

La récupération commerciale de l'image de Che Guevara

[fr]Débat[/fr][en]Discusses[/en][es]Debate[/es]

Posté par: Barth

Publiée le : 26-Apr-2007



La
starification
de la
lutte

Notre époque est marquée par la prééminence de l'apparence sur les idées, de la représentation sur le fond. L'exemple le plus probant en la matière est sans doute celui de la photo de Che GUEVARA prise par Alberto Korda en 1960 à l'occasion d'un discours de Fidel Castro en hommage aux victimes de l'attentat attribué à la CIA contre le cargo français La Coubre qui déchargeait, la veille, des armes achetées par Cuba à la Belgique. Cette photographie a fait le tour du monde et elle se décline aujourd'hui sous un nombre de formes commerciales records : verres, tasses, casquettes, t-shirts, sacs... Elle est également présente dans des milliers de chambres d'adolescents sous forme de posters ou de photographies, et elle apparaît souvent sur des pancartes pendant des manifestations de tous types aux quatre coins de la planète.

A travers cette photographie universellement connue, c'est donc le Che lui-même qui semble faire l'unanimité. Néanmoins, le phénomène est plus complexe qu'il n'y paraît et ce qui pourrait être confondu avec l'adhésion aux valeurs défendues par un homme pendant sa vie n'est au contraire

pas forcément en rapport avec ce qu'il a réellement été. C'est le mythe bâti autour de sa personne qui fait vendre, c'est aussi le besoin de la jeunesse de se reconnaître dans un être qui a combattu ce que beaucoup condamnent aujourd'hui : les dérives capitalistes. Cependant, si beaucoup de ceux qui achètent ces objets à l'effigie du Che ont une sincère sympathie à son endroit, il est également peu certain que tous se soient intéressés de près à sa vie, sinon ils auraient découverts des faits qui viennent rayer l'image de perfection humaine qui est celle du Che aujourd'hui pour la majorité des gens dans le monde. Ce sont en grande partie les médias qui véhiculent cet idéal de perfection notamment au travers de films comme « carnets de voyage », pas forcément dans le but d'en faire un homme parfait, mais juste en occultant volontairement ou non ce qu'il a fait et qui pourrait choquer l'opinion d'un public qui achète les produits dérivés à l'effigie du Che. Ils entretiennent peut-être aussi ce mythe parce qu'ils savent que les Hommes ont besoin de matérialiser leur désir d'un autre chose et de le visualiser, de l'humaniser, de le voir prendre chair, ce que leur permet cette photographie d'un homme auquel ils peuvent s'identifier et qui a combattu. Il répond vraisemblablement à un fantasme et c'est peut-être la raison de son succès actuel qui ne se dément pas malgré l'affaiblissement violent du communisme dans les pays occidentaux qui sont pourtant parmi les plus friands de ce symbole qui a fait le tour du monde.



Par ailleurs l'émergence de cette aura autour du Che est tributaire des époques qu'elle a traversées : le sens originel de sa lutte s'est progressivement effacé au profit de la mise en exergue de son image seule pour symboliser un peu tout et n'importe quoi. La révolte des jeunes occidentales de mai 68, les protestations contre la guerre au Viêt-Nam, ont vu fleurir des pancartes à son effigie... Aujourd'hui encore, les manifestations en tout genre voient régulièrement apparaître ce genre d'image. Le Che a donc été dégagé des dérives de sa lutte pour ne garder que l'image d'un homme qui a lutté. Contre quoi ? Ce n'est pas fondamental ici, ce qui compte c'est qu'il a résisté, et c'est ce symbole qui est si puissamment relayé de génération en génération jusqu'à aujourd'hui et sans doute pendant encore un moment.

Il apparaît donc intéressant de tenter de décrypter ce phénomène qui, loin d'être purement commercial est porteur de faits sociaux. En effet, comment l'image d'un homme qui, au-delà de ses idéaux a commis des exactions et des actes condamnables au regard des principes fondamentaux de respect de la personne humaine et de sa dignité (Principes, qui, s'ils ne sont pas universellement reconnus, ont vocation à l'être), a-t-elle pu devenir le symbole d'une révolution aux idéaux romantiques, de l'humanisme, de la liberté ? Au-delà de la création de ce mythe, s'en servant même, comment le capitalisme a-t-il réussi l'une des plus belles opérations marketing de l'Histoire grâce à la photographie de l'un de ses plus virulents adversaires ?

La diffusion commerciale de l'image du Che a été possible notamment parce qu'un mythe s'est érigé autour de cet homme, masquant ses zones d'ombre (I). Cette mise en exergue du mythe a permis la création d'un business florissant qui repose sur la réponse à une demande sociale : des héros modernes auxquels s'identifier et identifier la lutte, dans un monde où les repères font cruellement défaut (II).

I.L'émergence progressive du mythe Che

A/ Le Che, une personnalité ambivalente

Il est indéniable que le Che a été auréolé d'un certain mystère. Son histoire lui a conféré une aura de martyr qui ne doit pas masquer la complexité du personnage.



