

UN FOCO EN LA SELVA DE LOS MEDIOS. REVISTA *HEXÁGONO* (1971-1975)**A focus in the jungle of medias. *Hexágono* Magazzine (1971-1975)**

Autor: Carlos Gradin¹

Filiación: Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, Argentina.

Email: Charly.gr@gmail.com

RESUMEN

La revista *Hexágono* fue editada por Edgardo Antonio Vigo en la ciudad de La Plata, Argentina, entre 1971 y 1975. En este trabajo analizamos el recorrido de este proyecto editorial que pretendía -en un principio- difundir la obra de artistas ligados a distintos campos del arte experimental, interviniendo en la discusión sobre el sentido de la comunicación en plena época de expansión de los medios masivos, y ver cómo adquiere finalmente un rol de lucha política e interés por participar en una disputa “ideológica” mediante sus recursos visuales y estéticos.

Palabras clave: revista *Hexágono*, Vigo, arte correo, comunicación.

ABSTRACT

The *Hexágono* Magazine was edited by Edgardo Antonio Vigo in the city of La Plata, Argentina between 1971 and 1975. In this work we analyse the itinerary of this edition project, which purpose was at first, to spread the work of artists linked to different fields of experimental art, intervening in the discussion about the sense of communication at the height of the era of mass media expansion, and see how it finally takes a role in political struggles and the interest of participating in an “ideological” dispute by means of visual and aesthetic resources.

Keywords: *Hexágono* Magazine, Vigo, Mail Art, Communication.

La revista *Hexágono* aparece, a primera vista, como la sucesora de *Diagonal Cero*. Publicada en La Plata desde 1971 por Edgardo Antonio Vigo, compartía con *Diagonal* un mismo formato de presentación, el que consistía en un sobre cuadrado en cuyo interior se incluían diversas láminas sueltas e impresas con textos e imágenes. El lector podía manipularlas y observarlas en el orden que prefiriera, y esta posibilidad de interactuar con el material publicado significaba un elemento central de su poética, en pos de un arte que se completara con la intervención de los espectadores y de otros artistas. Desde sus

comienzos, la obra de Vigo puso énfasis en las posibilidades de la participación del público, y en la época en que editaba *Hexágono* el artista participaba también en las incipientes redes de arte correo, que ofrecían una vía de intercambio de obras de arte –en su mayoría, composiciones gráficas y collages de pequeño tamaño– entre los corresponsales de distintos lugares del mundo. Pero si esta “navegación” a través de las páginas de la revista en recorridos fragmentarios (y no lineales) era también una posibilidad latente para los lectores de la revista *Diagonal Cero*, que en su caso, esta mantenía diversas marcas que la familiarizaban con el género revista y sus convenciones más habituales: una sección fija “Editorial”, la numeración de las páginas, las notas de edición que informaban sobre sus responsables, su lugar de origen, status legal, etc. Nada de esto, se halla presente en *Hexágono*, desprovista de notas más allá del nombre de los autores y, a veces, la dirección postal en la que estos podían ser contactados.

Arte correo, láminas con ilustraciones, gráficos, poemas visuales, proyectos de obras a realizar, ensayos, afiches, dibujos, historietas, telegramas y convocatorias se apilaban en cada número, y constituían un modesto cúmulo de materiales. El lector se veía obligado a transitar por ellos y desentrañar el motivo por el que habían sido reunidos y difundidos.

Stephen Perkins analizó la emergencia a fines de los años ‘60 de publicaciones de artistas de distintos países a las que identifica como un punto de inflexión respecto de los viejos periódicos de arte donde el lugar privilegiado era ocupado por las reproducciones de obras. Si habitualmente estas funcionaban como un espacio de difusión, en los años ‘60 diversas publicaciones reemplazaron las reproducciones por obras realizadas especialmente para las revistas, transformando a estas en obras colectivas y abiertas (Perkins 396).

En Múnich, en 1969, se empezó a publicar la revista *Omnibus News* a partir de una convocatoria a artistas para que enviaran 1500 copias de una obra propia, de una sola página, que sería publicada sin filtro editorial. La revista incluía una lista con los nombres de los participantes y sus direcciones postales, que a su vez recibían cierta cantidad de ejemplares para reenviarlos entre sus contactos, por lo que esta construcción de una red de artistas, que establecían relaciones mediante el intercambio de obras, era el elemento privilegiado en el proyecto, por encima de las valoraciones estéticas.

La revista *Assembling*, de Nueva York, que fue otra importante publicación de este tipo, cuyo modelo se reproduciría a lo largo de la década del ‘70 y principios de los ‘80 en diversos lugares del mundo.

Perkins destaca una poética del intercambio en estas revistas, interesadas en tender lazos entre artistas para generar un espacio compartido de difusión y circulación de obras, al margen de los circuitos consagrados de galerías, museos y universidades. Es interesante, en este sentido, el comentario de Perkins acerca de la contradicción inherente a estas publicaciones, que aspiraban a crear un canal de difusión al mismo tiempo que ofrecían una experiencia de lectura que coqueteaba con lo ilegible, sin órdenes o recorridos lineales, lo que las diferenciaba enfáticamente de las revistas tradicionales:

Their hermetism yields only when they are understood in the context of the sociopoetics of the networks through which they have come together. Each issue functions as a momentary snapshot of the networks. (402)

Cada revista es un mapa, o como dice Perkins, una “instantánea” del estado de la obra de los diversos integrantes de una red en un momento determinado. De allí, su naturaleza caótica, en tanto compilación de fragmentos y obras en proceso. Algo que, sin duda –como señala el autor– remite a *Hexágono* y permite pensarla en sintonía con las revistas *assembling*, como un ensayo de revista intervenida por un doble afán de difusión y hermetismo. Un proyecto que buscaba mantener abiertos los canales de la comunicación y difusión del arte, pero poniendo más énfasis en ese gesto de habilitar nuevas vías de intercambio que en volver coherentes o transparentes los diversos materiales que circulaban por ellas.

