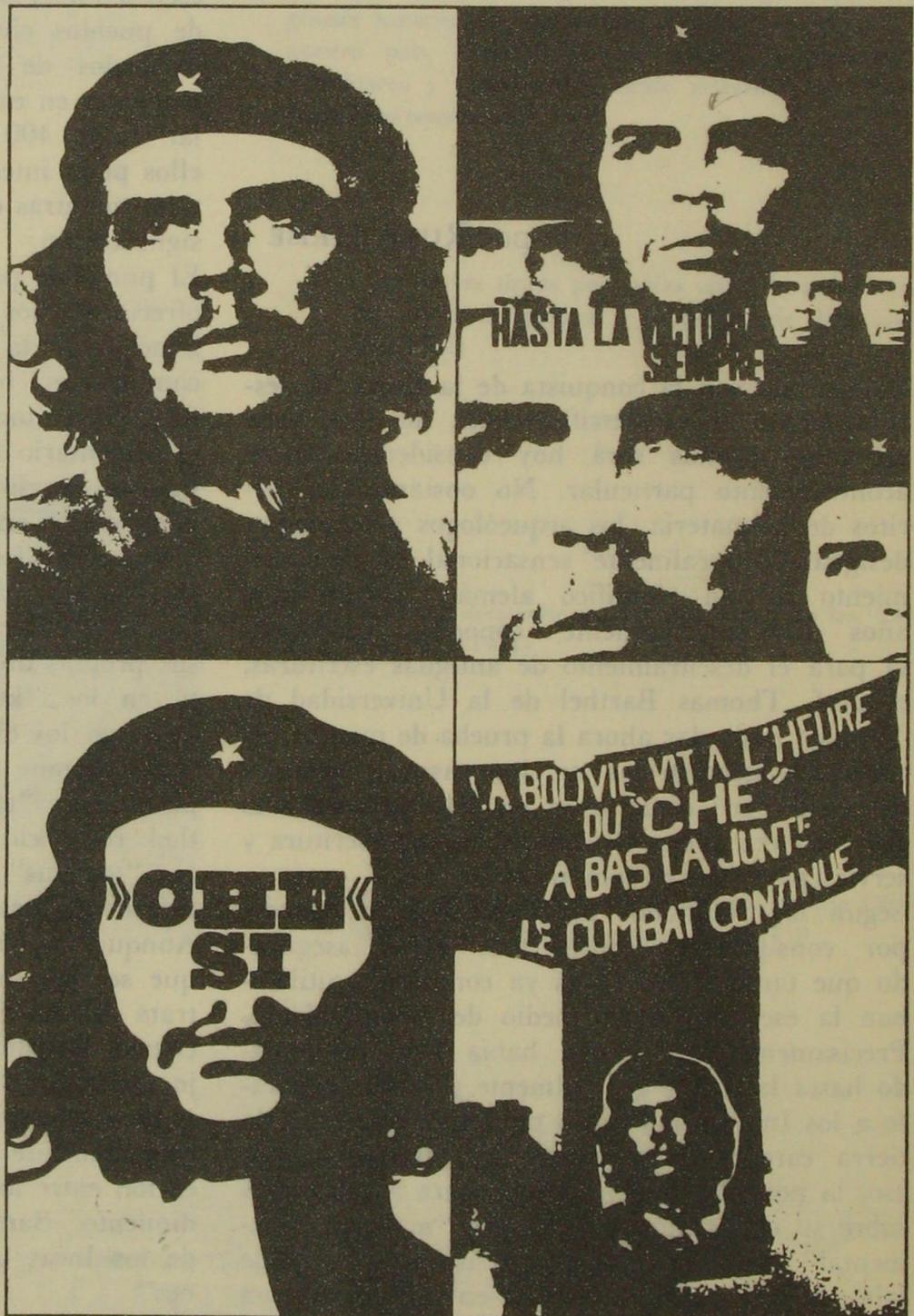


LA IMAGEN DEL "CHE" Y SU CONCEPTO: AUTENTIFICACION Y REIFICACION DE UN SIMBOLO UNIVERSAL

por EDMUNDO DESNOES



Bienvenidos, señores pasajeros; tengan la bondad de ajustarse los cinturones de seguridad. Les habla el nuevo capitán, Leila Khaled. El comando Che Guevara, unidad del Frente Popular de Liberación de Palestina, acaba de hacerse cargo de la nave.

—Transmitido durante un vuelo internacional Trans-World-Airways, setiembre, 21, 1970.

Toda grandeza incluye inevitablemente una distorsión. Y la grandeza del Che ha sido vista, interpretada y utilizada desde innumerables ángulos. Puede surgir en cualquier rincón de Cuba, al doblar una esquina, lo mismo en un gigantesco mural de la Plaza de la Revolución que al asomarnos a la sala de una vivienda humilde o al entrar en un edificio público; puede ser una cara trazada con torpeza y cariño sobre el muro por un artista popular o la fotografía reproducida un millón de veces por la prensa. Su irradiación se dilata por el mundo; lo reconocemos avanzando por el mar de una manifestación en París, Washington, Caracas o Hanoi, moviéndose como un péndulo entre las olas; o nos sorprende de pronto aislado y reificado en el remanso de una respetable casa burguesa, contra la pared de algún pasillo elegante o sobre la cama del hijo saciado por la sociedad de consumo. Así ha circulado y circula la imagen del Che. Es la representación de un hombre que vivió entre nosotros, un símbolo de la revolución insobornable, y a veces, no podemos negarlo, una mercancía, otras un estímulo puramente sentimental. Es, sin embargo, la imagen más universal que ha lanzado Latinoamérica por todo el mundo.

Si Francia lanzó a Napoleón, la Unión Soviética a Lenin, Estados Unidos a Superman, India a Gandhi, Gran Bretaña al gentleman, China a Mao, España a Don Quijote y Vietnam al tío Ho —nuestra América ha producido al Che. Así entramos en el saturado mundo iconográfico de la historia contemporánea.

¿Qué significa esta internacionalización de la imagen del Che?

No significa, desde luego, una sola cosa. El idealismo de las imágenes unívocas, del análisis a partir exclusivamente del contenido, nos cruza los cables y lleva inevitablemente a peligrosas confusiones. Una cosa es la conducta y las ideas, la historia de cualquier figura simbólica, y otra es la utilización de la imagen, su función psicológica y política dentro de la sociedad.