Ernesto Rafael Guevara de la Serna, plus connu sous le nom de Che Guevara ou Le Che (prononcer "tché"), né le 14 juin 1928 à Rosario, Argentine et décédé le 8 octobre 1967 à La Higuera (Bolivie), est un révolutionnaire marxiste et homme politique d'Amérique latine, dirigeant de la guérilla internationaliste cubaine.

Alors qu'il était jeune étudiant en médecine, Guevara voyagea à travers l'Amérique latine, ce qui le mit en contact direct avec la pauvreté dans laquelle beaucoup de gens vivaient. Cette partie de son existence a fait l'objet d'un film récent, « carnets de voyage », dont nous aurons l'occasion de reparler. Son expérience et ses observations pendant ces voyages l'amènèrent à la conclusion que les inégalités socio-économiques pouvaient seulement être changées par la révolution, l'amenant à intensifier son étude du marxisme et à voyager au Guatemala pour y apprendre les réformes entreprises par le président Jacobo Arbenz Guzmán qui fut renversé quelques mois plus tard par un coup d'État appuyé par la CIA.



Peu après, Guevara joignit le mouvement du 26 juillet, un groupe paramilitaire dirigé par Fidel

Castro, qui après plus de deux ans de guérilla, prit le pouvoir à Cuba en renversant le dictateur Fulgencio Batista en 1959. Il occupa ensuite plusieurs postes importants dans le gouvernement cubain, échouant en partie dans l'industrialisation du pays, et écrivit plusieurs ouvrages sur la pratique de la révolution et de la guérilla. En 1965, il quitta Cuba avec l'intention d'étendre la révolution au Congo-Léopoldville, sans succès, puis en Bolivie où il fut capturé et exécuté sommairement par l'armée Bolivienne entraînée et guidée par la CIA.

Cette biographie est à peu de choses près celle que l'on trouve dans n'importe quel dictionnaire, or elle occulte toute une partie de la vie et des actes condamnables commis par le Che. A la lumière de ces éléments rudimentaires, on peut en effet estimer que la vie de Che Guevara est avant tout celle d'un aventurier, d'un adepte de la révolution et de la guérilla. Cette vie a connu une consécration avec la révolution cubaine qui est le point de départ de sa légende. Pour porter un jugement sur la vie et la personnalité du Che il apparaît d'abord nécessaire de porter un regard critique sur la réalité de la révolution cubaine qui est en partie son œuvre.

On peut bien sûr souligner que la Révolution a pris des mesures en faveur du peuple, des mesures de justice sociale, des mesures élémentaires : de lutte contre la corruption, contre la mafia, contre le trafic de drogue, contre la prostitution, de suppression des appareils répressifs d'Etat aux ordres de l'oligarchie, de disparition de la mendicité et du travail des enfants, de disparition de la ségrégation raciale, de baisses des prix de l'électricité, des loyers, des médicaments, des livres, de promotion de grands travaux publics et de création d'emplois, de réforme agraire, de priorité à la santé et à l'éducation publiques, d'instauration de la sécurité sociale, d'un système de retraites, de l'éducation universelle, de développement de la recherche, de la culture, du sport...

Il faut également préciser que cette révolution a connu un ennemi acharné : les Etats-Unis. Dès le 1er janvier 1959, des attentats sont perpétrés contre Cuba par des contre-révolutionnaires cubains, exilés ou restés dans l'île, que les États-Unis organisaient, finançaient et armaient. Le nouveau pouvoir en place va donc connaître des actions d'espionnage et de sabotage, de très nombreuses violations de l'espace maritime et aérien cubains dans le but de mitrailler des zones habitées, de bombarder des fabriques et des centrales électriques, d'incendier des cannaies et des sucreries. Mais c'est vraiment à partir de 1960 que les États-Unis allaient s'engager directement et systématiquement contre la Révolution cubaine. En janvier, le directeur de la CIA, Allen Dulles crée une « force spéciale » chargée d'actions de subversion contre l'île. Il ouvrira au Guatemala une base d'entraînement militaire de mercenaires dans le but de préparer l'invasion militaire qui eut lieu en 1961 et se termina pour les Etats-Unis par le désastre de la baie des cochons. Les actions terroristes contre Cuba vont pourtant continuer et se multiplier, organisées, soutenues ou couvertes par la CIA jusqu'à des attentats contre des écoles et des crèches, jusqu'à l'assassinat d'instructeurs de la campagne d'alphabétisation, jusqu'au premier attentat de l'histoire de l'aviation civile, jusqu'à des attentats biologiques perpétrés contre Cuba, contre ses cultures, ses cheptels, sa population... Il apparaît dès lors difficile de nier complètement les paroles du Che, dirigeant la délégation cubaine à l'Assemblée générale des Nations Unies en décembre 1964, par lesquelles il dénonce avec force le comportement terroriste de l'« Etat voyou », les Etats-Unis¹.



