

## 5. PILAR G. ALMANSA

(Córdoba, 1976)

### *Visibilizar las dudas sobre la visibilidad*

La visibilidad es intangible. La visibilidad es relativa. La visibilidad es efímera. Pero también es una herramienta de medición del valor de un creador; es, por tanto, un sistema monetario con sus propias reglas. La más importante es que la persona que quiere –necesita– visibilidad se ve obligada a invertir dinero para obtenerla, en la esperanza de que el aumento de su visibilidad acabe generándole, al fin, remuneración. Mientras, hay un periodo en el que la visibilidad opera como medio de pago en sí mismo. Ahí está la clave de la configuración de nuestra cultura, arte y ciencia: solo las personas que sobreviven al mercado de visibilidad, conocido como precariedad, llegarán a esa ítica de profesionalización.

Si el objetivo del artista es ser visible, dado que es lo que le proporcionará remuneración, el objetivo de su obra será conseguir visibilidad. Parece una obviedad, pero tiene implicaciones. El artista tendrá en cuenta, para empezar, los criterios de los que deciden qué es visible: programadores, productores, gestores... Los que disponen del recurso dinero. Serán los gustos de este conjunto de agentes, y no las necesidades comunicativas del artista, las que alienten el nacimiento de la obra. El artista también estará atento a las modas, que, por su naturaleza, son mecanismos de invisibilización: cuando algo está de moda, ocupa una parte sustancial del espacio disponible e invisibiliza otros contenidos. Dentro de las modas, me resulta llamativa la del relato identitario (mujeres, personas racializadas, colectivo LGTB+). El artista que sucumbe a esta moda queda reinvisibilizado bajo una aparente visibilización: es el colectivo el que se visibiliza, el creador es solo su metonimia. Lo “universal” y la visibilidad que esto implica sigue perteneciendo a las creaciones y creadores de siempre.

A estas dinámicas propias se suma, en las artes escénicas, una particularidad de nuestro momento histórico, en el que el paradigma comunicativo dominante es el de la comunicación mediada. Lo que se cuenta encima de un escenario es potencialmente invisible, por su efimeridad, frente a la visibilidad ubicua a demanda del audiovisual.

La acción cruzada de estos factores –criterios de exhibición, moda y sector escénico– me sume como artista en un mar de dudas. ¿Cómo intentar visibilizar lo invisible cuando el objetivo es ser visible? Si mi obra tiene que encajar en lo que ya obtiene visibilidad para que yo, como artista, sea visible, ¿qué sentido tiene escribir sobre lo invisible? ¿Priorizo mi visibilidad o la visibilidad de lo invisible? En un sector que lucha por su propia visibilidad, ¿alguien puede permitirse hablar de lo invisible? ¿Puede el sistema escénico sostener la exhibición de lo invisible? ¿Son visibles para todos los participantes los mecanismos del sistema que otorgan visibilidad? Si no lo son, ¿por qué son invisibles?

El dinero es intangible, relativo, efímero, necesario. Como la visibilidad. Por eso operan igual e inciden de forma análoga en las condiciones materiales de vida de los creadores y en su obra. ¿Hasta qué punto estaríamos dispuestos como sector a visibilizar su dinámica? ¿Qué consecuencias tendría hacer visible cómo funciona la visibilidad?