

V Encuentro “Diseño, Comunicación y Cultura”.

Título: Ventanas urbanas para mirar poesía.

Institución: Licenciatura en Diseño de Comunicación Visual, Facultad de Arquitectura, Universidad de la República Oriental del Uruguay (UDELAR). Taller de Diseño de Comunicación Visual II (DCV II). Montevideo – Uruguay.

Co-Autores:

- Matilde Rosello. Prof. Adj. G3. Magister en Educación Superior. Lic. En Diseño. (en representación del equipo docente del curso DCV II de la LDCV).

matilde.rosello@gmail.com

- Rosana Malaneschi. Socióloga. Directora de Zona Poema junto a Elbia Fernandes.

malaneschii@gmail.com

Resumen.

En el marco de la propuesta del V Encuentro “**Diseño, Comunicación y Cultura**”, presentamos esta ponencia, que se desarrolla en uno de los trabajos prácticos del curso de segundo año.

El mismo se realiza de forma conjunta entre estudiantes y el grupo de Zona Poema, festival anual urbano-poético-diseño, articulándose de esta forma, la poesía y el diseño con la ciudad.

Entre los objetivos generales podemos destacar el sociabilizar y sensibilizar la mirada poética sobre la ciudad (recuperar la poesía y su lectura, en la ciudad) y representar gráficamente el significado conceptual y comunicacional atribuido a la palabra.

El proyecto se materializa en tres hechos artísticos: 1) a partir de una convocatoria abierta se lleva a cabo una jornada de lectura de poesía viva; 2) se seleccionan 21 poemas; 3) y luego, en el marco del Taller de Diseño, esa selección es repartida entre los estudiantes del curso, y cada uno diseña una propuesta de puesta gráfica (que funciona como afiche) eligiéndose una de cada poema para exponer en la vía pública (en mupis, cedidos por la Intendencia de Montevideo) durante un año.

A través de una forma asociativa se tiende a resolver un problema social (la falta de difusión y lectura de la poesía viva), con el trabajo de poetas y diseñadores (los propios estudiantes), se produce una nueva experiencia académica, conocimiento nuevo, y **multidisciplinario**, una manera de **aprender haciendo**, dando voz a la poesía, haciéndola visible y pública.

Zona poema¹ (<http://www.zonapoema-zonapoema.blogspot.com>) es un festival urbano-poético y de diseño montevideano. En primer lugar se realiza una lectura de poesía viva en 21 sitios de Montevideo² nucleados en una zona de la ciudad. En segundo, se seleccionan 21 poemas –uno por cada uno de los 21 lugares en los que se lee- y, luego de elegidos, se plotean por un año en su punto de lectura. En tercero y último, esos 21 poemas se exponen en los MUPI³ de J.C.Decaux como afiches. Los afiches son diseñados en la Facultad de Arquitectura de la Universidad de la República (UdelaR) en el Taller de Diseño⁴ de segundo año de la Licenciatura de Diseño y Comunicación Visual y son parte de la currícula anual. Zona poema conjuga poesía y diseño gráfico (el diseño de los afiches⁵) y se construye con una acción de extensión universitaria. La mecánica del Festival implica que es democrático, pero tiene una distinción académica. Es democrático porque quien desea participar se inscribe vía mail y participa en la jornada de lectura viva. Tiene nivel poético porque hay un jurado de tres miembros designado por instituciones importantes para la literatura (Casa de los Escritores del Uruguay, Academia Nacional de Letras, Fundación Nancy Bacelo, Fundación Mario Benedetti) que, independientemente de la lectura, o sea, evaluando sobre la calidad de la obra escrita, selecciona los 21 poemas que le parecen buenos para ser ploteados y diseñados. El Festival en sí mismo promueve la conversación y el encuentro.

¿Y qué significa el diseño de los afiches? Significa que el diseño gráfico actúa de distintas maneras que se detallan a continuación

- dando “voz” a la poesía, dar voz significa hacerla visible, volverla pública,
- embelleciendo la ciudad con su aporte estético y su aparición a-normal -fuera de la norma-
- iniciando una dinámica comunicacional diferente que propone nuevas formas de leer -por eso es a-normal- a quienes transitan por la vía pública montevideana, en este sentido, como se aclarará, es que la poesía se vuelve una hipótesis,
- constituyendo una dinámica inclusiva que comprende o se ofrece a todo caminante montevideano.

