

PEDRO LOVATÓN SARCO*

**JUEGO DE EMPERADORES: EL “LOCO” Y EL ALOCADO...
(A PROPÓSITO DE “LAS LOCURAS...” DE LA WALT
DISNEY)**

No pretendo hablar de política ni de casos psiquiátricos como parece sugerir el título, aunque, “sin querer queriendo”, ingresaré al campo de quienes practican estas artes de acciones teledirigidas. Y no es porque haya una planificación en mis afanes para embadurnarme en los enjuagues del “imperialismo”, sino que, en vista de que éste viene actuando en forma traicionera con nuestros patrimonios culturales y me afecta, escribo estas líneas a manera de defensa o de “pataleo”. Es una forma de meditar en voz alta sin entrar en mucha ciencia, ni hacer muchas luces.

Como podemos apreciar, comparamos a dos emperadores: uno, el de la película *Las Locuras del Emperador*, producida por la compañía Walt Disney y, el otro, aquél que impone sus caprichos actuales para adueñarse del mundo...

Entre el emperador Inca y el emperador de esta Era de la Informática podemos encontrar diferencias. Ambos son protagonistas de tiempos disparejos, personajes de conductas disímiles y de circunstancias particulares distantes. Me centro en el primer caso porque éste fue el que motivó estas meditaciones. Postulo una hipótesis simple: el gobierno de los Estados Unidos de Norteamérica viene practicando una política persuasiva a largo plazo para que los pueblos de su entorno continuemos dependientes de ellos y, sin darnos

* Melvin Ledgard. “La Walt Disney se pasea por el Perú”: *El Comercio*. Pág C6.- Lima 28-I-2001.

cuenta, los aceptemos hasta la reverencia, al costo de negar y hasta odiar nuestra propia cultura interna y conductas nativas.

Hablando de cine y bajo el título de “La Walt Disney se paseó por el Perú”, el comentarista Melvin Ledgard*, después de ver *Las Locuras del Emperador*, puntualiza la intención de la firma norteamericana de no ser clara con la historia y la cultura peruanas, afianzando “la tendencia más contemporánea a corregir la tradicional visión colonialista de los países periféricos a los desarrollados”. Él nos dice: “Disney, aunque también haciendo énfasis, como en *El Camino hacia el Dorado*, de que su animación ambientada en Latinoamérica es sobre todo una comedia, ha decidido ampliar su margen para poder tomarse más libertades en su visión del mundo inca. Como punto de partida ha decidido prescindir del adjetivo inca o de mencionar al Perú durante todo el argumento. Aún así no ha podido dejar de llamar al emperador del título Kuzco y a una pareja de simpáticos campesinos, él con chullo y ella con trenzas, Pacha y Chicha”. Aunque diplomático y midiendo sus palabras, el columnista Ledgard hace ver, por coincidencia, que nuestra hipótesis no es equivocada, allí donde Disney de manera muy fina pero punzante abre e ingresa a las conciencias peruanas para decirnos que nuestra historia posee emperadores “locos” A las claras, sonando a ofensa. Pero no puedo pensar de otra manera después de espectar la película mencionada. En todo caso, nos merecemos una explicación, por decir lo menos, de parte de la compañía cinematográfica citada. La compañía Disney ataca, descuidando el principio hipocrático de “ante todo no hacer daño”. Aun más, esta película podría ser que esté orquestada con otras campañas perversas y de modalidades puntuales con las que se nos va creando una imagen de incapacidades imposibles de remediar, salvo con la “ayuda” de ellos. Los mitos de inferioridad y “subdesarrollo” son paradigmas importados que, a no dudarlos, van haciendo “carne” entre nosotros, de a pocos, en virtud de los medios masivos de comunicación; en este caso, el séptimo arte y, dentro de él, los “dibujos animados”, como la cinta que comentamos. Alvin Toffler y Heidi Toffler

