

## **DIFUSIÓN ARTÍSTICA INDEPENDIENTE, UN PROBLEMA FORMAL.**

**Esteban Ruiz Lopera.**

### ***ESTÉTICA DE LA ABDICACIÓN***

*"Conformarse es someterse y vencer es conformarse, ser vencido. Por eso toda victoria es una grosería. Los vencedores pierden siempre todas las cualidades de desaliento con el presente que los llevaron a la lucha que les dio la victoria. Quedan satisfechos, y satisfecho sólo puede estar aquel que se conforma, que no tiene la mentalidad del vencedor. Sólo vence quien nunca consigue. Sólo es fuerte quien desanima siempre. Lo mejor y lo más púrpura es abdicar. El imperio supremo es el del Emperador que abdica de toda la vida normal, de los otros hombres, en quien el cuidado de la supremacía no pesa como un fardo de joyas".*

***Fernando Pessoa.***

Lo que nos cita en las siguientes líneas es la problematización de la forma, gestión y concepción de la difusión artística independiente y sus implicaciones en la construcción de identidades culturales. Como premisa atenderemos a saber que un artista no puede escapar de su contexto, su obra está necesariamente ligada a un momento histórico, territorio y cultura. Comprender ésto es validar las manifestaciones artísticas como síntesis de la cultura expresadas desde el individuo y a su vez como propuestas, nuevas miradas sobre la realidad, posibilidades de cambio y/o conservación. En este sentido, se torna necesario que los discursos artísticos de la oferta cultural no se vean restringidos en términos de oficialidad o comercialidad, ya que la estandarización repercute negativamente tanto en los artistas independientes, su economía y sus ideas, como en el proceso dialéctico que éstos proponen con sus discursos en el desarrollo de la realidad e identidad cultural como constructo social. Así, este texto además de funcionar como propuesta y crítica especializada, también apunta a que otros lectores no artistas puedan tener bases conceptuales en las discusiones que aquí se plantean, reconociendo al público en artes como parte fundamental del escenario artístico, usualmente relevado, por exclusión, a la pasividad.

Es importante reconocer que cuando se habla del arte se abarca una multiplicidad de manifestaciones artísticas, variantes principalmente en sus técnicas y soportes, pero, a su vez, también en sus modos de producción y difusión, que, aunque se inscriban en la globalidad del

término “arte”, mantienen dinámicas socioeconómicas y culturales igual de diversas. Por mencionar, se tiene la categorización de: visuales, sonoras, audiovisuales, escénicas y literarias. Cada una de éstas mantiene su propio escenario cultural, aun cuando se planteen categorías mixtas. Es debido a este vasto contenido y los intereses personales de quien escribe que en el presente trabajo se enfoque en las artes visuales, aquellas cuya especificidad se limita a la experiencia visual no literaria, con algunas excepciones de índole plástica, como lo es la escultura, que se ve pero no se toca. Dada esta introducción, empecemos a plantear, primero, nuestro contexto.

Es el año 2019, Colombia cuenta, entre otros, con un Ministerio de Cultura y otro de Tecnologías de la Información y la Comunicación, la industria cultural privada ha venido afianzándose desde la apertura económica en los 90 y así mismo, en la pública, los programas artísticos y culturales oficiales, organizados y/o financiados por el Estado, se han visto apoyados desde el decreto de la Ley General de Cultura (Ley 397 de 1997). El arte como elemento de construcción social ha tomado relevancia y gracias a las TIC también notoriedad, sin embargo, siempre existe una disidencia y una marginalidad, artistas que, bien por sus discursos o trayectoria, se ven invisibilizados por la sombra de un aparataje cultural que a veces es denunciado como estandarizante y formateado. Estos artistas son a los que nos referiremos como *independientes*.

La independencia del artista a través de la historia del arte es una condición difusa que se inscribe en términos económicos, culturales e ideológicos. Desde la financiación, pasando por la autonomía y hasta el compromiso social del arte, son categorías que pueden direccionar las preguntas -y sus respuestas- por el arte independiente, que en síntesis prefiguran una como base: *¿independiente de qué?*

Si bien no existen características intrínsecas para determinar lo que es un artista independiente, pues sus técnicas, éticas, estéticas, temáticas y conceptos pueden ser distintos, un criterio extrínseco se ve reiterado a través de la historia en la consolidación del término y es la autonomía. Es aquí donde se comienza a complejizar la caracterización de esta figura.

