

Hibridaciones del arte y el diseño.

Hybridizations of art and design.

MARÍA LEDESMA Y NIDIA MAIDANA

(pág 141 - pág 150)

RESUMEN. El artículo se ocupa de la descripción e interpretación de los procesos de hibridación entre arte y diseño, y analiza los modos en que se producen las transferencias, deslizamientos y apropiaciones entre esos campos desde conceptos semióticos peirceanos. Con la observación de dos producciones de artistas latinoamericanos, se infieren modos particulares de hibridación centrados en aspectos formales, en técnicas vinculadas a los soportes o en procedimientos comunicacionales, que, a su vez, ejemplifican las variantes entre las condiciones productivas, los circuitos de legitimación, los contratos de lectura y los colectivos de interpretación propios de cada uno de los campos.p.

Palabras clave: hibridación, producción, transferencias, circulación, interpretación

ABSTRACT. The article deals with de description and interpretation of the hybridization processes between art and design, analyzing the ways in which transfers, slips and appropriations between these fields occur from Peircean semiotic concepts. From the observation of the productions of two Latin American groups, particular modes of hybridization, centered on formal aspects, are inferred in techniques linked to supports or in communicational procedures, which also, exemplify the transfers between the productive conditions, the legitimization circuits, reading contracts, interpretation groups specific of each field.

Keywords: hybridization, production, transfers, circulation, interpretation.

MARÍA LEDESMA. Doctora en Diseño. Profesora titular consulta en la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo, Universidad de Buenos Aires. Profesora en el doctorado de la misma universidad en el área de Diseño y Teoría de la Imagen. Autora de, entre otros, *El diseño gráfico, una voz pública* y coautora de *Diseño y comunicación. Teoría y enfoques críticos*, con Arfuch y Chaves, y de *Comunicación para diseñadores y Retóricas del diseño social*, con López. Publicó, además, numerosos artículos en revistas nacionales y extranjeras. Email <mariadelvalle.ledesma@gmail.com>

NIDIA MAIDANA. Profesora de Letras. Docente de las asignaturas Comunicación y Teoría Crítica, coordinadora del área de Ciencias Sociales de la licenciatura en Diseño de la Comunicación Visual y directora de proyectos de investigación sobre semiótica, diseño y arte en la Universidad Nacional del Litoral. Dirige el Museo Municipal de Artes Visuales Sor Josefa Díaz y Clucellas y el Museo Municipal César López Claro en Santa Fe, Argentina. Email <nidiamaidana@gmail.com>

FECHA DE PRESENTACIÓN: 14/12/2020 **FECHA DE APROBACIÓN:** 17/09/2021

1.

Michael Gibbons, hacia fines de los noventa, describió como *modo 1* y *modo 2* las diferentes modalidades de acceso al conocimiento —una clásica, encerrada en disciplinas; otra extensa, reticular— y afirmó que los términos del *modo 1* —*interdisciplina*, *transdisciplina*, por ejemplo— provienen del hecho de que el *modo 2* aún no ha encontrado un *habla propia* (Gibbons et al., 1997).

Esta búsqueda del habla propia caracteriza gran parte de la episteme contemporánea, que ha encontrado en los prefijos una vía posible para nombrar aquello que se balbucea: *transmodernidad*, *transhumanidad*, *interdisciplinariedad*, *interactividad*, *poshumanidad*; estas son apenas algunas de las palabras a las que se apela en la contemporaneidad. En otro orden, *deriva*, *complejidad*, *fluidez* son otras tantas denominaciones que apuntan, desde diferentes aproximaciones conceptuales, a dar cuenta de fenómenos más extensos que acotados, más reticulares que autónomos, más mixturados que puros. El concepto de *hibridación* es uno de ellos. Como es sabido, apunta a mostrar —no ya en el ámbito estricto del conocimiento, sino en el mucho más amplio de la producción cultural— la interrelación, las transferencias, los deslizamientos y las apropiaciones que tienen lugar entre distintos campos, y permite abordar escenarios multideterminados donde diversos sistemas se interpenetran. Como ha señalado Néstor García Canclini (1990/2005, p. 14), los estudios sobre hibridación modificaron el modo de hablar sobre identidad, cultura, diferencia, desigualdad, multiculturalidad y cuestionaron ciertas parejas organizadoras de los conflictos en las ciencias sociales: tradición/modernidad, Norte/Sur, local/global.