Ces différentes observations semblent aller dans le sens de la révolution cubaine, et au-delà, dans celui du mythe Che Guevara. Elles ne doivent pourtant pas masquer la réalité d'un mouvement et plus particulièrement celle d'un personnage intransigeant, violent, dénoncé comme une « brute sociopathe » par Williams Myers, journaliste au New York Sun. Si cette présentation peut paraître extrême, elle n'en est pas moins partagée par un certain nombre d'autres auteurs américains et plus généralement par l'ensemble des opposants du Che parmi lesquels on trouve la majorité des Cubains en exil ainsi que des réfugiés d'autres pays communistes.

Cette intransigeance doit être reliée à une conception marxiste de la révolution et de l'histoire du monde, à savoir que, pour le Che, le monde était le terrain d'affrontement permanent entre bourgeois et prolétaires, et que toute faiblesse de la part des révolutionnaires serait chèrement payée. Ses propres paroles soulignent cette conception du monde et de la lutte :

“Enlouquecido com fúria irei manchar meu rifle de vermelho ao abater qualquer inimigo que caia em minhas mãos! Minhas narinas se dilatam ao saborear o odor acre de pólvora e sangue. Com as mortes de meus inimigos eu preparo meu ser para a luta sagrada e me junto ao proletariado triunfante com um uivo bestial.”

« Emporté par une rage folle, je rougirais le canon de mon fusil en massacrant tout ennemi qui tombera entre mes mains ! Mes narines se dilatent en savourant l'odeur âpre de la poudre et du sang. Avec la mort de mes ennemis je prépare mon être pour le combat sacré et m'associe au prolétariat triomphant dans un hurlement bestial ! »

“El odio como factor de lucha; el odio intransigente al enemigo, que impulsa más allá de las limitaciones del ser humano y lo convierte en una efectiva, violenta, selectiva y fría máquina de matar. Nuestros soldados tien

en que ser así; un pueblo sin odio no puede triunfar sobre un enemigo brutal.”

« La haine est un élément de la lutte ; libérer sa haine contre l'ennemi pousse l'être humain au-delà des limites naturelles, le transformant en une froide machine à tuer, efficace, sélective et violente. Voilà ce que nos soldats doivent devenir... » 2

Les défenseurs du Che soulignent pour leur part que cette intransigeance et cette violence n'étaient jamais gratuites et qu'elles étaient liées aux nécessités de la révolution visant à bâtir une société nouvelle et plus juste.

Ces nécessités se sont semble-t-il révélées dès la guérilla anti-Batista (1957-1958) dans la Sierra Maestra pendant laquelle Guevara exécuta lui-même 14 personnes dont un enfant de 14 ans, et ordonna l'exécution de 156 prisonnier, à laquelle il veilla personnellement dans la prison de Santa Clara.

Ce sont sans doute aussi ces nécessités qui justifient la torture et l'exécution de centaines de personnes dans les prisons cubaines, et du meurtre d'un nombre encore plus grand de paysans dans les régions qui étaient contrôlées ou visitées par la guérilla. Selon ses opposants, Guevara en fut « personnellement responsable »



On retrouvera encore ces nécessités au fondement du système cubain de camps de travail forcé dont ce « grand personnage » fut l'instigateur, ayant créé le premier de ceux-ci à Guanahacabibes en 1960 afin de « rééduquer » ceux qui avaient commis des « crimes plus ou moins graves contre la morale révolutionnaire », disait-il. On y trouvait par exemple les responsables des entreprises publiques qui étaient coupables de diverses entorses à « l'éthique révolutionnaire »³, mais aussi tous les « cas difficiles », tous ceux qui pouvait pour une raison ou pour une autre apparaître aux révolutionnaires comme nuisibles au régime. En tous cas, le Che semble n'avoir eu aucun scrupule à enfermer et condamner arbitrairement aux travaux forcés et à faire exécuter des individus sans jugement. Longtemps après sa mort, le système cubain de camps servait encore à emprisonner les dissidents de la révolution, les homosexuels, les adeptes de religions, et même les victimes du SIDA.

Que dire enfin de la prière de Guevara à Fidel Castro et Krouchtchev, pendant la crise des missiles de Cuba, de déclencher la guerre nucléaire ? Qu'importe les conséquences, aucun apitoiement pour les millions de victimes qui en résulteraient, le Che pense qu'un monde meilleur sortira de ces cendres. Ceux sont toujours les nécessités d'un monde idéal.

On ne peut nier que la révolution cubaine a aboutit à une dictature communiste. Comme à chaque fois avec ce type de société, la volonté de bâtir une société égalitaire dans laquelle des hommes nouveaux pourraient jouir d'une liberté réelle a conduit à un régime liberticide dans lequel l'éducation du peuple passe par la violence et les crimes. Il est indéniable que la personne d'Ernesto Guevara cristallise les événements s'étant déroulé à Cuba : poursuivant un idéal sans doute inaccessible mais auquel il croyait suffisamment pour ne reculer devant aucun sacrifice afin d'y parvenir, il apparaît comme un leader autoritaire dont les actes peuvent rappeler les tristes excès connus sous les divers totalitarismes ayant marqué le XXème siècle. Mais au delà de ces faits, le Che peut être

considéré comme un chef charismatique tel que le conçoit Max Weber⁴, un personnage hors du commun qui, à un moment donné du temps, a su mobiliser un peuple ayant foi en lui. Le charisme de l'homme a conduit à la création du mythe autour de sa personne. Si le processus de mythification a commencé de son vivant, c'est après sa mort qu'il va prendre toute son ampleur et renvoyer à des valeurs qu'on retrouve difficilement dans la réalité de sa vie.

