

Los flujos globales de ‘Para leer al Pato Donald’ y la censura de Disney

The global flows of ‘How to read Donald Duck’ and the censorship of Disney

Os fluxos globais de ‘Para ler o Pato Donald’ e a censura da Disney

—

Alejandro CÁRDENAS LÓPEZ

México

Universidad Iberoamericana Ciudad de México

alejandro.cardenas@ibero.mx

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación

N.º 154, diciembre 2023 - marzo 2024 (Sección Monográfico, pp. 229-244)

ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X

Ecuador: CIESPAL

Recibido: 10-11-2022 / Aprobado: 21-12-2023

Resumen

A 51 años de la publicación del libro “Para leer al Pato Donald” se analizan las razones por las cuales después de ser censurado en Chile en 1973 y prohibido en Estados Unidos en 1975, pudo difundirse en más de 20 ediciones y 15 idiomas. Bajo una revisión documental de las ediciones, en especial las versiones español, inglés y francés que le dieron un tinte académico comunicacional y un contexto de colonialismo de masa. Se encontró que fueron editoriales independientes las que lograron difundir el libro como un producto de contracultura vigente y una preocupación de traductores y prologuistas locales sobre cómo Disney penetró en sus países con una extraña y peligrosa fascinación de las clases medias.

Palavras-chave: Pato Donald, Estados Unidos, Disney, ediciones, Unesco, imperialismo mediático

Abstract

Fifty-one years after the publication of the book “To Read Donald Duck,” the reasons why, after being censored in Chile in 1973 and banned in the United States in 1975, it was able to be disseminated in more than 20 editions and 15 languages, are analyzed. Under a documentary review of the editions, especially the Spanish, English and French versions that gave it an academic communicational tone and a context of mass colonialism. It was found that it was independent publishers who managed to disseminate the book as a product of current counterculture and a concern of local translators and prologue writers about how Disney penetrated their countries with a strange and dangerous fascination of the middle classes.

Keywords: Donald Duck, United States, Disney, editions, UNESCO, media imperialism

Resumo

Cinquenta e um anos após a publicação do livro “Para Ler o Pato Donald”, os motivos pelos quais, depois de ter sido censurado no Chile em 1973 e proibido nos Estados Unidos em 1975, conseguiu ser divulgado em mais de 20 edições e 15 idiomas, são analisados. Sob uma revisão documental das edições, especialmente das versões espanhola, inglesa e francesa que lhe conferiram um tom comunicacional acadêmico e um contexto de colonialismo de massa. Verificou-se que foram as editoras independentes que conseguiram divulgar o livro como um produto da contracultura atual e uma preocupação dos tradutores locais e escritores de prólogo sobre como a Disney penetrou em seus países com um fascínio estranho e perigoso das classes médias.

Palavras-chave: Pato Donald, Estados Unidos, Disney, edições, UNESCO, imperialismo mediático

Introducción

El primero de octubre de 1971 se abrieron las puertas de Disney World en Orlando, el segundo parque temático de diversiones de The Walt Disney Company, un mes después de la publicación del libro “Para leer al Pato Donald” del belga Armand Mattelart y el chileno Ariel Dorfman, uno de los libros de comunicación e imperialismo cultural más influyentes de América Latina (Allen, 2021). No era coincidencia que el texto analizara los comics de Disney que se distribuían en Chile justo en el crepúsculo del consorcio con una perspectiva novedosa: la cultura masa, la ideología y la estructura económica. A 51 años de la publicación resulta imperioso analizar cómo el libro pudo difundirse en más de 20 ediciones, decenas de reimpressiones y traducciones a 15 idiomas, aún con el intento de prohibición en Estados Unidos. A cinco décadas tanto el texto como la empresa se globalizaron a su estilo a menor y mayor escala, por lo anterior, será analizado el libro y sus flujos editoriales, el momento del choque por la publicación en inglés, y la consolidación en el subcontinente de la extraña y frenética figura aventurera de los comics Donald Fauntleroy Duck. El multifacético personaje ha sido desde los años 30s, propagandista anti nazi que ganó incluso un premio Oscar en 1943, miembro de la marina de Estados Unidos y hasta la fecha y desde hace 50 años embajador autodenominado de buena voluntad con América Latina.

Marco teórico

Disney es un gigante del imperialismo mediático corporativo que ha llegado a ser en los últimos años la segunda empresa de entretenimiento del mundo después de Warner Media, y sobre News Corporation y Viacom, entre otras (Vaidhyanathan, 2021). Es parte de las empresas neoliberales que operan no solo como un sistema económico sino también como uno político y cultural. De acuerdo con McChesney (2010) el sistema global de medios comerciales está estrechamente relacionado con el mercado y significativamente más integrado, es decir, es el resultado directo del tipo de políticas y acuerdos desreguladores que han ayudado a formar empresas globales para bienes y servicios. La estrategia de negocios de los productos Disney, pero sobre todo sus parques temáticos dirigidos, de acuerdo con Mittermeier (2021) van dirigidos a una clase media en ascenso y media alta y también abrumadoramente blanca. Por eso McChesney (2010) aclara que sus productos editoriales y audiovisuales se entienden mejor, entonces, como una compañía que promueve los intereses y valores corporativos y comerciales, y denigra o ignora lo que no se puede incorporar a su misión. Marcos y Moura da Silva Lopes (2016) apuntan que este tipo de consorcios evitan, dentro de lo posible, la reproducibilidad del espectáculo fuera de su órbita y con costos marginales cercanos a cero. Desde Bolivia, fue importante para toda la región la influencia de Luis R. Beltrán, quien investigó

sistemáticamente desde los 60s sobre la democratización de la comunicación, denunciando la situación de dominación externa y dependencia interna en el campo regional, y redefiniendo conceptos de desarrollo y comunicación (Sel, 2019). A inicios de la década del 2000 señalaba que la dependencia externa era mucho mayor que nunca:

La prédica crítica de varios latinoamericanos es, pues, inclusive más válida hoy que otrora. Por tanto, no están dispuestos a renunciar a la utopía justiciera y siguen luchando con fe y con denuedo con las armas de la teoría y de la práctica en medio de un mar de conformismo con el status quo caracterizado por la adscripción al mercantilismo y al tecnologismo ciegos propios de la era neoliberal y globalizante. (Beltrán, 2006)

Eso no sucedió en Chile, donde se una política cultural y a la par de la Unesco que decretó 1972 “Año Internacional del Libro” con su promoción y valoración amplia como el instrumento de comunicación más seguro y manejable que se haya inventado jamás (Unesco, 1972). Así surgió “Para leer al Pato Donald” en Chile. El lanzamiento del clásico de la comunicación se dio años después de la llegada del gobierno de la Unidad Popular de Salvador Allende que pretendía iniciar un camino pacífico al socialismo, donde se produjo una masificación literaria a partir de una activación estatal para editoriales universitarias paraestatales y privadas, por ejemplo, la Editorial Nacional Quimantú (Mattelart y Dorfman, 1971; Kunzle, 1991; Subercaseaux, B, 2019).

Los autores, que también eran profesores universitarios, partieron de un hecho que delimitaba el campo de la economía política de la comunicación y la cultura, al indicar que no se podía entender a Disney solo en clave económica, sino con una lectura ideológica y cultural (Del Valle, 2021 y Escandón, 2010). El texto fue considerado una provocación contra la industria cultural y el modelo norteamericano y un instrumento de liberación para los trabajadores, e incluso “un panfleto” en un momento de emergencia cultural (Berger, 2010). Un interesante debate se creó entre posturas ideológicas revolucionarias de algunos de los sectores progresistas de ese país y críticas por la falta de rigor técnico y metodológico y se les acusaba de “idealismo”. (Badenes y Alfonso, 2021; Zarowsky, 2010 y Del Valle, 2021). Así, la publicación se convirtió en un éxito de ventas y un suceso cultural y por ello se realizó una segunda “entrega masiva” en 1972 de cinco mil ejemplares y una tercera edición en 1973 con 10 mil ejemplares, pero fue incautada por la junta militar y “echada a la bahía de Valparaíso” y sus autores fueron perseguidos y exiliados (Dorfman y Mattelart, 2019 y Dorfman, 2019). Fue relevante la reacción de la Conferencia General de la Unesco celebrada en París en 1974, que resolvió por mayoría una propuesta de Cuba¹ donde condenaba el fascismo y las violaciones a derechos humanos,

1 La resolución 18C/PLEN/DR.10 propuesta por Cuba fue avalada con 47 países, 13 se manifestaron en contra y hubo 31 abstenciones y ausencias. Entre los países que votaron a favor están: Cuba, México, Colombi,

llamaban al cese inmediato de dichas acciones y manifestaban su preocupación por:

(La) prohibición de acceso a los centros educacionales en base a opiniones políticas, la intervención militar de las más altas instituciones académicas en ese país así como de actos tales como la quema pública de materiales didácticos y otras obras de importancia que son parte del acervo cultural de la humanidad. (Unesco, 1974)

Desde el inicio se gestionó la venta de derechos del texto en Italia y Francia, pero la casa que realizó la mayoría de las reproducciones en español fue Siglo XXI Editores. (Mendizabal, 2018; Huirimilla-Thiznau, Arros-Aravena y Molina, 2019 y Dorfman, 2019). La edición de Siglo XXI en Argentina, la primera fuera de Chile, se publicó en julio de 1972 gracias al prócer de la teoría de la comunicación Héctor Schmucler, quien como nuevo editor, añadió dos elementos: un prólogo llamado "Donald y la política" y un subtítulo en la portada: "Comunicación de masa y colonialismo", lo cual orientó a los lectores dado que el título y la portada podrían parecer un trabajo sólo de sociología marxista sin el elemento discursivo comunicacional y visual (Zarowsky, 2017; Mattelart y Dorfman, 1972). El subtítulo "comunicación de masa y colonialismo" se basaba en la corriente de pensamiento latinoamericano que buscaban líneas de acción contra la influencia de universidades norteamericanas y sus cuestionados modelos de desarrollo.

En 2021 la revista *Tram(p)as de la Comunicación y la Cultura en Argentina* publicó el dossier especial "A 50 años de Para leer al Pato Donald" donde un grupo de académicos analizaron del libro su impacto para el pensamiento comunicacional y global (Varela y Sanguinetti, 2021). Los autores visibilizan la trayectoria a medio siglo y lo reconocen como un texto inaugural de los estudios de comunicación latinoamericanos y lo reconocen como una audaz intervención crítica sobre uno de los baluartes de la cultura norteamericana (Sanguinetti, 2021).