Perkins señala al grupo Fluxus como antecedente de un arte organizado en función de una red, y cita a Eric Andersen en “About Fluxus, Intermedia and so”:

Fluxus people created a new form of internationalism. Before Fluxus existed you had schools, located in specific geographical centers . . . with Fluxus you had for the first time an international situation . . . it was individuals spread out all over the world. The artists never needed to move to the same city. For the first time in history we as artists were able to stay in contact, work, exchange and develop our ideas even if we were living far from each other. For the first time an international network was built up by artists themselves. (406)

Hexágono publicó a lo largo de sus doce números, obras de Argentina, Chile, Uruguay, Brasil, Estados Unidos, Francia, Italia y el Reino Unido. Sin establecer un grupo de artistas que se adscribiera a un mismo movimiento. La revista producía, de todos modos, un espacio de confluencia, resultado de un intercambio auto-gestionado como el que motivaba, por entonces, a las incipientes redes del arte correo.

En una entrevista personal (2010), el artista Horacio Zabala, que participó de *Hexágono*, sostiene que fue la primera revista en introducir en Argentina reflexiones ligadas al grupo Fluxus, como el texto de Dick Higgins en el número ac, y en general obras inspiradas o vinculadas con sus propuestas.

Zabala, por otra parte, se refiere al viaje que Vigo realizó a Europa en los años '50, como el origen de los numerosos contactos con artistas y revistas de aquél continente, vínculos que a su regreso siguió cultivando en intercambios postales que lo mantuvieron al tanto de las nuevas corrientes artísticas, y le permitieron en 1967, por ejemplo, publicar en París sus poemas matemático-barrocos en la Editorial Contexte, dirigida por el poeta visual Julien Blaine.

La librería Galatea de Buenos Aires era, según Zabala, la otra fuente de información de Vigo, a través de libros y revistas extranjeras, que el artista traducía con la ayuda de su esposa, Elena Comas. De esos intercambios de obras y revistas, surgirían a fines de los '60 las primeras experiencias de arte correo, en las que Vigo participaría activamente, y los integrantes de la muestra internacional de *Novísima Poesía* que organizó en 1969 en el Di Tella. En 1975 Zabala y Vigo organizarían en Buenos Aires la primera exposición de arte correo en el país, con obras provenientes de veinticinco países.

Impulsora de un arte volcado al intercambio entre artistas y lectores (o espectadores), como *Diagonal Cero*, el contenido de *Hexágono* se develaba progresivamente a medida que era extraído del sobre.



(Hexágono n° cd, 1974)



(Hexágono, n° bd, 1973)

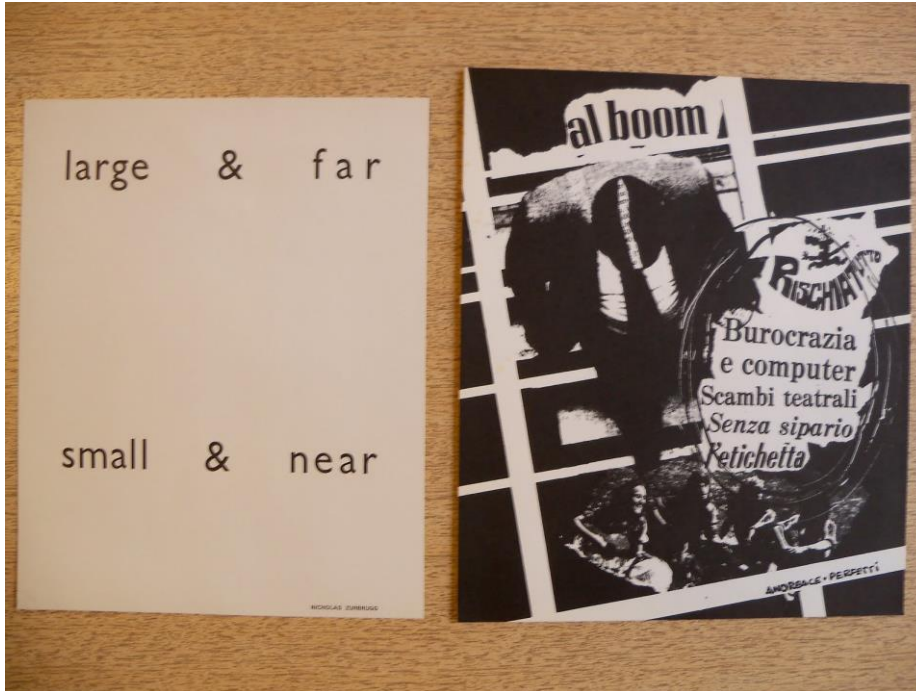
En esta, el procedimiento adquiriría mayor intensidad por la abundante incorporación de material gráfico, fotografías, recortes y fotocopias que constituían una secuencia no lineal de láminas, en una experiencia: la de lectores expuestos a un cúmulo de información visual, que ya había sido transitado desde otros ámbitos a lo largo de la década del '60 por artistas del Di Tella, como Marta Minujín (con sus instalaciones pobladas de pantallas de televisión

y medios de comunicación telefónica y satelital). O bien, por el mismo Vigo, que en la muestra de poesía visual organizada en 1969, ofrecía echar un vistazo a una época en que la poesía era llevada a adquirir una dimensión gráfica, y hasta tridimensional (por impulso de la expansión de las técnicas de comunicación) y parecía abalanzarse sobre los espectadores, como si estuviera despegando de la página para ocupar el espacio a su alrededor.



