



Contratexto

ISSN: 1025-9945

contratexto@ulima.edu.pe

Universidad de Lima

Perú

Bedoya Wilson, Ricardo
Dos "performances" de Magaly Solier: construyendo una imagen cultural
Contratexto, núm. 26, julio-diciembre, 2016, pp. 71-84
Universidad de Lima
Surco, Perú

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=570667370007>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Dos “performances” de Magaly Solier: construyendo una imagen cultural

Ricardo Bedoya Wilson
(Universidad de Lima)

Recibido: 14/10/2016

Aprobado: 23/11/2016

RESUMEN. El artículo analiza dos intervenciones públicas de la actriz y cantante Magaly Solier en el inicio de su carrera: la ceremonia de entrega de premios de la Berlinale de 2009, donde la película *La teta asustada* obtuvo la recompensa más importante; y la entrevista concedida a un blog peruano mientras visitaba la exposición fotográfica “Yuyanapaq”. Ambas apariciones son interpretadas en el horizonte de una narrativa personal: el de la joven heredera de la memoria de la violencia provocada por el conflicto armado interno, que adquiere el carácter de mediadora entre su tradición y los medios masivos de comunicación. El texto condensa el capítulo cuarto de la tesis «Madeinhuanta. Tránsitos y escenarios de Magaly Solier: la construcción de un texto cultural» (Pontificia Universidad Católica del Perú, agosto del 2012).

Palabras clave: evento mediático / festivales de cine / etnicidad / conflicto armado interno / memoria / performance

Two ‘Performances’ by Magaly Solier: Building a Cultural Image

ABSTRACT. This article analyzes two public appearances of the actress and singer Magaly Solier, early in her career: the Berlinale 2009 Award Ceremony, where the film *La teta asustada* obtained the most important award; and the interview given to a Peruvian blog while visiting the “Yuyanapaq” photo exhibit. Both are interpreted as the construction of a personal narrative: a young woman, inheritor of the memory of violence caused by the internal armed conflict, who becomes a mediator between her tradition and mass media. The text summarizes chapter four of the thesis entitled “Made in Huanta. Transits and scenarios of Magaly Solier: the construction of a cultural text” (Pontificia Universidad Católica del Perú, August 2012).

Keywords: media event / film festivals / ethnicity / internal armed conflict / memory / performance

Las películas *Madeinusa* (2006) y *La teta asustada* (2009), dirigidas por Claudia Llosa, no son los únicos productos culturales que logran situar a la actriz y cantante Magaly Solier en el imaginario del público. La primera cinta es vista por 53 150 espectadores durante su exhibición comercial. A su turno, *La teta asustada* convoca a las salas de cine peruanas a un total de 248 973 espectadores. Esas cifras son escasas para la difusión de la imagen de una actriz entre el público masivo, pero la repercusión mediática de las películas logra difundir de modo amplio la imagen y presencia de Solier.

En esa difusión es central el desempeño de *La teta asustada* en la Berlinale, el Festival de Cine de Berlín, en febrero del 2009, donde obtiene el Oso de Oro a la mejor película participante, recompensa máxima otorgada en ese certamen. El triunfo de la película se convierte en un evento de extensa repercusión en los medios. El domingo 15 de febrero del 2009, los diarios impresos y electrónicos destacan la obtención del Oso de Oro en informaciones de portada, señalándola como un triunfo para el país.

1. En la Berlinale

Las imágenes emblemáticas de esa ceremonia de entrega de premios son las de Magaly Solier recibiendo las felicitaciones de Tilda Swinton, la actriz británica que presidió el jurado

del festival en esa edición, y las de Solier cantando en quechua ante un auditorio internacional, mientras la prensa alemana difunde las imágenes al público global a través de la televisión. A partir de este “evento mediático”, como denominan Daniel Dayan y Elihu Katz (1994, p. 9 y siguientes) a las transmisiones en directo que capturan la atención de audiencias muy amplias, la imagen de Magaly Solier adquiere nuevas connotaciones.

Al día siguiente de la entrega del Oso de Oro y de la difusión de las imágenes de la ceremonia por el satélite, la prensa peruana anuncia los hechos ocurridos en Berlín con titulares destacados. El “evento mediático” de la ceremonia, cuyas imágenes centrales son repetidas sin cesar por los canales de televisión, es propuesto para ser vivido por la comunidad como una experiencia festiva, un triunfo de todos, y como la validación de un discurso afirmativo sobre la peruanidad que es, además, fraseado en quechua por una joven de origen andino dispuesta a destacar sus raíces.