Si se comparan estos puntos con los que se señala en *Extensión, Universidad de la República*⁶ para definir la actividad, es posible darse cuenta de que Zona poema es un proyecto que se apoya en la extensión universitaria para el logro de sus objetivos. A lo largo de los cinco años de trabajo conjunto (2009/2014) se ha gestado una forma asociativa que tiende a resolver un problema muy significativo desde el punto de vista social -Montevideo se habría quedado sin poesía- y, con su acción, se produce una experiencia nueva, académicamente abarcable -conocimiento nuevo- y multidisciplinaria en la que los unos aprenden y valoran el trabajo de los otros (diseñadores y poetas). Para los estudiantes de diseño es una manera de aprender haciendo, vuelve rico el aprendizaje y distribuye las responsabilidades, dado que no todo sería por elección o propuesta del docente que “sabe”, sino que este guía al estudiante en las opciones que este último va eligiendo, por lo tanto cada uno debe hacerse responsable de su trabajo y de cómo y qué decide en relación a él.

1 Proyecto creado y dirigido por Elbia Fernandes y Rosana Malaneschii.

2 Zona poema fue seleccionado dos veces en los fondos concursables para la cultura del MEC, en esas dos ocasiones se hizo además de en Montevideo en Canelones, Santa Lucía y en Florida, Florida.

3 MUPI, mobiliario urbano para la información.

4 Curso cuyo cuerpo docente está integrado por Lucas Giono (Coordinador del Área Proyectual de la Licenciatura en Comunicación Visual), Matilde Rosello, Valentina Raggio y Ana Inés Puig.

5 El diseño debe, por solicitud de la Cátedra, bucear en el sentido como configuración visual-verbal.

6 Consejo Directivo Central (UDELAR), ¿Qué es extensión? [En línea].
<http://www.extension.edu.uy/que_es_extension> [24/08/2014].

Hablar de Zona poema es, ineludiblemente, referirse al sentir de quienes en Montevideo escriben poesía: la poesía no se vende, ha, por lo tanto, quedado sin soporte -el libro-. Señala Luis Bravo (1996)⁷ que a partir de los 90 la poesía parecía estar en el punto cero de su viabilidad comercial. En este momento (2014) existe, en Montevideo, un grupo de editoriales, pero con una difusión entre escasa y mínima. Una de ellas, Yuagurú, tiene un club de lectores, sistema de socios suscriptores que pagan una suma por mes y reciben un libro de poesía u otro artículo, pero tiene mucho énfasis en la poesía. La editorial se considera tributaria de Ediciones de Uno (1982/93, tuvo 600 socios-suscriptores y editó 100 libros⁸) y menciona una continuidad conceptual entre ambas editoriales⁹. Se señala, también, una acción novísima de la Intendencia de Montevideo que a través del Premio Onetti de poesía edita las obras ganadoras como integrantes de la colección Concurso Literario Juan Carlos Onetti, en el marco de un convenio de edición y distribución entre la Editorial Banda Oriental y Socio Espectacular, la citada distribución es gratuita. Otra manera de acceder al público es la lectura en voz alta, de hecho existen ciclos en Montevideo a los que pueden acercarse quienes gustan de la poesía y desean oír la leída por sus propios autores. No existen mediciones sobre la cantidad de gente que asiste a dichos ciclos. De hecho, Zona poema, en su realización parte de una lectura, pero en esta lectura, a diferencia de la de los ciclos, no se participa por invitación, sino que quien quiere hacerlo se anota. Como se dijo anteriormente, la inscripción para participar de Zona poema es libre y se realiza vía mail, por lo tanto, no hay una selección previa a la lectura y todos los inscriptos pueden leer. Se trata de un festival democrático, en el que, además, se participa sin seudónimo. La selección de los poemas que se diseñan es posterior y es en ese momento en el que aparece la distinción académica que asegura el nivel de los resultados y los poemas que pasan a la memoria (los que se plotean, diseñan y vuelven públicos).

