos Editoriais*. Cotia, SP, Brasil: Ateliê Editorial.



Gociol, J. y Rosemberg, D. (2000). *La historieta argentina: una historia*. Buenos Aires, Argentina: De la Flor.

Gomes, I. L. y Lucas, R. J. (2016). Relações entre literatura e quadrinhos no Brasil: estudos de caso. *Organon, revista do instituto de Letras da UFRGS*, v. 31, n. 61, 2016. Recuperado de <https://seer.ufrgs.br/index.php/organon/article/view/65532>

Lladó, F. (2001). *Los cómics de la transición (El boom del cómic adulto 1975-1984)*. Barcelona, España: Glénat.

Nascimento, L. P. (2022). «Una aventura nueva con sabor argentino»: *Quadrinhos e identidade nacional na revista Suplemento Semanal Hora Zero (1957-1959)*. Tesis de Maestría. Programa de Pós-Graduação em História, Universidade Federal de Goiás.

*Skorpio* n.º 36, año 4. Octubre 1977. Buenos Aires, Argentina: Ed. Récord

*Skorpio* n.º 43, año 4. Junio 1978. Buenos Aires, Argentina: Ed. Récord.

*Skorpio* n.º 44, año 4. Julio 1978. Buenos Aires, Argentina: Ed. Récord.

*Skorpio* n.º 45, año 4. Agosto 1978. Buenos Aires, Argentina: Ed. Récord.

Trillo, C. y Saccomanno, G. (1980). *Historia de la historieta argentina*. Buenos Aires, Argentina: Ed. Record.

Vázquez, L. (2010). *El oficio de las viñetas. La industria de la historieta argentina*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.

Vázquez, L. y Agrimbau, D. (2012). Entrevista a Carlos Trillo. *Soretas Azules, blog sobre Carlos Trillo*. Buenos Aires. Recuperado de [http://soretasazules.blogspot.com/2012\\_02\\_01\\_archive.html](http://soretasazules.blogspot.com/2012_02_01_archive.html)

Von Sprecher, R. (2012). El desmontaje de creencias bien fundadas: elementos para una sociología de la historieta. *Cultura, lenguaje y representación: revista de estudios culturales de la Universitat Jaume I*, 2012, Vol. 10, pp. 175-191. Recuperado de: <https://raco.cat/index.php/CLR/article/view/257191>.

Williams, R. (1994). *Sociología de la Cultura*. Barcelona, España: Paidós.

### Notas

(1) Gran parte de las notas y reportajes escritos por Carlos Trillo y Guillermo Saccomanno que salieron publicados en la sección «Historia de la historieta», de la revista *Tit-Bits*, sirvieron de base al libro *Historia de la historieta argentina*, editado por el mismo sello Record en 1980. La obra es considerada aún un pilar historiográfico y teórico fundamental para el estudio crítico y académico del medio en el país austral.

(2) Hemos citado a modo de ejemplo precisamente los títulos de las series mencionadas en la tapa del número 15 del *D'artagnan Super Álbum*, las cuales integran esa edición.

(3) Transcribimos la cita en su idioma original (portugués), aclarando que la traducción es nuestra: «[...] o autor não produz um livro: o livro em si é uma comunhão de fatores, processos e práticas que sintetizam-se na publicação impressa final; esta localização da produção em várias mãos e etapas para elaboração do material físico é um meio de sugerir que o texto autoral não é autossuficiente para divulgação e intermediação entre público e o conteúdo original da obra. Assim, o uso extensivo dos paratextos tem como função básica a contextualização primária entre a produção autoral e a identificação desta como objeto de consumo. Ainda, a intenção do paratexto realiza-se na identificação dos processos editoriais como um meio de simbolizar a intervenção do editor frente ao texto original».