Metodología

Se realizó una investigación documental en bibliotecas, casas editoriales, tiendas de libros presencial y en línea, de todas las ediciones y reimpressiones por país, por año, por sello y características de los mismos. Se compararon los prólogos, las introducciones de los autores a otras ediciones, y los índices y se identificaron similitudes y diferencias de forma cronológica para detectar la influencia de cada edición en las subsecuentes.

URSS e Italia, entre otros. En contra: Chile, Brasil, El Salvador, España y Ecuador, entre otros. Se abstuvieron: China, Estados Unidos, Venezuela y Canadá, entre otros. El representante de Estados Unidos recordó que el Congreso de ese país había expresado su preocupación por los derechos humanos en Chile, pero no votó a favor porque consideró la resolución como no apropiada para la discusión y pidió a los países que votaron que revisen sus propias prácticas en la materia.

Resultados

En el seguimiento cronológico de la publicación destacan tres traducciones que abrieron brecha al mundo: español, inglés y francés. La primera salió bajo Ediciones Universitarias de Valparaíso de la Universidad Católica de Chile en esa ciudad. De 1971 a 1973, antes del golpe militar el libro de Mattelart y Dorfman había salido publicado el menos 12 veces en Chile, Argentina, Italia y México (Sheldom, 1991). Por 36 años el libro en español se mantuvo idéntico a la edición argentina de Schmucler, y fue modificado hasta 2010 en la segunda edición “reeditada y revisada” en Argentina y existe una última edición en el mismo país de 2014 parte de una colección especial (Dorfman y Matterlat, 2014).

Italia, Cuba y Estados Unidos

En Italia, en 1972 salió la primera edición internacional en otro idioma, titulada: *Come Leggere Paperino. Ideologia e politica nel mondo Disney (Cómo Leer al Pato Donald: Ideología y política en el mundo Disney)*, fue traducida por el escritor e historiador Gianni Guadalupi bajo el sello Feltrinelli, una reconocida editorial (Dorfman y Mattelart, 1972b). En 1980 salió una segunda edición del mismo sello y con una portada diferente. Años después, en 2018 y 2019, por la Editorial Pgreco surgieron dos ediciones de la colección *Grandes Clásicos Inalcanzables* y las novedades contracorriente de la casa independiente que forma parte del movimiento *Booklet Milano* (Dorfman y Mattelart, 2019b).

La segunda edición internacional fue de 1974 en Cuba, país con el que había una afinidad ideológica, es de las primeras producciones después del golpe militar. Para Miriam Rodríguez de la Escuela de Periodismo en la Universidad de la Habana, quien realizó el prólogo, los autores pusieron atención al dibujo y al texto de las historietas donde descubrieron una táctica y estrategia de este modo de penetración ideológica: No exento de abierta posición clasista, el análisis resulta objetivo y riguroso, con un margen inevitable de especulaciones que, lejos de afectarlo, suscita puntos de partida para más amplias conclusiones (Rodríguez, 1974). La autora no dudó en vincular al Pato Donald con la suástica fascista en la punta del pico en espera de actuar. El libro además tuvo una primera reimpresión en 1975 (Dorfman y Mattelart, 1974).

La primera edición portuguesa es de 1975 y se tituló: *Para ler o pato Donald. O veneno idelógico de Donald (Para leer al pato Donald. El veneno ideológico de Donald)*, de Iniciativas Editoriais, una casa con temáticas vinculadas con comunismo, marxismo y personajes relevantes. La traducción está basada en la versión italiana, pero con un prefacio adicional y traducción de Maria do Carmo Guerreiro y A. Silva. En la contraportada del libro, se preguntan: ¿Será Walt Disney apolítico? ¿Por qué no hay padres en tus historias? ¿Qué hacen los sobrinos del pato en Vietnam? Como cierre mencionan que el libro fue prohibido porque la dictadura se dio cuenta del poder explosivo de la obra que

ataca frontalmente a una vaca sagrada de la “cultura infantil” occidental: Disney (Mattelart y Dorfman, 1975).

La edición francesa salió hasta 1976 y es, como la edición cubana, considerada como rara e incluye además de la traducción y un novedoso prólogo de Michèle Mattelart². El título: *Donald l'imposteur ou l'impérialisme raconté aux enfants* (Donald el impostor o el imperialismo contado a los niños). Michèle Mattelart en el prólogo habla de la forma en que el producto de comida infantil “Y'a bon Banania” reproducía estereotipos racistas africanos en Francia lo cual significaba un símbolo de los ejércitos coloniales el cual había sido reemplazado por la euforia del marketing, y Disney, conquistaba las mentes de los niños como se hizo con esa bebida exitosa; es decir, la representación local e íntima de la explotación colonial fue sustituida por la totalidad de un mundo infantil. Resaltó además que la tendencia imperialista de Disney también se estaba consolidando en Francia, por ejemplo, muestra cómo varias películas de Disney proyectadas en los cines de París tenían preferencia de la audiencia y las distribuidoras que otras de Europa. La autora añade que no es casualidad el éxito de sus películas subsecuentes, dado que realizaban promoción en quioscos de revistas y comics, pero sobre todo al apoyo de la televisión local y presentadores reconocidos, y el acompañamiento de todo tupo de productos. La escritora francesa añadía que lo que las personas allegadas a Disney estaban creando un plan de gran alcance para reorganizar los medios de comunicación además que la burguesía francesa estaba perdiendo cada vez más su carácter nacional. La fascinación que suscitaba Disney no era ajena al hecho de que evaporaran, como por arte de magia, las condiciones reales de producción de lo fantástico para los niños. El mago de la imaginación creía estar escribiendo, al margen de la historia y de los intereses políticos, sus propios relatos contemporáneos, que deliberadamente confundían a las audiencias, señalaba (Dorfman y Mattelart, 1976).