Tanto la emisión televisiva desde la Berlinale como el tratamiento periodístico de lo ocurrido con *La teta asustada* en el festival de cine de Berlín urden una trama que se emparenta con las historias épicas construidas en las grandes “performances” deportivas. Formas narrativas básicas estudiadas por Dayan y Katz como sustentos de la construcción simbólica de las ceremonias mediáticas más emblemáticas: los relatos del concurso, la conquista y

la coronación. Los autores señalan que esas categorías narrativas se originan en la obra de Vladimir Propp, reformulada por Algirdas Julien Greimas, que estableció los giros que se advierten en el periplo –la carrera– del “héroe”, personaje central o protagonista de una narración. Cada uno de estos giros corresponde a una etapa del relato. La competencia cualifica al protagonista; la conquista lo muestra desbordando las posibilidades de lo común; la coronación lo reconoce y lo glorifica (Dayan y Katz, 1994, p. 25 y siguientes).

En la dramaturgia del “evento” berlínés se diseña en primer lugar la llamada fase del concurso, con sus períodos sucesivos de competitividad, cotejos de calidad, carácter suspensivo y resolución final. Es una etapa de cotejo que resalta la participación, en igualdad de condiciones y en pos de una presea codiciada, de una película peruana en un certamen internacional de ocurrencia lejana y no cubierto antes por los medios de prensa peruanos. Es un concurso que se describe como encarnizado y al que asisten películas provenientes de todo el mundo, incluidas las de países caracterizados por la solidez de su producción filmica. Compareciendo ante un jurado conformado por personajes famosos del cine internacional, la pugna de películas tiene fecha y hora prefijada de finalización: la clausura del festival se realiza durante una ceremonia que proclama a los triunfadores y se transmite por televisión a todo el mundo a través de la señal de Deutsche Welle,

el servicio internacional de teledifusión de Alemania.

Terminado el concurso, le sigue el segundo relato, el de la experiencia del éxito y la exaltación del triunfo, es decir, el de la conquista, para culminar con el tercero, que es el de la premiación o coronación.

En todo ese trayecto mediático berlínés y en cada una de sus fases, la presencia de Magaly Solier fue central: encarnó el rostro, la voz y el cuerpo de la película mientras su imagen aparecía en el cartel de publicidad de la cinta colocado en las calles de la ciudad y en los paneles cercanos a las salas de proyección. En otras palabras, la película “concursó” con ella como imagen dominante y rostro identificable.

Llegado el momento del anuncio de los triunfadores –es decir, la fase de la conquista–, es Solier la que sube al escenario del Palacio del Festival en compañía de la directora y de los productores para recibir el Oso de Oro, la presea anhelada. En la cúspide de la ceremonia que coincide con su fase final, la de coronación, Solier agradece en quechua, la lengua que otorga el valor añadido a una película de difusión internacional.

El desplazamiento de la atención mediática de la película misma hacia la imagen de Magaly Solier es el primer rasgo de su cualificación, es decir, de aquello que la resalta y singulariza. El origen de esa cualificación está sobre la pantalla y opera sobre la atención de los espectadores del “evento

mediático": es la protagonista de un filme que proviene de una cinematografía de escasa producción, casi nula presencia internacional y limitada experiencia en el mundo competitivo de los festivales internacionales de cine, pero que, pese a ello, triunfa. Solier es, además, de origen andino y quechuahablante, lo que resulta una singularidad adicional en el ámbito de los festivales cinematográficos como Berlín, Cannes o Venecia, los llamados festivales de categoría A.

En esas condiciones, la fase de la "conquista" se abre con características marcadas. El sobrepasar los márgenes de lo ordinario y lo sólito se convierte en el sustento de la cobertura mediática, graficado en el titular de *El Comercio*: "El Oso de Berlín rugió en quechua" (Planas, 2009). Y a todo ello le sigue la ceremonia de la coronación, es decir, de la premiación, con el Oso de Oro entregado sobre el escenario en medio de la crema y nata de la industria cinematográfica mundial.