(Expo Internacional de Novísima Poesía. Centro de Artes Visuales, Instituto Di Tella, 1969)

Se trata, en ciertas obras de la revista *Hexágono*, de fragmentos tomados de medios gráficos recortados y montados, como en la obra de Betty Radin en el número be y, sobre todo, la de Andreace Perfetti en el número ce, cuya estética recuerda a la de los fanzines punk difundida desde fines de los '70 en Inglaterra.



(Hexágono n° ce, 1974 (a la derecha obra de Perfetti))



(Portada de revista *Sniffin' Glue*, iniciadora del proyecto de fanzines de la escena punk inglesa en 1976)

Esa edición artesanal de textos e imágenes recortados, pegados y fotocopiados, se volvió distintiva en ciudades de todo el mundo, incluso en Argentina, del *do it yourself* promovido por las bandas punk, que reivindicaban una organización autogestiva e independiente de los circuitos de música. Cualquiera podía escribir, y publicar, ese era el mensaje implícito

en las ferias de fanzines, que en Buenos Aires, hasta mediados de los '90, solían estar vinculadas a organizaciones del anarquismo.

Hexágono, expresaba a través de sus experimentos de composición visual y sus formatos de edición rápida y accesible, como la fotocopia, un interés similar por la creación de espacios de difusión marginados del mercado o las instituciones oficiales.

En este punto, es interesante señalar que unos años antes, en 1970, William Burroughs había publicado en Alemania la primera edición de su libro *The Electronic Revolution*, donde desarrollaba sus ideas sobre el “cut up”, en las que el método de reedición de fragmentos de textos, recortados y vueltos a mezclar, se convertía en el antídoto contra una conspiración cósmica que Burroughs intuía tras los códigos y órdenes institucionales que regulaban el funcionamiento del mundo y las comunicaciones. El “cut up” era un arma para combatir el “virus del lenguaje”, en escenarios ampliados por el desarrollo de los nuevos medios de comunicación.

Algo de ese afán conspirativo se traslucía en las manipulaciones del lenguaje visual y escrito de *Hexágono*. Cierta urgencia por intervenir en un campo que adquiriría implícitamente la dramática centralidad que Marshall McLuhan había diagnosticado en sus ensayos, como espacio en disputa por el sentido de la cultura contemporánea. Frente a los medios masivos audiovisuales, *Hexágono* se imagina recortándose como un puesto de resistencia, o contraofensiva:

la tarjeta postal, intercambio de trabajos, montajes de muestras en lugares no tradicionales, xerox, multicopiados, arte como idea, sello de goma, collages manuales seriados” enumera Vigo en 1975, en “Arte de y para investigación”, como si describiera a *Hexágono* aunque sin mencionarla. Vigo reivindica los medios de comunicación que, en sus palabras, permitirían “compartir la necesidad de quebrar el peligroso ahogo que se cierne sobre la libre expresión del investigador-creativo universal”. Un ahogo que, en esta ocasión, vincula a recientes declaraciones de Jorge Romero Brest sobre la ausencia de obras argentinas en las últimas bienales de Kassel (1972) y Paris (1975), debido a que los “medios de investigación artística” serían propiedad exclusiva de los países avanzados”. A lo que Vigo responde reivindicando las posibilidades de los medios disponibles en el contexto precarizado del tercer mundo, frente a la abundancia de recursos técnicos de los países centrales: “En Latinoamérica el ‘arte pobre’ –dice un epígrafe de Elena Comas– . . . surge por carencia y no por exceso como en Europa”. *Hexágono* puede pensarse, entonces, como un esfuerzo por promover ese “arte marginal” referido por Vigo, ambicioso como los medios masivos en plena expansión planetaria, pero hecho y difundido de manera semi-artesanal, de una intensidad reducida, dotada de la infraestructura mínima que le proporcionan algunos sobres, sellos y papeles copiados, distribuidos por correo o de mano en mano. Desde esa modesta base de operaciones, la revista difunde obras que aspiran a trascenderla, a abarcar el escenario de la calle, y por extensión el mundo, al que se dirigen obras como el “Arte ecológico” de Carlos Ginzburg, con sus planes declarados por escrito de encender una serie de hogueras en la costa de la Patagonia y de la Antártida, y de sembrar flores en el Parque Almirante Brown para formar la palabra flor. (*Hexágono*, a)

Este “arte como idea”, compuesto de instrucciones, proyectos y mensajes visuales en clave, aspira a permear en un circuito ocupado por los medios masivos de comunicación. Se diría que *Hexágono* imagina para sí en cada lámina, un potencial para distorsionar o desviar ese

intercambio supuestamente fluido de imágenes y mensajes que aparenta tener lugar entre los medios masivos y la sociedad. En la ambición grandilocuente de muchos de sus proyectos recuerda a aquella legendaria computadora inventada por Alan Turing, cuyos únicos componentes eran un lápiz y una hoja de papel, como un grado cero de la tecnología digital en la que, sin embargo, se hallaban en potencia todas las posibilidades a las que podrían aspirar las máquinas todavía por construirse.

Algo de esa potencia en estado de síntesis y pureza tenía *Hexágono*, un aura contenida en un sobre a la espera de ser liberada, cuando alguien se decidiera a llevarla a la práctica, tal como Vigo sostenía en su ensayo-manifiesto “Una poesía para/y/o a realizar” (Vigo, 1970).

Es notable el desbalance en *Hexágono* entre las aspiraciones a contrarrestar la lógica de la circulación del arte, de devolver a los espectadores el lugar de protagonistas de la acción creadora, o de formar un frente de resistencia contra el “sistema”, y las reducidas dimensiones de los dispositivos a los que recurre para lograrlo. En un ensayo publicado en el número ac, Dick Higgins se refiere a John Cage como el promotor de una dialéctica entre el aburrimiento y la intensidad, “donde cada uno encuadra al otro y lo exalta”, similar a la relación entablada entre el sonido y el silencio. Sus reflexiones se disponen a pensar la experiencia de ciertas obras de arte contemporáneo que parecen prescindir de un ámbito de exposición, y hasta de espectadores; obras que ocurrirían en alguna encrucijada del tiempo y del espacio, sin que la presencia de testigos fuera requisito para que el hecho estético tuviera lugar.

