

# Kusi Kusi: la identidad como un (penoso) ‘Asunto de Estado’

By Victor Garcia

Un internacionalmente reconocido y multipremiado teatro de títeres de Lima, activo desde hace medio siglo, reclama por la usurpación de su marca, por parte de Canal 7 TV Perú.



En diseño, el concepto «identidad» es uno de los más relevantes principios a construir, posicionar y proteger –si no el más importante–, tanto referido a una empresa, un servicio o un producto. La Identidad –también suele aludirse a la marca– es un valor en sí mismo y está constituido por una multiplicidad de atributos concretos o evocados, tangibles e intangibles, que le otorgan poder de reconocimiento y la capacidad de destacarse entre las otras identidades individuales o colectivas de la sociedad en que se debe desempeñar. Este principio básico es parte sustancial del programa de instrucción de cualquier estudiante de nivel inicial de diseño en todas sus variantes, de marketing y/o de comunicación. Es ocioso mencionar que lo saben de sobra –o deberían saberlo– los profesionales de cualquiera de

esas actividades. Ni qué hablar de los gerentes de los canales de televisión.

Esta Identidad está construida, definida y largamente consolidada en el caso del Teatro y Taller de Títeres «Kusi Kusi», con su trayectoria ininterrumpida de cincuenta años, siempre bajo la amorosa tutela de sus creadores: Victoria –Vicky– Morales y Gastón Aramayo –ella una arrolladora arequipeña, él un más cauteloso boliviano potosino–, una hermosa pareja en el arte y en la vida, que en casos así, viene a ser casi lo mismo. Los «Kusi Kusi» han merecido homenajes y reconocimientos por su obra en diversas partes del mundo e incluso de manera oficial y en particular, de parte del Estado peruano.<sup>1</sup>

Con semejantes antecedentes, se explica el estupor generalizado ante una acción vituperable por parte del Canal 7 TV Perú, que en 2013 se apropió indebidamente de la Identidad fonética de los «Kusi Kusi» para nominar un segmento de la programación infantil del canal. Cabe destacar que la Identidad a la que se refiere este artículo, corresponde exclusivamente a la marca fonética «Kusi Kusi», no a la configuración visual de la marca –lo que llamamos logotipos o identidad visual– que no están en discusión.

La situación no pudo ser más abusiva e incomprensible: el propio Estado peruano, a través del medio oficial Canal 7 TV Perú –dependiente del Primer Ministro del Perú– medio en el que los «Kusi Kusi» estuvieron invitados en repetidas oportunidades para entrevistas y programas requeridos en virtud de su arte, se apropiaba deliberada y descaradamente de la identidad de esa legendaria compañía de títeres aún en actividad en Lima.

Sin el consentimiento de los «Kusi Kusi», el Canal 7 TV Perú había planeado aviesamente hacer el registro oficial de la marca fonética, previendo que los «Kusi Kusi» originales no lo habrían hecho, como suele suceder en el 99,9% de los casos de Identidad de las pequeñas compañías de títeres de cualquier parte del mundo.

Afortunadamente, no todo es reductible a formalidades burocráticas: la «Declaración Universal de Derechos Humanos», de la que el Perú es signatario, en el Artículo 27, inciso 2, expresa:

«Toda persona tiene derecho a la protección de los intereses morales y materiales que le correspondan por razón de las producciones científicas, literarias o artísticas de que sea autora».<sup>2</sup>

## **El «Kusi Kusi» clonado**

El segmento infantil con la Identidad usurpada, era un material «precocido» que el Canal 7 TV Perú compraba a la Argentina, como parte de la programación del canal estatal infantil argentino «Paka Paka». Para adecuarlo al mercado peruano se agregaban o se ajustaban algunos detalles, entre ellos, seguramente se reemplazaba la identidad por la usurpada. No se sabe quién es el «re-creador» de esa identidad, si la productora de contenidos argentina que hacía «Paka Paka» o el Canal 7 TV Perú. Lo que positivamente se sabe, es que los funcionarios de todo nivel de la Oficina del Primer Ministro y del Canal 7 TV Perú no podían ignorar que una gloria de su país, como lo es el Teatro y Taller de Títeres «Kusi Kusi» existía

desde hace medio siglo con esa misma identidad. Y con ese conocimiento, lo que hubiera correspondido, era solicitar el inmediato cambio de esa identidad, habida cuenta que afectaba a connacionales ilustres que por esa misma circunstancia debían merecer, cuanto menos, respeto.

Desde un punto de vista estrictamente profesional, tampoco se comprende, si no es por vía de la estupidez burocrática, el por qué del empecinamiento con la identidad usurpada, dado que en lugar de apropiarse indebidamente de una identidad ajena, si lo que buscaban era una cacofonía similar a «Paka Paka», –que no quiere decir nada y es apenas un retruécano– y aún si estuvieran emperrados con que esa identidad también contuviera una «K», podrían haber usado «Piki Piki», «Tuki Tuki», o cualquier juego de palabras parecido y con idéntica cadencia fonética. Hay centenares de variantes de *naming* posibles, manteniendo la cantidad de letras, las dichosas «k» y la musicalidad de los vocablos; de ese modo hubieran arribado a una variante propia, similar a la pretendida, sin necesidad de usurpar una identidad ajena ni perjudicar a nadie en el proceso. Ese hubiera sido un trabajo profesional éticamente responsable. Pero para eso hay que pensar creativamente, no burocráticamente.