La censura en Estados Unidos

La multinacional ha tenido la fama de poca tolerancia ante casos de derechos de autor. Por eso no resultó raro que arremetieran contra la edición en inglés en 1975 (Kunzle, 1991). Era una edición basada en la chilena se tituló: *How to Read Donald Duck. Imperialist Ideology in the Disney Comic* (Para leer al Pato Donald. Ideología imperialista en los comics de Disney) traducida por el reconocido historiador del arte David Kunzle, quien había estudiado el comic y la revolución chilena³. Eventualmente, Internacional General de Nueva York, que se especializaba en publicaciones marxistas, aceptó publicarlo y lo imprimió en Inglaterra en mayo de 1975 y llegaron a los muelles de Nueva York

2 Salió bajo el sello de la reconocida editorial Alain Moreau de la “Collection Textualité” que inició en 1971 como independiente y se especializó en publicación de noticias y documentos de investigación.

3 Random House, que tenía una opción a través de Feltrinelli, consideró la publicación, al igual que Beacon Press, que había publicado la polémica edición de Mike Gravel de los *Papels del Pentágono*. Las dos editoriales fueron eventualmente disuadidas por el temor de un litigio con Disney.

en junio. El contenido de la edición era más completo que el libro original, sobre todo para contextualizar a un público no latinoamericano. Incluía, desde su primera edición en 1975, un prefacio de Mattelart y Dorfman exclusivo para la edición en inglés, una introducción de Kunzle profesor de la Universidad de California en Los Ángeles de Historia del Arte y un crítico de Disney desde los Estados Unidos y bibliografía latinoamericana sobre temas de comunicación y marxismo (Dorfman, y Mattelart 1975b y Kunzle, 1991). Pero en aquel momento, el Pato Donald en su forma corporativa comenzó a pelear. Cuando el libro llegó, la oficina del Tesoro realizó un juicio preliminar por infringir los derechos de autor de Disney y los libros fueron incautados (Sheldom, 1991). International General pidió asistencia legal del Centro para los Derechos Constitucionales (una organización civil de Nueva York), instancia que abogó por la publicación del libro tanto por motivos de uso justo basados en la primera enmienda⁴ (Sheldom, 1991). Disney respondió que eran infracciones piratas de los derechos de autor de sus personajes y sugerían que la imagen parecida de Disney con Tío Rico en la portada del libro podría engañar a padres desprevenidos haciéndoles creer que estaban comprando un comic de Disney (Sheldom, 1991). La defensa argumentaba que los comics aparecían en una parte muy pequeña del libro y finalmente el Departamento de Aduanas permitió su importación y en junio se resolvió que no eran copias piratas y no afectaban derechos las 68 inserciones de los comics originales que contenía el libro⁵. Aún así, en junio de 1976 las autoridades de Estados Unidos indicaron que el envío completo de tres mil 950 copias no podría ser aceptado para importación por una antigua cláusula de manufactura y regulaciones de derechos de autor del siglo XVII y sólo mil 500 copias podrían ser admitidas. Lo anterior generó que no se pudiera dar una distribución amplia del libro. Para 1991 se añadió un comentario del académico, escritor y filósofo John Shelton Lawrence, sobre el incidente legal de la incautación de cuatro mil libros en 1975, llamado “El Pato Donald vs. el socialismo chileno: un intercambio de uso justo” (Sheldom, 1991). Fue hasta la edición de 2018 de OR Books, de los editores John Oakes y Colin Robinson, permitió que el libro fuera en palabras de Dorfman al fin 46 años después “completamente publicado en Estados Unidos” (Dorfman y Mattelart, 2018 y Dorfman, 2019)⁶. En 2019 también salió una edición de Pluto Press en Inglaterra, basada en la edición en inglés del año anterior y se describe como: Censurada y condenada, esta es una crítica marxista de cómo nuestras caricaturas favoritas son vehículos de la

4 La filial en Nueva York de International General basada en Amsterdam, es una editorial especializada en publicación de libros raros e investigación. Dentro de sus títulos, cuenta con una sección de Communication & Culture, entre los cuales, el editor Seth Siegelau permitió que se publicara el libro de Mattelart y Dorfman, de temas de estudios críticos, marxismo, ideología y medios masivos (International General (S/F), Dorfman, 2018 Prólogo 4ta edición en inglés).

5 Hubo, de hecho, dudas sobre si las imágenes de las historietas en América Latina, habían sido registradas en derechos de autor en los países donde habían sido publicadas.

6 El libro tuvo mucho más impacto y generó mucho más movimiento en la prensa anglosajona, una cobertura amplia en medios como The New York Times, The Guardian, The Newyorker, entre otros medios.

ideología capitalista (Dorfman y Mattelart, 2019)⁷. En julio de 2021 se difundió la cuarta edición en inglés de OR Books.