En el escenario de Berlín, la presencia de esa muchacha desconocida para el auditorio que agradece entonando una canción en quechua logra movilizar una sensibilidad por la diferencia étnica, con el agregado de "un poquito de lo otro", propio de las épocas de posmodernismo global (Hall, 2010, pp. 288-289).

Ahora bien, toda ceremonia tiene sus formalidades. Es decir, construye una puesta en escena y se desarrolla en un lugar de comunicación. Está concebida para su difusión mediática

y, por eso, es un rito comunitario y ciudadano. En el caso de la Berlinale, se trata de una actividad competitiva convertida en tradición cultural de la ciudad de Berlín. Fundado en 1951, el Festival de Cine de Berlín fue creado como un signo de la apertura a las manifestaciones fílmicas de todo el mundo en los años de la Guerra Fría. Era uno de los modos en que la República Federal de Alemania subrayaba el pluralismo cultural vigente en su territorio, en contraste con las restricciones a la libertad de expresión impuestas por la administración soviética en el dominio de su vecina y antagónica República Democrática Alemana. Desde entonces, la Berlinale se desarrolla en el mes de febrero de cada año y se le considera el festival de cine más visitado del mundo. Es, pues, un espacio de intercambios culturales convertido en lugar de comunicación social y sitio de una mediación simbólica. En la línea de lectura propuesta por Marc Augé (1996) de una "antropología de los mundos contemporáneos", podemos ver las ceremonias de entregas de premios, los festivales de cine y los paseíllos de actores y actrices por las alfombras rojas, como actos, gestos y "performances" producidos entre prácticas rituales. Los festivales de cine constituyen contextos performativos, así como son también escenarios para la representación. El horizonte de prestigio de un festival de cine europeo se construye gracias a la presencia de los medios de comunicación que se vuelcan para registrar las "fachadas"

más célebres, es decir, para capturar la exposición de algunos individuos de relieve público "...durante un período señalado por la presencia continua ante un conjunto particular de observadores y que posee cierta influencia sobre ellos" (Goffman, 1994, p. 33), exhibición que se escenifica teniendo en cuenta el *setting* o los "trasfondos escénicos" ante el que se desarrolla la acción humana.

Los medios modelan esas "fachadas" y trasfondos escénicos para acomodarlos o conformarlos de acuerdo a su percepción del imaginario social y a las expectativas de las audiencias: a lo que esperan ver y encontrar en cada una de las fases que segmentan la ceremonia de clausura de un festival. En el caso de la Berlinale, las expectativas apuntan a una fusión de frivolidad y glamour, como en todos los acontecimientos vinculados a la autocelebración de las industrias filmicas y la exhibición promocional de las estrellas de cine, sobre todo las de Hollywood, pero también las de las industrias masivas, sea la de Bombay o las industrias francesa o italiana, pero con la singularidad de mantener una atención preferente en las películas que reflejen el "aire de los tiempos", el estado de las cosas o el clima político del mundo.

La Berlinale, a diferencia del Festival de Cannes, atento sobre todo a la novedad expresiva, la radicalidad estética o experimental y a las obras recientes de los "autores" consagrados del cine, privilegia la participación de las películas que aluden a realidades

específicas, a circunstancias actuales, a la conciencia de la guerra, del hambre, de los desplazamientos forzados de poblaciones o de las asimetrías económicas. En el imaginario mediático europeo se tiene a la Berlinale como un festival de películas "comprometidas" con lo que ocurre en los focos conflictivos del mundo, pero realizadas por los rostros conocidos del cine o la presencia de los recién llegados a la industria. Es decir, por "fachadas" en las que coexisten la fotogenia y la seriedad conceptual y "trasfondos escénicos" que legitiman sus discursos, les dan notoriedad y los vuelven influyentes.

La Berlinale, como todos los festivales de cine, apela a una imagen mediática de sustitución y reemplazo como centro de las estrategias de mercadotecnia para las películas presentadas: la cobertura en los medios busca compensar lo que la naturaleza del cine escamotea, es decir, la presencia real del actor. El cine es un medio sustentado sobre la ilusión y el simulacro y está poblado por presencias virtuales, intangibles e imágenes descarnadas. Por eso, las industrias filmicas, con el sustento de los medios de comunicación, aprovechan las circunstancias extraordinarias de un festival para mostrar a sus oficiantes en un "evento" tras otro. Los paseíllos por las alfombras rojas y las ceremonias de entregas de premios son formas de autenticación mediática para sus participantes (Lardellier, 1999).