Pero sería aconsejable no pecar de ingenuos. A la luz de los acontecimientos, es razonable conjeturar que la decisión de apropiarse del nombre ajeno no fue ni casual ni inocente: lo que habrían buscado era apropiarse a través de la identidad usurpada de todos los atributos positivos de los «Kusi Kusi» originales, atesorados en el mítico paraíso perdido de la infancia presente en el inconsciente colectivo de varias generaciones de peruanos, que asistieron, vieron en reportajes o les contaron de esos encantadores titiriteros. Un acto de usurpación por el cuál, en lugar de construir una identidad propia a partir de estrategias de comunicación también propias, con el trabajo y la dedicación que tal decisión hubiera implicado, simplemente decidieron «vampirizar» una excelente y eficaz identidad preexistente y consagrada. Un audaz golpe de efecto, propio de funcionarios sin demasiados escrúpulos.

### **El «Kusi Kusi» original.**



REPORTAJE GRÁFICO

**H**ay una cabañita en medio de un parque. Vicky, Gastón y un títere, Kusi Kusi, son sus moradores. Ella tiene una trenza muy larga, él una linda barba blanca y Kusi Kusi nariz de papel maché y manos de algodón. Cada uno tiene su papel: Vicky es la inteligencia, la creatividad y el sentido común. Gastón el orden, la puesta en escena y las risas anchas y desde adentro. Finalmente Kusi Kusi es el alma de niño que todos llevamos dentro, representa nuestros miedos y sueños.

Vicky y Gastón se quieren y hace treinticinco años comparten sin gran amor, los títeres. Ellos, casi como en el misterio de la vida, crearon a Kusi Kusi para ser niños y hombres a través de él y en cada escena contar un poquito de nuestra existencia. Su vida transcurre entre la provisión, la paciencia y, sobre todo, la pasión.

Como cada domingo por la mañana encontraremos a Gastón y a Vicky dando vida con sus manos a personajes que no son otros que nosotros mismos.

—MAYU MOHANNA



Los títeres: Vicky, Gastón y Kusi Kusi.

VICKY Y GASTÓN

# Manos con historias



Detrás del taller de creación de títeres.



Compartiendo charlas.



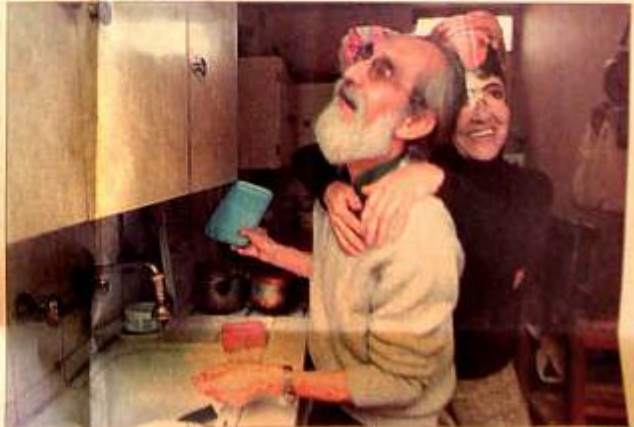
Disfrutando en el teatro y mostrando La Colibrí.



Presenta un aspecto de 'El Pueblo del Sol', última obra.



Regresó a dónde nació domingo.



«Kusi Kusi» quiere decir «Alegría Alegría» en quechwa. Así leemos en infinidad de gacetillas y textos generados por Vicky Morales y Gastón Aramayo desde hace años. Por eso, indignaba ver esa misma explicación en la fundamentación conceptual que integraba la presentación del logo del segmento infantil del Canal 7 TV Perú con la identidad usurpada, que se divulgó para el lanzamiento de ese proyecto.

Los «Kusi Kusi» auténticos amasaron pacientemente su identidad con amor hacia los niños, respeto hacia su arte y dignidad para ejercerlo. No le deben su reputación a nadie, no pisaron las cabezas de nadie para forjarla; solitos ellos y sus ilusiones de prestidigitadores de emociones manejando las varillas, los guantes y los hilos de sus muñecos, fueron construyendo una identidad genuina, sólida y etérea al mismo tiempo. Esos valores han sido agraviados por los usurpadores. El karma de esos oportunistas, es que en su misma infamia se encuentra su oprobioso castigo. Tal vez, ellos o sus hijos hayan sido público de las funciones de esos fabricantes de sueños, como lo son los «Kusi Kusi»... ¿Serían capaces de jactarse ante sus hijos de semejante «hazaña»?

Published on 08/09/2014

- 
1. - «El Peruano» (Boletín Oficial del Perú), Año XXIX-Nº 1174. Lima, viernes 30 de marzo de 2012. Resolución ministerial Nº 113-2012-MC, Lima, 27 de marzo de 2012. Inciso «Cultura», pp 463351 y 463352: «Otorgan distinción de «Personalidad Meritoria de la Cultura» a diversas personas.» –María Victoria Morales de Aramayo, reconocimiento a su incansable vocación por ofrecer creatividad, calidad y sensibilidad al teatro de titeres a través de la Compañía **Kusi Kusi** Teatro de Titeres. –Gastón Aramayo Silva, reconocimiento a su incansable vocación por ofrecer creatividad, calidad y sensibilidad al teatro de titeres a través de la Compañía **Kusi Kusi** Teatro de Titeres.
  2. [«Declaración Universal de Derechos Humanos»](#).

## Referencias

- Ilustración principal: El cholito «Kusi Kusi», personaje epónimo del grupo, con su mascota, el perrito «Mantequilla». Poster promocional, 1994.
- Kusi Kusi en [Facebook](#).
- Página Web de [Kusi Kusi](#).
- Petición en [change](#).