Un nuevo sufijo ha venido a hacerse cargo de la idea del fin de esa era: *posautonomía*. Es uno de los términos que caracterizan la ruptura de las esclusas que contenían los diques de la hibridación. En otras palabras, una de las características más fuertes de nuestra contemporaneidad es el reconocimiento de la hibridación como fenómeno que atraviesa todas las esferas —biológicas, sociales, culturales—, reconocimiento que ha traído como consecuencia la valoración de su potencial y de su valor creativo.

Apelar a la hibridación como concepto permite entender las áreas de coexistencia y los espacios de encuentros generadores de conexiones entre diferentes registros, tanto en lo que se refiere a las técnicas contemporáneas como a las tradicionales, a los dispositivos y a los modos de circulación, y, al mismo tiempo, posibilita describir e interpretar los préstamos, apropiaciones, contaminaciones y cruzamientos entre los procedimientos, técnicas y metodologías.

Nuestro interés apunta a describir las lógicas subyacentes a dichos procesos: quién propone los encuentros, desde qué campo se establecen las conexiones, qué técnicas se mezclan, cómo se facilitan las apropiaciones. Para esto, dirigimos la mirada hacia producciones de ambos mundos para analizar, con conceptos semióticos, los procesos puestos en juego en la hibridación de esos dos grandes campos.

Algunas consideraciones respecto a los límites del artículo: nos referimos específicamente a las vinculaciones entre diseñadores gráficos y artistas visuales. Como punto de partida, cabe recordar que no hay demasiada diferencia entre los elementos con que trabajan diseñadores y artistas. Lo *gráfico* comprende un campo semántico amplio que convoca interpretantes del territorio del arte y del diseño. En el origen etimológico de esta palabra —del griego *graphiko*, “lo que concierne al arte de escribir, dibujar, pintar”, y de *grapho*,

“grabar, raspar, escribir, arañar”— conviven las notas que lo vinculan tanto con prácticas y técnicas del arte como del diseño. El diseño se liga a las artes gráficas de la mano del oficio de editor, del cual la creación de la imprenta fue uno de sus jalones. Del lado del arte, lo gráfico está asociado a lo que primero fueron técnicas y luego disciplinas de las artes clásicas, como el dibujo, la pintura, el grabado. En ambas esferas, la del arte y la del diseño, lo gráfico hace pie en materias, soportes y procesos compartidos que configuran una zona de cruces y solapamientos disciplinares. Es lógico entonces que aparezcan aspectos, similitudes de técnicas o de estilos, e incluso que actores pivoteen entre uno y otro campo. Nuestra idea busca complejizar el abordaje de la hibridación más allá de esta evidencia. No apuntamos a considerar solo los dispositivos, los géneros, los recursos, los estilos, sino a incluirlos en una mirada más amplia que analiza las gramáticas de producción de ambos campos, tanto en el polo de la producción como en el del reconocimiento, y el papel de los circuitos de circulación en las hibridaciones.

2.

Los primeros años del siglo XXI reinstalan en Argentina una pregunta que parecía estar respondida. La pregunta es sobre los acercamientos, solapamientos y distancias entre las prácticas, las filiaciones históricas y epistemológicas del diseño y del arte. El tema se enuncia desde distintos ámbitos institucionales: la Academia Nacional de Bellas Artes, la crítica internacional —inscripta en los circuitos editoriales más representativos del área de las disciplinas proyectuales— o la universidad argentina —en el marco de la investigación formal—.