Profundizando, en la caracterización del artista independiente abordaremos consideraciones de dos tipos para comprenderlo: económicas y discursivas. En la primera, situados en el marco del modelo económico colombiano del capitalismo mixto<sup>1</sup>, desde sus lineamientos sobre la meritocracia y la libertad, se puede reconocer al artista independiente como aquel quien se vale de sus propios medios para financiar, capitalizar, difundir y vender sus obras, ésto sin la intervención de un promotor mayoritario o absoluto, resultando de ello una suerte de autonomía financiera y creativa. Sin embargo, desde el lado discursivo y como seguimiento histórico del término, es importante saber que en 1884 se da la creación de la Sociedad de Artistas Independientes, fundada en París por Albert Dubois-Pillet, Odilon Redon, Georges Seurat, Paul Signac, entre otros, la cual nace con el lema “Sin Jurado ni premios” en reacción a la disminución del número de artistas apoyados por la Real Academia de Pintura y Escultura y a su exclusión de las exposiciones del Salón de París, donde podemos reconocer que, si bien el carácter *independiente* surge por su desvinculación de las entidades estatales y oficiales -aunque siempre buscara y encontrara amparo en ellas mismas-, el término comienza a implicar también, no sólo la autogestión de los implicados, sino la contraposición en los procesos discursivos y curatoriales frente a los Salones oficiales, mientras que en los últimos la censura política y el academicismo radical eran protocolarios. Así, en los Salones organizados por la Sociedad se gestaba el potencial que recibiría y promocionaría los grandes movimientos artísticos de vanguardia y, con ellos, sus discursos e ideas. Aún hoy, la Sociedad de Artistas Independientes mantiene sus actividades bajo el artículo 1º de sus estatutos: “El propósito de la *Société des Artistes Indépendants*, basada en el principio de la abolición de un jurado de admisión, es permitir a los artistas presentar su obra al juicio público con completa libertad”.

En ambos casos, desde lo económico y lo discursivo, la autonomía se perfila como la base de la independencia artística, no obstante sus implicaciones de cada lado suponen diferencias en la conceptualización y, además, no se debe ignorar el hecho de que en el contexto histórico, social

---

<sup>1</sup> Se entiende por “capitalismo mixto” aquel sistema económico que mezcla lógicas del socialismo con las del capitalismo, donde aunque se entienda preponderantemente capitalista, el Estado cumple un rol activo en la regulación del funcionamiento del mismo.

y económico desde el que hablamos no permite separarlas tajantemente. Es entonces cuando por *Independiente* podemos reconocer dos tipos de artistas: alternativos y emergentes.

En la Convocatoria del Programa Nacional de Estímulos de 2017 del Ministerio de Cultura de Colombia, se encuentra la “Beca de creación para artistas emergentes”, la cual, en sus requerimientos, plantea que el perfil de los postulados debe ser “Artistas visuales colombianos que tengan título profesional en artes plásticas o hasta cinco (5) años comprobados de actividad artística”. Lo cual define a los *emergentes* en términos de acreditación institucional y/o tiempo de actividad, explícitamente 5 años. Lo mismo ocurre en gran variedad de convocatorias alrededor del mundo, en algunos países incluso se acciona con una figura similar llamada “arte joven”, la cual no referencia el tiempo de actividad artística sino la edad de los artistas (Almeda, 1998). Dos perfiles *emergentes* que son *independientes* en cuanto a que su proceso o edad no les ha llevado aún a ser conocidos y/o patrocinados, pero que, contrario a lo que se creería, están en la mira de los coleccionistas, curadores, galerías y demás figuras importantes del circuito comercial del arte (Apablaza, 2014), entendiendo la *emergencia* como novedad en potencial de la comercialización.

De lo anterior podemos decir que, si bien todo artista tiene una etapa de *emergencia* en términos literales, la *emergencia* se convierte en una etiqueta que se inscribe y acomoda al sistema especulativo del mercado del arte (Idem). En este caso, aquellos a quienes la oficialidad y/o el mercado rechaza y pone en “lista de espera” son *independientes emergentes* por designio externo, así como apunta Luis Camnitzer: “Es nuestra obsesiva preocupación con el mercado, la frustración al no tener acceso al mismo. Sólo cuando nos resignamos al fracaso criticamos. Mientras pensemos que aún hay una oportunidad para el éxito, criticaremos poco” (Camnitzer, 2007).