En este marco, Zona poema sería una propuesta distinta, cuya búsqueda, como se decía, es poner la poesía en la calle y volverla pública. Pensar en la categoría de lo público es importante dado que todo lo presentado o aparecido en público es pasible de ser visto y oído -"leído"- por todo el mundo y además logra publicitarse de la manera más amplia posible. Lo público, además, significa también el propio mundo, en cuanto común a todas las personas y diferenciado de los lugares poseídos privadamente de él (Arendt, Hanna, 1998)¹⁰. Interesa ahora ver que lo público es común a todos y que, se apunta aquí otra idea, como objetos o cosas construidas por el hombre los poemas en la calle une(n) y separa(n). (Arendt, Hanna, 1998). Unen y separan, porque se ofrecen en un mundo común que se vuelve valioso por la diversidad. Esto de unen y separan, esto de diversidad, implicaría las distintas opiniones. Todos vemos los poemas, entonces son comunes, de todos, ese detalle nos une, la poesía es de nuestro mundo: somos la ciudad en la que se apuesta por la poesía y por lo nuevo. Es importante darse cuenta de que la aparición de los poemas debería promover la conversación, aunque sea lo mínimo: ¿qué es?, ¿por qué aparece ahí y así?, ¿quién lo hace?, me gusta, no me gusta, ¿por qué se gasta dinero en esto? Es esperable, porque lo público, tal como dice Arendt, se ofrece para todos y para todos es visible, que sea, por ejemplo, tema de la cena, por lo tanto, que se vuelva parte

7 BRAVO, Luis. "El último medio siglo de poesía en el Uruguay". En *Ruptures, la revista de las 3 Américas*. Abril, setiembre de 1996, número 12, Canadá:Ruptures, 1996. pp. 363/382.

8 Si se piensa como medida de éxito, sería magro. En 11 años 600 personas, sería 54 individuos por año. Cuantitativamente, que no es la única manera de sentir o calibrar, parece poco. Sin embargo, Ediciones de Uno es emblemática.

9 Editorial Yaugurú. [En línea]. <<http://yauguru.com/>> [24/08/14].

10 ARENDT, Hanna. *La condición humana*. Prologuista Manuel Cruz, Traductor Ramón Gil Novales, 2da. reimpresión. España. Paidós. 1998. 366p. ISBN:84-7509-855-X.

de la vida diaria... *Zona poema, aquello de lo que hablábamos la otra noche*. Es importante entender que Zona poema lleva la poesía a lo público, porque gracias a esa acción es que puede representar una búsqueda de nuevos y significativos soportes para ella. Soportes para los que se precisa el diseño gráfico en su labor de hacer-leer¹¹, similar a lo que se hace en un libro, para otro soporte: el MUPI.

Los MUPI (mueble urbano para la información) son unos artefactos urbanos (hay fotografías al final de este artículo) desarrollados por JCDECAUX (<http://www.jcdecauxlatam.com/es>), empresa especializada en comunicación exterior, presente en Montevideo. Los primeros MUPI se colocaron en el año 2000. En ese momento, la intendencia orquestó una campaña de identidad montevideana en la que se mostraban afiches de distintos barrios en los nuevos soportes, los MUPI, el intendente era Mariano Arana y dicha campaña se registró luego en un libro, Montevideo, entre la memoria y el desafío¹². Pero la función de los MUPI es mayormente la transmisión de información publicitaria asociada a productos, son netamente comerciales, aunque la intendencia montevideana tiene un acuerdo con la empresa y cada tanto aparecen mensajes de otro tipo (cine, festivales, fútbol, etc). En convenio con la Intendencia es que Zona poema accede a los MUPI para volver pública la poesía a través de los afiches.