De algún modo, la revista *Hexágono* responde a las premisas definidas por Higgins. Difunde un arte que aparece reducido a una expresión a veces críptica, y otras totalmente muda, más allá de la presencia enigmática de las imágenes casi sin textos que las acompañan. *Hexágono* aparece como un foco de agitación estética, que se retira a la periferia del campo cultural, de los centros de exhibición y del escaso público que podría prestarle atención. Su proyecto, en este sentido, se distancia de una tradición del arte político de vanguardia, como el muralismo mexicano, o la experiencia de Tucumán Arde en Argentina, por citar dos casos puntuales, que también se propusieron elaborar nuevas plataformas de exhibición, pero destinadas, al menos en principio, a interpelar a un público lo más amplio posible. Muchas obras de *Hexágono*, y la revista misma, lejos de eso, sintonizan mejor con aquellas descritas por Dick Higgins, “ejecutadas y expuestas de tal modo que nadie salvo el artista sabe de su existencia”.

Este devenir imperceptible se expresa, por ejemplo, en las “Obras (in)completas” de Vigo, incluidas en el primer número de la revista, compuestas de seis etiquetas impresas con el nombre de la obra y las instrucciones para su colocación en los objetos que el espectador desee. Un “arte de participación”, como rezan sus instrucciones, que parece destinado a disgregarse en un circuito que remite a las botellas de los naufragos arrojadas al mar; y, precisamente, es mediante un grupo de botellas de ginebra que las instrucciones ilustran cómo pueden usarse las etiquetas. Una estrategia de intervención, nuevamente, alejada de la intervención del arte en una búsqueda de concientización política, de difusión de cierto ideario o de una toma de posición y que, en cambio, parece destinado a un público reducido, al que llegará a través del boca en boca.

Muchas de las obras de *Hexágono* comparten este formato de una convocatoria abierta. Se proponen como superación de ese “destino de pequeño burgués” al que se refiere Vigo en

“La calle: escenario del arte actual”, asociado a la “contemplación” de objetos artísticos, un rasgo del pasado que debería reemplazarse por un arte que interpele al público y logre que éste se reapropie colectivamente de las obras. Una consigna que *Hexágono* sostiene en sus páginas, de modo más o menos metafórico o gestual, como la bandera de una causa que debe ser impulsada en todo acto estético. El Souvenir de Vietnam en el número a, sin autor especificado, invita al hipotético lector a seguir unas breves instrucciones anotadas junto a un sobre vacío y adherido a la página: “Viaja. Busca una trinchera (de cualquier bando), recoge una vida y guárdala en el sobre transparente”. En “Haz tu body Works”, número ac, la página ofrece un círculo de puntos acompañado de la leyenda: “Frota la parte elegida de tu cuerpo dentro o fuera de la ZONA LIMITADA”.

Instrucciones que, en ciertas obras, adquieren otra dimensión al incorporar el *feedback* con el autor y establecer un circuito que termina de realizarse cuando los espectadores reciben el mensaje y lo responden. Se trata de obras como la de Jochen Gerz en a, su “Invitación a intervenir la guía telefónica de París y enviar una copia a Jochen Gerz”, que ofrecía instrucciones a los lectores para que incorporaran la guía telefónica “una palabra, una pregunta o cualquier frase que diga de sus preocupaciones”, con el objetivo de “paralizar el código de la guía de París” y sumar a este despersonalizado listado de nombres, direcciones y números de teléfono, palabras o mensajes que habiliten una experiencia de lectura inesperada. Se invitaba, luego, a enviar las páginas intervenidas a Jochen Gerz estableciendo un circuito de intercambio de propuestas y respuestas del público.

El proyecto de *Hexágono* podría definirse como un intento por intervenir en las condiciones en que se desarrolla la comunicación visual y escrita en el presente, realizando un aporte para un hipotético tiempo futuro, en que los intercambios de mensajes y obras de arte se produjesen bajo premisas horizontales e inclusivas. Se convierte, por lo tanto, en una utópica caja de herramientas que construye nuevas formas de comunicación, y permite entrever cómo sería un mundo regido por ellas.

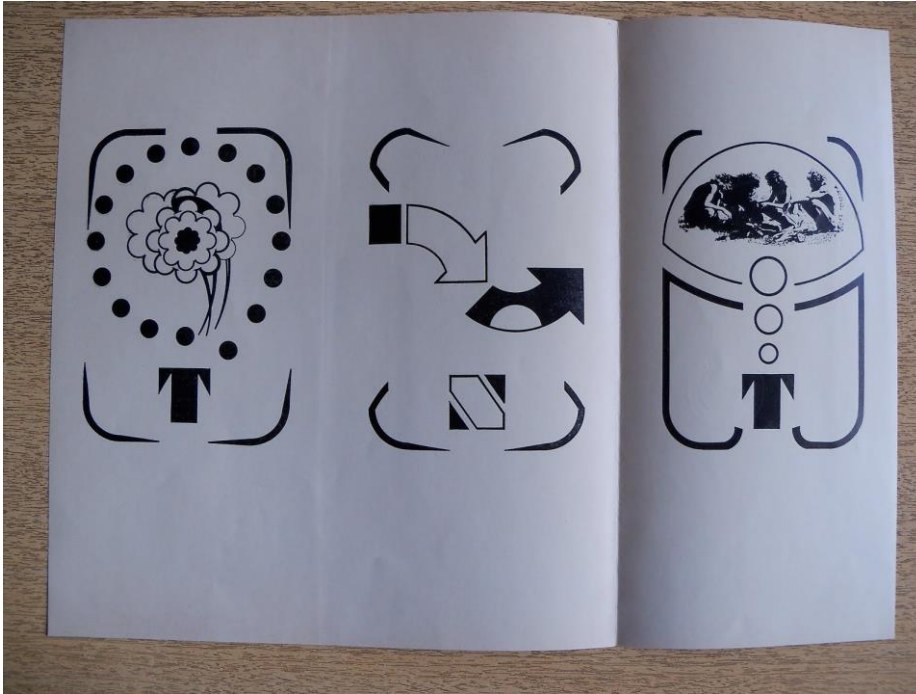
En este sentido, la revista también publica notas críticas del estadounidense Burne Hogarth y el brasileño Moacy Cirne sobre la historieta, quienes afirman que en dicho género, mal comprendido por el mundo del arte, existe un potencial renovador. Para Cirne, de hecho, la historieta se convierte en “la literatura por excelencia del siglo XX”, en contraste con los últimos exponentes de la modernidad como James Joyce y Oswald de Andrade, cultores de una “prosa lineal” en vías de ser superada por la “literatura gráfico-visual”.