B/ La création paradoxale d'un mythe humaniste et rebelle

Les divers témoignages recueillis sur sa vie montrent l'aura dont bénéficiait le Che, la fascination qu'il exerçait sur ceux qui l'entouraient, sa capacité de meneur d'hommes (renforcée, il faut le préciser, par un autoritarisme prononcé). Fidel Castro lui même avait perçu ce magnétisme et s'en est servi, d'abord pendant la guérilla, puis après la prise du pouvoir. Si le leader cubain a préféré écarter le Che du pouvoir, et ce notamment en raison de la politique extrême que ce dernier voulait mener, les discours de Castro ont toujours fait référence au Che et à sa légende. Le mythe a pourtant installé une opposition entre les deux hommes : l'un étant le bon et l'autre le mauvais révolutionnaire. Il s'agit là d'un premier paradoxe puisque les deux hommes sont indiscutablement liés, leur lutte était la même, ils poursuivaient les mêmes idéaux, l'un semble-t-il avec encore plus d'acharnement. Mais ce paradoxe renvoie à la volonté de séparer, d'arracher, le Che combattant, commandant révolutionnaire, à la Révolution cubaine elle-même et en particulier à son commandant en chef, à Fidel. Pendant la période de disparition de Guevara, après qu'il ait quitté le pouvoir, certains iront jusqu'à prétendre que Castro avait fait fusiller le Che à Cuba, pour « divergences de vues ». Il n'en était rien et l'absence de nouvel provenait du fait que l'aventurier était retourné, d'abord dans le plus grand secret, à ses activités de guérillero révolutionnaire. Ce passage de sa vie qui finira par sa mort en Bolivie renforce le halo de mystère entourant l'homme. Il voyage beaucoup, se déguisant pour ne pas être reconnu, organisant des mouvements révolutionnaires jusqu'en Afrique. Mais on ne peut pour autant parler de rupture avec Cuba qui continuait à l'aider, notamment financièrement, et à encenser son image. Si cette période trouble de l'histoire de Guevara renforce le mythe de l'aventurier rebelle, elle ne peut suffire à le séparer de son passé cubain. Le Che n'est Che en soi que parce qu'il y eut la Révolution cubaine, que parce qu'il fit cette Révolution en vainqueur et ce au côté de Castro. Si Guevara est un rebelle, ce n'est certainement pas contre la révolution cubaine mais avec elle, et avec tous ses démons.

Après sa mort, Che Guevara devint une icône pour les mouvements révolutionnaires marxistes du monde entier.

A une époque où le monde est divisé en deux blocs distincts, où beaucoup d'intellectuels de l'ouest, notamment en France, affichent leur préférence pour le système communiste, la figure du Che, incarnant la lutte, la rébellion, la résistance à l'oppression, va être utile à la propagande du bloc de l'Est. Elle va du même coup s'attacher des valeurs humanistes de libération du peuple, d'égalité réelle dans la société, ces mêmes idéaux qui sont attachées au marxisme depuis Marx lui-même et qui représentent tout le pouvoir de séduction de cette idéologie. La révélation des crimes communistes et la chute du bloc soviétique ne vont même pas ternir l'image du Che qui ne contient que les valeurs, les idéaux révolutionnaires, sans s'attacher à la réalité.



La figure de Che Guevara va également rester très populaire à Cuba et dans toute l'Amérique latine, les représentations de Guevara à Cuba sont très nombreuses. Dans *The Cult of Che*, le journaliste Paul Berman montre que le culte moderne du Che occulte les épouvantables luttes sociales qui ont aujourd'hui lieu à Cuba. Il donne comme exemple l'emprisonnement de dissidents, tels que le poète Raúl Rivero, qui a été finalement libéré grâce à une campagne mondiale de solidarité organisée par le Comité international pour la démocratie à Cuba dont font notamment partie Lech Wałęsa, Árpád Göncz, et Yelena Bonner.

Les références actuelles et constantes à l'imagerie du Che dans la propagande chaviste au Venezuela sont un bon exemple de l'impact qu'a toujours le révolutionnaire dans le cœur des sud-américains. Il faut d'ailleurs préciser qu'Hugo Chavez se sert de cet imaginaire tout en niant le caractère communiste de sa révolution et de son régime. Il est vrai que si le Che s'est notamment illustré à Cuba, il croyait avant tout à la « libération » de l'ensemble du peuple d'Amérique du sud qui ne faisait qu'un selon lui. On notera que cette foi dans l'unité rappelle là encore les idéologies totalitaires. Mais au-delà même des latino-américains, le Che représente la lutte de tous les peuples du sud contre le joug de l'impérialisme occidental capitaliste.