Una pregunta, entonces, es cómo sería la lectura cuando el texto está en 21 MUPI que presentan un poema cada uno, como si fueran 21 hojas desperdigadas. Es una pregunta trascendente porque hay un cambio de soporte, no se trata de leer un libro. Los MUPI están cercanos entre sí, forman un circuito con los afiches puestos del lado peatonal para privilegiar el encuentro y la lectura. Un paseante los irá encontrando y así, en su recorrido, armará una lectura no lineal, sino secuencial, propia de la web. Hay una navegación, una trayectoria, un encuentro variable según el camino. Es una obra con características hipertextuales, "Cada afiche puede plantearse como un nodo en un recorrido no secuencial y no jerárquico. Esto quiere decir que cada uno de ellos es un texto aislado que, al unirse con otros, forma un texto mayor". (Malaneschii, 2006)¹³. Como dice Landaw (1995)¹⁴: "A medida que el lector se mueve por una red de textos, desplaza constantemente el centro, y por lo tanto el enfoque o principio organizador de su investigación y experiencia." Esto quiere decir que se está frente a una lectura que recuerda al hipertexto, nueva forma de leer a través de ventanas y practicable a través de la red (web). En ese sentido, el diseño asegura la uniformidad al ofrecer las señales que permiten el reconocimiento de las obras como fruto del festival, por lo tanto del mismo emisor (logo, etc). También se debe decir que es una antología, dado que las obras (tanto el diseño, como los poemas) son de diferentes autores. Podría ser visto como una dispersión organizada en nodos y por medio del diseño que indica siempre el emisor: esto es Zona poema y los distintos autores y apoyos.

11 LEDESMA, María. Diseño Gráfico; ¿un orden necesario? en Arfuch, Leonor (comp); Diseño y comunicación. Teorías y enfoques críticos. Buenos Aires, Paidós, 1997. ISBN:978-950-12-2709- 3.

12 Intendencia Municipal de Montevideo, Montevideo, entre la memoria y el desafío. Intendente Mariano Arana. Uruguay. Empresa Gráfica Mosca. 2004. ISBN 9974-500-17-0.

13 MALANESCHII, Rosana. Montevideo tiene quien le escriba. En: Inmediaciones de la Comunicación. Agosto 2006, Vol 5, Nro. 5. Universidad ORT. Uruguay. pp:19-29.

14 LANDAW, George P. Teoría del hipertexto. Barcelona:Paidós Iberia. 1997. 389 p. ISBN 978-84-493-0259-6.

Lo anteriormente dicho apunta a señalar las diferencias con el libro: es otro tiempo de lectura (fugaz, tal vez, ocasional, en un paseo) y en otro espacio dado que se va leyendo en la vía pública. A la vez es una lectura no jerárquica, inicia donde uno accede al circuito y termina donde y cuando uno sale. La propuesta de leer en la vía pública es lo novedoso de Zona poema. Zona poema asume que la gente lee crecientemente menos y que pasea por la calle crecientemente más. Estos datos se extraen del segundo informe nacional sobre consumo y comportamiento cultural (Imaginario y Consumo Cultural, Dominzain, Rapetti, Radakovich, 2009¹⁵), se suma a estos datos así obtenidos la percepción que da inicio a este artículo: no se vende poesía y si no se vende no tiene consumidores. En cierto sentido, el informe citado propone algo diferente porque no privilegia la compra, sino el consumo es decir que estaría diciendo, directamente, que la poesía no se consume. Además, también expresa con números la idea de que la literatura nacional que se consume es poca, menos que la extranjera. De la suma de datos se puede extraer lo siguiente: la poesía nacional no se lee ni se vende. Y a la realidad se debe el mayor homenaje¹⁶, eso intenta Zona poema, homenajear la realidad y por eso el formato de lectura es nuevo. Zona poema busca al público haciendo lo que la gente hace: salir a la calle. Y allí dispone en un circuito de caminante los poemas que presenta. De esta manera se ve como la propuesta del festival tiene que ver con el acceso a la poesía, con la posibilidad de presentarla a todos y, por lo que se va viendo, también de hacer algo nuevo de ella.