Para las figuras del cine, las apariciones en festivales son ritos de

encarnación (Morin, 1972, p. 45). Sobre el escenario de un festival, los actores y actrices se libran a “performances”, entendidas en una de sus acepciones más auténticas, el de actividades que se desarrollan “libremente en el espacio del aquí y ahora, con el cuerpo y por medio del propio cuerpo del artista que se exhibe directamente al público y ya no se retira, modesto, atrás de sus imágenes y demostraciones” (Coelho, 2009, p. 108).

En el caso de la presencia de Magaly Solier en el Festival de Berlín, la “performance” de autentificación, su rito de encarnación, se produce en circunstancias distintas a las habituales. Su exhibición ante el auditorio internacional no se sustenta en la revelación de la persona oculta bajo la máscara de la *star*. Ella no es la actriz conocida o famosa que ahí, sobre el escenario del festival, ante las cámaras de los medios, se despoja de la identidad que le ha adherido un papel de ficción, dejando a un lado los gestos y poses adoptados para la representación fílmica, liberada al fin de las prótesis y los afeites propios del “rol” para lucir como una “persona cotidiana” y hacer los gestos de la emoción, la sorpresa o el orgullo por el premio. Hasta el momento en que Magaly Solier sube al escenario del teatro para recoger el Oso de Oro es una más –o una desconocida– en ese auditorio de personajes de diferentes rangos e importancias. Pero sobre el escenario del Palacio de la Berlinale adquiere un poder inmediato: los medios concentran

su atención sobre ella mucho más que sobre la directora o sobre el productor de la película triunfadora.

El ojo panóptico de los medios de comunicación registra una ceremonia que es transitiva, de recorrido físico, de ascenso y también de crepúsculo. Ahí se construye un “dispositivo ritual” y, como en todos los ritos comunicativos, el dispositivo excede el marco del simple decorado: el contexto produce un valor simbólico y genera transformaciones (Augé, 1996, p. 89).

Magaly Solier se autentifica en Berlín representándose como tal, como ella misma, prolongando sus encarnaciones de la pantalla. Es decir, adoptando su “fachada” usual (en el sentido explicado por Goffman), su dotación expresiva corriente, los signos de sus pautas étnicas, de lenguaje y de gestos corporales. Es una “performance” de lo “auténtico”, lo que también es un modo de representar.

Luego de decir unas palabras de agradecimiento para su madre, ante la sugerencia de Dieter Kosslick, el director del festival, Solier habla en quechua y, luego, improvisa una canción de su autoría que entona también en quechua. Kosslick incita a Solier a realizar un *crossover*. Es decir, no le pide a una *star* que se despoje de su pose para lucir casual y cotidiana, sino que le solicita a una actriz “natural” o no profesional que prolongue su “performance” espontánea del filme, que haga lo que todos han visto antes sobre la pantalla: que duplique su desempeño en la película, que represente dos veces,

que se encarne a sí misma. Si *Madeinusa* tiene como personaje principal a una joven que afirma la legitimidad de su nombre y decide legarlo, perpetuándolo, y *La teta asustada* describe la trayectoria de una mujer que recupera su voz "secuestrada", en el auditorio de la Berlinale, Magaly Solier, la actriz representante de "otra" cultura, se empodera con su propia voz.

Esa "performance" cultural es, por cierto, funcional al desempeño de la Berlinale como organización deseosa de abrirse a la inclusión de películas que representen la diversidad de los cines nacionales del mundo, lo que en los tiempos actuales, de hegemonía del cine realizado en lengua inglesa, significa programar filmes dialogados en diferentes idiomas. Y, por eso, ante la complacencia general, Magaly Solier canta en quechua afirmando una conciencia de "transculturalidad global":

No creo que los jóvenes contemporáneos quieren recuperar la herencia de nuestro pasado milenario por algún romanticismo indigenista que nos devuelva a un estado imperial. En este caso, vemos que lo único que están reclamando es el poder simbólico que da el conocimiento del idioma y no el rescate de otros atributos que apoyarían la reconstrucción étnica del colectivo andino (...) Lo que parece estar influyendo en la generación más joven es el irrenunciable contexto de transculturalidad global en el que estamos inmersos, gracias al cual todo el planeta comparte un sistema mundial de imágenes a las que accedemos a través de las redes mundiales de comunicación