Che Guevara est donc le « libérateur », qu'importe qu'il soit à l'origine des camps cubains, qu'il ait procédé à des emprisonnements arbitraires. C'est le « héros du peuple », qu'importe que ce héros ait torturé et tué même au sein du peuple. Le mythe ne conserve que l'idéal, il blanchit l'homme de ses crimes, il oublie ses contradictions. Un « sur-sens idéologique » au sens où l'entendent Arendt⁵ et Besançon⁶ va recouvrir la réalité de la vie de Guevara.

En URSS, Staline, « le petit père des peuples », présentait le profond désordre économique de l'URSS comme une merveille d'ordre rationnel, la dictature comme la meilleure démocratie du monde. A Cuba et ailleurs, le Che va être présenté comme un guerrier extraordinaire alors qu'il

n'était qu'un piètre tacticien n'ayant aucune victoire militaire à son actif, comme un génie révolutionnaire alors qu'il ne parvint pas à gérer l'économie cubaine durant la période où il a supervisé le quasi-effondrement de la production de sucre, l'échec de l'industrialisation et l'introduction du rationnement total dans ce qui avait été avant la dictature de Batista un des quatre pays d'Amérique latine les plus dynamiques économiquement.

Evidemment sous l'angle du réel, le Che apparaît nettement moins admirable et ses idéaux de libération du peuple et d'égalité prennent une toute autre résonance.

Mais ce culte est symptomatique de l'époque où nous vivons, dans un monde où l'apparence l'emporte sur le fond, où une image peut transfigurer la réalité et idéaliser un homme, quel qu'il soit. Car c'est bien grâce à une image, à une simple photographie prise par Alberto Korda, que l'homme va devenir l'icône incontournable, que la légende va vraiment être consacrée et bientôt récupérée.

II. La récupération commerciale du mythe Che

A/ La cristallisation d'un Che-business



L'aspect commercial qui s'est greffé sur le mythe du Che a trouvé ses racines dans une simple et unique photo. C'est probablement le portrait photographique le plus célèbre du monde. Il représente le Che, vêtu d'un treillis militaire recouvert d'un blouson, un béret avec une étoile enfoncé sur la tête. Nous sommes le 5 mars 1960. Un million de personnes assistent au cimetière de Colón, à La Havane, à l'un des discours enflammés de Fidel Castro. Il s'agit d'honorer les victimes (entre 70 et 100 morts selon les sources) de l'attentat attribué à la CIA contre le cargo français La Coubre qui déchargeait, la veille, des armes achetées par Cuba à la Belgique.⁷ Alberto Korda fait plusieurs tirages dont un qu'il offre à Giangiacomo Feltrinelli, à l'occasion d'un voyage de l'éditeur italien à La Havane. Sept ans passent, jusqu'au 9 octobre 1967, jour où Ernesto « Che » Guevara est abattu par l'armée bolivienne. Feltrinelli ressort la photo prise par Korda, fait tirer un million de posters revendus 5 dollars pièce, avec pour seule mention « Copyright Feltrinelli ». Le monde entier découvre alors cette sanctification photographique, christique, d'un homme au regard perdu vers l'avenir et surmonté de l'étoile. Le mythe est relayé par l'image dont le retour en force sur les tee-shirts des jeunes d'aujourd'hui dit avec éloquence l'impact romantique. Son charme irradiant a réveillé la jeunesse de la vieille Europe et l'a accompagné sur les barricades de mai 68. "Sous les pavés la plage, et sur la plage le Che, soleil de la Révolution », proclamait une banderole.

Avant mai 68, d'autres mouvements américains de contestation s'étaient déjà appropriés l'image du Che, ainsi les hippies qui en ont fait un symbole de lutte contre la politique belliqueuse américaine au Viêt-Nam, les mods britanniques (en rébellion contre la tristesse du mode de vie ouvrier traditionnel)... La guerre de 1945 avait été mondiale, la fracture qu'elle laissait entre sa génération et celle qui la suivait l'était également, et le symbole de cette révolte le fût aussi. La jeunesse d'aujourd'hui, lorsqu'elle se révolte, se pose, elle, comme l'héritière des mouvements contestataires des années 60, et reprend donc logiquement les symboles véhiculés par cette génération parmi lesquels, le Che, et ce malgré les différences flagrantes entre les causes défendues à chaque époque. Le Che est ainsi devenu un symbole universel de lutte de la jeunesse, quelle que soit la raison et la forme de la rébellion. Il continue ainsi d'apparaître en Amérique latine, au Moyen-Orient, en Asie comme le symbole politique du combat contre la tyrannie et l'oppression.

Tirant profit de cette mise en exergue de l'image du Che autour de la planète, des industriels ont créé un business reposant sur la commercialisation de produits dérivés à son effigie.

