

## ***Primer Encuentro sobre Cultura Visual & Edición***

3 de mayo de 2016

Instituto de Arte Americano e Investigaciones Estéticas "Mario J. Buschiazzo"  
Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo,  
Universidad de Buenos Aires

Mesa 2: *Cultura visual y edición (actores, objetos y mediaciones)*

### **"Lectura, acción y performatividad: el lugar del receptor en la revista *Hexágono '71*".**

#### **Ana Bugnone**

Instituto de Investigaciones en Humanidades y Ciencias Sociales, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, CONICET-UNLP.

Una de las preguntas que frecuentemente nos realizamos al analizar una revista es ¿a quién está dirigida?, ¿cuál es su lector ideal?, ¿qué tipo de lectura propone? Una de las características de la revista *Hexágono '71* es el particular lugar en que coloca al receptor, implicándolo en un rol activo y decisivo en el contacto con la misma.

*Hexágono '71* fue una revista que se publicó entre 1971 y 1975, su ideólogo y director fue Edgardo Antonio Vigo (1928-1997), un artista argentino, vanguardista y multifacético. Se dedicó a las artes visuales a través de diversos formatos que iban desde las xilografías hasta los objetos, desde los textos críticos hasta la edición de libros únicos y revistas.

La revista *Hexágono '71* se producía artesanalmente, se publicaba en la ciudad de La Plata, su periodicidad era trimestral y su tirada era de aproximadamente 500 ejemplares. Dado que estaba formada por diversas contribuciones, su contenido era heterogéneo aunque en general vinculado con las artes visuales e incluía fotografías, propuestas de acción, comunicaciones, textos críticos, artículos, collages, poesías visuales, historietas, entre otros. El carácter vanguardista de la mayoría de los trabajos publicados, sus particularidades materiales y su apelación política, hacen de *Hexágono '71* un artefacto extraño que formaba parte de un programa poético y editorial mayor, ligado a la desestructuración de los sentidos comunes y compartidos.

Vigo construyó con *Hexágono '71* una revista ensamblada, es decir, un montaje de trabajos que diversos artistas del mundo enviaban para su publicación y donde el lugar del editor era fundamental (imagen 1)<sup>1</sup>. Las revistas ensambladas se caracterizaron, fundamentalmente por su intento de superar las limitaciones que imponía el mercado editorial, el uso de formatos y materiales variables -muchas veces precarios-, tiradas cortas y su utilización como plataformas de expresión y reproducción

---

<sup>1</sup> Todas las imágenes reproducidas en esta ponencia pertenecen a la Fundación de las Artes Visuales – Centro de Arte Experimental Vigo, La Plata, Argentina.

de trabajos artísticos, en algunos casos para dar visibilidad a acciones efímeras o experimentales.

Será necesario destacar brevemente las particularidades de *Hexágono* para comprender en qué contexto la participación del espectador parece ser clave. Como dijimos, la revista estaba compuesta por contribuciones de otros artistas y por textos teóricos, resultando cada número un trabajo colectivo. Estos trabajos se colocaban en hojas sueltas, sin numerar y sin identificación de año. En lugar de tapa y contratapa, la revista venía contenida en sobres y carpetas, las cuales variaban a través del tiempo y en lugar de números, estaban nombradas con letras. En muchos casos, no se publicaba el nombre del artista, especialmente en los trabajos del propio Vigo. La revista tampoco tenía editoriales que anticiparan o promovieran una mirada concreta sobre su contenido, carecía de secciones fijas o estructura que se mantuviera en el tiempo, así como no daba información sobre las personas que formaban el equipo editorial o nombre de su director. Asimismo, faltaban publicidades y datos de suscripción. En definitiva, Vigo rompía con *Hexágono '71* tanto la estructura normativa del género revista, como el normal uso del soporte.



Imagen 1. *Hexágono '71*, ab.