La imagen del Che es posible porque un 14 de

junio de 1928, nació en la ciudad de Rosario, Argentina, un niño nombrado Ernesto Guevara y de la Serna. El soma tenía ramas que venían, por el árbol genealógico, de España e Irlanda. Y si el rostro expresa una herencia en las facciones, desde la piel hasta los gestos, tenemos que fijar allí viejas familias patricias, empobrecidas por la rama que lo engendró; y si una educación también se transparenta, el Che se graduó de medicina en la Universidad de Buenos Aires. Pero su figura rechazó con violencia el mundo burgués que lo produjo, sus piernas recorrieron el continente y sus ojos buscaban algo que pudiera absorberlo y retenerlo. Se identificó con los muchos pobres de la tierra. “Todo hombre verdadero —repitió el Che varias veces citando a Martí— debe sentir en la mejilla el golpe dado a cualquier mejilla de hombre”. Y, al unirse a los expedicionarios del Granma en México, se lanzó en alma y cuerpo a la lucha revolucionaria: “Valía la pena morir en una playa extranjera por un ideal tan puro”. En lugar de morir se convirtió en el primer comandante nombrado por Fidel en la Sierra Maestra y encabeza la columna invasora que derrotó al ejército de Batista en Santa Clara. Su pureza moral se mantiene una vez tomado el poder: “Déjeme decirle, a riesgo de parecer ridículo, que el revolucionario verdadero está guiado por grandes sentimientos de amor. Es imposible pensar en un revolucionario auténtico sin esta cualidad. Quizá sea uno de los grandes dramas del dirigente; éste debe unir a un espíritu apasionado una mente fría y tomar decisiones dolorosas sin que se contraiga un músculo”.

Insiste por encima de todo en romper las divisiones entre los hombres. “Y ¿qué tengo que decirle a la universidad como función esencial de la vida en esta Cuba nueva? Lo que tengo que decir es que se pinte de negro, que se pinte de mulato no sólo entre los alumnos, sino también entre los profesores, que se pinte de obrero y de campesino, que se pinte de pueblo, porque la universidad no es patrimonio de nadie y pertenece al pueblo”. No se conforma con el socialismo en Cuba: “Me siento tan patriota de Latinoamérica, de cualquier país de Latinoamérica, como el que más y, en el momento en que fuera necesario, estaría dispuesto a entregar mi vida por la liberación de cualquiera de los países de Latinoamérica sin pedirle nada a nadie, sin exigir nada, sin explotar a nadie”. Poco después de descargar en 1964 estas pala-

bras sobre las cabezas reunidas en las Naciones Unidas, le escribe a sus padres: "Otra vez siento bajo mis talones el costillar de Rocinante; (...). Nada ha cambiado en esencia, salvo que soy mucho más consciente, mi marxismo está enraizado y depurado. Creo en la lucha armada como única solución para los pueblos que luchan por liberarse y soy consecuente con mis creencias. Muchos me dirán aventurero, y lo soy; sólo que de un tipo diferente y de los que ponen el pellejo para demostrar sus verdades. Puede ser que ésta sea la definitiva". Y murió en Bolivia, por un hombre nuevo, movido por impulsos morales: "El hombre debe transformarse conjuntamente con el avance de la producción y no haríamos una tarea adecuada si solamente fuéramos productores de artículos, de materia prima, y no fuéramos productores de hombres". "Sí, el estímulo material se opone al desarrollo de la conciencia; pero es una gran palanca para obtener logros en la producción. ¿Debe entenderse que la atención preferente al desarrollo de la conciencia retarda la producción? En términos comparativos, en una época dada es posible, aunque nadie ha hecho los cálculos pertinentes; nosotros afirmamos que en tiempo relativamente corto el desarrollo de la conciencia hace más por el desarrollo de la producción que el estímulo material, y lo hacemos basados en la proyección general del desarrollo de la sociedad para entrar al comunismo".

Estas dos ideas básicas —lucha armada, guerrillera, arriesgando inclusive la propia vida, para la toma del poder revolucionario; y creación del hombre nuevo, movido por estímulos morales, desalienado —son los ejes de la imagen del Che. La palabra, el código más complejo que tenemos para definir y definirnos, va calzando a cada paso las imágenes, las fotografías que han inmovilizado sus gestos. La presencia física y su conducta no operan solas, necesitan del lenguaje para precisar el símbolo, los rasgos del guerrillero heroico. Estos principios básicos se manifiestan visualmente a través de cientos de fotos del Che como guerrillero y como ministro del gobierno revolucionario. Se han reproducido en revistas de todo el mundo y en carteles para consumo pasivo y manifestaciones activas.

La imagen actual del Che, desde luego, no salió de la cabeza de Marx con la boina y la estrella. Aunque hubiera podido escribir, como el artista adolescente de Joyce, en su cuaderno escolar: "Ernesto Guevara y la Serna, Córdoba,

Argentina, América Latina, el mundo". crece dentro de un ambiente burgués y provinciano. Su cuerpo se rebela, lanza un mensaje visual anacrónico utilizando una media de un color y otra totalmente diferente. "Me fascinó —dice Chichina, su novia entonces— su físico obstinado y su carácter antisolemne; su desparpajo en la vestimenta nos daba risa y, al mismo tiempo, un poco de vergüenza. No se sacaba de encima una camisa de nylon transparente que ya estaba tirando a gris, del uso. Se compraba zapatos en los remates de modo que sus pies nunca parecían iguales. Eramos tan sofisticados, que Ernesto nos parecía un oprobio. El aceptaba nuestras bromas sin irritarse"¹.

Era su manera de romper con las formas burguesas, de rechazar su imagen dentro de las clases dominantes. Y al padre de Chichina, hacendado e industrial que pretendía parecerse al duque de Windsor, le dinamitó la figura victoriosa de Churchill, en las elecciones de 1945, asegurándole que sólo era un "político de pacotilla". Sus amigos "bien" del Grupo Malagueño lo llamaban por aquella época Pitecantropus Erectus, por la prominencia de su arco superciliar y el desprecio a las costumbres y hábitos de su clase. En otra ocasión, durante las fiestas de carnaval, se vistió de Mahatma Gandhi². En medio del juego había una decisión, la búsqueda de una imagen auténtica que más tarde sería, por derecho propio, él mismo.

