

SZTUKA AMERYKI ŁACIŃSKIEJ 2013, NR 3

ISSN 2299-260X

¿El rostro del Che – *sacrum commercium*?

Krzysztof Cichoń
(Departamento de Historia del Arte
Facultad de Filosofía e Historia, Universidad de Łódź)
traducido del polaco por Anna Wendorff

El tema de este artículo es referirse a la iconografía del Che Guevara y más detalladamente el intento de mostrar los elementos gracias a los que este personaje es tan popular. Es un tema abordado frecuentemente¹, pero que todavía deja muchas cuestiones sin resolver. La más de las veces buscando la explicación de los motivos y mecanismos que contribuyen a la tendencia de medio siglo de escribir sobre el Che y representarlo (tanto con admiración, como con repugnancia) así como un fenómeno que está rodeado de culto, los autores se abocan con atención a exponer un sinnúmero de similitudes entre su iconografía y la adoración de los mártires en la cristiandad, o inclusive en la iconografía religiosa². Es una tesis muy bien fundada, pero el estudio de la iconografía que se centra únicamente en los detalles, en los cambios y en las afinidades entre imágenes, no es suficiente para entender las causas de la popularidad del Che.

Merece la pena analizar la presencia del personaje del Che en la cultura juntando cuatro órdenes (para muchos independientes) determinados por: la religión, los factores biológicos que afectan a la valoración estética (la percepción de lo atractivo), el orden económico de la producción y el consumo, la ideología entendida de manera utilitarista (con el objetivo de traer “su propio orden”).

¹ KUNZLE 1998; ZIFF 2006; BERMÚDEZ 2006; KUNZLE 2008.

² SÁNCHEZ 2012.