En el año 1999, augurando el inicio del siglo XXI, la Academia Nacional de Bellas Artes publica uno de sus cuadernos *Temas de la Academia* dedicado por completo al diseño y lo denomina *Diseño: ¿estética del siglo XX?* En él varios autores, referentes nacionales e internacionales, abordan, con un discurso crítico, la estética del diseño como eje transversal en todas sus dimensiones y como punto de contacto con otras manifestaciones culturales. En muchas de las referencias se alude a Gianni Vattimo, quien recuperó las conocidas categorías benjaminianas del valor de exhibición o cultural del arte y subrayó el preponderante valor expositivo que adquiere el arte en las actuales sociedades de los medios masivos de comunicación y el acercamiento cada vez mayor al *design*. El término caracteriza a ese tipo de objeto estético que tiene que ver con la vida cotidiana, aunque no implique una utilización inmediata —la moda, la publicidad, el cine, los carteles, la arquitectura, la decoración, la sistematización de las ciudades— (Vattimo, 1999, p. 89).

En 2003, Anna Calvera compila *Arte ¿? Diseño* y en el prólogo explica que el texto es una larga conversación con Yves Zimmermann sobre la polisémica palabra *diseño*, más problemática cuando se la vincula con el arte. Esta es la piedra de toque de este texto en el que se recopilan las voces de diseñadores americanos y europeos. Entre ellos, el pensamiento de fundadores del campo, como Rubén Fontana y el propio Zimmermann, que definen el diseño desde su función comunicacional, mientras que diseñadores de generaciones intermedias no profundizan en el debate sobre si el diseño es o no es arte y priorizan explorar las zonas fronterizas entre ambas disciplinas.

Con la reunión de estos discursos, Calvera (2003) despliega el abanico de las posiciones sobre la problemática, que no hace más que volver a poner en juego los términos de

la discusión en la que el diseño, recién advenido al quehacer universitario, parece querer afirmarse en una autonomía que organice su campo.

En 2017, María Laura Nieto y Paula Siganevich publican *Activismo gráfico*, una serie de entrevistas en las que se recupera la memoria de agentes del campo del arte y del diseño que ganan el espacio público en la crisis del 2001. Las autoras ponen el énfasis en un tipo nuevo de representación visual que paulatinamente configuró una estética en que lo precario estaba en estrecho vínculo con las condiciones históricas y de producción del momento. Las gráficas eran el reflejo del trabajo mancomunado de colectivos cuyos integrantes provenían del campo de las artes —visuales, escénicas, literarias—, del diseño —en especial del ámbito del diseño gráfico— y de la comunicación. De este modo, a la par del advenimiento de esas gráficas, se producía la gestación de un interesante *entrelugar*, alrededor del diseño, del arte y de la comunicación, que barría las fronteras disciplinares (2017, p. 11).

A su vez, desde el campo del arte, son numerosos los desarrollos teóricos que ponen en relación ambos mundos. Boris Groys (2016) indica que “después de la Revolución Francesa, el arte emergió como muerte del diseño” (p. 60), haciendo hincapié en la constitución de las bellas artes, definitivamente escindidas de las artes aplicadas, hecho que implicó, en sus palabras, una apertura para la vida social: el arte es revolucionario, el arte denuncia, el arte conlleva pensamiento, el arte permite que nos pensemos en nuestra existencia. Por su parte, Mario Perniola (2016) plantea, desde una perspectiva crítica, la expansión del horizonte estético entre el arte y el no arte, y la consecuente instalación del no arte en el territorio artístico. Por último, el proceso de *artificación*, como lo describen Nathalie Heinich y Roberta Shapiro (2012), o de *artistización*, en términos de Perniola, vendría a dar cuenta de la radical ruptura que produciría la desestabilización de la categoría de artista y del propio mundo del arte. Este breve estado de la cuestión alcanza para mostrar la vigencia del tema y la pertinencia de abordarlo desde una perspectiva semiótica.

3.

No hay producción sin reconocimiento es quizás la unidad mínima de la teoría veroniana de la discursividad social (Verón, 1993), unidad que implica considerar tanto las restricciones institucionales de la producción discursiva como los dispositivos técnicos, las estrategias, los tipos y los géneros puestos en práctica en relación con la producción y su vinculación con las audiencias, públicos, *colectivos de interpretación* (Verón, 2013) en términos semióticos, en relación con el reconocimiento.