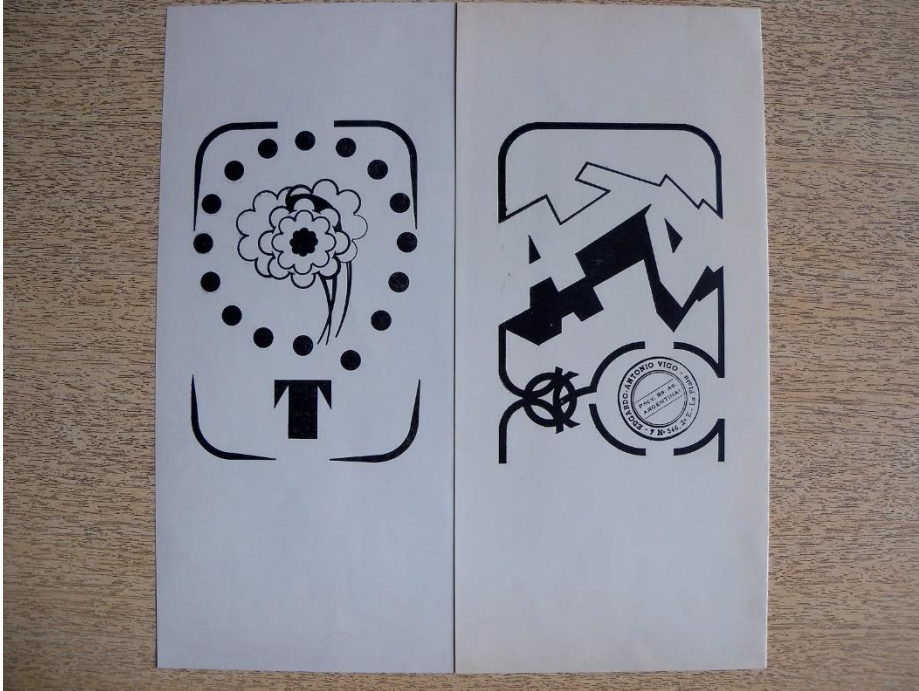
Pero Cirne no sólo sostiene la adecuación de la historieta a la época de los medios masivos y de la reproductibilidad omnipresente; además, subraya el “potencial politizante” del género, su capacidad para absorber otros lenguajes e interpelar al gran público. Y en este elogio de la literatura dibujada se expresa otra parte del programa que impulsa la revista *Hexágono*, en lugar de, el uso experimental de códigos visuales, a veces, combinados con textos para producir mensajes en clave.

Las láminas de *Hexágono* demandan un esfuerzo de interpretación, como si se propusieran enfatizar aquellos atributos señalados por Marshal McLuhan en la televisión y las historietas, cuando vinculaba estos medios a una nueva era en las comunicaciones, caracterizada por un involucramiento activo de los espectadores. Según sus teorías, la televisión y las historietas, a diferencia de otros medios como el libro impreso o el cine, transmiten mensajes con un bajo nivel de información y de detalle, lo que obliga a los

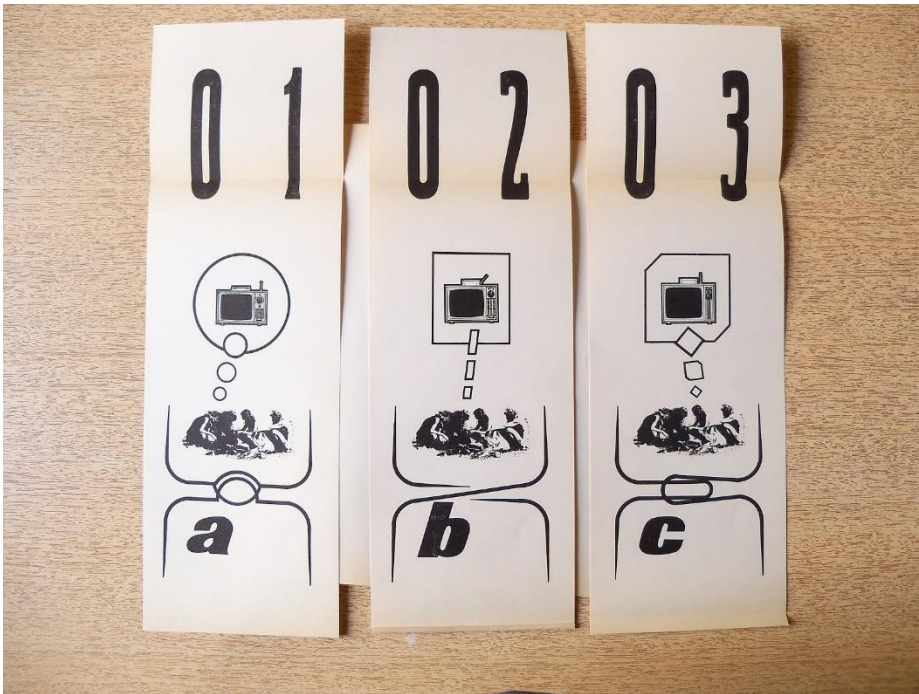
espectadores a esforzarse por completar las lagunas y superar la dispersión de los estímulos recibidos. *Hexágono* en este sentido, es un ensayo en el que se tensan las posibilidades de la comunicación visual, entre la eficacia y la distorsión, entre la vocación por la transmisión de un mensaje y la pulsión por convertirlo en un desafío para el aparato perceptivo de los espectadores, por volverlo una experiencia radicalmente distinta de la complacencia tranquilizadora que caracterizaría a los medios masivos de comunicación, y explorar, en cambio, sus posibilidades latentes.