Europa, Escandinavia y Asia

En 1977 sale la edición sueca bajo el sello Uf-förlaget con el título: *Konsten att Läsa Kalle Anka Om imperialistisk ideologi i disneyserierna* (El arte de leer al Pato Donald. La ideología imperialista en las series de Disney) cuya traducción es de Christina Sohlberg y se basa en la versión en inglés de 1975, y contiene un prólogo del reconocido traductor, editor e ilustrador Göran Ribe. En el prefacio, Ribe reconoce que se analiza a Disney desde punto de vista del tercer mundo y un imperialismo cultural diferente al europeo:

Por un lado, la influencia económica de los Estados Unidos en un país como Chile es dominante de una manera completamente diferente que aquí. En parte, la “cultura de masas” de los países industrializados es un espejo maligno para los habitantes del tercer mundo, que tienen que acostumbrarse a verse como caricaturas. (Ribe, 1977)

Ribe añadía que en Suecia también eran afectados, sobre todo porque la comunidad de valores que prevalecen entre los gobernantes de todos los países capitalistas significa que, en la vida cultural abundan productos que directa o indirectamente se originan en la industria cultural estadounidense. Tanto en Estados Unidos como en Europa, el grupo Disney se ha abstenido de iniciar su propio negocio editorial y, en cambio, arrendó los derechos a editores ya existentes, son las mismas historias en serie que se publican en Suecia y en Chile, señalaba (Ribe, 1977). En Suecia, señala, hubo un boicót cinematográfico estadounidense desde el verano de 1976 hasta febrero de 1977, lo cual demostró el poder de las empresas estadounidenses y llamó la atención sobre la gran proporción de películas producidas en Estados Unidos en la selección cinematográfica (Ribe, 1977; Dorfman y Mattelart, 1977).

La edición turca, de 1977, se tituló: *Emperyalist Kültür Sanayii ve W. Disney - Vakvak Amca Nasıl Okunmalı?* (La industria cultural imperialista y W. Disney - ¿Cómo leer al Tío Donald?) y fue traducida por Atila Aksoy, intelectual, crítico de cultura y publicista. Fue editada por Gözlem Yayıncılık, una casa especializada en temas financieros pero que también difundía libros culturales. En la presentación mencionaban que el libro sería un paso importante para comprender y superar la acción corruptora de la burguesía sobre las amplias masas. En esta edición, basada en la versión en inglés incluido el diseño de portada, aparece el prefacio de Mattelart y Dorfman nuevo y la introducción de David Kunzle (Dorfman y Mattelart, 1977b).

7 Pluto Press es una editorial independiente de finales de los 60s radicaba en Londres, y ellos mismos se identifican como “Independent Radical Publishing” y fue publicada en acuerdo con Publicado por acuerdo con OR Books en Nueva York.

En 1977 salió la edición alemana titulada: “Walt Disneys ‘Dritte Welt’. Massenkommunikation und Kolonialismus bei Micky Maus und Donald Duck” (El “Tercer Mundo” de Walt Disney. Comunicación de masas y colonialismo en Mickey Mouse y el pato Donald), bajo el sello Basis-Verlag. Está basada en la edición en inglés y en la contraportada explican cómo los comics de Disney eliminaban al proletariado como clase y perpetúan los mitos que la burguesía ha engendrado desde que tomó el poder. Esos mitos eran destinados a desalentar la solidaridad, asegurar el buen funcionamiento del sistema y obligar a los oprimidos a compartir su propio sometimiento ideológico (Dorfman y Mattelart, 1977c).

La edición griega de 1979, titulada: *Ντόναλντ ο ΑΠΑΤΕΩΝΑΣ* (Donald el estafador), se basó en la edición francesa. Fue traducida por Agnis Zakopoulou por la editorial Ypsilon y contenía una reseña del texto por Babis Lykois. Incluía un texto del escritor Nikos Platis sobre el uso histórico de fábulas en la literatura y cómo Disney cambió la lógica a finales felices en una nueva forma de concebir la relación de los animales en las historias. También señala cómo Donald tuvo más popularidad que Mickey en ciertos momentos en sus inicios y su popularización a muchos idiomas. El prólogo del libro es el mismo de la edición en francesa y tuvo una reimpresión en 1982 (Dorfman y Mattelart, 1979, griego).

En 1980 salió la edición brasileña, titulada: *Para ler o Pato Donald. Comunicação de massa e colonialismo*, por el sello Paz e Terra. Sus libros fomentan el pensamiento crítico sobre nuestra sociedad y nuestro tiempo y fue fundado en 1967 por Enio Silveira como parte de la resistencia democrática durante la dictadura militar. La traducción fue del académico e investigador de comics y televisión, Álvaro de Moya y él mismo escribió el prefacio (Dorfman y Mattelart, 1980). El autor reconoce que fue parte de la legión de dibujantes de Disney en su país en 1950:

Y firmando “Walt Disney”, incapaz de firmar mis propios cómics, hasta que dejé de dibujar para siempre. Fui a la televisión, pero nunca abandoné mi disgusto por Disney. (Desafortunadamente para mí, nunca supe si firmaba los cheques como firmé Walt Disney...). (De Moya, 1980)

Es decir, fueron “fantasmas” muy creativos dispersos por el mundo los que crearon los personajes (Dorfman y Mattelart, 1980). Dicha edición llegó a seis reimpresiones, la última en 2007.

La versión en finlandés, de 1980, tardó una década para salir y fue bajo la editorial independiente, Love Kirjat (Love Books) y se tituló: *Kuinka Aku Ankaa Luetan* (Para leer al Pato Donald). Fue traducida por el escritor Markku Koski y un prólogo del académico experto en televisión Tapio Varis y una traducción de Eija Pokkinen en lengua francesa (Dorfman y Mattelart, 1980b). Su portada es negra con una imagen con fondo amarillo donde Walt Disney se quita una máscara del Pato Donald.