Esta imbricación entre *producción* y *reconocimiento* supone que ambas instancias se regulan de manera mutua, al tiempo que se inscriben en los circuitos de circulación, tercer aspecto del modelo. Este esquema básico, que tan fecundo se ha mostrado para analizar los procesos mediáticos, raramente ha sido aplicado al arte y, menos aún, al diseño.

Las gramáticas de producción del diseño y del arte son diferentes y, hasta donde sabemos, no han sido objeto de estudios específicos. Aunque este artículo no apunta a salvar esa distancia, necesita avanzar sobre esas aproximaciones para generar una suerte de *probatio* de nuestra idea de base: los préstamos, las apropiaciones y las transferencias entre diseño y arte se producen en cualquiera de las tres instancias del proceso, bien en la

producción, bien en el reconocimiento, bien en la circulación. De manera más concreta, puede decirse que en la hibridación entre arte y diseño se comprometen gramáticas de producción propias de los modos de circulación de una y otra esfera e interpretantes que provienen de colectivos convocados según gramáticas de cada ámbito productivo.

La primera gran distinción que debemos realizar apunta a describir el carácter social de las condiciones de producción en ambos campos: la inscripción en la sociedad de cada uno y las relaciones sociales cristalizadas de ofertas/expectativas según el tipo de discurso. Las filiaciones diferentes del arte y del diseño —a pesar de los múltiples entrecruzamientos en su genealogía— tienen su correlato en diferentes restricciones y exigencias productivas de carácter institucional. En las gramáticas de producción de ambos intervienen tanto lo mercantil como lo simbólico —*segundidad* y *terceridad* peirceanas—, pero el acento es diferente en uno y otro campo: en el campo del arte es la terceridad la dominante, mientras que en el campo del diseño lo es la segundidad. En efecto, si bien desde los planteos de Pierre Bourdieu (2002) ha quedado clara la vinculación del arte con las dinámicas del capital y del mercado, este develamiento —que ni la crítica del arte ni los artistas terminan de interiorizar—, unido a numerosos enunciados y prácticas en conflicto dentro del propio campo, no ha bastado para borrar el parentesco del arte con los “estratos elevados” de la cultura. Originalidad y autenticidad siguen siendo valores atribuibles al campo del arte. El diseño, por su parte, proviene de lo profano, del mundo de la producción material y solo muy tardíamente se ha reconocido el papel simbólico que cabe a sus productos. Es más, una parte significativa de la reflexión teórica sobre el tema apunta a acentuar las notas que lo vinculan con la esfera del sistema productivo, antes que con la esfera de lo simbólico y, en particular, de lo artístico. En razón de esto, en cada campo las gramáticas de producción tienen diferentes constricciones institucionales: en el del arte, la crítica, los centros de formación y las modalidades de exhibición prefiguran los límites desde los que se producen discursos artísticos, mientras que, en el del diseño, casi no hay desarrollo crítico; los centros de formación, en general, apuntan a desarrollar la funcionalidad y la idea de exhibición les es bastante ajena.

Respecto al reconocimiento, cabe pensar, siguiendo a Eliseo Verón (2013), de qué colectivos —en tanto entidades que comprenden una pluralidad de actores y determinan un conjunto de reglas operatorias— provienen los interpretantes que corresponden al arte y al diseño. El campo del arte está institucionalizado fundamentalmente desde la crítica y desde los espacios de exhibición y de formación. Estos espacios modelan lo que Syd Krochmalny llama *cofradía estética* ‘un conjunto de consumidores culturales delineados con bastante precisión’, ya que el arte contemporáneo sigue siendo una práctica de minorías que incursiona en una esfera cada vez más especializada y que busca expresarse por nuevos canales (Krochmalny, 2016). Se trata de un público vinculado al *círculo de lo sagrado*, para retomar la feliz expresión de Fernando Juez (2003). Estos colectivos de interpretación se nuclean alrededor de las revistas y de los espacios críticos institucionalizados. Los colectivos de interpretación del diseño, por su parte, son mucho más difusos y diversos. Pertenecen, como decíamos, al círculo de lo profano. Sin embargo, para nuestro propósito, interesa mostrar que hay una parte en la que ambos colectivos se intersectan: el diseñador es alguien que por su formación pertenece a la *cofradía* de quienes son *reconocedores* del arte. En este caso, hay un interpretante, constituido por el entrecruzamiento de subgrupos, que articula de manera específica aspectos provenientes de uno y otro campo. A manera

de síntesis, puede decirse que, en tanto ambos campos comparten materiales y soportes, las estrategias de hibridación tienen que buscarse en la apropiación y en las transferencias entre los modos de producción, los modos de circulación y el direccionamiento de cada propuesta hacia colectivos de identificación del otro campo.