(1994) nos explican “la creciente desviación de poder de nuestras estructuras políticas formales –el Congreso, la Casa Blanca, los organismos oficiales y los partidos políticos– en beneficio de grupos independientes electrónicamente vinculados y de los medios de comunicación”,¹ lo que indica cómo nos viene la política exterior del gran país del norte. “El mundo empresarial ha intentado asegurarse de que las agencias privadas controlaran los medios de comunicación y, por lo tanto, consiguen limitar el pensamiento mediante *creencias interesadas*. Además intentan anular *las viejas costumbres creando nuevas concepciones* de logros individuales y deseos comunitarios. Explican los líderes empresariales, *civilizando a las personas para que perciban sus necesidades en términos de consumo* de bienes más que en relación a la calidad de vida y de trabajo, y que abandonen cualquier pretensión de participar en las decisiones que a menudo modifican profundamente su modo de vida.(...)”.²

Sabemos el papel que tuvieron los programas de “diversión y entretenimiento” como Superman, El Pato Donald y sus allegados, La mujer Maravilla, El Super Ratón, etc. y otros similares que de tanto espectralos los tomamos como “normales”. Ahora siguen las imágenes dulzonas, creadas para el público norteamericano o japonés, lo cual me parece bien; pero, se da el caso que se exhiben en salas peruanas y hasta en nuestros hogares a través de las cintas o discos modernos, con contenidos que más de una vez nos toman inadvertidos o desprevenidos para la crítica. En este filtro de contrabandos ideológicos, utilizando símbolos familiares, es que nos encontramos con el cuento de los “dibujos animados”, donde se manipulan elementos culturales de la nación peruana minimizándolos, “ninguneándolos” y haciéndolos motivo de chacota para, así, nosotros mismos, reírnos de los valores históricos que tanto nos cuesta

¹ Alvin Toffler y Heidi Toffler. La creación de una nueva civilización. Plaza & Janes Editores S.A. Barcelona, 1996. Introducción pág. 10.

² Noam Chomsky. *Estados Canallas*. Paidós. Barcelona. 2002. Pág. 157.

mantener. No me parece que debamos aguantar tanto abuso. Estamos en la era del “homo videns” y, cual hipodérmica, con las imágenes audiovisuales nos adormecen, nos embrutecen, nos cosifican, al extremo de hacernos desconocer nuestra propia realidad; en base a ficciones nos tienen en un estado de nunca despertar. Chomsky, en la obra que acabamos de mencionar, agrega que “en el siglo XX la literatura de la industria de las relaciones públicas proporciona una fuente de información muy rica e instructiva sobre cómo inculcar *el nuevo espíritu de la época, creando necesidades artificiales o reglamentando la mente de la población* tanto como el ejército reglamenta los cuerpos de sus soldados, e *induciendo a una filosofía de futilidad* y falta de propósito de la vida, concentrando la atención humana en las cosas más superficiales que comprenden gran parte del consumo de moda (...) Es un importante proyecto e ingeniería social” (p.257).

Abrimos un paréntesis para recordar algunas frases acerca de la persuasión, fenómeno éste que utilizamos en cada instante de la vida social: en el lenguaje diario con amigos, en las actividades académicas, en los negocios, en la política, en las guerras, en las relaciones amorosas, etc. El fin básico de la persuasión es alterar la relación original existente, aumentar la probabilidad de dominio como agente dinámico para las decisiones. Es meterse en la mente del otro. La persuasión puede conducir el esfuerzo a las transformaciones de mayores o menores reajustes de actitudes, provocar efectos a largo, mediano o corto plazo. Varía en función del prestigio de la fuente: a mayor crédito, confianza, afecto del emisor, aumenta su aceptación en el otro u otros (de aquí nuestra extrañeza con la obra de la compañía Walt Disney, metiéndose engañosamente en las culturas andinas). La persuasión, para conseguir sus objetivos, emplea varios recursos: el gesto, el humor, el amor, el sentimiento familiar, el patriotismo, el dolor en sus distintos matices. Es parte o herramienta de todo un proceso, planifica sus intenciones o ideas, busca materializar sus propósitos; es transplantar un sello o “huella” en la actitud del otro. El acto puede dirigirse a un individuo o a un grupo, en forma