Le Che est ainsi devenu une icône qui a fait des milliers de fois le tour du monde, sur des affiches et des cartes postales, sur des bouteilles de parfum ou des briquets, sans que jamais l'auteur de la célèbre photographie ne perçoive le moindre dividende. Or en octobre 1997, à l'occasion du trentième anniversaire de l'assassinat du Che, la " chémanie " a saisi le monde. La marchandisation de l'image du guérillero s'est encore accélérée. " Il y a eu une utilisation commerciale excessive de cette image ", critique Korda, qui détient le négatif original de la photo, enregistré à Cuba sous son nom. Mais, pour ce photographe reconnu pour toute son oeuvre, la reproduction à des milliers d'exemplaires de cette image n'était pas un problème, il ressentait plutôt un certain orgueil de la voir sur la poitrine de tant de jeunes à l'aube du XXIe siècle : il ne se souciait donc guère de ces questions. Pourtant, récemment, une goutte d'eau, ou plutôt de vodka, a fait déborder le vase. La firme Smirnoff 8a utilisé l'image du Che comme si elle était du domaine public, " le représentant, sur double page, au milieu des bouteilles de vodka, l'une d'elles lui traversant la tête ". Alerté, Korda a autorisé Cuba à porter plainte contre les agences publicitaires. Le Haut Tribunal de Londres lui a reconnu la propriété intellectuelle de l'image et a interdit son utilisation sans l'autorisation de l'auteur. Selon lui ce n'est pas pour l'argent que Korda s'est mis en colère, mais pour rejeter cette manière de " rendre triviale la signification historique d'une photo ". " Je ne suis pas d'accord avec cette exploitation commerciale offensante pour la promotion d'un tel produit : cela porte préjudice à la mémoire de ce guérillero, c'est un manque de respect pour un homme qui s'est distingué mais pas précisément en tant qu'ivrogne "(cependant un accord financier signé avec la firme Smirnoff est resté secret).

Il n'en demeure pas moins que l'image du Che, comme son nom, sont déclinés sous de nombreuses formes et vendus comme tels tout autour du monde, permettant aux industriels ou aux professionnels du marketing d'engranger des sommes d'argent colossales. Il s'agit d'un coup de maître du système capitaliste qui réalise ainsi de larges bénéfices grâce à l'image de l'un de ses pires adversaires historiques : Che Guevara était une figure politique sans concessions, il était d'ailleurs totalement opposé à ce qui ne s'appelait pas encore la société de consommation et ne serait sans doute pas d'accord avec ceux qui vendent des vêtements à son effigie pour faire de grands bénéfices en expurgeant le personnage de ses convictions. Voilà une illustration particulièrement probante de la phrase de Lénine : « le capitaliste vendrait jusqu'à la corde destinée à le pendre ».

L'utilisation commerciale du Che est poussée à son paroxysme jusqu'au ridicule. Une exposition de Trisha Ziff9 retrace d'ailleurs le parcours de la photographie de Korda jusqu'à ses représentations

actuelles, depuis le leader héroïque de la guérilla à l'icône pop, au chic engagé caricatural et chic. Le Che de Korda a glissé dans le monde de la caricature et de la parodie en même temps qu'il était utilisé comme référence politique sur des thèmes tels que le commerce mondial, l'anti-américanisme, et la revendication de l'identité latino-américaine.

En sus de son utilisation dans le domaine du marketing, ce symbole est utilisé en matière de communication par les personnalités publiques. De multiples exemples illustrent cet aspect de l'usage fait de l'image du Che : la jaquette de l'album *American life* de Madonna, la campagne pour les lunettes de soleil Jean-Paul Gaultier, le tatouage sur le torse de Myke Tyson... On notera aussi que Carlos Santana a arboré un t-shirt du Che à la cérémonie des Academy awards de 2005, comportement fustigé par un musicien de jazz d'origine cubaine qui critiqua vertement son support au « boucher de la cabaña »¹⁰, lui rappelant la réalité du régime castriste qui avait emprisonné l'un de ses cousins en raison de sa foi chrétienne.

Or, la publicité utilise nos héros pour donner à rêver au consommateur. Cela lui permet de s'identifier à un grand nom et de consommer de la même façon. Ainsi l'image du Che a été récemment utilisée pour illustrer la campagne publicitaire du groupe Liberty Surf ou l'on y voit entre autres Mao, Gandhi, Robespierre, épatés par une révolution... Quelle est-elle donc, cette divine révolution qui fédère Jacobins, Léninistes, Guévaristes, etc... ? Il ne s'agit bien entendu pas d'une révolution de citoyens ou de travailleurs, mais d'Internet ! Cette publicité illustre un problème : le matraquage des notions de Révolution, de Liberté, de Progrès, au profit du monde capitaliste dont la pub n'est qu'un outil de propagande parmi tant d'autres. Or, en utilisant l'image du mythe Che, les médias et les commerciaux n'ont fait que renforcer ce mythe : pour utiliser cette image il fallait qu'elle soit fédératrice, on a donc vidé de son sens cette image pour qu'elle soit plus consensuelle qu'elle ne le serait si les consommateurs étaient calés sur la question des exactions commises par le Che. Porter le t-shirt du Che est un cautionnement, volontairement ou non, de la violence qui a jalonné sa courte carrière politique. Dès lors, le mythe se nourrit du mythe, et peu à peu sont occultées les parts d'ombre de la vie d'Ernesto Guevara, ce qui ne fait que le rendre plus sympathique et donc plus vendeur.

Néanmoins si ce symbole a fait le tour de la terre ce n'est pas uniquement dû à la photogénie du Che. Cette image messianique répondait à un manque ou à un besoin de voir prendre chair un héros moderne qui faisait peut-être défaut à ce XXème siècle.

