

# Unidad exprés 6 De la historia al relato

Page 68

## 1. Recrear la historia azteca

**Presentador:** El viernes pasado le presentamos aquí el avance de una serie extraordinaria: Hernán. Una serie que va a revolucionar a la televisión mexicana, créame. Esté pendiente del estreno: será el mes entrante. Tenemos además los detalles del trabajo que hubo atrás, precisamente del avance de esta serie.

**Personaje de la serie:** No sólo somos enviados del rey.

**Voz en off:** Se llama Hernán y es la producción más ambiciosa producida en español por Dopamine de Grupo Salinas, en colaboración con Onza Entertainment.

**Locutora:** Somos un estudio de producción valiente, disruptivo, creativo y sin miedo a los riesgos

**Personaje de la serie:** ¡Todos a la plaza!

**Voz en off:** Es una serie histórica sustentada con la mayor investigación, realizada desde América Latina para el mundo.

**Locutora 1:** La historia la han intentado contar muchísimas personas, esta historia, y no se ha podido porque básicamente hay que recrea absolutamente todo el mundo.

**Voz en off:** Por primera vez, usted verá la majestuosidad de una civilización viva y latiendo en todo su esplendor: la gran Tenochtitlán.

**Locutor:** No creo que haya una serie hecha en México con esta cantidad y tamaño de efectos visuales.

**Voz en off:** Con una apuesta muy ambiciosa para que estos escenarios casaran perfecto con los efectos que estuvieron a cargo de El Ranchito, ganadores del Emmy por su trabajo en Games of Thrones.

**Locutor:** Es un proyecto muy exigente. No se ha parecido a nada de lo que había hecho antes. Te obliga a crecer siempre, o sea: necesitas saber más cosas.

**Locutor 2:** ¿Cómo vas a poder ver una civilización que hace quinientos años desapareció, y que a final de cuentas lo que tenemos es un museo?

**Voz en off:** Se tuvieron que elaborar 5 000 piezas de vestuario, 160 armas de guerra y 950 elementos de utilería para 55 actores, 300 dobles y 2 500 extras. Hay tantos elementos que se involucran en el vestuario que a lo mejor a veces no lo crees. Hemos trabajado mucho en su color de piel, estatura, el cuerpo, qué luce más, qué luce menos.

(Frase en lengua indígena.)

**Voz en off:** Además se contrataron dos coaches y seis maestros para capacitar a los actores en el manejo de las lenguas maya y náhuatl.

**Experta lingüista:** En la serie se está retomando mucho vocabulario que ha caído en desuso.

**Experto lingüista:** Creo que se tomen en serio las lenguas... (Bueno, solo dos aquí), pero que se tomen en serio a ese nivel, pues, es un precedente muy novedoso.

**Voz en off:** Es una gran serie de entretenimiento de Dopamine de Grupo Salinas que por primera vez en la televisión se transmitirá en tres plataformas: televisión abierta, de paga y digital. Azteca Noticias desplegó también un equipo especial para estar en Quintana Roo, Veracruz, Tlaxcala, Puebla, Estado de México, Ciudad de México y así, documentar y también contar lo que ocurrió en la ruta que siguieron los españoles hacia la gran Tenochtitlán.

**Locutor 4:** Los mayas chontales les piden mediante señas a las tropas de Cortés que no desembarquen. Sin embargo, estos desobedecen su petición. entonces es inminente: se desata la primera gran batalla.

**Voz en off:** Azteca Noticias también viajó hasta Madrid, España, para entrevistar y conocer al elenco internacional, porque desde su creación se planteó que fuera una producción mestiza.

**Locutora 1:** Cuando estuve frente a Hernán Cortés, iniciarlo desde cero, tuve muy claro que este proyecto tenía que ser un proyecto mestizo en el sentido creativo y en el sentido también desde la perspectiva de la producción.

**Locutora 2:** Y el proceso de la ideación fue intentar encontrar una narrativa que pudiera vincular realmente a México y a España. Toda la serie cuenta con una asesoría histórica sin precedente, además de referencias obtenidas

de tres fuentes: crónicas y códices, museos y ciudades arqueológicas y trabajos de arqueólogos, historiadores y etnohistoriadores.

**Voz en off:** 24 de noviembre, usted tendrá una cita con la historia: la serie Hernán. Y a la par, Azteca Noticias le ofrecerá su cobertura especial para un contenido jamás visto en México y el mundo. Edgar Galicias, Azteca Noticias.

**Presentador:** Ahí está, no se lo pierda. Es una superproducción, el próximo 26 de noviembre.

Azteca Noticias

### 3. La fabricación de un mito

**Locutor:** Viene adornado de todos los elementos del buen revolucionario: es joven, idealista e intransigente. Los que no tiene se inventan y asunto zanjado. Se le fabrica una biografía al gusto del consumidor. Para unos es un hombre justo, para otros un demócrata convencido, para los de más allá un libertario y para los partidarios del desarme un pacifista. El resultado final es un artículo de consumo, un pastiche ideológico hecho a la medida de los nuevos soportes propagandísticos como camisetas, gorras, tatuajes y todo lo relacionado con la cultura popular.

Pero, ¿dónde queda entonces Ernesto Guevara de la Serna? ¿El Che real, el que pasó por este mundo entre 1928 y 1967? No lo hizo, además, de puntillas. Fue un personaje célebre que tapizó las portadas de los periódicos y habló incluso ante la asamblea general de la ONU. No le había dejado eso marca, alguna pero fácil de eliminar. Se dedicó a la política sólo unos años como presidente del Banco Nacional y como ministro, dos cargos de segunda fila pero en la práctica nunca llegó a mandar. No se le podía, en definitiva, cargar con las culpas de todo lo que estaba saliendo mal en Cuba. Esto permitía colocarlo en el mercado como un idealista inmaculado, que es lo que buscan los universitarios y los militantes de base de los partidos: un beato, uno de los suyos sin tacha. Esta operación implicaba hacer algunos recortes en su biografía. Había que eliminar lo incómodo: su infancia burguesa en Argentina, su vergonzoso papel en la fortaleza de la cabaña, sus años ministeriales y burocráticos. Una vez retirados los elementos poco adecuados se procede a la dulcificación de todo lo demás: una adolescencia rebelde, comprometida y bohemia a lomos de una motocicleta, su labor de revolucionario en Cuba, el Congo y Bolivia y ya está, listo para su venta. El Che Guevara que ha llegado hasta nuestros días no es propiamente una personalidad histórica sino un producto prefabricado que sirve para todo y para todos, para llevarlo estampado en la ropa, para tatuárselo en el brazo,

para que un usuario de Instagram lo pasee por la red como un complemento.  
Por eso no ha muerto del todo; por eso no morirá.

Fernando Diaz Villanueva y Academia Play