Al preguntarnos cuál es la relación de la revista con el público, la presencia permanente de obras en que se lo convoca a realizar una acción, avalan la idea de que el receptor ocupa un lugar central. Antes de avanzar sobre este punto, parece necesario agregar que la participación del público ha sido un objetivo fundamental de la poética de Vigo. Así, este artista creó diversas obras y propuestas en las que el público debía mantener un rol activo, alerta, creativo, y escribió, además, textos en los que exponía sus ideas principales. Todo ello ocurría en momentos en que se cuestionaba el lugar del artista como genio único, portador de saberes y destrezas inigualables y, por lo tanto, separado o retirado del resto, y, por el contrario, se proyectaba una figura del artista como un sujeto cualquiera, capaz de situarse en una red de relaciones y flujos donde podía conjugar la producción de imágenes con la de relaciones sociales<sup>2</sup>. Lo que Vigo llamó “propuestas a realizar”, así como la modalidad de mostrar sus obras a través de la “presentación”, evitando la “exposición” –para utilizar sus propias palabras- y la ocupación de espacios público, contribuyendo a su construcción social y simbólica, se englobaban en un proyecto más amplio donde el público estuviese convocado a manipular, escribir o actuar, participando de la producción de las obras o modificándolas a su gusto.

Desde el comienzo de su publicación, *Hexágono* incluyó propuestas participativas las que frecuentemente contenían mensajes lúdicos, irónicos y a veces irrealizables. Veremos algunos ejemplos. En el segundo número, ab, Vigo publicó dos tarjetas colgantes: una de ellas contiene al frente la frase “Solucione sus problemas (in) estéticos”; la segunda, se inicia con “Disque AA...AE (característica) y llame al CCCCBC” y seguidamente contiene la indicación “Previa atención, plantee Ud. los interrogantes que le asalten de 2 a 3 horas (a.m.). Pierda sus angustias, trasládelas. Nota: su llamado debe ser realizado de 3 a 3 hs. 1’ a.m.” (imagen 2). El uso la partícula “in”, que en este caso antecede a “estéticos”, es una de las peculiaridades de la poética de Vigo que el artista utiliza para negar un concepto o una acción a través de neologismos, generalmente, fuera del sentido común. Asimismo, la propia idea de trasladar las angustias a través de un llamado telefónico a un número inexistente, puede pensarse como ridiculización de las soluciones instantáneas y vanas a los traspiés o angustias de la vida cotidiana.

---

<sup>2</sup> Laddaga, Reinaldo. *Estética de la emergencia*. Adriana Hidalgo, Buenos Aires, 2006.



Imagen 2. *Hexágono '71*, ab

En el mismo número, continúa con otra propuesta que forma parte de la serie de los *señalamientos*. En este caso, el *señalamiento VII De tu mano* plantea una acción corporal a partir de una hoja suelta y perforada de la que cuelga la tarjeta con las indicaciones. Dice: “introduce en cada agujero un dedo de tu mano (izquierda o derecha) así independizados. Contéplalos!!!. Variantes: serán conseguidas con distintas fuentes de luz y movimiento de cada dedo” (imagen 3). Esta invitación puede ser analizada en conjunto con otra que se publicó en el número siguiente (ac), titulada *Haz tu “body Works”. Escultura con el cuerpo* (imagen 4). Vigo colocó en la hoja un cuadrado punteado y al lado el texto: “frota la parte elegida de tu cuerpo dentro o fuera de la zona delimitada”. En ambos trabajos el artista deja en manos del receptor la producción de la “obra”, en tanto es la propia acción con partes del cuerpo la que permite su configuración. Aparecen aquí el juego con la sensibilidad, el tacto, el movimiento corporal, donde es el receptor de la revista y de las propuestas quien finalmente concreta la obra proyectada por el artista.