Las historietas de Vigo en los números a y b parecen guiadas por este plegarse sobre sí mismos de los códigos visuales.





(Sin título, en *Hexágono* n° a, 1971)





(“La in comunicación de los medios masivos”, en *Hexágono* n° be, 1972)

Respetan, por un lado, la sucesión lineal de viñetas pero sustraen de ellas el texto y las marcas con las que el género señala el recorrido de lectura. En el número a, en lugar de personajes se observan distintas figuras geométricas y siluetas de letras y números, dispersos en el espacio delimitado y ligados en un único caso a un típico globo de pensamiento. Son los únicos rasgos reconocibles, como si la historieta hubiera sufrido un proceso de descomposición. Las historietas producen una impresión análoga a la de los poemas “matemático-barrocos” de Vigo en su revista *Diagonal Cero*, compuestos de números y símbolos de la escritura matemática, pero desprovistos de una sintaxis que los vuelva inteligibles. Una distorsión de los códigos que compartían casi todas las obras de la poesía visual, y en la que parecería asentarse la adscripción de sus obras al género “poesía”.

En la historieta del número a, aparece una única imagen figurativa, la de un grupo de hombres prehistóricos reunidos alrededor de lo que parecen restos de un animal. La misma imagen se repite en la tira del número be, titulada: “La (in)comunicación de los medios de comunicación masivos (por caso la TV)”. Esta vez, remite más nítidamente a la famosa escena de *2001: Odisea en el espacio* de Stanley Kubrick, donde el surgimiento de la inteligencia humana aparece dramatizado en la figura de un ancestro del ser humano que descubre la posibilidad de usar una herramienta para matar animales. En la tira, la imagen de los hombres se repite acompañada de globos de pensamiento que los muestra concentrados en distintos modelos de televisores, sumidos en una suerte de monólogos mentales hasta que un estallido los sacude, para dar lugar a un diálogo –esta vez sí– entrado en la imagen de sí mismos.

Desde los años ‘50, la obra de Vigo tuvo en distintas ocasiones una mirada burlona hacia los avances de la técnica, materializada en sus “máquinas inútiles”, construidas con partes desechadas y ofrecidas al público para ejercer una interacción siempre fallida. En las

reflexiones de distintos autores acerca de la poesía visual, que Vigo publicara en su revista *Diagonal Cero*, se reiteran las referencias al desarrollo de los medios masivos y de la cultura audiovisual planetaria, señalada como caldo de cultivo de los experimentos de los artistas. En sintonía, la poética de estas historietas agudiza, sobreactúa, aquella demanda dirigida al público de una atención reflexiva para abordar obras fragmentarias y anti-intuitivas. Pero, además, la imagen fantasmal de la televisión que atosiga a los hombres de la Edad de Piedra, puede pensarse como una puesta en imágenes de la relación sostenida por Vigo con las técnicas de comunicación a lo largo de su carrera. Un intento errático –el suyo– por apropiarse de los dispositivos. En este sentido, acusa por un lado, su influencia en la sociedad y en los nuevos modos de percibir el mundo, llevando a la práctica, y por el otro, nuevos circuitos participativos para trascender la pasividad con que, según su mirada, estos nuevos medios tendían a sumir al público.

“El arte debe cumplir, como quizás nunca lo ha hecho, su SUPREMA FUNCIÓN LIBERADORA, proyectando todos los seres hacia su propio destino, sensibilizándolos.” (Lido Iacopetti, *Hexágono*, n° de)

“En estos momentos podríamos decir que más que obras, los operadores de arte latinoamericano producen documentos comprometidos con su realidad, constancias de lo que está ocurriendo en sus respectivos países”. (Jorge Glusberg, *Hexágono*, n° de)

“En consecuencia, el hombre debe llegar a la comunicación mental por medio de los pesados bagajes del concepto posesivo de la cosa para ser un observador-activo-participante de un cotidiano y colectivo elemento señalado”. (Edgardo Antonio Vigo, *Hexágono*, n° de)

En 1973, la línea editorial de *Hexágono* se vuelve más decididamente política. Obras gráficas de Horacio Zabala, Juan Bercetche, Luis Pazos, Juan Carlos Romero y el mismo Vigo tematizan la violencia mediante referencias puntuales y sintéticas, como reflexiones instantáneas, señalizaciones, a la manera de las intervenciones callejeras de Vigo, en las que cada artista subraya visualmente ciertos materiales que funcionan como disparadores de la reflexión. Fotos, recortes de diarios, citas literarias reunidas por el *leit motiv* de la violencia política que de pronto parece acaparar todo el horizonte expresivo de los artistas.