La edición japonesa, de 1984 se tituló: ドナルドダック を読む (Para leer al Pato Donald) también su portada está basada en la versión en inglés por la editorial Shobun-sha (Fundada en 1960) especializada en mapas, revistas y contenido para turismo, con la traducción de Kaworu Yamazaki. En las solapas explican que se trata de un estudio popular de imperialismo cultural y literatura infantil (Dorfman y Mattelart, 1984).

La versión coreana del 2003, bajo el sello Nueva Ola se tituló: 도널드 덕 어떻게 읽을 것인가 디즈니 만화로 가장한 미 제국주의의 야만 (Donald vete a casa. El salvajismo del imperialismo estadounidense disfrazado de dibujos animados de Disney), traducido por Kim Seong-oh, es profesor y traductor de Seúl. Este libro también está basado en la versión en inglés de 1984 y sus añadidos, pero con un texto llamado: Una excusa para la investigación del pato Donald (autor desconocido). La portada es roja y está basada en la versión en inglés (Dorfman y Mattelart 2003).

La edición eslovena titulada: Kako brati Jaka Racmana (Para leer al Pato Dobald) y salió en 2007 por el sello ...Maska, con prólogo de Aleksandra Rekar, traductora freelance. La editorial difunde contenido en arte, danza y estudios culturales. Con diseño de portada, Martin liriceli y dibujos de Jure Engels, está basada también en la edición en inglés (Dorfman y Mattelart, 2007).

Conclusiones

Las ediciones posteriores al primer libro, sobre todo las prologadas por Schmuckler en Argentina y México e Italia y la de Estados Unidos, orientaron el texto con un talante comunicacional e histórico (Badenas y Alfonso, 2021). Cuatro momentos importantes se identifican en su diatriba de medio siglo. El primero, durante su lanzamiento y el contexto histórico político de 1971 a 1972 en Chile. El segundo, de 1972 a 1976 con la difusión en español México, Argentina, Italia y Cuba. El tercero, en 1975 con la censura en Estados Unidos y gracias a la edición la difusión y traducción en otros países junto con la edición francesa de 1976, sobre todo Europa, Europa del Este y Asia. El cuarto momento fue su reimpresión en 2009 y 2014 en Argentina y otras reimpresiones hasta 2021 en Liubliana, Milán, Nueva York y Londres.

En Chile se generó algo más que una revolución socialista. El mismo Mattelart reconoció que durante su estancia en Chile cambió de la demografía a su perspectiva a la comunicación: Mi interés académico y político por este campo de estudio nació y maduró (Constantinou, 2008). Como dice Maldonado (2010), una realidad que lo llevó junto con su pareja Michèle, a un renacer intelectual y político en los años 60s con orientación transdisciplinar. Las universidades, las editoriales independientes, la Unesco y diversos académicos son las que, a través de los libros, han cuestionado a las empresas a las multinacionales y los que más posibilidades tienen de argumentar y generar opinión pública.

La mayoría de las versiones contenían títulos más agresivos que añadían además del palmípedo a Mickey Mouse y Walt Disney con adjetivos como: veneno ideológico, Donald el impostor, ideología imperialista, cultura o salvajismo imperialista, y sus prólogos locales coinciden en la idea de desenmascarar a Disney a la clase media de cada país con poco arraigo a sus culturas tradicionales, por ser encantada y fascinada por su “magia” que silenciosamente denigra o ignora lo que no simpatiza con su misión, como se intentó jurídicamente prohibir la edición en inglés. Es decir, desde América Latina surgió una contraofensiva de la crítica al imperialismo mediático fuera de la órbita mediática semicontrolada de El Mercurio, UPI o Associated Press, sino libros en Argentina, Cuba y México junto con ediciones internacionales tempranas en los 70s en italiano, portugués, francés y sueco.

En Chile, un gobierno y las universidades trabajando por la promoción de la lectura y como dijo Michèle Matelart (1976): lo que Chile les enseñó de la creación de la editorial Quimantú es que debían entrar en el juego y marcar el ritmo de la batalla cultural, lo que en un principio era solo una táctica, inevitablemente se convertía en una estrategia. Y esa estrategia se materializó en las editoriales independientes creadas o afectadas directa o indirectamente a dictaduras militares, como Chile, Argentina y Brasil o gobiernos autoritarios como México, que transformaron a un “panfleto ideológico” en un “clásico”.

El impacto del libro también se dio porque el emporio de Disney no sólo era ampliamente conocido, incluso había una noción de ser considerados sus productos mediáticos como inofensivos y admirados. El hecho de que haya ediciones hasta 2021 a nivel internacional es una señal que mientras Disney siga siendo uno de los conglomerados más grandes e importantes del mundo, habrá versiones modernas de la crítica a Donald y a Disney.

Referencias bibliográficas

- Allen, G. (2021) *Disney World opened its doors and welcomed guests to its Magic Kingdom*. NPR, Estados Unidos. Recuperado de: <https://www.npr.org/2021/10/01/1041469785/disney-world-magic-kingdom-50-years>
- Badenas, D. y Alfonso, A. (2021) Para leer para leer al pato donald. *Tram[p]as de la Comunicación y la Cultura*, dossier temático, e056, 2021, Universidad Nacional de La Plata, Buenos Aires.
- Beltrán, L. (2006) La comunicación para el desarrollo en latinoamérica: un recuento de medio siglo. *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, vol. 4, núm. 8, enero-junio, 2006, pp. 53-76, Universidad de Medellín, Medellín, Colombia.
- Constantinou, C. (2008) Communications / excommunications: an interview with Armand Mattelart, Vol. 34, *Cultures and Politics of Global Communication*, pp. 21-42, Cambridge University Press.
- Dantas, Marcos y Moura da Silva Lopes, Denise (2016) El capitalismo financiero y la cartelización mundial del fútbol a manos de tres grandes conglomerados estadounidenses, En Sierra, F. y Maniglio, F. (Coords.) *Capitalismo Financiero y Comunicación*, Ediciones Ciespal, Quito, Ecuador.