4.

La profusión de producciones visuales híbridas realizadas desde los campos del diseño y del arte hace difícil la tarea de elegir casos particulares para ilustrar estas ideas. En términos de este artículo, hemos realizado la selección buscando dos producciones que se ubican a sí mismas en el campo del arte o del diseño, pero que operan, casi de manera invertida, con las formas de producción y circulación más representativas del otro.

Las obras del colectivo Onaire y de Luis Camnitzer resultan potentes en este sentido. Egresados y docentes de la carrera de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo, de la Universidad de Buenos Aires, los integrantes de Onaire¹ poseen una matriz disciplinar común y llevan adelante propuestas visuales que se adecuan a diferentes soportes y circulan en espacios culturales institucionalizados, en redes sociales o en ámbitos alternativos. Esta raíz disciplinar está claramente manifestada en el “linaje” en el que se reconocen: ciertas producciones afichísticas francesas, el cartel polaco y las producciones gráficas latinoamericanas (Siganevich y Nieto, 2017, p. 11).

El signo identificatorio (figura 1) que usan para firmar sus producciones constituye una vía regia para analizar los préstamos y perfusiones con el campo del arte. Firma y marca son conceptos diferentes en ambos campos: el artista firma la obra, el diseñador no. Como contrapartida, el hacer marcas es una de sus tareas distintivas.



Figura 1. Signo identificatorio del colectivo gráfico Onaire (c. 2009), Buenos Aires

Onaire firma sus producciones, al igual que los artistas, pero lo hace con una marca, en tanto espacio de afirmación disciplinar. Al adoptar este signo, el colectivo traslada una gramática de producción que entra en circulación en otro tipo de circuito. Desplaza el uso de estos signos del ámbito económico institucional hacia el ámbito de las intervenciones del activismo social, para autoidentificarse como un agente activo en ese campo, y entra, más allá aún, al circuito de los museos y los centros culturales. Cambian los circuitos,

cambian los colectivos con que pretenden identificarse, cambia el estilo gráfico del signo. El signo gráfico puede considerarse una referencia de los procesos que confieren identidad al grupo, porque en él se articula una tipología propia del campo del diseño —lo marca-rio— con la huella de una técnica, el dibujo, y de un método de trabajo, el collage, que son apropiaciones del campo del arte. Estos cruces se verifican también en las estrategias que Onaire pone en juego en la instancia productiva, estos procesos de hibridación constituyen la metodología de trabajo denominada *guiso gráfico* (figura 2).



Figura 2. *Amar, luchar, vivir* (2017), de Onaire, afiche, Buenos Aires

El proceso mismo es una demostración de la hibridación: Onaire comienza con una propuesta de tipo expresiva —dibujar con pincel y pintura negra—, luego apela a procesos de selección y combinación en los que se nutre de conceptos del diseño —orden de lectura, legibilidad, jerarquía—, pasa por la impresión y sus piezas —que responden a distintos formatos, desde afiches a murales colectivos— entran al circuito de la circulación pública. La monocromía, el recorte de las figuras dibujadas y la articulación sintáctica posterior se conjugan en un estilo característico. La opción metodológica les permite horizontalizar los procesos creativos homogeneizados, las individualidades de los integrantes del grupo y las de los actores sociales con que llevan a cabo algunos de estos procesos.