Imagen 3. *Hexágono '71*, ab

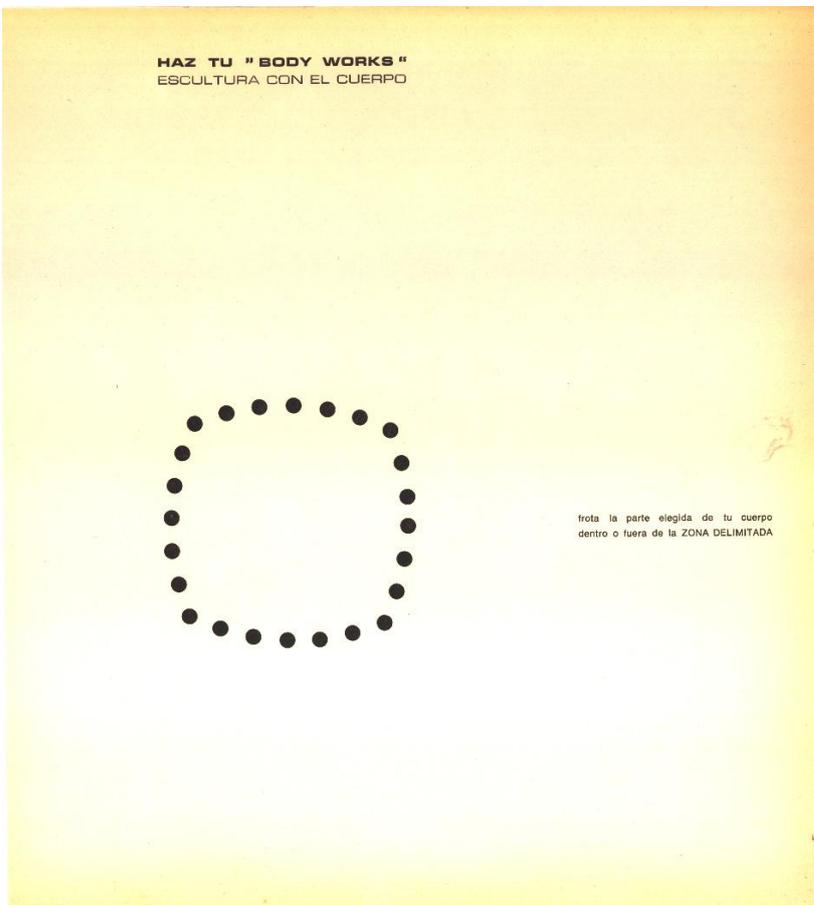


Imagen 4. *Hexágono '71*, ac

En *Hexágono* Vigo publicó también propuestas de otros artistas, como la de Jochen Hertz, *Impresiones atmosféricas* (imagen 5), donde invita a exponer la hoja al aire libre para conocer los efectos atmosféricos sobre la misma, observar su posterior conservación o destrucción natural.

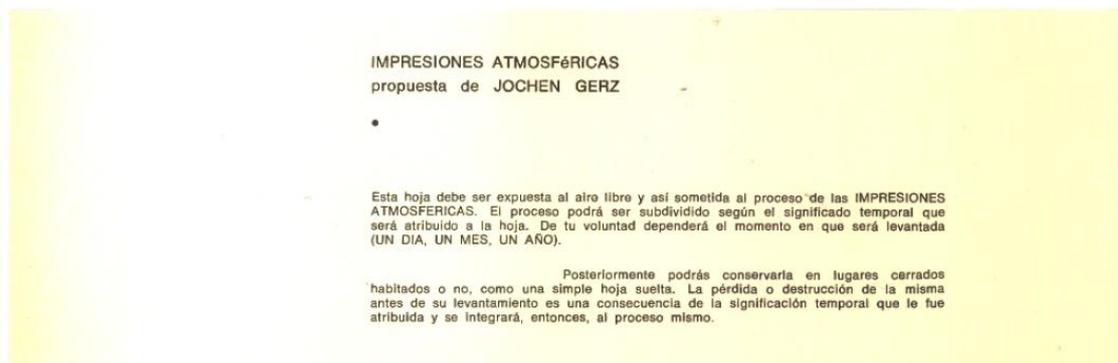


Imagen 5. *Hexágono* '71, ab

Otro ejemplo es el trabajo de Deisler, que estimula a enviar “una idea en 200 copias” a su dirección de correo postal (imagen 6), lo que nos permite imaginar que con esas copias el artista podría luego trabajar artísticamente.