(...) La transculturalidad global permite que las identificaciones y estilos de vida dominantes en las grandes metrópolis del planeta se hagan de uso generalizado y dicten ciertas pautas de comportamiento aun en ciudades remotas como Lima (...) El ida y vuelta de las referencias nos pone en el mismo camino en el que se cruzan los sentidos transculturales: los extranjeros buscan encontrar lo insólito en Perú. Los peruanos buscan la universalidad enarbolando como símbolo aquel elemento que los hace diferentes: el quechua. Para sus padres y abuelos el idioma fue una desventaja comparativa. Para los nietos el quechua es un recurso que les ofrece mayores posibilidades en la negociación de su posición social, dentro de este contexto intercultural en el que lo peculiar ofrece protagonismo. (Castro, 2003, p. 137)

El quechua como recurso para negociar un lugar y una posición. El uso de una lengua se convierte, en ese contexto, en una herramienta de capitalización cultural.

En el juego de emociones del momento, ante el pedido del director del festival, la actriz apela al uso del quechua no como una estrategia consciente de posicionamiento ante un auditorio proclive a las efusiones exóticas, sino como el gesto sintomático de una joven que tiene internalizados los códigos o repertorios de los intercambios culturales simbólicos que rigen en tiempos de "transculturalidad". Es la manifestación práctica, performativa, de aquello que Solier repite en tantas entrevistas: "he aprendido a hablar".

La dimensión casi seráfica del gesto de sorpresa de Magaly Solier ante el premio conseguido por la película y su actitud anonada la conducen en seguida a la “performance” pública que es difundida por los medios de comunicación. Y ese desempeño incluye un gesto ritual que le permite cambiar de estatus. Gesto que se convierte en el pico de la fase de la “coronación” del “evento mediático”.

La actriz Tilda Swinton, presidenta del jurado, la “Bruja Blanca” de *Las crónicas de Narnia (The Chronicles of Narnia: The Lion, the Witch and the Wardrobe, 2005)*, luego de felicitarla, hace el gesto de besarle la mano. Es un *beau geste*, un acto de reconocimiento, de deferencia especial. La bienvenida a Camelot. Gesto significativo en un universo de rangos estratificados¹.



1 La foto de ese momento puede verse en Klaketa, 2009.

Pero el acto de Swinton es también una "performance". Y esta "performance" o salida a escena equivale a una metamorfosis, a un renacimiento, a una investidura y a una inauguración, como rito de paso de la que atraviesa un umbral iniciático para tomar posesión de la nueva identidad adquirida sobre el escenario (Gil Calvo, 2006, p. 53).

En la economía simbólica del festival, el gesto de Swinton equivale a la entrega de un pasaporte y el acceso al mundo de los "nuestros". En la sociedad superior del espectáculo del cine, los festivales y las ceremonias de premiación son la confirmación periódica de un orden que admite en él a los recién llegados y a los elegidos.

Es interesante percibir el modo en que se negocia la imagen de Magaly Solier en la dinámica de la investidura de la Berlinale.

...la imagen que el yo pone en juego es una oferta de negociación: una venta que espera que los demás acepten comprarle, presentando a su vez contraofertas capaces de apreciarla (o valorarla en su justo precio) a lo largo de la interacción. Pero si la oferta de negociación es aceptada en los justos términos, entonces la interacción se convierte en una relación de poder, donde las posiciones relativas que ocupan los jugadores están definidas por sus respectivas imágenes, tal como las han proyectado en el curso de la negociación. (Gil Calvo, 2000, p. 249)

Sobre el escenario de la Berlinale se operan varios contratos y sucesivas

negociaciones de interacción: Magaly Solier (A) se presenta ante el director, "patrón" del festival (B), proyectando sobre él una idea de sí. B estima que A plantea un supuesto sobre el modo en que espera ser tratado. "El yo de A es, pues, el que B cree que A proyecta sobre B. Y viceversa", según señala Ives Winkin (Gil Calvo, 2000, p. 249). La imagen "étnica" y filmica de Solier proyecta una impresión sobre el director que le otorga un trato que es el que él piensa que ella pretende: que cante en quechua. Solier lo hace y "vende" lo que ella percibe que el auditorio está esperando "comprar", luego de haber sido investida por Tilda Swinton que, a su vez, vende su atributo de estrella imperial a cambio de "comprar" la afiliación de Solier al mundo del cine globalizado. Se trazan las relaciones de poder y las posiciones relativas de cada una de las partes involucradas. La imagen del individuo es ese valor social que se transforma en el curso de las interacciones, como lo quería Goffman.