Distinto soporte (forma) y distintas circunstancias (tiempo y espacio) de lectura promueven un encuentro diferente con la obra modificando su apreciación estética. No es menor pensar en este punto, en el que también se innova, se podría pensar en un nuevo género discursivo (Bajtín, Mihail¹⁷,) definido por su tema, composición y estilo. Se debe pensar en las características de la muestra: hecha para ser vista en dos lenguajes (visual y escrito), se expone en nodos que habilitan un recorrido por una red a construir por quien lee según el orden de su paseo. Inevitablemente estas características modificarían el tema, la composición y el estilo de lo que es ofrecido, los poemas. Es posible, entonces, comparar esta propuesta de producción de textos y lectura con la literatura del siglo XXI para Calvino (2012)¹⁸: *levedad, multiplicidad, rapidez, consistencia, exactitud y visibilidad*. Esta pequeña gran idea, simple y rica, reseña las características de una literatura posible y sostenible en tiempos de hipertextualidad. Esto quiere decir que los poemas deberían tener esas características, entre otras cosas, porque su tiempo de vida es breve y su presentación es a escala de impacto urbano. A ello se atiende cuando en las bases de la presentación se pide que sean menores de 900 caracteres con espacio. De alguna manera se espera una forma resumida, una síntesis, un relámpago iluminador y poético. Desde el punto del vista del diseño gráfico y su(s) lenguaje(s) se trataría de darles visibilidad, en parte al propio sentido(s) del poema, acompañarlo y representarlo por otros medios y, en parte, hacerlo visible en el concierto informacional de las calles de Montevideo y, por lo tanto, también debería el diseño compartir esas cualidades que invitan a navegar, a seguir mirando. Todas las características anotadas inmediatamente más arriba, reseñadas por Calvino para pensar la literatura del siglo XXI privilegiarían la idea de un nuevo lector o, si no nuevo, al menos preferente, uno que se forma con una estructura cognitiva acorde a las

15 DOMINZAIN, Susana; RAPETTI, Sandra; RADAKOVICH, Rosario. Imaginario y Consumo Cultural. Segundo Informe Nacional sobre Consumo y Comportamiento Cultural. Uruguay:Gráfica Mosca. 2009. 223 p. D.L. 350.366

16 Frase de Pedro Figari, epígrafe de su libro Arte y Estética, “A la realidad mi mayor homenaje”.

17 BAJTIN, Mihail M. Estética de la creación verbal. 8va edición. México:Editorial siglo veintiuno. 1998. 396 p. ISBN 968-23-1111-x.

18 CALVINO, Italo. Seis propuestas para el próximo milenio. Prólogo de Esther Calvino, Traducción Aurora Bernárdez, César Palma. 10ª edición. España:Siruela. 2012. 160 p. ISBN:978-84-7844-414-4

nuevas tecnologías de la información y la comunicación y que precisa, por lo tanto, un tipo de obra mayoritaria y propia, algo así como un acercamiento a la poesía que la época haría posible.

Como nos dice Mariluz Restrepo ¹⁹ la comunicación humana en su sentido profundo se parece a la virtual y define ambas haciendo uso de las características anotadas por Calvino. Privilegia el sentido posible de encuentro, aventura, juego, construcción común. También eso sería parte de Zona poema. De manera que nos acercamos a lo comunicacional y es posible tal plano porque la exposición de los afiches interroga, a través de la sorpresa, al receptor. Esto es porque los MUPI, en general, exponen publicidad y las personas deben darse cuenta de que estos son mensajes diferentes: poemas y eso es lo sorprendente. Por lo tanto, la poesía es una hipótesis, porque primero es un problema. Y una hipótesis supone siempre un proceso abductivo, un descubrir ²⁰. De pronto el paisaje montevideano aparece lleno de mensajes extraños. No es publicidad de tipo alguno lo que se ve, es algo distinto. Vistoso, bello, raro, puede ser cualquier cosa y resultan ser, al final de la total, poemas, líneas de fuga, ventanas hipertextuales y callejeras para mirar poesía. Llegar a esta conclusión es lo que se propone como proceso abductivo y supone interés y capacidad por parte de los lectores. La idea es intentar ver que Zona poema busca privilegiar la conversación entre lectores, diseñadores y poetas y, más fácil de ver, entre los poetas que se presentan al evento, entre ellos y con la gente y también entre la gente misma. Lo que Zona poema privilegiaría es la dimensión de “hilo” de la comunicación, idea que sostiene Restrepo y que define un tipo de comunicación que sirve para unir, que supone siempre el diálogo, la escucha, el construir y el compartir sentidos no dichos de antemano, ni planificados: una aventura humana, un momento genuino y, por ello, inclusivo.