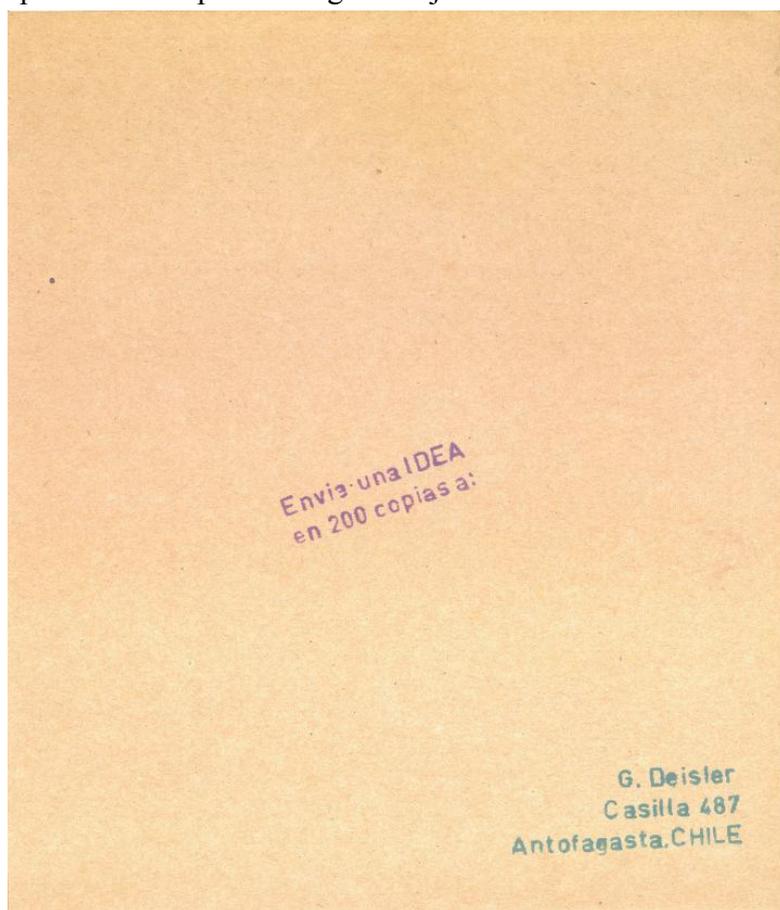
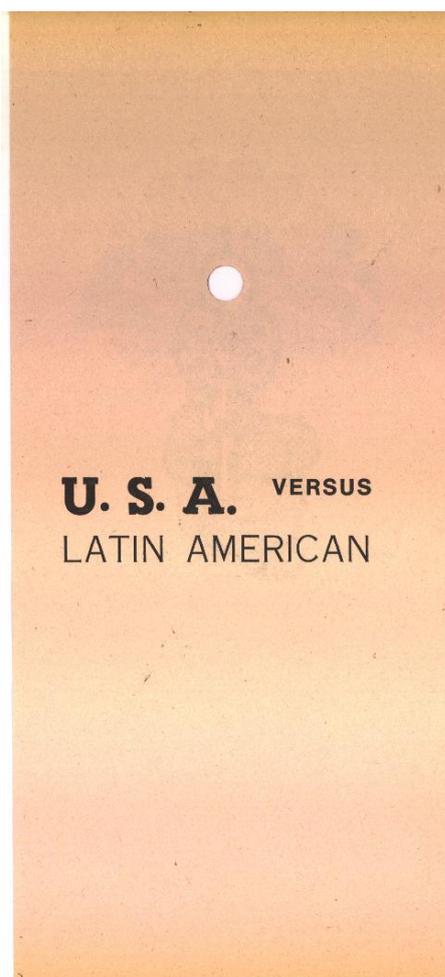


Imagen 6. *Hexágono* '71, ce

Las expectativas de participación en *Hexágono* no terminan en las propuestas de acción concreta, sino que también apuntan al trabajo intelectual e inferencial por parte

de los lectores, a quienes se les ofrecen trabajos que velan algo de su sentido, que no ofrecen explicaciones cerradas o acabadas de su contenido.