Por lo anterior, como segundo y último perfil *independiente*, y quizás el más problemático, es necesario entrar en las concepciones que los propios artistas tienen sobre la independencia, ya que la pregunta es, como se mencionó anteriormente: “¿independiente de qué?” Si bien se

desarrolla un acercamiento al término en el marco económico-cultural, vale preguntarse por el marco subjetivo, político, ideológico y comunicacional. ¿Si un artista independiente se vuelve famoso deja de ser independiente? ¿Acaso su independencia la determinan sus discursos? De ser así el último caso, la *independencia* abandonaría el terreno logístico y económico y se comprendería en el plano de las ideas y la identidad.

La alternatividad se ha visto ligada a la independencia en términos culturales, la autonomía del artista que ésta enaltece se ve consolidada en los discursos libres de ataduras y formatos industriales. Estar fuera de la escena cultural hegemónica o *mainstream*<sup>2</sup> ha sido insignia de la alternatividad, quizá por el imaginario de que la mayoría está equivocada o no es digna de apreciar el “*verdadero arte*”, como se mantenía en los discursos elitistas sobre la alta y baja cultura; quizá por la exaltación de la exclusividad, la diferencia y la individualidad, que prometerían mantener el arte libre de contaminación mediática y banalizante, y al ser encaminado a la realización espiritual; quizá por la *autonomía del arte*<sup>3</sup>, el ensimismamiento, la falta de compromiso social del arte contemporáneo, que hermetiza el círculo a unos pocos letrados con supuestos fines superiores. ¿Y si los artistas no se quieren hacer conocer?

Es éste el otro *artista independiente*, el que abdica al éxito comercial en función de su autonomía, quien sobrepone su discurso, técnicas, ética, política, y un largo entre otros, a la rentabilidad que pueda generar su obra. A éste podríamos abordarlo como *alternativo*. Pese a lo dicho, estos artistas no están exentos de devenir otra etiqueta del mercado, y, siguiendo la tercera acepción del término *alternativo* en el DRAE, la cual dicta “en actividades de cualquier género, especialmente culturales, que difiere de los modelos oficiales comúnmente aceptados”, lo *alternativo*, al entrar funcionalmente al mercado, dejaría de serlo. Sin embargo, y sin entrar en detalle sobre si lo que significa “ser comúnmente aceptado” se entiende en términos cuantitativos o cualitativos, es importante resaltar que al estar inmerso en un modelo económico como el

---

<sup>2</sup> *Mainstream*, literalmente y en español significa “fuente principal” que se puede entender como de mayor popularidad.

<sup>3</sup> Concepto que soporta la proclama del “arte por el arte”, entendiendo la creación artística como independiente de cualquier otra esfera social, siendo blanco tanto de defensas como denuncias frente a sus implicaciones personales-psicológicas-espirituales como sociales-políticas-culturales, respectivamente.

nuestro y en una cultura ya establecida como molar, para quienes su único método de supervivencia es la comercialización de su arte y/o conocimiento, es obligatorio aceptar su pertenencia y plantearse que su *independencia* y, por consiguiente, su autonomía no es total. Al respecto y optimistas, Guattari y Rolnik:

“A esa máquina de producción de subjetividad opondría la idea de que es posible desarrollar «procesos de singularización»: una manera de rechazar todos esos modos de codificación preestablecidos, todos esos modos de manipulación y de control a distancia, rechazarlos para construir modos de sensibilidad, modos de relación con el otro, modos de producción, modos de creatividad que produzcan una subjetividad singular. Una singularización existencial que coincida con un deseo, con un determinado gusto por vivir, con una voluntad de construir el mundo en el cual nos encontramos, con la instauración de dispositivos para cambiar los tipos de sociedad, los tipos de valores que no son nuestros. Hay así algunas palabras-trampa (como la palabra «cultura»), nociones-tabique que nos impiden pensar la realidad de los procesos en cuestión”. (Guattari y Rolnik, 2006: 61)

Complementando a lo anterior y sin detenernos más en las características detalladas de lo *independiente*, partiendo de la premisa básica de que los artistas independientes son mayormente autogestionados, y agregando que éstos no compiten con el alcance de visibilidad que facilitan los altos capitales, se encuentran problemáticas de diversas índoles que resultan relacionándose, por resaltar: culturales y, de nuevo, económicas.