Luego en México y al principio en la Sierra Maestra cuando le crece largo el pelo y su anti-conventionalismo se populariza, muchos le descubren un parecido con Cantinflas, el cómico mexicano. Pero ya no se llama Ernesto, sino el Che, como si su cambio de vida exigiera también un nombre nuevo, popular. Ya su desaliño personal no choca con el ambiente, se integra totalmente a la vida guerrillera. Durante los últimos meses antes de la toma del poder por la Revolución, la figura del Che se perfila con exactitud. Enrique Oltuski, coordinador provincial del 26 de julio en Santa Clara, ya tiene, antes de verlo, una imagen del héroe: "Nos acercamos. Llevaba en la mente la imagen del Che, la que había visto publicada en los periódicos. Ninguna de aquellas caras era esa cara. Pero había un hombre regularmente fornido, que vestía una boina sobre su pelo

¹María del Carmen Ferreyra, Primera Plana, octubre 17, 1967.

²Dolores Martín, New York Times, agosto 18, 1968.

muy largo. La barba no era muy tupida. Vestía una capa negra y la camisa abierta. Las llamas de la hoguera y el bigote, que caía a ambos lados de la boca, le daban un aspecto chinesco. Pensé en Gengis Khan. Así debieron haber sido aquellos tiempos. Las sombras que proyectaba la hoguera danzaban en su rostro, dándole expresiones siempre cambiantes, fantásticas”.

Oltuski discrepa y discute con el Che; todavía, a pesar de la lucha revolucionaria, le quedan resabios de la ideología burguesa. Al partir comenta con otro compañero: “A pesar de todo, uno no puede dejar de admirarlo. Sabe lo que quiere mejor que nosotros. Vive sólo para eso. ¿Sabes? Yo creía que era un revolucionario completo... hasta que conocí al Che. Comparado con él, soy un aprendiz. ¡Cuántas cosas me atan, de las que él se ha liberado!” Poco después la dictadura se desmoronó, huyó Batista y la Revolución asumió el poder.

La imagen del guerrillero heroico, la más permanente del Che, pasa por el momento a un segundo plano; el comandante Ernesto Guevara se convierte primero en presidente del Banco Nacional y luego en ministro de Industrias. Se corta el pelo, trabaja en una oficina, se casa con Aleida March y tiene cuatro hijos. Por las noches, durante las madrugadas, roba tiempo para escribir; *Guerra de Guerrillas, Pasajes de la guerra revolucionaria* y artículos teóricos sobre la construcción del socialismo. Lo vemos en reuniones y entrevistas, visitando las fábricas, hablando por micrófono a los obreros o a los miembros del Ejército Rebelde o a los estudiantes, desfilando del brazo de sus compañeros de la Sierra, en conferencias internacionales que culminan con su visita a las Naciones Unidas.

La vida sedentaria, a pesar de sus largas horas de trabajo, le ablandan la cara y gana unas cuantas libras por la cintura. Pero no abandona el ejercicio —es el primero en proponer y practicar el trabajo voluntario. Así se fija otra imagen del Che con los pies colgando, sentado en la estera de un camión, rodeado de trabajadores, rumbo al trabajo productivo; con la camisa sudada y cortando caña con machete, o todo tiznado y cubierto de pelusa mientras maniobra una cortadora mecánica, sin camisa y cargando sacos de cemento en una carretilla o colocando los bloques de un edificio y aplicando cuidadosamente el cemento, con los miles

de hilos ante sus ojos, manipulando una máquina en una fábrica de tejidos, en las minas con su luz en el casco...

Son las facetas del revolucionario convertido en ministro, enseñando con el ejemplo, “el trabajo voluntario no es sólo un factor de aumento de la producción, sino una fuente de educación socialista para las masas”, entregado generosamente a la construcción del socialismo: “El camino es largo y desconocido en parte; conocemos nuestras limitaciones. Hacemos el hombre del siglo XXI; nosotros mismos”.

No sólo su persona es símbolo de sus ideas y conducta, sino que su propia firma sencilla, Che³, tres letras de rasgos menudos, se ha convertido en un mensaje revolucionario. “Yo firmo chiquitico”, dice rechazando la enrevesada caligrafía de tantos señores burgueses, funcionarios retóricos y doctores autoritarios que utilizaban la ornamentación de una rebuscada y difícil rúbrica para deslumbrar a los analfabetos e imponer sus privilegios. Rompe así con cierta tradición latinoamericana, aristocrática y burguesa, de origen feudal, de asociar la firma, la habilidad educada en largas horas de disciplina en los colegios de curas, con la cultura y la clase social. Che rechaza la glorificación de los atributos externos, desde la ropa hasta la firma, para restituir la autoridad a la conducta moral. Es sorprendente toparse con esa sílaba sencilla sobre los primeros billetes que firmó como presidente del Banco Nacional. En un rincón de la compleja y elaborada retórica gráfica de los billetes aparece su firma, Che, destacándose por su humildad rodeada de hojas de laurel, volutas barrocas, toda una telaraña de líneas, sellos, números de más de seis cifras, pedestales y letras en relieve. Inclusive se convierte en un rechazo del dinero como valor en sí, reificado muchas veces en contra de los principios por los que lucharon y murieron los patriotas —Martí, Bolívar, Sucre, Juárez, San Martín— que parecen sancionar esos papeles abstractos. “No volveremos otra vez a verte jugar con el aliento de los hartos al escribir como al desgano: Che, / sobre el papel”⁴.

³“Che Guevara le llama el pueblo que ignora que en guaraní quiere decir “mi” Guevara”. Ezequiel Martínez Estrada: *En Cuba y al servicio de la Revolución Cubana*, La Habana, 1963.

⁴Eliseo Diego: “Donde nunca jamás se lo imaginan”, *Poemas al Che*, antología, Instituto del Libro, La Habana, 1969.

La firma es otra forma de la imagen del Che, inconfundible y reproducida en afiches y portadas de libros y revistas. La caligrafía del Che, "la letra pequeña y difícil de la escritura", como la calificara Fidel, es parte ya de nuestra forma de reconocerlo e identificarlo: las páginas reproducidas de su Diario de Bolivia, así como su carta a la Tricontinental, de cuyo texto se ha extraído y reproducido la consigna de "crear uno, dos, tres... muchos Vietnam".