presencial o a distancia, a través de los medios de comunicación - como la película que comentamos-. Son los dueños de los medios los que persuaden; su fuerza es como el viento, a pesar de no ser visto, envuelve y absorbe. La persuasión está allí siempre para bien o para mal. La incitación es constante que estimula, mueve, alienta exhorta, prepara para..., es en todo momento calculada y sutil. La persuasión va acompañada de la sugestión; la sugestibilidad varía de un individuo a otro, “pero se sabe también cómo puede estimularse dicho estado de receptividad. En este sentido la persuasión-sugestión corresponde al orden de la estratagema. Se trata de ejercer un *dominio* sobre otro con el propósito de crear las condiciones propicias para la administración del mensaje para el cual se busca la adhesión”.³

Las excelentes producciones de la empresa Walt Disney continuarán encantando a niños y adultos; pero, vemos que es política del gobierno norteño tomar a estas producciones como herramientas o instrumentos para disuadir y dividir las identidades para luego persuadir con imágenes de “buen vecino”. “Los juguetes divierten a los niños pero también pueden ser armas que disparan ideas (...) Apparently inofensivos, objetos para provocar pensamientos y sentimientos nada juguetones”.⁴ Walt Disney, con *Las Locuras del Emperador*, ha mostrado al Perú y a todos los países andinos, que es una entidad de cuidado. A través de la cultura incaica, el Perú y gran parte de la América andina posee una identidad que a lo largo de más de veinte mil años ha elaborado un perfil histórico-cultural único en el mundo, y que, por más que haya sufrido tantos maltratos, continúa fuerte. A la cultura andina, y por ende a las culturas nativas peruanas, se les continúa torpedeando, embanderillándolas como a los toros en los rodeos; pero, es un toro que se resiste a morir y vive

³ Lionel Bellenger. *La persuasión*. Fondo de Cultura Económica. México. 2001 pág.71.

⁴ Jorge Loayza. “Cuando los juguetes son armas y llegan al cerebro: Toy Story”. *Lima. La República*. Setiembre 7 del 2003. Pág. 23.

de su propia naturaleza; por más que le descarguen proyectiles, el Inkarrí vive y revive; podrán inventarnos “locuras”, pero los norteamericanos jamás tendrán un Machu Picchu, un Kotosh, un Señor de Sipán, etc. Los norteamericanos buscan con *Las Locuras del Emperador* que seamos los mismos peruanos los que desconozcamos y pisoteemos nuestros valores culturales, y nos insultemos peyorativamente con los mote de “wanacos”, “llamas”, “serranos”, “hora Cabana”, “cholos de m...”, “cultura chicha”, y muchas otras nominaciones indebidas, ofensivas, incultas, alienantes y masivamente alimentadas a través de diversas maneras, incluyendo la película que cuestionamos. Es cierto que Disney “se pasea” por el Perú, pero echando barro como con ventilador. Bien señala Ledgard en la cita mencionada anteriormente: “que cualquier intento de verosimilitud histórica el templo del emperador parece una versión gigante de la corona de Naylamp, que, como cualquiera de nuestros escolares sabe, pertenece a la cultura Lambayeque” y “da qué pensar hasta qué punto el mundo de Disney se interesa por lugares distantes sólo con relación a su capacidad para consumir sus productos”; se trata de concepciones ideológicas de plazo largo.