Reiterando la implicación del sistema económico colombiano como capitalista mixto y reconociendo los efectos de la economía sobre la sociedad, se puede apocalípticamente<sup>4</sup> pronosticar, a manera de hipótesis, que de la invisibilidad de propuestas artísticas *emergentes* y/o *alternativas* resultaría una estandarización del arte. Este estándar, avalado por las múltiples esferas del arte: el mercado, los medios, la academia y la política, generarían una poca o nula dinamización social al limitar la democratización en torno al arte; esta última, que si bien ya no

---

<sup>4</sup> Se reconoce exagerado el planteamiento en cuanto no todo accionar humano está enteramente determinado por la economía, precisamente en las artes, términos como “pasión” y “vocación” se encuentran muy ligados a la profesión artística. Sin embargo, en la exageración se reconocen varios factores que actualmente suceden en el campo cultural, como lo es la cuestión de la democratización en torno al arte, la cual, antes y un poco después del establecimiento de los medios masivos de comunicación y específicamente de entretenimiento, se discutía frente a la alta cultura de élite y la baja cultura popular en términos del acceso a la información, como bien lo describe Umberto Eco en “Apocalípticos e Integrados” (Eco, 1984), pero que ahora, tras la acogida generalizada de estos medios y una facilidad relativa de acceso a la información, se cambia la dirección de la discusión y el poder de ambas partes: lo popular deviene popularidad y el, ya-no-tan-así, elitismo académico deviene marginalidad.

se discutiría en términos de acceso al arte, tendería a discutirse entre lo popular y lo marginal, lo que se muestra y lo que no; reduciendo la demanda del público por artistas emergentes y/o de contenidos *alternativos* puesto que no son populares, resultando en pocos ingresos para éstos y posteriormente en la deserción de la profesión artística, como ya lo denuncia Daniel Tolmos, quien, desde su autoridad desde la coordinación del departamento de Artes de la Universidad Javeriana, dijo que "de los 817 egresados de artes entre 2001 y 2015, sólo el 10% ha continuado en el mundo artístico" (Rivas, 2015), evidenciando que los artistas colombianos, efectivamente, optan por ejercer otras profesiones para vivir -sobrevivir-. Lo anterior refuerza los imaginarios sociales que cuestionan peyorativa, pragmática y económicamente la figura del artista, ironizando preguntas como "para qué sirve" y "cuánto se gana", disminuyendo efectivamente la cantidad de artistas venideros de nuevas generaciones, y, con ellos, sus propuestas estéticas, discursos e ideas.

Con las cosas así, consideraremos la visibilidad y la difusión de los *artistas independientes* como un asunto socialmente fundamental. Sin embargo, y como se aborda más arriba, se supone, es el propio artista quien debería asumir estas responsabilidades para mantener su carácter *independiente*, así obtenga algunos beneficios del sector público y/o privado, tales como el mecenazgo, publicidad, cortos patrocinios o becas. Es entonces cuando resalta la pregunta por las estrategias que asumen los creadores a la hora de difundir, tanto sus obras como así mismos, pues como cita Debray (1992) de Christian Zerbos, "lo que cuenta no es lo que el artista hace, sino lo que es"<sup>5</sup>, entre sus agudos comentarios sobre la muerte de la imagen en la modernidad.

Lo anterior comprende varias raíces del problema-solución, por una parte está el conocimiento -o desconocimiento- y la apropiación de los medios de comunicación, tanto tradicionales como modernos, por parte de los artistas, en los cuales, si se quiere acceder *meritocráticamente* en sus modalidades tradicionales, las probabilidades de lograrlo serán muy bajas, ya que éstos no responden a consideraciones cualitativas del artista y su obra, sino cuantitativas en cuanto a la

---

<sup>5</sup> La cita que hace Debray la refiere a la enunciación publicitaria del artista como personaje, necesaria en imágenes con poco contenido simbólico. En este caso se cambiaría el sentido de la frase con "...necesaria en imágenes invisibilizadas", afirmación que serviría como herramienta de difusión válida en el contexto artístico actual, en el cual no sólo las obras son importantes, sino todo aquello que inmaterialmente recubre a las mismas.

audiencia que pueda traerles el susodicho, así como lo denuncia Herbert Schiller “lo que ponen delante de nuestros ojos es una información seleccionada en función de su aptitud para ‘generar audiencia’ para los anuncios publicitarios” (Schiller, 1999), y, de igual manera, Internet -y otras TIC- aunque se vislumbra como una gran oportunidad para los independientes de hacerles frente a las grandes industrias relativamente a un mayor grado de paridad por la disminución de los costos en cada etapa de producción (Beltrán, 2007:119), requiere conocimientos, tanto técnicos como de dinámicas y estrategias culturales, que valdría la pena promover entre los *independientes* desde los actores que encuentren provecho de ello, a razón de externalidades positivas en términos sociopolíticos o hasta como potencialidades comerciales en términos económicos. Lo que coloquialmente podríamos llamar “gana gana... gana”.