Su lenguaje, su estilo, junto con su firma humilde y sus ideas revolucionarias, traduce, también, como su imagen, su origen y su educación. "Diré también, para ser justa —escribe María Rosa Oliver, y no hay como un argentino para calar a otro—, que en estos días me hallé sumida de manera inesperada en esa prosa inconfundiblemente característica de ciertos, de contadísimos argentinos nacidos en hogares terratenientes, al leer los *Pasajes de la guerra revolucionaria* de Ernesto Che Guevara. Espero que él, que ha contribuido tan magníficamente a la Revolución que entrega la tierra a quienes la trabajan, me perdonará lo de "terratendiente"⁵.

Es el mismo señorío al servicio del pueblo que descubre otro escritor argentino, Ezequiel Martínez Estrada, cuando habla con él en 1959: "Pronto lo escuché con unción más que con curiosidad, lo confieso, y lo admiré en su actitud de tribuno de la plebe, docto y circunspecto como un patricio. La palabra engarza perfectamente en la persona; por lo que dice se sabe lo que es. Exteriormente su figura es la de un personaje bíblico que viste uniforme de fajines en vez de túnica; el cabello y la barba intonsos encuadrándole un rostro de adolescente fatigado, los hombros altos y el torso aplanado, sin ninguna robustez corporal, y sin embargo, resistente y poseedor de fuerza comunicativa, de dominio sobre los demás. En todo da la impresión de poder más que de fuerza". Y Martínez Estrada tiene, más que ningún otro intelectual en aquella época, conciencia de la dimensión mitológica del Che: "Guevara es un símbolo en su persona y en su vida; representa al hombre liberado tanto como al libertador. Nos enseña que antes que nada debemos liberarnos de nosotros mismos y servir a un ideal y no a un dogma. Hombres así (me dicen que nacieron y se multiplicaron en la guerra) retrotraen la historia industrial a la historia humana;

⁵María Rosa Oliver; "La literatura de testimonio", Casa de las Américas, número 27, diciembre, 1964.

de la noción de guerra entre naciones venales que defienden intereses mercenarios saltamos a la mitología, a la guerra de los ángeles contra los demonios, de la luz contra las tinieblas".

El comandante está de pie en la puerta de su oficina —así cuenta María Rosa Oliver su encuentro con el guerrillero-ministro—. El cuerpo fuerte y bien proporcionado en su uniforme verde olivo se recorta a contraluz. Los lóbulos frontales salientes dan un aspecto levemente taurino a la cabeza de dios griego; de Zeus debido a la barba rala y el pelo, a pesar de corto, enrulado. Como la voz, el apretón de manos es suave y recio. Nos hace pasar a su despacho y allí quedamos solos".

Dos años más tarde abandona para siempre aquella oficina. "Otra vez siento bajo mis talones el costillar de Rocinante; vuelvo al camino con mi adarga al brazo", escribe a sus padres antes de partir para Bolivia y a Fidel: "Sébase que lo hago con una mezcla de alegría y dolor; aquí dejo lo más puro de mis esperanzas de constructor y lo más querido entre mis seres queridos". Su internacionalismo moral le impide conformarse con la liberación de un solo país del continente y se lanza de nuevo a luchar por la toma del poder y el hombre nuevo en las otras diecinueve repúblicas de Nuestra América. Abandona su oficina, pierde las libras que le habían ensanchado la cintura y el pelo le vuelve a caer hasta los hombros.

Pero primero tiene que dejar de ser el Che por unos meses; se afeita la cara rozagante y pierde casi todo el pelo para convertirse de pronto en Adolfo Mena, funcionario de la OEA, e infiltrarse sin dificultades en Bolivia. Es la otra cara de la moneda, la mentira. Es realmente asombroso presenciar el renacimiento anunciado por Fidel, "como el ave Fénix, aguerrido y guerrillero", en las estribaciones de los Andes. Recobra el mismo aspecto juvenil que tenía durante los primeros meses en la Sierra; hay dos fotos del Che que podrían intercambiarse a pesar de mediar diez años entre ambas. En la primera —cronológicamente, porque son la misma en actitud— vemos al Che sonriendo, con las manos en la cintura; el pelo, bajo una gorra de campaña, todavía no le cubre las orejas. Del hombro le cuelga y cae sobre la cintura una cámara fotográfica. En la otra, tomada en Nanchahuasu, en lugar de la cámara fotográfica le cuelga el estuche con los prismáticos —ya no le interesa tanto fotografiar

como ver en la distancia. Pero la posición es la misma, hasta la camisa de bolsillos repletos y la gorra; el fondo de selva podría intercambiarse. Y lo más importante: el aspecto juvenil, delgado y satisfecho, es el mismo. Está en el centro de su mundo. Ha perdido las libras superfluas del ministro, ya no entra en contradicción con su ambiente; no es la oficina, es la selva. La lucha es la misma, el pelo le crece y madura, durante los últimos meses parece fundirse con el victorioso comandante de la toma de Santa Clara, con el brazo en cabestrillo y un esparadrapo en la frente. La imagen del guerrillero heroico, con la estrella en la boina y el pelo al viento, se repite ahora en el rostro del guerrillero muerto, con la misma pureza del gesto. La batalla es la misma y el símbolo es idéntico. Se cierra la iconografía con un reductor guerrillero.

A partir de su muerte podemos reconocer la imagen total de su vida, aclarar su símbolo y precisar sus repercusiones. Al cerrarse la trayectoria de su acción vemos que no se parece a nadie su irradiación. El Che no es otra cosa que el Che. Las asociaciones se hacen retóricas y huecas, la imagen del Che tiene su propio mensaje, forma parte de la nueva mitología del siglo xx, de la revolución socialista y un hombre nuevo. Se pueden establecer paralelos, puntos de contacto, pero no hay subordinación posible. El Che se convierte ya en imagen y símbolo de sí mismo.

Ni los que han tratado de destruirlo, asociándolo con experiencias escolares, como cuando lo bautizaron *Pitencantropus Erectus*, o con experiencias políticas, creyéndolo un disidente de la revolución cubana, ni los que creyeron engrandecerlo asociándolo con un Gengis Khan, un patricio latinoamericano o romano, o el dios Zeus —ninguna de las asociaciones añade a su figura. Los intelectuales que buscan en la leyenda o la historia un parecido siempre quedan por debajo de la realidad, son estampas descoloridas frente al nuevo mito. Marx tenía razón al hablar de la inseguridad de los revolucionarios que pretendían hacerse respetables invocando el pasado: “Y cuando éstos se disponen precisamente a revolucionarse y a revolucionar las cosas, a crear algo nunca visto, en estas épocas de crisis revolucionaria, es precisamente cuando conjuran temerosamente en su auxilio los espíritus del pasado, cuando toman prestados sus nombres, sus consignas de guerra, su ropaje, para, con este

disfraz de vejez venerable y este lenguaje prestado, representar la nueva escena de la historia universal”. Pero el Che, a estas alturas, no necesita ningún disfraz de vejez venerable. Tal vez el único personaje paralelo, no entre los intelectuales sino para la masa del pueblo, es Cristo. Pero ha realizado la famosa inversión marxista, ha puesto al Mesías sobre sus pies. Ha puesto sobre la tierra el destino del hombre.

