

Unidad exprés 6 De la historia al relato

2. Relato sobre la capital inca

La escena sucede durante el siglo xvi.

La primera ciudad que recuerdo vino a mí por los mares en un barco. Era la descripción que nos hizo mi padre en su carta de la capital del imperio de los incas. Yo tenía doce años cuando Amaney, mi nodriza¹ india, me entregó aquella carta, y en ella el trazado de una ciudad de leyenda que mi imaginación enriqueció de detalles, recostaba en las cumbres de la cordillera², tejida de piedras gigantes³ que la ceñían con triple muralla y que estaban forradas con láminas de oro. Tan pesados eran los bloques que parecía imposible que alguien hubiera podido llevarlos a lo alto, y estaban encajados⁴ con tanta precisión que insinuaban trabajo de dioses y no de humanos ínfimos. Las letras de mi padre, pequeñas, uniformes, sobresaltadas a veces por grandes trazos solemnes, me hicieron percibir la firmeza de los muros, nichos que resonaban como cavernas, fortalezas estriadas de escalinatas⁵ siguiendo los dibujos de la montaña. No sé si esa lectura fue entonces la prueba de las ciudades que había sido capaz de construir una raza: al menos fue la prueba de las ciudades que es capaz de imaginar un niño. [...]

Pero más que los hechos, quiero contarte lo que esos hechos produjeron en mí. Poco antes nuestros hombres habían capturado al señor de las cordilleras. Para ti y para mí, hoy, simplemente lo condenaron al garrote; para mis doce años, lo que ocurrió no cabía en una palabra. [...] Y el mundo de los incas vivió con espanto la profanación de su rey. Para los invasores era la muerte de un rey bárbaro, pero para los incas era el sacrificio de un dios, el Sol se apagaba en el cielo, los cimientos de las montañas se hundían⁶, una noche más grande que la noche se instalaba en las almas. Y aún más grave que la muerte del rey fue esa fiesta insolente, cuando los invasores arrasaron⁷ sala por sala, muerto por muerto y trono por trono la memoria del reino. Un caudal de talismanes y embrujos, de sabidurías y rituales fue obliterado, y siglos de piadosas reliquias se convirtieron [...] en rapiña⁸, en riqueza. Aquel día no sólo descubrí que éramos poderosos y audaces, descubrí que éramos crueles y que éramos ricos, porque los tesoros de los incas ahora formaban

parte del botín de mi padre y de sus ciento sesenta y siete compañeros de aventura.

No sé si al leer esa carta a los doce años me importó la riqueza. Me embrujaba⁹ el relato de la ciudad, la simetría de los templos, el poder de los reyes embalsamados, los canales sonoros, las murallas dentadas, la ciudad, dilatada junto al abismo, apagándose como un sol en medio de hondas cordilleras.

William Ospina (escritor colombiano), El País de la Canela, 2008

1. ma nourrice **2.** s'appuyait sur les sommets de la cordillère **3.** (ici) bâtie avec des pierres géantes **4.** Emboîtés **5.** des escaliers **6.** s'enfonçaient **7.** dévastèrent **8.** vol **9.** m'ensorcelait

1. Seremos como el Che

“Me acuerdo que en el círculo infantil nos contaban anécdotas del Che y su amistad con Camilo y Fidel¹. Después, cuando entras en la enseñanza primaria, todas las mañanas te hacen repetir la consigna ‘pioneros por el comunismo, seremos como el Che’. Ese adoctrinamiento sistemático ha calado² en mucha gente”, rememora Octavio, ingeniero civil.

Ada, pedagoga, sostiene que la mercadotecnia³ publicitaria sobre la vida y obra del Che Guevara, “es simplemente brutal. Y se van creando reflejos condicionados que terminan beatificando a figuras de la revolución que cuando uno es adulto, reconoce como culpables del desastre nacional. Con el Che pasa lo mismo. Sus errores son minimizados. La campaña publicitaria del gobierno engrandece sus cualidades de líder. El Che tiene más poder de convocatoria que Lenin o Mao entre los jóvenes del mundo occidental y eso lo ha convertido en un marketing político. Personajes ajenos a la ideología⁴ comunista como Maradona o Mike Tyson se han tatuado su imagen. Su rostro⁵ se vende impreso en camisetas y relojes de lujo. Su imagen ha servido de publicidad en grandes marcas”.

Iván García (periodista cubano), radiotelevisionmarti.com, 06/10/2017

1. Camilo Cienfuegos y Fidel Castro, revolucionarios cubanos **2.** ha penetrado
3. marketing **4.** étrangers à l'idéologie **5.** la cara

Llevar la historia al cómic

Cuando a Javier Cercas le plantearon convertir *Soldados de Salamina* en una novela gráfica, el escritor dijo que sí sin pensarlo. [...] Fue Sánchez Ferlosio quien en una conversación de bar le contó a Cercas la historia de cómo su padre, Rafael Sánchez Mazas, “un oscuro miembro de Falange”, había escapado¹ primero a un fusilamiento poco antes del final de la Guerra Civil, cerca de Francia, y cómo un militar republicano le dejó huir cuando lo tenía a tiro de fusil al toparse² con él en el bosque donde se escondía.

Cercas convirtió esa historia, ocurrida 60 años antes, mezcla de realidad, recuerdos y ficción, en una apasionante novela que se iba construyendo. [...] “A medida que investiga aquel episodio descubre que el pasado es una dimensión del presente sin la cual el presente está mutilado, y además descubre que ahí está el sentido del presente, colectivo y personal, ahí encuentra un sentido para su propia vida”, resume Cercas en una entrevista a *Comic Barcelona*, donde ha presentado la novela gráfica. [...]

Soldados de Salamina fue un éxito inmediato, traducida a numerosas lenguas, y llevada al cine por David Trueba. [...] “Creo que es la novela contemporánea que más adaptaciones diferentes ha tenido, al cine, al teatro... Le falta el musical [...]”, bromea³ el escritor.

“Es una obra muy visual que combina distintos géneros, biografía, periodismo; es dinámica, permite jugar con la estructura y conecta también con la tradición de auto ficción de los últimos años” [...], explica el dibujante.

Diario de Navarra (periódico español), 07/04/2019

1. s'était échappé **2.** encontrarse **3.** plaisante