- De Moya, Álvaro. (1980) Prefácio à edição brasileira, En Dorfman, A. y Mattelart, A. (1980) *Para ler o Pato Donald. Comunicação de massa e colonialismo*. Paz & Terra, Rio de Janeiro.
- Dorfman, A. (2018, Octubre 5) How we roasted Donald Duck, Disney's agent of imperialism, *The Guardian*. Recuperado de: <https://www.theguardian.com/books/2018/oct/05/ariel-dorfman-how-we-roasted-donald-duck-disney-agent-of-imperialism-chile-coup>
- Dorfman, Ariel (2019) Introduction to the Forth Edition, En Dorfman, A y Mattelart, A. *How To Read Donald Duck. Imperialist Ideology in the Disney Comic*, Pluto Press, Lóndres.
- Dorfman, A. y Mattelart A. (1971) *Para leer al pato Donald*, Ediciones Universitarias de Valparaíso, 1ra Edición, Universidad Católica de Chile, Valparaíso.
- Dorfman, A. y Mattelart, A. (1972) *Para Leer al Pato Donald. Comunicación de masas y colonialismo*, Siglo XXI Editores, Argentina y México.
- Dorfman, A. y Mattelart, A. (1972b) *Come Leggere Paperino. Ideologia e politica nel mondo di Disney*, 1a edizione, Feltrinelli, Milán.
- Dorfman, A. y Mattelart, A. (1974) *Para leer al Pato Donald*, Editorial de Ciencias Sociales, Instituto Cubano del Libro, 223 p. ilus. (Sociología), Primera Edición, La Habana,
- Dorfman, A. y Mattelart, A. (1975). *Para ler o Pato Donald: O veneno ideológico de Donald*. Iniciativas Editoriais, Lisboa.
- Dorfman, A. y Mattelart A. (1975b). *How to read Donald Duck: imperialist ideology in the Disney comic*, Trad. David Kunzle, 1st. Edition, International General, Nueva York.
- Dorfman, A. y Mattelart, A. (1976) *Donald l'imposteur ou l'impérialisme raconté aux enfants, (préface et traduction par Michèle Mattelart)*, Alain Moreau Éditeur, Paris.
- Dorfman, A. y Mattelart (1977) A. *Konsten att Läsa Kalle Anka Om imperialistisk ideologi i disneyserierna*, Uf-förlaget, Stockholm.
- Dorfman, A. y Mattelart (1977b) *Emperyalist Kültür Sanayii ve W. Disney - Vakvak Amca Nasıl Okunmalı?*, Gözlem Yayıncılık, Istanbul.
- Mattelart, A. y Dorfman, A. (1977c). *Walt Disneys "Dritte Welt": Massenkommunikation u. Kolonialismus bei Micky Maus u. Donald Duck*, Basis Verlag, Berlin.
- Dorfman, A. y Mattelart, A. (1980) *Para ler o Pato Donald. Comunicação de massa e colonialismo*, Paz & Terra, Rio de Janeiro.
- Dorfman, A. y Mattelart, A. (1980b) *Kuinka Aku Ankaa luetaan. Imperialistinen ideologia Disneyn sarjakuvissa*, Translation Markku Koski, Love kirjjat, Helsinki.
- Dorfman, A. y Mattelart (1984) *ドナルドダック*, 190p, Shobun-sha, Tokio.
- Dorfman, A. y Mattelart A. (2003) *도널드 덕 어떻게 읽을 것인가 디즈니 만화로 가장한 미제국주의의 야만*, 309 p, Nueva Ola, Seúl.
- Dorfman, A. y Mattelart A. (2007) *Kako brati Jaka Racmana, ...Maska*, Ljubljana.
- Dorfman, A. y Matterlat, A. (2014). *Para leer al Pato Donald*. Siglo XXI Editores y La Nación. Biblioteca Escencial del Pensamiento Contemporáneo, Buenos Aires.
- Dorfman, A. y Mattelart, A. (2018) Preface to the English Edition. En Dorfman, A y Mattelart, A., *How To Read Donald Duck. Imperialist Ideology in the Disney Comic*, OR Books, Nueva York - Londres.
- Dorfman, A y Mattelart, A. (2019) *How To Read Donald Duck. Imperialist Ideology in the Disney Comic*, Pluto Press, Lóndres.
- Dorfman, A. y Mattelart, A. (2019b) *Come Leggere Paperino. Ideologia e politica nel mondo Disney*, p184, Editorial Pgreco, Milán. <https://www.edizionipgreco.it/libri/antropologia-storia/come-leggere-paperino-ideologia-e-politica-nel-mondo-disney.html>
- Escandon, Pablo (2010) Carta a los lectores, En Personaje. Michele y Armand Mattelart, *Chasqui Revista Latinoamericana de Comunicación*. No 110. CIESPAL, Quito.