Por su parte, Luis Camnitzer² da curso a sus ideas sobre hacer de los museos espacios de mediación entre las producciones artísticas, los artistas y los distintos públicos, con el propósito de que la puesta en diálogo entre ellos, en el ámbito museístico, colabore con que el público se apropie de saberes, permita que los artistas expliciten sus ideas y que los museos se conciban como espacios pedagógicos. Allí despliega su crítica a estas instituciones, que, desde su perspectiva, no desarrollan su función educadora o, al menos, no la desarrollan de manera sistemática, profunda e inclusiva. La crítica a las instituciones del arte es uno de los resortes que mueven su producción y una de sus preocupaciones constantes. Así es que en 2020, al ser invitado a los seminarios que desarrolló el Comité Internacional de Museos y Colecciones de Arte Moderno para pensar los museos en contexto pandémico, en una carta a los participantes del evento, expresó que, de las variadas definiciones del término *museo*, “la interpretación más destacada es la del mausoleo con nichos para la posteridad” (como

se citó en “Hacer del arte una forma de conocimiento universal”, 2020), nichos destinados a artistas y patrocinadores.

La interpelación conceptual de Camnitzer hacia el arte como generador de conocimiento y, en especial, hacia los museos como educadores se ve reflejada en su producción en la muestra itinerante de la que nos ocupamos aquí. Se trata de *El museo es una escuela*, una instalación de sitio específico que ha rotado por una quincena de museos latinoamericanos y norteamericanos (figura 3).



Figura 3. *El museo es una escuela* (noviembre de 2015 febrero de 2017), de Luis Camnitzer, instalación en la exposición “Bajo un mismo sol. Arte de América Latina hoy”, Museo Jumex, Ciudad de México

La obra consiste en instalar en fachadas de diferentes museos de arte la leyenda “El museo es una escuela. El artista aprende a comunicarse. El público aprende a hacer conexiones”. La instalación, de contenido fuertemente comunicacional, se gestó, en palabras de Camnitzer, a partir de una discusión que sostuvo con un director de museo.

El proyecto surgió de un intercambio que tuve con un director de museo con el que estaba trabajando, quien cuando sugerí proyectos educativos para incorporar en una muestra me dijo: “Esto es un museo, no una escuela”. En broma, [...] agarré una foto de la fachada del museo y le planté las frases de “el museo es una escuela” a gran escala con Photoshop, y se la envié. En el proceso me di cuenta de que era una obra que me interesaba más seriamente (como se citó en “Luis Camnitzer sobre su obra *El museo es una escuela*”, s. f.).

La anécdota da cuenta del pasaje de la visión del artista a una operación semiótica, la de imprimir sobre la foto de la fachada del museo la leyenda “El museo es una escuela”. Este es el primer eslabón de una cadena de semiosis que recorre distintos y diversos espacios culturales y se multiplica en muy variados públicos. Inicialmente, Camnitzer realizó su instalación en El Museo del Barrio, en East Harlem, y presentó una postal alusiva en el Guggenheim, ambos museos de Nueva York. Además, destacan sus presentaciones en museos de Latinoamérica, para mencionar solo algunos: el Museo Jumex, en México, el Nuevo Museo Energía de Arte Contemporáneo (La Ene) y el Museo de Arte Latinoamericano de Buenos Aires (MALBA), en Argentina. En la actualidad es una de las exposiciones permanentes del Museo de la Memoria y los Derechos Humanos, en la ciudad de Santiago de Chile.

De lleno en el territorio de las hibridaciones, Camnitzer se apropia de estrategias del diseño gráfico para poner en circulación su mensaje en los ámbitos en los que se mueven las producciones de arte. Para ello, en relación con la pauta formal, toma la familia tipográfica propia de las comunicaciones institucionales del espacio cultural en el que la instalación se presenta. Es decir que la exposición se mimetiza con cada uno de los sitios donde se exhibe, adoptando al menos esa condición de producción. El partido de diseño del museo impregna la instalación. Por su parte, el artista no firma su obra, con lo cual se desplaza del campo del arte, donde la autoría es una condición esencial de la producción, y toma estrategias del diseño, en las que se considera que la eficacia comunicacional se construye, entre otras cosas, gracias al borramiento de estilos de autor y a la disolución del sujeto que diseña en el anonimato de la puesta gráfica. Mediante estas operaciones de construcción de sentido se intercambian los roles enunciativos: no es el artista quien realiza la enunciación, sino que es el propio museo que, con su voz gráfica, toma el enunciado, lo transforma en enunciación, lo hace suyo institucionalizándolo, comprometiéndose en la tarea de que el museo sea una escuela.