Por otra parte, y responsabilizando a los individuos que habitan en comunidad, se cuestiona la fortaleza del trabajo colaborativo entre artistas independientes en sus territorios de acción, en redes de apoyo que multipliquen los esfuerzos de los individuos y colectivos, asimilando una formación de circuito que sopesa las falencias en la democratización de la oferta cultural que, al ser controlada por las instituciones oficiales, tanto privadas como públicas, prevé consecuencias ya argumentadas como poca demanda para ellos mismos, y, con mayor trascendencia, restringir las posibilidades de formación de públicos. De esto se puede inicialmente inferir que se dificulta tal consolidación en red debido a la diversidad de concepciones posibles de la *independencia*, ya que desde su enunciación, el término comprende un claro afán emancipatorio frente a un discurso o lógica, sin explicitar exactamente cuál: económico-laboral, institucional (cultura, política, academia) u otros, sectorizando las agrupaciones en cuanto a su contraparte en un movimiento continuo que, dialécticamente, comprende los extremos como parte de lo mismo, así como lo profetiza Debord:

“Al perder la comunidad de la sociedad del mito, la sociedad debe perder todas las referencias de un lenguaje realmente común, hasta el momento en que la escisión de la comunidad inactiva puede ser superada mediante el acceso a la real comunidad histórica. El arte, que fue ese lenguaje común de la inacción social, desde que se constituye como arte independiente en el sentido moderno, emergiendo de su primer universo religioso y llegando a ser producción individual de obras separadas, experimenta, como caso particular, el movimiento que domina la historia del conjunto de la cultura separada. Su afirmación independiente es el comienzo de su disolución”.

(Debord, G. La Sociedad del Espectáculo. 1967).



Lo que nos ocupa ahora, encaminando las reflexiones anteriores, es la necesidad del planteamiento de instancias de difusión coherentes al tiempo que acudimos, estrategias que fortalezcan el escenario artístico independiente (EAI), que contemplen las falencias de los modelos actuales para determinar cómo llevarlas a cabo y qué características deben ocuparles para mantener lógicas económicas, culturales e ideológicas en equilibrio. Pues comprendidos en el contexto contemporáneo de la comunicación, por el advenimiento de las TIC y la migración de medios tradicionales como la TV y la radio a Internet, las formas de contar se han visto configuradas para responder con nuevos modelos de producción y consumo, pero que a la par han evidenciado lo intrínsecamente humano en cualquier accionar de éste, pues como apunta Murray (2012): “Desde una perspectiva humanista, el diseño de objetos digitales es una práctica cultural como escribir un libro o hacer una película” (Murray, 2012:1), refiriéndose a la comunicación como aquella atravesada, transversalmente, por la experiencia humana: razón, emoción e intención. La comunicación como arte.

Reforzando, complementando y ejemplificando prácticamente lo anterior, la Encuesta de Consumo Cultural (ECC, 2016), de muestra nacional, realizada por el DANE en el año 2016, evidencia cuanto, en comparación con estadísticas de 2010, la asistencia a presentaciones y espectáculos culturales decayó en los porcentajes, y, por resaltar, en cuanto a lo que nos atañe, sólo en eventos relacionados con artes visuales se redujo desde 16,6% hasta 12,1%. Sin embargo, el uso de Internet es el que ha ido en aumento, pasando del 50,5% en 2010 y llegando al 2016 con 66,9%, aun así, vale destacar que de ese último porcentaje el 17% utilizó Internet para “visitar o acceder a servicios en línea de espacios culturales virtuales”, 2,7% menos que en la muestra del año 2012 y 3,3% menos que la de 2014. Por otra parte, en cuanto al uso de Internet para la “Lectura de redes sociales”, los resultados se asemejan al uso mismo de la Internet, llegando a 66,3% de la población encuestada, 9,1% mayor que en la del año 2014. De lo anterior podemos resumir que, nacionalmente, a la vez que el acceso y la utilización de las TIC ha ido en aumento, el consumo cultural en relación directa con las artes, y específicamente con las visuales, ha ido disminuyendo. Entre las posibles hipótesis que se perfilan para explicar este fenómeno, el DANE dispone en su encuesta la categoría de “Desinterés” en cuanto a los