La "performance" de Solier opera como un "cuento dos veces contado". Cuento que se alimenta de la savia del pasado, el de la relación de Solier con su madre, a la que agradece en su discurso; el que actualiza al personaje de la película ante el auditorio del festival que la premia; el que alude a la "cultura lejana" de la que proviene la actriz; el que remite a la noción de "auténticidad étnica". Pero es un cuento que también dialoga con el presente, negocia su lugar en el escenario actual, se coteja con él, busca ser

eficaz y se proyecta para el futuro. En la Berlinale, Solier apela a prácticas de seducción mediática que ponen en escena “el significar como lucha entre los horizontes de la tradición moral y cultural y los nuevos gustos y las nuevas sensibilidades del sentido, como son los jóvenes, las mujeres, lo étnico” (Rincón, 2006, p. 34).

Más tarde, la “performance de la autenticidad” de la actriz será vuelta a narrar en nuevos desempeños, con nuevas retóricas, en nuevos contextos, para lograr otros efectos de persuasión ante distintos auditorios y en otros marcos discursivos y performativos.

2. Visitando “Yuyanapaq”

Una segunda “performance” que arraiga y aporta significados a la imagen de Magaly Solier se produce a través de la red. En compañía del periodista Marco Sifuentes, Magaly Solier visita la exposición fotográfica “Yuyanapaq: Para recordar”, organizada por la Comisión de la Verdad y Reconciliación. Según versión de Sifuentes, el recorrido se hizo a instancias de Solier, que regresaba del Festival de Berlín. “Fue su idea. Le pedí una entrevista a Magaly Solier y ella sugirió que visitásemos juntos Yuyanapaq, la exposición fotográfica de la Comisión de la Verdad, que la actriz y cantante no conocía”, dice Sifuentes (2009).

La aparición de ese video coincide con el debate sobre el proyecto de establecimiento del Lugar de la Memoria

(LUM), inicialmente denominado Museo de la Memoria del Perú, destinado a la conmemoración de las víctimas de la violencia política en el Perú de las décadas ochenta y noventa del siglo xx. Durante esos días, se había producido la negativa del gobierno del presidente Alan García Pérez de aceptar una donación del gobierno alemán para la construcción del lugar. Los opositores a la edificación argumentaban que una obra de esa naturaleza tendría el rechazo unánime de los ciudadanos, en consideración de los recuerdos penosos y los traumas aún frescos provocados por la violencia política. Esos detractores insistían en el supuesto efecto deletéreo del “museo” sobre los jóvenes, considerados como sujetos pasibles de engaño político, dada su ignorancia acerca de las verdaderas dimensiones y motivaciones del conflicto. La grabación y difusión de la visita de Magaly Solier a la exposición “Yuyanapaq” no estuvo, por eso, exenta de intención política y propuesta polémica: la de registrar de modo directo las reacciones de una joven ayacuchana ante una muestra de fotos capaces de interpelarla, evocando en ella recuerdos familiares y experiencias personales o indirectas de la violencia política de los años pasados. “Mi interés de venir acá nace cuando el presidente dice que no debe haber Museo de la Memoria (...), tiene miedo de recordar lo que ha hecho”, dice Solier en el reportaje.

Lo que muestra el video es la impresión inicial de Solier al reconocer

los escenarios registrados en una sección de la exposición. "Ese es el estadio de Huanta. Esta es la tribuna. Yo corría por acá cuando ya pasó eso. Yo era muy niña. Mi mami cuando ve fotos me explica: aquí pasó esto, esto. A los que sacaban de casa, los metían a un costal, los tiraban a la tanqueta y nunca más regresaban", es uno de los comentarios que hace al ver una foto.