B- la sublimation du Che ou l'universalisation d'un phénomène de mode

Au-delà de l'universalisation de la révolte, portée par la jeunesse contestataire d'après guerre sur quasiment tous les continents, c'est devenu l'universalisation d'un phénomène de mode depuis la génération post-68. Il reste aujourd'hui avant tout un Che sublimé par l'industrie capitaliste, tellement vidé de son sens que l'on ne voit plus de lui que le premier plan de cette photographie mythique, ce regard mêlant envie et détermination, ce charisme sur un visage rebelle. A tel point qu'est né en argentine ce dicton : « tengo una remera del Che y no sé por que » (j'ai un t-shirt du Che mais je ne sais pas pourquoi)

Il est vrai que l'image du Che tend à retrouver une part de sens avec la montée des mouvements alter mondialistes et les idées toujours plus égalitaires dans notre monde mondialisé : la fracture toujours plus grande entre nord et sud, riches et pauvres, le néo-impérialisme des grandes

puissances comme les Etats-Unis et de leurs grandes firmes multinationales, gouvernant le monde autant sinon plus que nos chefs d'état



Mais le Che demeure tout de même cantonné à une seule image qui n'a plus grand chose à voir avec ce qu'il a effectivement été. Où est le parallèle entre un militant du PCF le poing levé portant le t-shirt du Che et la fashion victim portant le même t-shirt en plus moulant pour des raisons esthétiques? Oserait-on interpeller la jeune fille et lui rappeler qu'elle arbore un t-shirt à l'effigie du visage d'un staliniste convaincu ayant même craché sur l'amollissement de ce régime?

Une fois vidé de son sens et de son histoire, il ne reste en fait du Che qu'un symbole de rébellion, on scande son nom dans toutes les luttes, reprenant ses idéaux les plus universels : on met en réalité en lui ce que l'on souhaite y mettre. On pourrait ainsi presque établir une sociologie différenciée selon les âges auxquels on s'identifie au Che : entre dix et quatorze ans le plus souvent la référence au Che relève généralement d'un besoin de reconnaissance vis-à-vis des autres, un désir d'avoir l'air « cool » ; de quatorze à dix-huit ans c'est plutôt le côté rebelle d'Ernesto Guevara qui trouve un écho chez l'adolescent, souvent en révolte contre toutes les formes d'autorités, notamment parentale ; alors qu'à l'approche de la vingtaine et avec la naissance ou le développement de la conscience politique, c'est l'aspect idéologique de la lutte de Che Guevara qui est mis en avant, souvent au détriment de la réalité historique de ses actes. Il n'est ainsi pas rare de trouver dans une chambre de jeune occidental des phrases comme « contra todas las guerras » à côté d'une représentation du Che. Lorsque l'on connaît le guérillero qu'il était, l'exemple est frappant. Car c'est bien cela sublimer : purifier, transformer une personne en l'élevant. Un militant communiste verra toujours le Che comme un révolutionnaire défendant les mêmes convictions idéologiques que lui alors que la masse dans son ensemble, souvent jeune, y verra un héros aspirant à l'égalité entre les peuples, à la résistance face au capitalisme et à l'oppression. Le Che devient pour cette jeunesse, au fil des décennies, et au-delà d'un phénomène de mode, un véritable refuge identitaire. On lui ôte tout aspect négatif pour ne garder que le plus beau : son image. Et c'est très souvent parce qu'on ignore son parcours (violence, tortures, camps...) : Une quarantaine d'années après sa mort, les ouvrages et articles sur lui qui sortent du schéma élogieux ou neutre sont largement minoritaires.



En 2003, Reporters sans frontières¹¹ voulait utiliser l'image du Che photographié par Korda pour sensibiliser les quelques 120000 Français qui partent en vacance à Cuba, attirés par les plages, le soleil et le mythe de la Révolution des « Barbudos ». Ils voulaient donc lancer une campagne d'affichage à Paris. Elle reprenait la célèbre affiche de Mai 68 représentant un CRS brandissant une matraque d'une main et de l'autre un bouclier. Ils substituaient à ce visage celui du Che, avec pour légende : « Bienvenue à Cuba, la plus grande prison du monde pour les journalistes ». Il s'agissait de rappeler que, derrière l'idéologie de la Révolution cubaine, se cache en réalité un régime autoritaire qui utilise l'icône du « Che » pour tenter de légitimer la répression. Parallèlement à cela, on peut se demander comment un mythe fantasmé par toute une génération dans les années 60 s'est converti en ce que cette même génération abhorrait : un régime policier. Or Mme Diaz Lopez refusa que soit utilisée la photo de son père dans un but politico médiatique. Le Che estime-t-elle « représentait et continue de représenter un symbole de lutte et d'avenir pour le peuple cubain ». Elle illustre ainsi la participation active du mouvement communiste dans la création de ce symbole. C'est ce même symbole qui a été récupéré et diffusé par le marketing capitaliste, à tel point que l'on est en droit de se demander si le Che n'a pas été canonisé, volontairement ou non par le système capitaliste. Pour le comprendre il faut en fait s'arrêter tout simplement à sa photographie.