Su imagen circula por el mundo, en los medios masivos y a nivel ya simbólico, en dos figuras básicas: el guerrillero y el constructor, ambas firmadas por la sílaba única Che. La imagen del guerrillero heroico está indisolublemente ligada a una foto tomada por Alberto Korda el 5 de marzo de 1960, durante el entierro de las víctimas del sabotaje de La Coubre.

Korda lo descubre un poco al azar —la historia y el tiempo van dándole vigencia lentamente a los grandes símbolos— mientras pasea su cámara, desde lejos, entre los que se reúnen para despedir el duelo. “De pronto —nos dice— descubrí al Che. No era que lo estuviera buscando, topé con él como por casualidad y sin darme cuenta, deslumbrado por la dramática imagen, enfoqué y tomé la foto”. La Revolución llevaba poco más de un año en el poder, la figura del Che había ganado en autoridad y dignidad; todavía no se había recortado el cabello y una suave brisa, el invierno tropical, le sacudía las puntas. La imagen estuvo dormida durante más de cinco años. Ya luchando en Bolivia esta imagen fotográfica se convirtió en la representación física y espiritual del Che.

Varios factores intervienen en su consagración. El momento, la muerte de un grupo de marineros y obreros al estallar un barco belga cargado de armamentos cuando ya empezaba la Revolución a verse amenazada por el imperialismo, marcan la expresión del rostro. La posición estática y frontal, así como la ausencia de figuras a su alrededor, le da su carácter iconográfico. Existen numerosas fotos del Che desde un ángulo semejante pero que carecen de trascendencia porque aparece rodeado de otras figuras y envuelto en una luz muy cruda, realista, inclusive de flash, y temporal. La imagen del Che aparece vista como a través de una nube, un poco fuera de la realidad; esta cualidad no se debe tanto al lente telescópico como a un ligero desenfoco de la imagen. Este defecto dentro de la fotografía tradicional se convierte aquí en una virtud que Korda ha sabido aprovechar con su ojo

para las situaciones trascendentales⁶. El único elemento que baja la imagen a una realidad contingente, de un crudo realismo, es el jacket deportivo, aparentemente nuevo, donde se puede casi palpar la textura del cuero y sentir el crujido del zipper.

Cuando se reproduce la foto en murales y carteles se diluye o desaparece casi siempre la objetividad del jacket, desde los afiches cubanos de Nicko, Rostgaard, Frémez y Beltrán hasta la versión del norteamericano Paul Davis. En este último la imagen pasa por los ojos de un ilustrador y se dirige a los elementos radicales o románticos de la sociedad de consumo. En lugar de presentarlo como visto a través de una nube aquí el artista coloca la nube concretamente un poco más arriba de la boina, para acentuar la trascendencia de la imagen y permitirle un fortalecimiento de los detalles del rostro. Para empezar le cambia el color a la piel; el Che representa un mundo mestizo, el tercer mundo, y le oscurece la piel para convertirlo en un mulato. Este cambio, consistente con la dedicación revolucionaria del Che, no es el único. Los labios se hacen más carnosos y sensuales y la mirada más febril; este cambio, sin embargo, obedece más a las exigencias de la sociedad de consumo, donde la sensualidad, el potencial erótico, es ingrediente esencial de la cultura de masas. Son cambios sutiles, pues la imagen es en todos los demás aspectos la misma, pero el resultado va encaminado a un nuevo uso, a una fruición más pasiva, a cierta ensoñación. (esta es también una tendencia general del arte que no puede desarrollarse sin convertir el símbolo en un objeto en sí mismo). Los afiches del Che son, en los países altamente desarrollados, tanto una representación del guerrillero heroico como un producto de consumo, un ícono ante el cual se deleita el espectador. En los afiches impresos por Feltrinelli en Italia, al tamaño heroico de la escultura clásica; la foto es la misma de Korda, pero el uso social cambia su contenido al colgar hasta en las residencias más comprometidas con el sistema y pasar en otros casos a ser un pin-up junto a imágenes de los Beatles, Marlon Brando y Humphrey Bogart. (Quiero analizar aquí un poco más a fondo este uso deformado; prime-

⁶La misma trascendencia han tenido su foto de Camilo y Fidel entrando por primera vez en La Habana, enero de 1959, y la estampa colosal de Fidel con la mochila y el fusil al hombro en lo alto de la Sierra Maestra.

ro, me parece inevitable dada la talla histórica del Che, y luego, puede convertirse de pronto en un elemento subversivo. La imagen del Che puede aislarse, mercantilizarse y reificarse pero forma parte de un sistema universal, de la lucha revolucionaria y en cualquier momento puede recuperar su sentido original, como ocurre cuando ese mismo afiche desfila en una manifestación estudiantil en Italia o simboliza sobre una pared en París, durante los sucesos de mayo, la rebeldía estudiantil, un cuestionamiento profundo de la sociedad burguesa).

En Cuba las variantes de la foto del guerrillero tienen otra función. Lo importante, sin embargo, es que forma parte de un lenguaje compartido. En todas partes, a pesar de las variantes, el ícono comunica una actitud, un sentimiento, una idea. Esta búsqueda de un lenguaje coral, que ha sido la frustración de todo el arte contemporáneo, se realiza en el Che. Y las variantes, imprescindibles para evitar el anquilosamiento, la canonización, van enriqueciendo la imagen. La sociedad cubana no acentúa el consumo sino la conciencia, por lo tanto la imagen del guerrillero se convierte para muchos en un ejemplo, un incentivo al trabajo y a la justicia social. Por otra parte, en la Isla ya la Revolución tomó el poder, por lo tanto su imagen está asociada para los cubanos con el desarrollo de la lucha armada, de la revolución en el resto del mundo. Es asombroso reconocer el funcionamiento simbólico de la imaginación visual en diferentes partes del mundo, en diferentes niveles sociales. Si Paul Davis colocó la imagen del Che frente a una nube, un pintor cubano anónimo hizo la misma evidente asociación y colocó la imagen en medio de un halo explosivo, mezclando un poco el lenguaje religioso con el revolucionario.