- Del Valle, Carlos (2021) Rol, estatuto y desafíos del/la intelectual en el campo de la comunicación a propósito de para leer al Pato Donald (1971), *En Tram[p]as de la Comunicación y la Cultura, dossier temático*, Universidad Nacional de La Plata.
- Huirimilla-Thiznau, A., Arros-Aravena, H. y Molina, R. (2019) Entre Valparaíso y Marilyn Monroe. Una reflexión acerca de la creación de una editorial universitaria. *Revista 180 [online]*. n.43, pp.55-65. <https://www.scielo.cl/pdf/revista180/n43/0718-669X-revista180-43-55.pdf>
- International General (S/F) *F. Books on Communication & Culture*, Amsterdam <https://www.igeneral.org/other.html>
- Kunzle, David (1991) Introduction to the english edition, En Dorfman, A. y Mattelart A., *How to read Donald Duck: imperialist ideology in the Disney comic*. Trad. David Kunzle. Nueva York: International General, 1991, Nueva York, 4ta Impresión corregida y aumentada.
- Mittermeier, S. (2021) *A Cultural History of the Disneyland Theme Parks: Middle Class Kingdoms*, Intellect Ltd, Bristol.
- Maldonado, Efendy (2010) Michele y Armand Mattelart pensadores, investigadores, militantes y fundadores de la investigación y las teorías críticas en comunicación en América Latina, En *Personaje. Michele y Armand Mattelart*, Chasqui Revista Latinoamericana de Comunicación. No 110. CIESPAL, Quito.
- McChesney, Robert (2010) The media system goes global. En Thussu, D. *International Communication: A Reader*, (p. 137 - 153), London, Routledge.
- Mattelart, Michèle (1976) Préface, En Dorfman, A. y Mattelart, A. *Donald l'imposteur ou l'impérialisme raconté aux enfants, (préface et traduction par Michèle Mattelart)*, Alain Moreau Éditeur, Paris.
- Mendizabal, Iván (2018) Análisis del discurso en Latinoamérica. Un estado de arte, *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación* N.º 139, diciembre 2018 - marzo 2019 (Sección Tribuna, pp. 15-66), Ecuador: CIESPAL.
- Sel, Susana (2019) En busca de una teoría crítica. La economía política de la comunicación, En Dávila, G. *Industrias culturales y economía política, Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, N.º 142, diciembre 2019 - marzo 2020 (Sección Tribuna, pp. 15-28) ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X, Ecuador: CIESPAL.
- Sheldom, Jhon (1991) Appendix: Donald Duck vs. chilean socialism: a fair use exchange, En Dorfman, A. y Mattelart A. *How to read Donald Duck: imperialist ideology in the Disney comic*. Nueva York: International General, 1991, Nueva York, 4ta Impresión corregida y aumentada.
- Subercaseaux, B. (2019). *Historia del libro en Chile (alma y cuerpo)*, 3ra Ed., LOM Ediciones, Santiago de Chile.
- Unesco (1972) *1972: Año del Libro. El Correo de la UNESCO*, Enero, Francia. Recuperado de: <https://es.unesco.org/courier/1972-international-book-year>
- Unesco (1974) *Exámen de los proyectos de resolución relativos al punto 12 del orden del día. Resolución 18C/PLEN/DR.10 Cuadragésimoctava sesión plenaria. Actas de la Conferencia General*, 18a reunión París, 23 de noviembre de 1974, pp. 1306 a 1320.
- Ribe, Göran (1977) Förord, En Dorfman, A. y Mattelart, A. *Konsten att Låsa Kalle Anka Om imperialistisk ideologi i disneyserierna*, Uf-förlaget, Estocolmo.

- Rodríguez, Miriam (1974) Prólogo de la primera edición, En Dorfman, A. y Mattelart, A., *Para leer al Pato Donald*, 223 p., Primera Edición, Editorial de Ciencias Sociales, Instituto Cubano del Libro, La Habana.
- Sanguinetti, L. (2021) Los textos fundacionales de nuestra América a 50 años de Para leer al Pato Donald. *Tram(p)as de la Comunicación y la Cultura*, dossier temático, e057, 2021, Universidad Nacional de La Plata, Buenos Aires.
- Vaidyanathan, S. (2021, mayo 21) The New Nightmare Scenario for the Media, *Slate.com*. Recuperado de: <https://slate.com/business/2021/05/att-warnermedia-discovery-hbo-media-concentration-facebook-google.html>
- Varela, A. y Sanguinetti, L. (2021) Dossier especial en homenaje a los cincuenta años de la primera edición de Para leer al Pato Donald (1971), de Ariel Dorfman y de Armand Mattelart, *Tram(p)as de la Comunicación y la Cultura*, Núm. 86, Buenos Aires. Recuperado de: <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/trampas/issue/view/252>
- Zarowsky, M. (2010) *De la desmitificación de la historieta a la historia del mito: una genealogía de Para leer al Pato Donald*, Primer Congreso Internacional de Historietas Viñetas Serias, Biblioteca Nacional, Buenos Aires. ISBN 9789872620400
- Zarowsky, M. (2017) Estudio preliminar. Communication and Class Struggle (1979-1983): una aventura editorial en la internacional popular de la comunicación Comunicación y lucha de clases. Vol. 1. *Capitalismo, Imperialismo*. Mattelart, A. y Siegelau, S. (eds), 1era edición en español, Quito: Ediciones CIESPAL, Colección: Economía y Políticas de Comunicación, (N° 11).