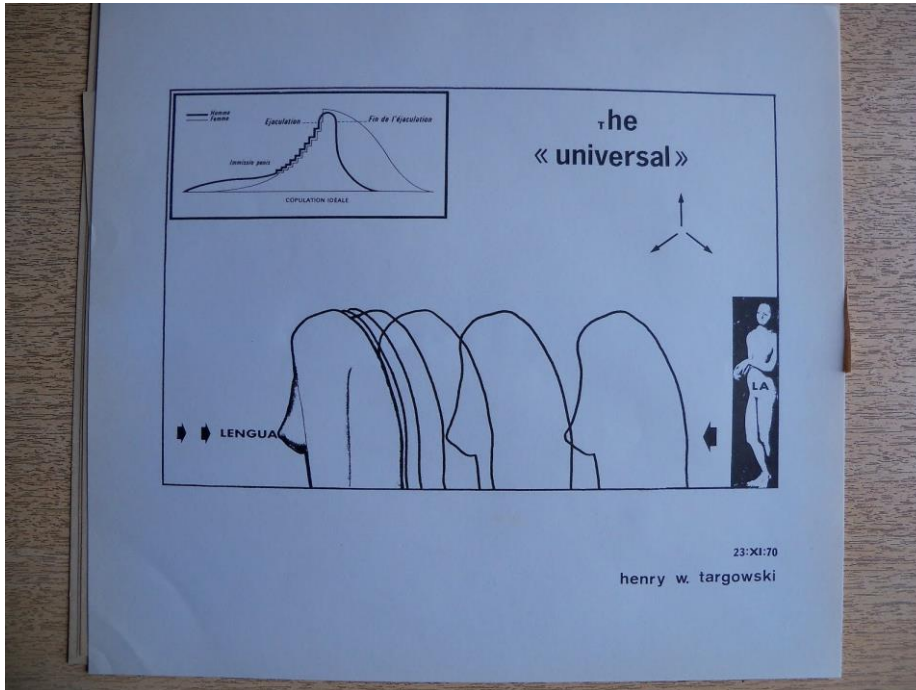
En este punto, la revista adquiere una nueva dimensión que contrasta, en parte, con sus propuestas anteriores. Quizá, el más disonante de estos nuevos materiales, y que mejor plantea la tensión, sea el “Bando” de la revista *Barrilete* incluido en el número de de 1974. Un afiche mural en el que se imprime el comunicado de la revista literaria *Barrilete* anunciando el regreso de la publicación luego de varios años, motivado por la coyuntura política, “estos momentos, tal vez los más trascendentes de la historia argentina, en donde se juega prácticamente el destino de nuestro pueblo”.

Parecería que *Hexágono* y *Barrilete* no podrían diferir más (en su manera de pensar) sus producciones en el contexto de la lucha política. El “Bando” de *Barrilete* explicita a la revista como una intervención en tanto frente de lucha, a la par de otros frentes de acción anti-imperialistas. Sin embargo, es notable el contraste entre las aspiraciones experimentales expresadas por *Hexágono*, y las definiciones de la literatura comprometida de *Barrilete*, que lanza una invitación a los escritores a producir obras que remiten a la tradición del realismo socialista documental, dedicado a abordar los temas de la agenda social y política reciente,

incluyendo la escritura de poemas por encargo (poemas para una marcha, un mártir, la toma de un frigorífico, etc.) como herramientas de propaganda de la acción revolucionaria.

Así, este giro hacia la política en *Hexágono* complejiza su programa estético. En particular, problematiza sus aspiraciones a producir un arte que rompiera con las convenciones de los géneros, y polemizara con la “etiqueta” de la comunicación, como lo hacía en sus “obras-instrucciones” o en las “historietas imposibles” de Vigo. ¿Cómo se armoniza esta vocación por producir en los espectadores una experiencia inédita y desconcertante, con las nuevas propuestas de un arte volcado a la intervención política de coyuntura? “La única posibilidad es informar al Pueblo visivamente, enriquecerlo y estimularlo al razonamiento con obras lógicas y explicables, ya sea desde el punto de vista constructivo como cromático”, dice Armando Nizzi, citado por Vigo en su artículo “Por qué un arte de investigación” (n° ce). El arte, según esta premisa, debe interpelar a los sujetos de la transformación política, abonando el terreno para la Revolución, en sintonía con el “Bando” de *Barrilete* que invocaba una literatura “en contacto directo y militante con nuestro pueblo, buscando ser reales intérpretes de esa expresión, que tiene nuestra clase trabajadora, ante cualquier hecho concreto” (n° de).

En realidad, esta disyuntiva atraviesa toda la obra publicada en la revista *Hexágono*, con su doble aspiración a extender los circuitos de circulación del arte, y a la vez de crear formas nuevas, experimentos estéticos de resultados, muchas veces, impredecibles. Obras, como la “infografía” de Targowski o el folleto “USA vs. Latinoamérica” de Vigo en el n° be, ejemplificaban esta paradoja de un arte que aspira a establecer una comunicación, pero se pliega sobre sí mismo hasta volverse (a veces) ininteligible.



(Henri W, “the universal targowski”, en *Hexágono* n° bc, 1972)



(Vigo, "USA vs Latin American", en *Hexágono* n° bc, 1972)

La composición de imágenes combinadas con flechas y un gráfico, parece indicar cierto afán explicativo en la ilustración de Targowski pero su objetivo se diluye, hasta asemejarse a un mensaje en clave, enviado por un emisor desconocido cuyas intenciones son igual de opacas. El folleto de Vigo parece presentarse desde su título como una reflexión sobre el antagonismo entre el imperio y el continente latinoamericano, tema central de los discursos políticos de entonces pero, una vez abierto, ofrece algo tan alejado de un mensaje esclarecedor como la imagen de un revólver apuntando al lector, junto al motivo recurrente del grupo de hombres prehistóricos y la leyenda enigmática de "Llegó la ayuda, hermanos".