Comentario que recoge la impresión de familiaridad con un lugar pero también de extrañeza ante su disposición fotográfica. Sus recuerdos son posteriores a lo mostrado y la foto se recompone a partir del relato materno. De pronto, en medio del recorrido, se filtra un recuerdo personal: "En el camino a mi chacra hay un puente y debajo de ese puente vaciaban cadáveres y cadáveres y ahí un montón de perros comiendo y la gente se atrevía a buscar a sus familiares y los reconocían por el sombrero (...). Cuando voy a Huamanga tengo miedo y le digo a mi mamá: mira, aquí ha habido tantas muertes y ahora pasa la gente sonriendo. Los que han sufrido no creo que pasen sin recordar lo que ha pasado".

Asistimos al ejercicio de la memoria heredada (de la postmemoria, como la que moviliza a Fausta, el personaje que interpreta Solier en *La teta asustada*) y la prolongación del relato, puntuado con detalles que hablan desde la experiencia individual. Es un reconocimiento que se expresa sin resentimientos y, por momentos, con alguna muestra de sorpresa: "¡Aaasu!

¿Esto es Lima?", dice ante las fotos que muestran la calle Tarata, de Miraflores, destruida luego del atentado de julio de 1992, que ella afirma desconocer. Expresa también la desconfianza de su madre ante el trabajo de la Comisión de la Verdad y la Reconciliación: decidió no acudir a las audiencias. En la conclusión de la entrevista, comenta la actitud del público ante una exposición de esa naturaleza así como ante el proyecto del museo de la memoria: "Que se enfrenten a su pasado, que hablen, que no sigan teniendo miedo". En un reconocimiento de su propio papel y de su posición ante la opinión pública, dice: "no he cambiado, sigo siendo Magaly... pero he aprendido (...) he aprendido a hablar, a pensar".

En la trayectoria de Solier, la visita grabada a "Yuyanapaq" representa el posicionamiento público frente a su propio pasado. Si hasta ese momento la narrativa de su origen promovía la admiración ante una historia de éxito obtenido desde la carencia, "Yuyanapaq" la confronta con la herencia cultural, y no la de la ficción fílmica sino la suya propia. Es decir, deja de ser el objeto de una figuración artística para convertirse en sujeto de su propia representación, incorporando la narrativa de la relación de su familia con el conflicto armado interno a su historia personal. Y lo hace en circunstancias políticamente significativas y para hablar de asuntos que buscan obtener una repercusión pública. Es el esclarecimiento de su propia etnicidad:

Uno tiene que posicionarse en algún lugar en aras de decir cualquier cosa. Así, nosotros no podemos prescindir de ese sentido de nuestra propia posicionalidad que es connotado por el término de etnicidad. Y la relación que las personas del mundo ahora tienen con su propio pasado es, por supuesto, parte del descubrimiento de su propia etnicidad. Necesitan honrar las historias escondidas de las que vienen. Necesitan entender los idiomas que no se les ha enseñado a hablar. Necesitan entender y revalorizar las tradiciones y las herencias de las expresiones y creatividad culturales. En ese sentido, el pasado es no solo una posición desde la cual hablar, sino que es también un recurso absolutamente necesario en lo que uno tiene que decir. (Hall, 2010, pp. 346-347)

La comparecencia de Solier ante una cámara de video y frente a las fotos de la exposición “Yuyanapaq” supone la afirmación de una voluntad que se propone actuar: “he aprendido (...) he aprendido a hablar, a pensar”. Pero también muestra el tránsito de un personaje y su paso a la madurez, a la “modernidad”, y a la comprensión de los “horizontes de recepción” de sus mensajes (Silva Santisteban, 2008, p. 75). La conciencia de sus “oyentes”, de los que escucharán su mensaje, y del poder que ella pueda tener para influirlos y persuadirlos a que actúen en el ámbito de sus respectivos círculos de influencia, le otorgan a su actitud una “modernidad” que se identifica con la capacidad para movilizar, llamar la atención pública o exponer un punto de vista personal a través de

los medios. Un primer signo de ello se encuentra en la canción que entona sobre el escenario de Berlín. Allí, Solier dice: “llapallan warmikuna, ñu-qa nikichik: kallpanchakuichik, ama manchakuichikchu”. Es decir, formula un llamado a las mujeres para ser fuertes, no mantenerse en silencio ni aceptar la violencia ordinaria. El gesto es ratificado en la exposición “Yuyanapaq”, donde asume, ante la curiosidad mediática, la condición de mediadora entre dos esferas sociales, la suya, la de la huantina ligada a la tierra, y la esfera dominante que la mira a través de los medios y la acepta como modelo de conducta, es decir, como alguien que ha logrado una presencia mediática y cuyo éxito o actitud deben ser emulados. Y logra comunicar los significados sociales producidos en esas esferas.

