

Imagem de Che Guevara transformada em ícone de consumo

A imagem de Ernesto 'Che' Guevara, o revolucionário argentino morto em 1967 na tentativa fracassada de levar a revolução até à Bolívia, tornou-se desde essa altura numa autêntica mina de ouro que ajuda a vender desde óculos até preservativos, tal como o demonstra uma exposição recentemente inaugurada em Londres.

Intitulada "Che Guevara: Revolucionário e Ícone", a mostra, que ficará patente até Agosto no Victoria & Albert de Londres - um dos museus de artes aplicadas mais importantes do mundo - centra-se na foto do Che tirada pelo cubano Alberto "Korda" em 1960.

Esta imagem do "guerrilheiro heróico", com boina e olhar sonhador, captada por Korda na época em que Che era ministro cubano da Indústria e participava no funeral de mais de cem cubanos mortos na explosão de um barco belga no porto de Havana, é "uma das fotos mais difundidas e reproduzidas no mundo inteiro", explica Trisha Ziff, comissária da exposição.

Usando cartazes, filmes, roupas e objectos comerciais e artísticos inspirados nesta foto e procedentes de mais de 30 países, a mostra no Museu Victoria & Albert resgata "a narrativa" desta imagem. Korda, cujo nome real era Alberto Díaz Gutiérrez, tirou apenas duas fotos do Che durante a cerimónia fúnebre, tal como atesta o museu londrino, que exhibe o filme usado pelo fotógrafo cubano.

Após a morte do líder revolucionário, esta foto tornou-se um testamento trágico de uma causa perdida, passando para a posteridade como um símbolo da luta contra o sistema capitalista e a sociedade de consumo. Mas, ao mesmo tempo, deu também origem a uma indústria milionária que a usa numa variedade de produtos de consumo. No México, por exemplo, a figura do Che está presente em preservativos, ao passo que nos Estados Unidos aparece estampada em caixas de lenços descartáveis, em garrafas de vinho em França e em maços de tabaco em Espanha. Uma empresa australiana chegou a lançar um sabor de gelado inspirado no nome do líder guerrilheiro - "Cherry Guevara" - e uma fabricante de cremes para lábios com sabor de goiaba usou-a como imagem da marca: "rebele-se contra a secura dos lábios", diz o anúncio.

Recentemente o estilista francês Jean Paul Gaultier usou-a também para vender óculos de sol e Madonna vestiu a boina do guerrilheiro heróico para vender o seu álbum "American Life".