Si la revista carece de presentaciones o manifiestos, su línea editorial puede pensarse diseminada en todos los textos y obras que la componen, como una poética de gestos mínimos y pequeños ensayos estéticos. *Hexágono*, como órgano militante por un arte de participación, que promueve la integración de los espectadores en las obras, la experiencia interactiva, la creación de nuevos canales de difusión. Parece ser un esfuerzo voluntarista por crear las condiciones para una revolución de los medios, casi una parodia o una versión periférica y marginal, de escala infinitamente menor que aquella otra anunciada por Marshall McLuhan, impulsada por satélites, computadoras y televisores, y que también auguraba un efecto transformador en la consciencia de sus receptores. Solo que esta vez los cambios son promovidos por medios de papel, transmitidos por correo y distribuidos de a uno por vez, por lo tanto dependen del voluntarismo militante de los artistas en lugar de la evolución técnica de los medios a escala industrial planetaria. (Zabala recuerda la imagen de Vigo, antes de bajarse del vagón del tren de La Plata a Buenos Aires, dejando un número de la revista sobre un asiento vacío para que algún desconocido la recogiera). Un desfase, entre la escala de hormiga en que se desarrollaba la labor de los artistas y la masividad audiovisual de los grandes medios frente a los cuáles *Hexágono* se recortaba, como un primer esbozo de esa forma de militancia estética que ciertos grupos de artistas y activistas

bautizarían años después como “guerrilla de la comunicación”. Una cuña en el entramado de los medios, que soñaba con sabotear los planes de domesticación social que la revista les asignaba, y trascender las restricciones a las que era sometida la libre expresión de los artistas, como ironizan las obras de Horacio Zabala y Clemente Padín.

Este ‘arte nuevo’ intenta romper los instrumentos de dominación ideológica de los países que disponen la concentración del poder y la riqueza; a veces aprovechando sus mismas metodologías y lenguajes, otras veces con características totalmente propias. (Jorge Glusberg, “Introducción al Arte de Sistemas en Latinoamérica”, n° de)

La lucha postulada por *Hexágono* se desarrollaba en el terreno de los medios de comunicación, donde cada imagen incluida transmitía la idea de una situación precaria, no sólo por el riesgo latente de la censura, sino por su misma condición de mensaje movilizad en un sobre, en la era de la expansión de los medios electrónicos. Se trata, entonces, de una apuesta utópica, ya que la revista parece aspirar a cumplir su proyecto confrontacional frente a un mensaje de “dominación ideológica”, munida apenas de obras conceptuales y composiciones gráficas difundidas en circuitos periféricos. En este sentido, la autogestión de los medios propuesta por *Hexágono* podría pensarse a la manera en que Frederic Jameson analiza la teoría del foco de Régis Debray difundida desde 1967, es decir, como hipótesis en la que se pondría en juego una versión de ese mundo que aspiraban construir los proyectos políticos de izquierda, una “figura, o prefiguración e imagen, en pequeña escala, de la transformación revolucionaria del mundo real” (Jameson 69). *Hexágono*, como un espacio de autonomía en el que era posible ensayar las estrategias de comunicación de un mundo liberado de los lastres de los monopolios y la represión, de donde surgiría el dramatismo de sus imágenes, una urgencia de la lucha, en la que se pondría en juego la libertad de expresión visual.

Aunque *Hexágono* no sería tan interesante sin esa otra fuente de tensión, perceptible a lo largo de las obras publicadas, y que es la llamativa permanencia de un lenguaje de experimentación visual, sostenido en los momentos en que la necesidad de intervención política se hacía más explícita. Sin resolverse, las obras de la revista tienden a dejar abierto un margen en el que la vocación por transmitir una idea o consigna convive con el dilema entre: la transmisión eficaz de un mensaje y el ensayo con lenguajes no convencionales. Una disyuntiva que rechazan hasta el final.

Finalmente, las obras visuales publicadas por *Hexágono* pueden servir como punto de partida para pensar otras experiencias de producción visual también ligadas a la exploración de canales alternativos de circulación. En particular, al arte callejero como el que desde principios de la década de 2000, comenzó a proliferar en las paredes de Buenos Aires en forma de *stencils*, compartía con la revista –en sus variantes más politizadas– la búsqueda de un lenguaje visual que permitiera tanto una toma de posición sobre un tema, como la experimentación con estilos e imágenes tomados de los medios masivos de comunicación y la publicidad. Elementos que, reapropiados por los artistas, plantean una suerte de polémica visual, presente tanto en las paredes de la ciudad como en las láminas de *Hexágono*, instalando la misma problemática.

Bibliografía:

Perkins, Stephen. “Assembling Magazines and Alternative Artists’ Networks”. *At a distance*. Eds. Annmarie Chandler y Norie Neumark. Cambridge: MIT Press, 2005. Impreso.

Gradin, Carlos. “UN FOCO EN LA SELVA DE LOS MEDIOS. REVISTA HEXÁGONO (1971-1975)”. Revista Laboratorio N°4. Web.

Jameson, Fredric. *Periodizar los 60*. Córdoba: Alción, 1997. Impreso.
Vigo, Edgardo A. *Arte de y para investigación* (folleto). La Plata, 1975. Impreso.
—. *De la poesía/proceso a la poesía para y/o a realizar* (folleto). La Plata: *Diagonal Cero*, 1970. Impreso.
Revista Hexágono. Ed. Edgardo Antonio Vigo (ed.). La Plata, 1971-1975. Archivo Fundación Espigas. Impreso.

Fecha de recepción: 23/2/11
Fecha de aceptación: 28/3/11

1 Carlos Gradin nació en Buenos Aires en 1980. Es traductor y Licenciado en Letras de la Universidad de Buenos Aires. En 2004 compiló y tradujo *Internet, hackers y software libre*. Es editor de la revista digital [PLANTA](#), de crítica de arte, literatura y política. Escribe ensayos, crítica cultural y hace [poesía digital](#). Actualmente realiza una tesis de doctorado sobre imaginarios tecnológicos en el arte y la literatura argentina de los años sesenta y setenta, y participa del colectivo de investigación [Ludión](#). Escribe también en su [blog](#).