En su ensayo “Identidad cultural y diáspora”, Stuart Hall afirma que fue recién en los años setenta del siglo xx que los habitantes de Jamaica, dentro de su patria o fuera de ella, se descubrieron como “negros”, descendientes de africanos, hijos e hijas de la esclavitud. Este descubrimiento tan trascendente, dice Hall, no hubiera podido hacerse sin una “mediación”, la del impacto

de la revolución poscolonial sobre la vida popular, así como del efecto de las luchas por los derechos civiles, de la cultura del rastafari y de la música reggae, que son las metáforas, las figuras o los significantes de una nueva construcción de la “jamaiquinidad”. (2010, p. 356)

Sin duda, la mediación de un hecho histórico de peso y significación en la experiencia cotidiana de los ayacuchanos como el conflicto armado interno es el factor que interpela a Magaly Solier desde el pasado y el que la impulsa a hablar. La violencia, y su memoria familiar y personal de ella, equivale, parafraseando a Hall, a la metáfora o al significante de una nueva construcción de la etnicidad.

Pero en el curso de ese proceso de edificación, Solier percibe que las fotos de "Yuyanapaq" testimonian una violencia aún presente pero que ha cambiado de motivación y destinatarios. Aunque los paisajes sean los mismos, los personajes son otros. Eso la lleva a ampliar, actualizar y enraizar su apelación para aludir a otras sevicias e incluir a nuevos protagonistas, niños y las mujeres maltratadas, a las que emplaza para que hablen y denuncien.

Referencias

- Augé, M. (1996). *Hacia una Antropología de los mundos contemporáneos*. Barcelona: Gedisa.
- Castro Pérez, R. (2003). Para que no se te pegue el mote. Etnicidad, estatus y competencia social en jóvenes contemporáneos (reflexiones en torno a la obra *Santiago del grupo cultural Yuyachkani*). *Revista Anthropologica* del Departamento de Ciencias Sociales n.º 21, año XXI. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Dayan, D. y Katz E. (1994). *Media Events: The Live Broadcasting of History*. Cambridge Massachussets: Harvard University Press.
- Gil Calvo, E. (2000). *Medias miradas. Un análisis cultural de la imagen femenina*. Barcelona: Anagrama.
- Gil Calvo, E. (2006). *Máscaras masculinas. Héroes, patriarcas, monstruos*. Barcelona: Anagrama.
- Goffman, E. (1994). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Hall, S. (2010). *Sin garantías*. Lima: Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, Instituto de Estudios Sociales y Culturales Pensar, Pontificia Universidad Javeriana, Instituto de Estudios Peruanos, Envió Editores.
- Klaketa. (16 de febrero del 2009). La Berlinale habló en quechua [post en un blog]. *Klaketa*. Recuperado de <https://zinema.wordpress.com/2009/02/16/la-berlinale-habla-en-quechua/>
- Lardellier, P. (1999). Du lieu mythique à l' utopie mediatique. Une lecture anthropologique du Festival de Cannes. *Recherches en communication*, (12). Recuperado de: <http://sites-test.uclouvain.be/rec/index.php/rec/article/view/5361/5081>
- Morin, E. (1972). *Les stars*. París: Le Seuil.

- Planas, E. (15 de febrero del 2009). El Oso de Berlín rugió en quechua: "La teta asustada" ganó premio de Berlinale. *El Comercio*.
- Rincón, O. (2006). *Narrativas mediáticas*. Barcelona: Gedisa.
- Sifuentes, M. (17 de marzo del 2009). *Con Magaly Solier en Yuyanapaq*.

Recuperado de <https://vimeo.com/3733959>

- Silva Santisteban, R. (2007). *El factor asco: basurización simbólica y discursos autoritarios en el Perú contemporáneo*. Lima: Red para el desarrollo de las Ciencias Sociales en el Perú (PUCP, UP, IEP).