Giovanni Sartori,⁵ al escribir acerca del “tele-ver” y del “homo videns”, señala que “es bastante evidente que el mundo en que vivimos se apoya sobre los frágiles hombros del video-niño: un novísimo ejemplar de ser humano educado en el tele-ver—delante de un televisor— incluso antes de saber leer y escribir”. Baudillard apoya esta tesis y nos dice “la información, en lugar de transformar la masa en energía, produce todavía más masa” y, lo que hace la compañía Disney es deseducar o antieducar al Perú en lo más trascendente de su vida, su ser social, su identidad, acompañando a estas conductas, la disuasión y la persuasión. Ambas, de manera sutil y disimulada. El mismo Sartori dirá que “la televisión, a diferencia de los instrumentos de comunicación que la han precedido (hasta la radio), des-

⁵ Sartori Giovanni. *Homo Videns, la sociedad teledirigida* - Teurus. Madrid. 1998.

truye más saber y más entendimiento de que trasmite”; es decir, hace del entendimiento general de los pueblos dependientes, masas inútiles, porque les han castrado toda iniciativa o creatividad propia, atacando sus mismas raíces y, una vez logrado tal propósito, estos, son materias disponibles, cosas; se manejan sus mentes y energías para fines extrañas. Ya no debe ser permitido el confiarnos, confiarnos o regalarnos ante programas de tan aderezadas ficciones que las comemos como si se tratase de una torta rica, aunque sabemos que luego habrá de hacernos daño. Nos asiste el derecho a la duda, el rechazo y la crítica; no creemos en el mito de las películas Disney – intocables, inocentes e infantiles; ya empiezan a mostrar los dientes como los del lobo feroz. “Está bien culantro pero no tanto”, dirían nuestras abuelitas refiriéndose a *Las Locuras del Emperador* que, a la larga, busca que nosotros aplaudamos otras chifladuras de neos emperadores, en Irak, en las Malvinas, etc.

Pocos ojos escaparon de ver los afiches muy llamativos y graciosamente expuestos, de colores e imágenes impactantes, que motivaban asistir a las salas cinematográficas a “gozar” de las “locas” aventuras del “Emperador”. Paredes, cartelones, banderolas, afiches, volantes de todos los tamaños, ventas de cassettes de VHS y CDs en los kioscos de cada rincón de la ciudad y en todos los medios de comunicación, anunciando anteladamente el éxito de estas exhibiciones, donde “Kuzco”, “Pacha”, “Izma y “Kronk” se presentaban como protagonistas. “Kuzco”(el “emperador”) aparece con los ojos desorbitados como los de cualquier enajenado o desquiciado, delirante descarriado y erótico, representante de un “imperio” sin valores. Los códigos presentados del Inka, Chimú, el Tawantinsuyo, la organización quechua, etc, sirven sólo de pretextos para burlarse del gobernante “loco” y acentuar los rechazos a los “cholos imbéciles” (que son todos los andinos). Ya en las última elecciones presidenciales, un ilustre ignorante dijo a los periódicos que “cómo se va a consentir que a la presidencia de la República entre un guanaco”... La película que mencionamos también se encuadra dentro el marco del racismo, y agrede u ofende nuestros legados culturales, afectan-

do la fe pública, pues nos entregamos abiertamente pensando en la honestidad de las obras de Walt Disney. Cuando se emitió *Las Locuras del Emperador*, mis alumnos de Persuasión y Opinión Pública en la Escuela de Comunicación Social de la Universidad de San Marcos se quedaron alarmados de la forma cómo la productora Disney trata los valores andinos, del Perú, principalmente. Nada grato, por supuesto. Se aprecia un montaje fríamente calculado, de bastante creatividad y apoyo técnico para lograr que los peruanos tengamos que mofarnos de nuestra cultura milenaria (o es que ya estamos conviviendo con las agresiones y maltratos permanentes que hasta nos parece “normal” un abuso más) ¿Cuánto gasta el país para desarrollar una política de conservación de los patrimonios históricos?, ¿Cuánto del presupuesto nacional se invierte para que en escuelas, colegios, universidades, museos, instituciones culturales oficiales, etc. se tenga que hablar y enseñar la importancia del Imperio Inka, de las culturas pre-inkas y el conjunto de la historia peruana? Todo el esfuerzo para atraer a los turistas norteamericanos... ¿para qué? Para que vengan las compañías cinematográficas como la de Disney, por la imposición política de los gobernantes norteamericanos, traten de disminuir el significado de estas culturas de trascendencia universal y de identidad de casi todo un continente como es lo andino? O... es que vamos a creer que los especialistas de la Compañía Disney no conocen los trabajos denodados de los antropólogos norteamericanos como John Murra, que resalta la incomparable creatividad de la sociedad Inka para poder vencer los rigores de la naturaleza y elaborar sistemas incomparables en el mundo acerca de la reciprocidad, el uso equilibrado de los recursos, el dominio de los pisos ecológicos para el sostenimiento de la población, domesticando animales y plantas de gran utilidad mundial como la kiwicha, la maca, el maíz, la papa, el llacón, etc. ¿Acaso vamos a desconocer la ciencia dejada por los estudiosos peruanos como Luis E. Valcárcel, Julio C. Tello, Javier Pulgar Vidal, etc? Claro que los incas ya no viven físicamente para que puedan defenderse y defender sus obras, pero estamos los herederos, nos pertenecen sus ves-