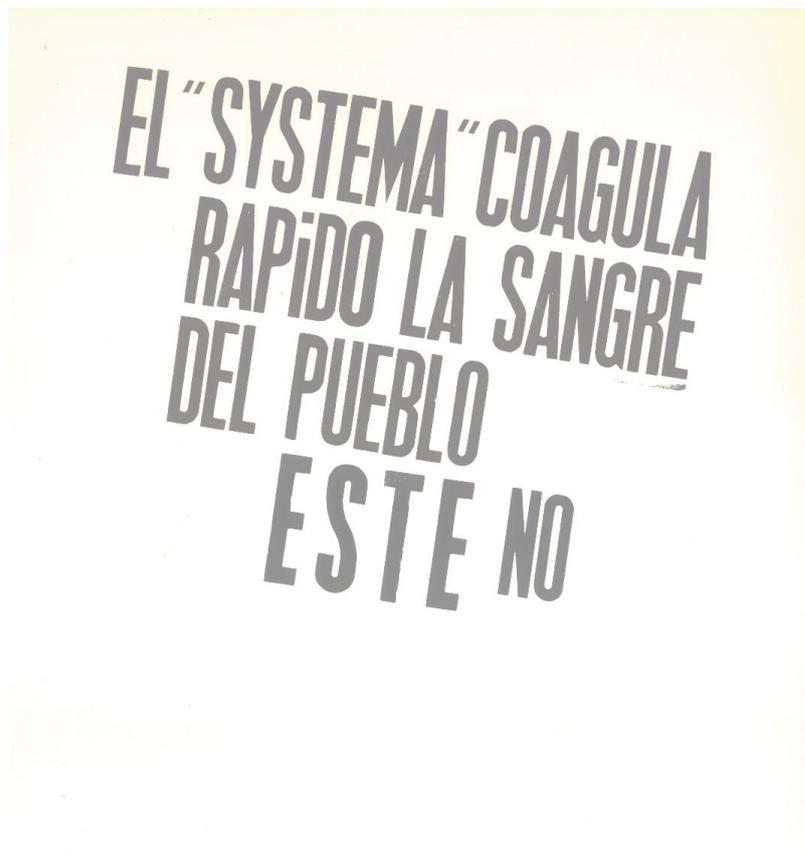
Así, en la historieta *U.S.A. versus Latin American* aparece primero el título, seguido, una pistola apuntando hacia el frente con una perforación en el caño, y luego un grupo de personas con la misma perforación y el texto “Llegó la ayuda hermanos” (imágenes 7). La historieta, referida a la relación entre Estados Unidos y América Latina como un vínculo violento, donde la “ayuda” no es más que un disparo, precisa, para ser comprendida, que el receptor componga una idea intuitiva a partir de la metáfora. En consonancia con los ensayos escritos por Vigo, la posición del espectador no es la del simple receptor pasivo al que le llega un mensaje ya elaborado, sino, como afirmaba en 1972 “lo dado en bandeja, más que servir es castrar”. Por otro lado, a unos meses de ocurrido el asesinato de militantes denominado Masacre de Trelew, incluyó los elementos para montar un móvil sobre un afiche que tenía el texto: “El ‘systema’ coagula rápido la sangre del pueblo Éste no”, acompañado por una tarjeta con la imagen del Che Guevara, otra referida a la Masacre –aunque sin nombrarla- y un papel pequeño mecanografiado con la palabra “ármelo” (imágenes 8). Aquí se acerca a un nivel de comunicación más directo, expresamente político, aunque inmerso en el juego de sinónimos entre armar un móvil y llevar armas, entre elaborar un afiche e interpretar su significado político.