Este concepto expansivo de la imagen del Che reaparece una y otra vez; en el afiche de Elena Serrano para la OSPAAAL⁷, la foto de Korda pierde los medios tonos y la boina y el pelo y el torso crecen, se desarrollan en cuadros que vibran con efectos ópticos, hasta convertirse en la forma y el perfil de Nuestra América. Rostgaard, también para la OSPAAAL, extiende la figura hasta la cintura y llena la forma con los rayos del arcoiris que parte de su estrella de comandante; en otro caso une los perfiles del tío

⁷Organización de Solidaridad con los Pueblos de África, Asia y América Latina.

Ho y el Che, en una portada de la revista *Tricontinental*, con otro luminoso arcoiris. Un equipo de diseñadores, Faustino-Papiol-Padroncito, colocó el rostro con la boina en medio de la esfera terrestre surcada por los meridianos y paralelos. »Una revolución que no crece se estanca«, dijo en una ocasión el Che, y su imagen en Cuba es símbolo de la expansión de la Revolución; la necesidad de una isla pequeña por compartir sus aspiraciones con el mundo. Esta ubicuidad de la imagen aparece organizada en el cartel de Niko, tal vez el más logrado utilizando la foto simbólica, donde seis imágenes anaranjadas sobre un fondo negro dan profundidad e inmediatez, presencia y ausencia. Una de las imágenes son sólo sus ojos; otras dos con la estrella de comandante clavada en la boina; una enorme, sólida, en un primer plano mientras dos figuras gemelas se reiteran al fondo. Sobre la frente de la figura enorme aparecen cuatro palabras para reforzar el mensaje visual: «Hasta la victoria siempre». Es una de las imágenes más reproducidas en carteles, vallas, revistas y portadas de libros en Cuba y fuera. El uso más sorprendente del afiche lo descubrí en un anuncio aparecido en la revista *Newsweek* del 16 de marzo de 1970; allí aparece un hippie sentado sobre un colchón sin sábanas, los pies sucios y el pelo largo, con la cabeza ligeramente ladeada y un pitillo de marihuana entre los dedos; una cruz tejida con rombos de artesanía mexicana de un lado al fondo y al otro, el cartel del Che. El texto encima: «¿Los que recurren a las drogas deben ser vistos con lástima o censurados, o es una lástima que no sean censurados con más severidad?» Luego, debajo de la foto, el anuncio recomienda que cada ciudadano norteamericano le escriba inmediatamente al gobierno para influir con su opinión sobre la política oficial hacia los hippies y las drogas. Y finalmente descubrimos la clave: se trata de un anuncio de papel bond Hammermill, «Hammermill le insta a escribirle a los funcionarios públicos». Aquí el Che se convierte en un símbolo ambiguo, asociado tanto con el descontento de la juventud como con las drogas. Y todo, con astucia y humor grosero, al servicio de bastardos intereses económicos.

El rostro del Che ha llegado inclusive al mundo de la sistematización tecnológica. Dos diseñadores japoneses, Tsujii Shuhei y Matsuzawa Yushiaki, partiendo de dos fotos del Che recrearon electrónicamente la ima-

gen. Con un analizador visual, semejante a la reproducción televisada, copiaron la imagen total partiendo de la intensidad de la luz, luego subdividieron la superficie, como en un mosaico bizantino, en pequeños cuadrados. La intensidad de la luz iba del uno al ocho. En uno de los casos, para la revista norteamericana *Printing Ink*, utilizaron la imagen del Che, con diferentes colores y grados de intensidad, para cada mosaico particular de la imagen total. En otro caso, para la revista japonesa *Senden Kaigi*, compusieron la imagen total con fragmentos de fotografías en colores.

Los fragmentos, tomados de revistas de la sociedad de consumo, son bocas sensuales de mujer, piernas cruzadas, ojos, cabezas de hombres, cigarrillos, manos, espaldas, la bandera norteamericana, rostros asiáticos e inclusive un futbolista y hasta Hitler. Estos detalles se ven sólo de cerca, de lejos es la imagen del Che; el título: «Guevara por la gente». Este monstruoso ejercicio de diseño electrónico, a pesar de su aparente frialdad tecnológica, revela cierta voluntad de establecer contrastes y negarlos, de plantear visualmente que todos esos rostros y objetos, inclusive la bandera norteamericana, pueden formar la imagen del Che. Es la unión arbitraria, pero deliberada del mundo del consumo material, contra el que luchó ideológicamente y con las armas el Che, y la imagen del Guerrillero Heroico. La negación y la imposición del verdadero rostro.

La imagen del Che, sin embargo, puede volverse indigesta en cualquier momento. Aunque aparece aislada de su contexto y reificada; justificada como un ejercicio de semántica visual basándose un poco arbitrariamente en la clasificación de Saussure del aspecto sincrónico y diacrónico del lenguaje. Pero la imagen del Che forma parte de un sistema, no es una imagen formal, estética, tiene detrás una carga ideológica respaldada por situaciones económicas y políticas muy concretas, en expansión a través de la lucha revolucionaria en diferentes partes del mundo. Por lo tanto, no creo en el peligro de que sea cooptada, neutralizada; la imagen no representa un individuo, una moda, sino una fuerza histórica. Es una imagen que podrá ser distorsionada, pero jamás vaciada de contenido. El contenido estará explícito, implícito y en otros casos latente bajo una costra de objeto consumible, de mercancía sensual.

En América Latina la imagen recupera su

función, especialmente cuando es un rostro gigantesco en las manifestaciones. Si en todos los países altamente desarrollados domina la imagen del Che como cartel de consumo pasivo y ensoñación, en Nuestra América domina la imagen como símbolo de lucha, se utiliza en las manifestaciones y en los muros y edificios como un llamado a la lucha contra el neocolonialismo; es, en las manos de un estudiante o un obrero, un elemento activo, una imagen que lejos de ser formal y estética puede llevar a sus defensores a la cárcel o a la muerte. La imagen ya respaldada por los cuerpos que la sostienen, por consignas claras: "Libertad para los presos políticos", "La tesis del Che, comprobada en México", "Abajo a dictadura, Brasil luta", "Abajo revisionismo traidor"... "Viva la guerra popular", "Más libros, más escuelas, más profesores —menos bla-bla", "Unico camino ¡Revolución!".