timentas, comidas, artes, arquitectura, herramientas, lenguaje, etc.; no debemos permitir que foráneos, lejos de colaborar y cuidar tales patrimonios, lleguen a insultar, denigrar e insinuar burlas inmerecidas. La historia norteamericana, llena de invasiones, está cegada para poder apreciar la grandiosa construcción legada por los incas. Viejos habitantes de mi pueblo decían “piensa mal y atinarás”, y esto me lleva a decir que los grandes inversionistas del país del norte desean, quizás, proyectarse más y poseer mayor presencia en los recursos, en los nuevos proyectos y en los yacimientos peruanos y vienen preparando los ánimos para justificar los desniveles que acrecentarían las relaciones posibles. De allí que el arte cinematográfico Disney viene produciendo programas psicosociales en contra de la identidad andina. Todo es posible. La inserción musical y canto en *Las Locuras del Emperador*, al momento de mostrar las imágenes del chiflado Kuzco con cola de mico, dice que “hay tiranos dictadores con cabeza de ratón”. Luego, el orate gobernante destierra con violencia a un anciano “por hacer perder mi estilo”, porque interrumpiera la inspiración rockera del emperador que viste con los ornamentos de la cultura Chimú. Y lamenta la presencia de un poblador andino de quien dice que “los que estorban mi vida, primero, fueron los campesinos”. E ingresa la palacio el indio Pacha, de quien expresa “este sujeto es un problema”...¿por qué?. Simplemente porque vive en una colina, allí donde el emperador quiere construir un castillo “de diversiones”. Pacha reclama que no le quiten el único espacio que tiene para vivir con su familia y, Kuzco responde “no voy a renunciar a mi opinión frente a un campesino”. El despojo va en marcha. Disney pone al emperador Kuzco y al indio Pacha como enemigos irreconciliables por una situación que históricamente no fue así; por el contrario, buscaron siempre laborar con la colaboración de los otros, se colectivizaron los trabajos y los beneficios, sin desconocer los intereses de la nobleza. De esta manera, una vez más, la Compañía Disney (o el gobierno norteamericano) hace uso de los medios masivos de comunicación con el ánimo de desmasificar las respuestas sociales de los pueblos andinos, como lo practicaron en