Proponer esto no es menor, sino que es la consideración de que las formas de arte que sobrevivirán a las tecnologías son aquellas que pueden presentarse en vivo, esas serán las genuinas y promoverán en su presentación el encuentro entre personas y, por lo tanto, la conversación que siempre es recreadora de sentidos. Zona poema supone que hay un momento de encuentro con el artista y de la gente en sí misma, luego, ese momento se fija en una memoria fugaz (el ploteo destinado a durar un año) y el afiche, memoria más permanente, porque va formando un corpus. En ese ir y venir de lo leído se evidencia el encuentro y la construcción común del festival. Festival inclusivo y democrático que tiene como público objetivo el 100 por ciento de los paseantes montevideanos. Reaparece aquí Montevideo. Es tal vez el momento en el que es posible asentar que desde el punto de vista del diseño gráfico el problema que se soluciona debe atender a una noción contextual de diseño ²¹. Es diseño contextual aquello que situándose lejos de lo global y lo local da solución con lenguajes propios (en el sentido de propiedad) a un problema, también propio. Zona poema es profundamente montevideano, de hecho es la única ciudad del mundo en la que sucede algo como esto, en lo que además participan grupos públicos y privados (Intendencia de Montevideo, Facultad de Arquitectura, institución Zona poema.) coordinando sus acciones. Podría pensarse, también como una acción de antropofagia cultural ²². No se desarrollará, simplemente se apunta la idea.

19 RESTREPO, Mariluz, Comunicación, filo de la organización, Razón y palabra.[En línea]. agosto/setiembre, 2003, N°34. [Consulta 24/08/2014]. Disponible en <<http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n34/mrestrepo.html>>.

20 PEIRCE, Charles, Adivinar. En Sara Barrena, Grupo de estudios Peirceanos.[En línea].[Consulta 24/08/2014] Disponible en <<http://www.unav.es/gep/Adivinar.html>>.

21 BAUR, Ruedi. Diseño Global y Diseño Contextual, en Fernández, Silvia ; coord.; Bonsiepe, Gui ; coord. Historia del Diseño en América Latina y el Caribe. Brasil: Blücher. 2006.

22 de ANDRADE, Oswald, Manifiesto Antropofago. En Antropofagia[En línea].[Consulta 24/08/2014] Disponible en <<http://www.antropofagia.com.br/manifastos/antropofagico/>>.

Es así que la cátedra del Taller de Diseño de la Licenciatura en Diseño de Comunicación Visual de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de la República se ve implicada en la resolución de un problema que es mayor, aunque pueda parecer pequeño y no sea posible abundar sobre él aquí (¿Por qué pierde vigencia la poesía en un país con tanta tradición poética?). El diseño gráfico organiza su actividad proyectual con un comitente real y realiza el discurso poético haciendo un aporte estético y permitiendo el de la poesía, buscando una sinergia visual-verbal, una reconfiguración conjunta de la poesía y del diseño. Es ejemplo, como se anotó previamente en este mismo texto, de diseño contextual que posibilita la formación de estudiantes en problemas reales con un comitente real y un público también real. Los poemas de Zona poema, por lo inusitado, son una hipótesis que entremezcla poesía, diseño gráfico, estética, comunicación y nuevas tecnologías. Experiencia nueva que permite generar conocimiento por esa misma calidad de nueva, experiencia innovadora que se concreta gracias a la extensión universitaria en la ciudad de Montevideo y permite en ella el florecimiento de la poesía. Florecer en las veredas es un concepto que llevaría a pensar que este trabajo de extensión tiene efectos sobre el paisaje montevideano. Si tomamos la definición de Santos ²³, quien dice que paisaje es todo lo que se ve, de alguna forma los MUPI y la poesía en ellos hablan de un estado de la ciudad, que sea posible en el aquí y ahora de la Montevideo de hoy es, seguramente, algo profundamente montevideano, por lo tanto, contextual.