No podemos, desde luego, trazar mecánicamente una línea divisoria entre nuestro tercer mundo y los países altamente desarrollados, allí también la imagen del Che lucha en los brazos de los estudiantes y en las paredes y manifestaciones, especialmente por las calles de las grandes ciudades de Italia, Francia y Alemania Federal. En Berlín vemos la imagen del Che rodeada por Lenin, Rosa Luxemburgo y Ho Chi-min. Y en América Latina, también, se convierte a veces en un consumo pasivo, formal. En Argentina se imprimió su imagen declarando que no había muerto el Che para convertirse sólo en un cartel; y en Venezuela la revista *Rocinante* imprimió un cartel extraordinario, también en forma de mosaico icónico, que comienza con una imagen del Che, vivo, de carne y hueso, con un tabaco apagado en la boca, luego se funde en los rasgos de una gigantesca pancarta en los brazos de una manifestación y luego termina con fotos de la alegría popular en Cuba durante una concentración en la Plaza de la Revolución.

"Cuando lo extraordinario se vuelve cotidiano hay *La Revolución*" dice el cartel, y abajo, en letra pequeña, como una advertencia contra su circulación pasiva, dice: "No lo pegue en su sala comedor ni en su estudio no lo guarde en su mesa de noche no lo traspapele no lo colecciona no lo archive no lo guarde en su biblioteca no lo regale *péguelo en los muros de la ciudad*". *Rocinante* ha utilizado y recreado con integridad artística la imagen

del Che; en uno de los casos la imagen del Che va surgiendo de la oscuridad, como el nuevo rostro en la Verónica. Y para evitar ambigüedades, como siempre, la precisión de las palabras: "Es indispensable ser consecuente y se debe dar duro, donde duela, constantemente, y nunca dar un paso atrás; siempre adelante, siempre contragolpeando, siempre respondiendo a cada agresión con una más fuerte presión de las masas populares". En otra ocasión, la imagen del guerrillero se convierte, transformado por un violento dibujo de Alcántara, en una figura mitológica que une a sus rasgos expresionistas la pétrea solidez de ciertas figuras del arte azteca.

La foto del Che muerto, aunque se utilizó por la prensa reaccionaria para señalar el fracaso de su empresa, no es más que una prolongación de la imagen del guerrillero vivo captada por Korda. "El propósito de la radiofoto transmitida el 10 de octubre de 1967 fue poner fin a la leyenda" comenta John Berger en un análisis riguroso y creador de la figura yacente. "Para muchos que la vieron, sin embargo, tuvo un efecto muy diferente". La foto es una especie de bumerán. "La fotografía muestra un instante: el momento en el cual el cuerpo de Guevara, artificialmente preservado, se ha convertido en una demostración a través de un simple objeto. Ahí está su horror inicial. ¿Pero qué pretende demostrar? ¿El horror? No. Pretende demostrar, fijando el horrible momento, la identidad de Guevara y, supuestamente, lo absurdo de la revolución. Por virtud de semejante intención, sin embargo, el instante queda trascendido. La vida de Guevara y la idea o el hecho de la revolución inmediatamente invocan procesos que precedieron ese instante y que continúan hoy. La única manera de lograr el propósito que movió a los que autorizaron la distribución de la foto, hablando en hipótesis, sería preservando artificialmente la situación total del mundo en ese preciso instante: deteniendo la vida. Sólo así podría haber negado el ejemplo que inspiraba el contenido de su vida. (...) Enfrentados con esta fotografía debemos rechazarla, o completar su sentido nosotros mismos. Es una imagen que, en la medida que puede hablar una imagen muda, exige una decisión".⁸

Pero la imagen continúa; en ese mismo momento, en Cuba, en la Plaza de la Revolución, con la

⁸John Berger: "Che Guevara Dead", *New Society*, octubre 26, 1967.

bandera cubana a media asta y con un gigantesco mural del guerrillero al fondo, Fidel fijó su sentido: "Cuando se busque un ejemplo de internacionalista proletario, ese ejemplo, por encima de cualquier otro ejemplo, es el ejemplo del Che".

Hay pocas imágenes más persistentes que la foto del Che muerto, con los ojos vidriosos y serenos, que cierra la primera parte de *La hora de los hornos*, el ensayo cinematográfico de Fernando Solanas y Octavio Getino sobre la necesidad de una revolución en Argentina y el tercer mundo. La imagen abarca toda la pantalla en la oscuridad del cine durante dos o tres minutos —y permanece allí para siempre.

No hay que olvidar, y esto da universalidad al símbolo, que la imagen del Guerrillero se complementa con su figura de constructor durante sus años de ministro del Gobierno Revolucionario. En Cuba esta imagen adquiere una mayor significación. Es el hombre que trabajaba para los demás, que jamás aceptó ningún privilegio material, que creía en la conciencia como fuerza renovadora, que se propuso la desalienación a pesar de todas las limitaciones de una pequeña isla subdesarrollada. Esta figura ha ingresado, junto con Julio Antonio Mella y Camilo Cienfuegos, en el emblema de la Unión de Jóvenes Comunistas. Esta imagen popular, callejera, arrabalera podría haber dicho el Che, ha sido captada con agudeza por Luc Chessex en una serie de fotos tomadas a través de toda la Isla. La síntesis del Che guerrillero y Che constructor aparece sin pretensiones, pero muy evidentemente, en la obra de un humilde pintor popular de las afueras de La Habana. Allí Chessex descubrió sobre un muro la imagen del Che Guerrillero Heroico; mientras trataba de fotografíarla junto a una mujer con un niño, se le acercó un hombre ya maduro que se identificó como el presidente del Comité de Defensa de la Revolución del barrio. Era el autor del mural y lo invitó a su casa, allí tenía un óleo pri-

mitivo, una representación del Che constructor. Para el exterior, como símbolo general, el Guerrillero Heroico⁹, y en la intimidad, el constructor. Su imagen risueña más famosa, con aire de satisfacción, utilizada por el presidente del CDR, fue tomada durante su visita en el 64 a la ONU y reproducida dentro y fuera de Cuba en afiches a todo color.