las naciones árabes, etc. Los códigos andinos están representados por las imágenes históricas chimús, mochicas, waris, tiahuaqueños, chavines, incas, etc; y sus datos son entregados con mucha ciencia a la comunidad mundial y, por ser patrimonio cultural de la humanidad, las informaciones son respetadas y dadas al conocimiento de las nuevas generaciones con el ánimo de conservar su intangibilidad. Pero, es lamentable que la compañía Disney utilice nuestros mismos códigos históricos para desinformar y romper las mentes, desviarlas, convencerlas de que son imágenes de quienes debemos burlarnos, pisoteando la realidad. No están siendo honestos con la benevolencia peruana. ¿Acaso les gustaría a los de Norteamérica que hagamos una cinta de cine con sus héroes históricos vestidos de micos y actuando como orates, para que los “gringos” se rían de sus personajes clásicos? Que no se nos diga después que lo que se da con *Las Locuras del Emperador* es parte del fenómeno de la globalización. No. Simplemente es un delito contra la cultura de la humanidad; hay distorsión y maltrato, hábilmente presentados para aplaudir a los boy scout que hablan el inglés, como cuando conversan el soldado y la ardilla; hay asco por la comida nativa y desprecio por la presencia de Kuzco y Pacha: “Hay que desaparecer a Kuzco”, “Kuzco debe morir”, se dice en la obra, ¿qué sutiles, no? Habría que apelar a las opiniones de los antropólogos, sociólogos, historiadores y educadores. Los niños, después de ver *Las Locuras del Emperador* seguro que encogerán la nariz en las clases de historia cuando se tenga que tratar del Imperio Incaico o de las comunidades indígenas. Que haya habido un simple gato de origen extranjero –invasor, al fin- burlándose largamente de Kuzco y de Pacha, y que el emperador, para volver a la normalidad tiene que supeditarse a un brebaje. Vale la ficción pero sin ofender. ¿Y la pobre llama? Un animal de mucho aprecio no sólo por su particular naturaleza, sino como alimento, como bestia de carga, productor de lana y de estiércol o abono, etc. ¿por qué se la tiene que denigrar como un sub animal? ¿y por qué en nombre de ella, desarrollar tratos peyorativos para insultar a los andinos: “cholo auquérido”, “cholo guanaco”, “eres una lla-

ma”, etc. En la película el emperador andino tiene que transformarse en una llama como consecuencia de una pócima ingerida equivocadamente. ¡Cómo van en aumento los prejuicios! Este emperador-auquérido, además, es un traidor como cuando se ve a Kuzco traicionando a Pacha al alcanzar su mano o su pata como signo de compromiso de no quitarle su colina; pero, salvado del peligro en un puente colgante, Kuzco retira su palabra y niega su ofrecimiento.. Cuando en la persecución de la malvada Yzma con su lacayo Kronk ingresan a un restaurante andino, éstos, frente a los platos de comida sueltan arcadas asquintas por “la sopa de tripas”, “comida para perros”, “estos naturales comen sólo gusanos”.

El menosprecio a la cultura y al hombre andinos se viene aplicando sistemáticamente desde cuando los españoles invadieron el Tawantinsuyo hace más de quinientos años. Continúa dentro y fuera del país. Y en estos tiempos de la “tercera ola”, se acentúa, dentro de una política que tiende al monopolio globalizado que arrasa los derechos de los pueblos menos favorecidos. Después de todo, a decir de Noan Chomsky⁶ “la política es un intercambio entre grupos de inversiones que compiten entre sí por el control del Estado (o del país, del planeta, del universo) y los medios de comunicación son poco más que una industria de las relaciones públicas a favor de los ricos y los poderosos” (...) “Hay un principio esencial. El principio es que los poderosos y los privilegiados tienen que poder hacer lo que quieran” (alegando, desde luego, elevadas motivaciones).

El corolario es que la soberanía y los derechos democráticos de las personas deben dejarse de lado, junto con sus reticencias a convertirse en objeto de experimentación –y eso es lo que da mayor dramatismo al caso–, cuando las corporaciones con sede en

⁶ Chomsky, David Cogswell, David Cogswell, Paúl Gordon. *Era Naciente*. Buenos Aires. 1999. Pág. 79.

EE.UU. de Norteamérica pueden obtener beneficios del experimento”.⁷ Quienes depredan la naturaleza, sin importarles los daños que ocasionan, asimismo, depredan la cultura. Ojalá no llegue el día en que una evaluación nos dé a conocer que la cultura peruana ya está norteamericanizada, al extremo de que nos avergoncemos de nuestra historia y hasta de nuestros nombres, por decir lo menos.

⁷ Chomsky, Noam. *Estados Canallas*. Barcelona 2002. Pág. 268.