Avda. Bolivia y Mariano Uriarte (archivo propio)



Avda. Italia y Comercio (archivo propio)



Avda. Ponce y Avda. Rivera (archivo propio)

23 SANTOS, Milton. La metamorfosis del espacio habitado. Traducción de Gloria María Vargas López de Mesa. Revisión Sergi Martínez Rigol. Oikos-Tau:Barcelona. 1996- ISBN: 84-281-0890-0.

Bibliografía

ARENDDT, Hanna. La condición humana. Prologuista Manuel Cruz, Traductor Ramón Gil Novales, 2da. reimpresión. España. Paidós. 1998. 366p. ISBN:84-7509-855-X.

BAJTIN, Mihail M. Estética de la creación verbal. 8va edición. México:Editorial siglo veintiuno. 1998. 396 p. ISBN 968-23-1111-x.

BAUR, Ruedi. Diseño Global y Diseño Contextual, en Fernández, Silvia ; coord.; Bonsiepe, Gui ; coord. Historia del Diseño en América Latina y el Caribe. Brasil: Blücher. 2006.

BRAVO, Luis. "El último medio siglo de poesía en el Uruguay". En *Ruptures, la revista de las 3 Américas*. Abril, setiembre de 1996 , número 12, Canadá:Ruptures, 1996. pp. 363/382.

CALVINO, Italo. Seis propuestas para el próximo milenio. Prólogo de Esther Calvino, Traducción Aurora Bernárdez, César Palma. 10ª edición. España:Siruela. 2012. 160 p. ISBN:978-84-7844-414-4.

CONSEJO DIRECTIVO CENTRAL (UDELAR), ¿Qué es extensión? [En línea].

<http://www.extension.edu.uy/que_es_extension> [24/08/2014].

de ANDRADE, Oswald, Manifiesto Antropofago. En Antropofagia[En línea].[Consulta 24/08/2014] Disponible en <[http://www.antropofagia.com.br/manifestos/antropofagico/Ponencia UDELAR Ventanas urbanas para mirar poesía.docx](http://www.antropofagia.com.br/manifestos/antropofagico/Ponencia_UDELAR_Ventanas_urbanas_para_mirar_poesia.docx)>.

DOMINZAIN, Susana; RAPETTI, Sandra; RADAKOVICH, Rosario. Imaginarios y Consumo Cultural. Segundo Informe Nacional sobre Consumo y Comportamiento Cultural. Uruguay:Gráfica Mosca. 2009. 223 p. D.L. 350.366.

Editorial Yaugurú. [En línea]. <<http://yauguru.com/>> [24/08/14].

Intendencia Municipal de Montevideo, Montevideo, entre la memoria y el desafío. Intendente Mariano Arana. Uruguay. Empresa Gráfica Mosca. 2004. ISBN 9974-500-17-0.

LANDAW, George. Teoría del hipertexto. Barcelona:Paidós Iberia. 1997. 389 p. ISBN 978-84-493-0259-6.

LEDESMA, María. Diseño Gráfico; ¿un orden necesario? en Arfuch, Leonor (comp); Diseño y comunicación. Teorías y enfoques críticos. Buenos Aires, Paidós, 1997. ISBN:978-950-12-2709- 3.

MALANESCHII, Rosana. Montevideo tiene quien le escriba. En: Inmediaciones de la Comunicación. Agosto 2006, Vol 5, Nro. 5. Universidad ORT. Uruguay. pp:19-29.

MALANESCHII, Rosana; FERNANDES, Elbia. Zona poema [En línea].[Consulta 24/08/2014] Disponible en <<http://www.zonapoema-zonapoema.blogspot.com>>

PEIRCE, Charles, Adivinar. En Sara Barrena, Grupo de estudios Peirceanos.[En línea].[Consulta 24/08/2014] Disponible en <<http://www.unav.es/gep/Adivinar.html>>.

RESTREPO, Mariluz, Comunicación, filo de la organización, Razón y palabra.[En línea]. agosto/setiembre, 2003, N°34. [Consulta 24/08/2014]. Disponible en <<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n34/mrestrepo.html>>.

SANTOS, Milton. La metamorfosis del espacio habitado.Traducción de Gloria María Vargas López de Mesa. Revisión Sergi Martínez Rigol. Oikos-Tau:Barcelona.1996- ISBN: 84-281-0890-0.