La fusión de las dos imágenes surge cuando Raúl Martínez utiliza la presencia del Guerrillero, serena y romántica, con la barba sobre los hombros y el pecho, mientras le crece de la boina roja y se multiplica la estrella de comandante. La estrella, como irradiación y pensamiento, se repite cinco veces saliendo de su fuente y extendiéndose para iluminar la tierra. Raúl Martínez traduce un poco en sus imágenes la mezcla de respeto y cariño que produce la imagen del Che; sus afiches presentan al comandante nimbado en colores tiernos y con expresión dulce y al mismo tiempo dura. Esta misma condensación produjo la portada de la revista *tricontinental* de Rostgaard, donde las facciones bajo la boina desaparecen y en su lugar aparece la firma. Es la idea y la acción, el pensamiento y la conducta. En otro caso aparece su firma, en lugar del rostro, sobre un mapamundi. Chago, en una portada de *Palante*, pone la firma trepando por las montañas. Peña, para la revista *Casa de las Américas*, coloca la sílaba inconfundible con una estrella, en la boca dilatada de un fusil. En varios carteles se representa la lucha y la muerte del Che con un fusil, otro de los atributos de su personalidad, y diferentes frases con su letra menuda tomadas de sus últimos ensayos o el diario: "En cualquier lugar que nos sorprenda la muerte, bienvenida sea siempre que ése, nuestro último grito de guerra, haya llegado hasta un oído receptivo, y otra mano se tienda para empuñar nuestras armas, y otros hombres se apresten a entonar los cantos luctuosos con tableteo de

⁹Si comparamos esta imagen con la de Paul descubrimos la transformación inversa: El Che se hace menos sensual, la foto de Korda se endurece. La nariz se achata un poco, tal vez por mimetismo con el artista, y la boca se hace viril y agresiva mientras que los ojos pierden algo de su luminosidad por deficiencia técnica.

Una imagen bastarda del constructor es la que trata de impersonar Omar Sharif en la película *Che* de la 20th Century Fox. Es la imagen corrompida, desalmada, sin ninguna fi-

bra creadora en la expresión. Otros medios masivos de comunicación, como por ejemplo la canción popular también han difundido la obra del Che. *En fusil contra fusil*, de Silvio Rodríguez, el arma sustituye al nombre: Se perdió el hombre de este siglo allí/ su nombre y su apellido son fusil contra fusil". Y Carlos Puebla recuerda sus años en Cuba: "Aquí se queda la clara/ la entraña de transparencia/ de tu querida presencia, comandante Che Guevara". Y el italiano Sergio Endrigo puso música a la consigna "Crear, uno, dos, tres... muchos Vietnam".

ametralladoras y nuevos gritos de guerra y de victoria”.

El Che hoy circula y se infiltra siguiendo los canales más eficaces y revolucionarios de comunicación, desde la gran prensa hasta la protesta callejera. Es una imagen que mantiene su radical unidad dentro de una enorme variedad. Se infiltra por arriba y anda por abajo.

No está en un museo, en petrificadas esculturas de otros tiempos, en las páginas amarillentas de una historia cerrada. Es, por su contenido preciso, una imagen popular y explosiva. Seguirá creciendo: el guerrillero, el constructor, la boina y la estrella, el rifle y la firma. Hasta la victoria siempre.

LA ARTOTECA BERLINESA: UNA EXPERIENCIA EN LA DIFUSION DEL ARTE CONTEMPORANEO

Desde hace varios meses funciona en Berlín una institución dedicada al préstamo de obras de arte moderno: la Artoteca. Cualquier berlinés puede llevarse a casa gratis durante ocho semanas un cuadro o una obra escultórica de menor tamaño. No se trata en absoluto de reproducciones, sino de obras originales de artistas contemporáneos. Como algunas de ellas tienen un elevado valor es conveniente asegurarlas, lo que no cuesta más que un marco por obra. Todos los cuadros tienen su correspondiente marco e incluso están debidamente embalados para su transporte. El préstamo de obras de arte funciona en la Artoteca de la misma manera que el de libros en las bibliotecas públicas. Esta institución es en Alemania una novedad, practicándose ya en algunos países europeos y en los Estados Unidos.

Después de la segunda guerra mundial se comenzó en el extranjero a prestar obras de arte; si bien sobre una base comercial, es decir, contra el pago de una determinada cantidad, con la intención de que el prestario acabase adquiriendo la obra. En los países escandinavos existen artotecas en casi todas las ciudades de alguna importancia, la mayor parte de las veces anejas a una biblioteca pública con préstamo de libros, trabajando asimismo sobre una base no comercial. Dos artotecas extranjeras han servido de modelo a la creación de la berlinesa: la de Copenhague y la “Print Collection” de Londres.

Hace tres años se creó en Berlín la “Grafoteca”, que cuenta hoy con unos fondos de 900 grabados de todas las clases y estilos, todos los cuales han sido donados por artistas y galerías, ya que se carecía de subvenciones oficiales para efectuar compras.

172 artistas nacionales y extranjeros

La fundación de la Artoteca se ha realizado bajo condiciones mucho más favorables. Creada por el “Nuevo Club Berlínés de Bellas Artes”, entre cuyas tareas figura la promoción del arte moderno y del interés por el arte, su base financiera la constituyen la subvenciones procedentes de los beneficios que produce la lotería alemana. La Artoteca fue inaugurada en septiembre del año pasado con 200 obras de 120 artistas. En el entretanto han transcurrido ya dos turnos de préstamo (de ocho semanas cada uno) y las salas donde se exponen los cuadros estaban prácticamente vacías. Hasta la fecha se han realizado más de 500 préstamos a unos 300 prestatarios. Los fondos de la colección son objeto de ampliación constante. La Artoteca posee en la actualidad 234 grabados, 26 óleos, 28 dibujos y collages, 18 esculturas y 14 objetos. Todas estas obras han sido realizadas por 172 artistas. La lista de autores comienza por orden alfabético con Peter Ackermar.¹¹ y concluye con Mac Zimmermann. Entre las adquisiciones más recientes figuran grabados de Hockney, Lichtenstein, Wintersberger y Wewerka. De casi todos los pintores y escultores extranjeros que han disfrutado o disfrutaban de becas del Programa Berlínés de Artistas del Servicio Alemán de Intercambio Universitario han sido adquiridas obras. Entre ellos figuran el español Jorge Castillo, el griego Akrihakis y los italianos Dorazio y Remotti.

Las obras de los artistas más solicitados hay que encargarlas con mucha anticipación. En