5-

Sin agotar la multiplicidad de modos de hibridación, el planteamiento de estas estrategias permite hacer foco en algunos aspectos que anticipábamos: no se trata solo de préstamos de materiales o técnicas, sino sobre todo de gramáticas de producción, de reconocimiento y de circuitos de circulación. Las estrategias analizadas son casi simétricas, porque operan de manera invertida en los modos de producción y en los de circulación: el colectivo de diseño se apropia de modos y circuitos del arte, el artista apela a modos claramente atribuibles al diseño. Onaire articula, en sus procesos de producción creativa, gramáticas provenientes del campo del arte y se apropia de sus circuitos de exhibición, mientras que Camnitzer incrusta, en la esfera del arte, gramáticas y circuitos de circulación vinculados al campo del diseño.

Estas producciones saltan las barreras y entran al museo, donde son exhibidos, o salen a la calle, donde operan con la mecánica de los afiches, con la técnica del collage o con la tipografía clásica. Creemos que atender a los procesos de hibridación entre arte y diseño —desde esta perspectiva y con el único objetivo de explicitar los movimientos realizados en el análisis— proporciona un andamiaje metodológico potente para aplicar a la consideración de esas producciones, sin olvidar que su eficacia radica en la ambigüedad que los constituye.

NOTAS

¹ Onaire es un grupo de diseñadores argentinos que se autorreferencia como *colectivo gráfico*. Está conformado por cinco integrantes: Gabriel Mahia, Natalia Volpe, Sebastián Puy, Mariel Billinghamurst, Gabriel M. Lopatín y Mariana Campo Lagorio. Véase <http://www.onaire.com.ar/proyectos.php?proyecto=052>

² Luis Camnitzer nació en Lübeck, Alemania, en 1937. Es un artista conceptual germanouruguayo, docente, curador, crítico de arte y teórico del arte latinoamericano. Su trayectoria y su producción han influenciado los circuitos del arte contemporáneo y en especial del arte conceptual de América Latina.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CALVERA, A. (Coord.). (2003). *Arte ¿? Diseño. Nuevos capítulos en una polémica que viene de lejos*. Barcelona: Gustavo Gili.
- GARCÍA CANCLINI, N. (2005). *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Buenos Aires: Paidós. (Trabajo original publicado en 1990)
- GIBBONS, M., LIMOGES, C., NOWOTNY, H., SCHWARTZMAN, S., SCOTT, P. Y TROW, M. (1997). *La nueva producción del conocimiento* (Trad. J. Pomares). Barcelona: PomaresCorredor.
- GROYS, B. (2014). *Volverse público. Las transformaciones del arte en el ágora contemporánea* (Trad. P. Cortés). Buenos Aires: Caja Negra.
- CAMNITZER, L. (2020). Hacer del arte una forma de conocimiento universal. Una carta de Luis Camnitzer Recuperado de <https://artishockrevista.com/2020/07/17/carta-luis-camnitzer-cimamuseos/>
- Luis Camnitzer sobre su obra *El museo es una escuela*. (s.f.). Recuperado de <https://www.malba.org.ar/luis-camnitzer-el-museo-es-una-escuela/>
- JUEZ, F. (2003). Ordinario y extraordinario. En A. Calvera (Coord.), *Arte ¿? Diseño. Nuevos capítulos en una polémica que viene de lejos* (pp. 233-243). Barcelona: Gustavo Gili.
- PERNIOLA, M. (2016). *El arte expandido* (Trad. A. Taberna). Madrid: Casimiro.
- SIGANEVICH, P. Y NIETO, M. L. (2017). *Activismo gráfico. Conversaciones sobre diseño, arte y política*. Buenos Aires: Wolkowicz.
- VATTIMO, G. (1999). El diseño y el arte de Babel. *Temas de la Academia*, 1.
- VERÓN, E. (1993). *La semiosis social* (Trad. E. Lloveras). Barcelona: Gedisa.