Imágenes 7. *Hexágono '71*, bc

¡ARMELO !  
MAKE YOURSELF  
ENSEMBLEZ-VOUS



Imágenes 8. *Hexágono '71*, ce

En estos ejemplos (y en muchos otros aquí no descriptos)<sup>3</sup>, queda claro que el tipo de receptores ideales a los que se dirige es un público atento, capaz de colaborar con la conclusión de una obra –tanto en términos materiales como intelectuales– o de reflexionar sobre los textos publicados. A esto se suma que, además de la recepción de la revista en los círculos de amigos y conocidos, entre los que se encontraban tanto artistas como compañeros de Tribunales, había otros receptores. Cuenta Horacio Zabala<sup>4</sup> que cuando Vigo viajaba en tren, solía dejar un número en el asiento para que pareciera un olvido y cualquier pasajero pudiera acceder a la revista. Este juego entre la intencionalidad y el azar, ampliaba el tipo de destinatarios de *Hexágono* (aunque podemos suponer que en un número muy reducido), e implicaba una acción casi performática de simular un descuido para obtener un resultado de recepción y de lectura incalculable.

Las revistas ensambladas tienden a generar un producto nunca del todo concluido y a establecer con el receptor una relación en la que se considere la posibilidad de distintas interpretaciones o lecturas, llegando hasta una vinculación en la que se exploren las sensibilidades y emociones. En este mismo sentido, las historietas de Vigo —nunca del todo claras—, las comunicaciones y las poesías visuales publicadas en *Hexágono* tienden a hacer imprescindible un público que esté dispuesto a reflexionar y reaccionar frente a la sorpresa, la ironía o el descolocamiento. Esto se debe al criterio utilizado por Vigo al escoger los trabajos para publicar, en el que prima un interés por desechar la lectura o mirada convencional. Propone un receptor que pase a ser también productor o intérprete más o menos libre tanto de las imágenes como de la manipulación del artefacto revista, quitando páginas o ubicándolas en otro lugar. Esto último no implica desistir de la incorporación de trabajos cuyo mensaje permanece relativamente inalterado luego de su encuentro con el lector y donde la comunicación política se ha privilegiado sobre otras funciones. En la heterogeneidad que permitió esta combinación, Vigo ha conciliado la presencia de intervenciones radicales del receptor con otros casos en los que este se mantiene —tanto en los trabajos más explícitamente políticos como en los textos teóricos— en un rol menos activo y en una relación menos incierta con el sentido. El resultado son volúmenes en los que se tensiona o distorsiona el rol de receptor, en tanto pasa por distintos momentos de mayor y menor participación en un mismo número, con contenidos más herméticos o más explícitos, lo cual genera un salto permanente que limita una mirada única y controlada y que mantiene una vacilación entre sentidos compartidos legibles y otros suspendidos.

*Hexágono* '71 exige lectura, acción y performatividad. La acción del receptor a partir de la revista no se trata, entonces de puro juego, sino que se enmarca en un proceso más amplio de búsqueda de restablecer relaciones sociales entre el artista y el público, desacralizando el poder del primero y promoviendo, de esta forma, una

---

<sup>3</sup> Pueden verse otros casos similares en Bugnone, Ana L. *Una articulación de arte y política: dislocaciones y rupturas en la poética de Edgardo Antonio Vigo (1968-1975)*, Tesis de Doctorado, Universidad Nacional de La Plata, 2013. Disponible en <http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/tesis/te.989/te.989.pdf>

<sup>4</sup> Entrevista realizada por Mónica Curell, 1995. Inédita.

democratización. La búsqueda de la exploración sensible e intelectual que *Hexágono* alienta, el reconocimiento de que el sujeto que la recibe es también un destinatario capaz de producir, seleccionar, desarmar y actuar, son indicios de un programa poético que no carece de connotación política. En el contexto de represión estatal, radicalización política y movilización social de la época, la salida de la quietud y pasividad, la invitación a “armar” móviles, poesías, mover los cuerpos, a desglosar la revista, son parte de una idea no sólo de arte, sino también de su politicidad.