contenidos, la cual resulta en cifras alarmantemente altas, lo cual podría explicarse a su vez a través de la teoría de Adorno y Horkheimer en cuanto a su concepto de *Industria cultural*, que advierte de la finalidad enajenante de los medios al servicio de poderes políticos y en función de la separación radical entre tiempo de trabajo y tiempo de ocio, donde el último sólo tiene un objetivo y es el de entretener en el sentido de distracción.

Siendo así y después de todo lo dicho, pese al reto que constituye visibilizar propuestas que, bien por su trayectoria o discursos, no han sido visibilizadas, se perfila una llamada a la creatividad que pueda converger arte y tecnología en miras del fortalecimiento del EAI; en pro de una sociedad que, debido a múltiples razones, económicas y sociales, se ha alejado del arte y lo ha supuesto como una burbuja independiente de ella y sin mayor fin más que el de decorar. Lo que se proponen en estas líneas es un impulso a la democratización del arte en la era de las redes sociales y la transmedialidad.

## **BIBLIOGRAFÍA**

ALMEDA, R. (1998). "Hacia el concepto de creador emergente". Casa del tiempo.

APABLANZA, R. (2014). "Arte emergente/Arte sumergente". Arte y Crítica. Recuperado de <https://arteycritica.org/ensayos/arte-emergentearte-sumergente/> el 23 de mayo de 2017.

BELTRÁN, R. (2007). "Las TIC como cimientos de las industrias culturales: breve aporte para un debate sobre autonomía de la ciudad, identidad y su relación con las decisiones tecnológicas". Observatorios de Industrias Culturales de la Ciudad de Buenos Aires, Concurso de Ensayos 2007: Las industrias culturales en la Ciudad de Buenos Aires, Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, pp.115-127.

CAMNITZER, L. (2007). "Acceso a la corriente principal". Antología de textos críticos, Ed. Uniandes, Bogotá.

DEBORD, G. "La Sociedad del Espectáculo". (1967). Revista Observaciones Filosóficas. Traducción de José Luis Pardo. Madrid.

GUATTARI, F., ET ROLKIN, S. (2006). "Micropolítica. Cartografías del deseo". Traficantes de sueños.

ECO, U. (1984). "Apocalípticos e Integrados". Editorial Lumen.

DRAE. (2017). Alternativo. En Diccionario de la lengua española (23.a ed.). Recuperado de <http://dle.rae.es/srv/fetch?id=26t9lcH> y Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=3q9w3lk>

CONVOCATORIA PROGRAMA NACIONAL DE ESTÍMULOS. (2017). "Beca de Creación para artistas emergentes". Ministerio de Cultura de Colombia.

DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística) (2016), "Encuesta de Consumo Cultural" [base de datos en línea],

<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cultura/consumo-cultural> [fecha de consulta: 15 mayo de 2017].

DEBRAY, R. (1992). "Vida y muerte de la imagen. Historia de la mirada en Occidente" Ediciones Paidós.

MURRAY, J. (2012). "Inventing the medium. Principles of Interaction Design as a Cultural Practice". Cambridge: MIT Press. PALMA, L et AGUADO, L.. (2009). "¿Debe el Estado financiar las artes y la cultura? Revisión de literatura". *Economía e Sociedade* 2011.

PESSOA, F. (1913). "Estética de la abdicación". Páginas íntimas.

RIBAS, J. (2000) *Caracterització dels interactius multimèdia de difusió cultural. Aproximació a un tractament específic, els "assaigs interactius" [treball de recerca]*. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra. Facultat de Comunicació.

SCHILLER, H. (1999). "La fabricación de un consenso descerebrado en Estados Unidos. Para hegemonía del 'business'". Artículo publicado en *Le Monde Diplomatique*. Recuperado de [http://www.infoamerica.org/teoria\\_articulos/schiller2.htm](http://www.infoamerica.org/teoria_articulos/schiller2.htm) el 2 de febrero de 2017.

SOCIÉTÉ DES ARTISTES INDÉPENDANTS. (2017). "Historique de la société". Recuperado de <http://www.artistes-independants.fr/sdai/presentation/historique-de-la-societe/> el 20 de mayo de 2017.