La photo de Korda touche en effet aujourd'hui plus à l'imagerie de culte qu'à une démarche artistique. Le Che devient un personnage quasi encensé, une figure christique qui se fait la pierre angulaire de cet édifice culturel. L'écrivain italien Guigliana Skime¹² le compare à la « sainte » icône de la Joconde Mona Lisa et explique que le portrait du Che incarne les idéaux de son temps. Tout comme des millions de personnes sont venus contempler « religieusement » le portrait de la plus énigmatique des oeuvres d'art, d'innombrables âmes en quête de repères et remplis d'espoir dans un avenir plus beau, brandissent son image à bout de bras ou portent des vêtements à son effigie.

Certes le culte des personnalités demeure vivant dans le communisme, comme dans une religion mais ce qu'a réussi le capitalisme en récupérant cette photo est d'avoir imposé insidieusement ce culte à des millions de personnes bien loin de l'idéologie communiste. Le paradoxe est d'autant plus frappant lorsque l'on sait que le Che était athée et incarnait une idéologie anti-cléricale (comme le montre la répression cubaine contre les religions). Le communisme est de fait l'un des plus fervent adversaires du cléricalisme, ce qu'illustre la célèbre phrase de Karl Marx : « la religion est l'opium du peuple ». Changé en héros mystique par son pire ennemi, le Che devient une figure messianique, une personnalisation de l'espoir, « l'opium » que le peuple recherche. Tout cela participe de la récupération du Che, de sa cristallisation en bien incarné, en pur esprit, en symbole livré à la libre interprétation de chacun.

Pour autant il ne faut pas omettre le fait que religion et révolution ne sont pas si éloignées que cela, un point commun les relie : l'utopie d'un monde nouveau ou celui qui a faim recevra le pain gratuitement. (« Celui qui a soif, moi, je lui donnerai de la source de vie gratuitement » - évangile de

st Jean)

Contribue également à sa sanctification le fait que sa mort soit auréolée d'un mystère qui en fait le martyr victime d'un complot de la CIA. Toute religion, tout culte a besoin de ses martyrs pour porter la foi de ses fidèles, le Che a incarné cette icône grâce à sa mort brutale et précoce.

Cette photographie répond on ne peut mieux à une logique commerciale recherchant le symbole visuel fort, sensationnel. Elle est indéniablement symptomatique de l'époque où nous vivons, un monde de la mise en exergue de l'apparence au détriment du message.

La construction du mythe autour d'Ernesto Guevara est à la fois une manœuvre de propagande communiste destinée à répandre son idéologie et à la rendre plus sympathique, et à la fois une création marketing pour répondre à un besoin social et en tirer tous les bénéfices possibles. En effet il existe une demande des individus qui ont besoin de symboles, de héros auxquels s'identifier. En s'accaparant l'image du Che, en la polissant pour en faire une icône universellement fédératrice, les industriels ont créé une image déparée de son idéologie originelle pour en faire un réceptacle de tous les sens que les individus peuvent désirer y mettre. La création de ce symbole est donc à la fois liée à la réappropriation de cette image par les mouvements contestataires des années 1960 qui lui ont conférée une aura d'universalité et de révolte tout en déviant son sens profond, et à la fois à l'occultation des exactions commises par le Che et qui pourraient froisser les sensibilités.



Néanmoins si ce symbole a traversé les époques jusqu'à aujourd'hui, il sera probablement mis au rebut par d'autres imageries populaires. De fait, depuis une dizaine d'années on assiste à la montée en puissance du phénomène religieux, à une recrudescence des fanatismes catholiques, musulmans... Par ailleurs la religion investit tous les domaines de la vie publique : les chefs d'Etat font référence à Dieu dans leurs discours, les stars revendiquent leur appartenance à des groupes religieux ou sectaires comme la Kabbale ou l'Eglise de scientologie, et portent des vêtements à l'effigie de Jésus notamment. On peut donc s'attendre à un recul de l'imagerie révolutionnaire au profit de l'imagerie religieuse. L'exemple le plus frappant est le Moyen-Orient où aujourd'hui l'image de Khadafi ou des ayatollahs supplante celle du Che sur les porte-clefs.

On peut également se poser la question de savoir pourquoi l'imagerie relative à l'extrême gauche se vend aussi bien (t-shirts CCCP, objets à l'effigie du Che, de la faucille et de marteau) alors que l'extrême droite ne fait pas l'objet d'une telle adhésion commerciale populaire et ne se vend qu'auprès des militants acharnés. Les deux extrêmes ont été meurtriers à l'échelle de l'Histoire, et pourtant le communisme fait vendre, y compris auprès d'individus qui n'adhèrent pas forcément à l'idéologie communiste, quand l'extrême droite rebute.

En définitive le Che n'est pas le seul phénomène de mode qui ait abouti à une contradiction choquante, il nous rappelle la nécessité de conserver un esprit critique quant aux phénomènes de masse, aux icônes qu'on nous désigne et aux symboles qu'on nous impose, ouvertement ou non. Quoi de plus ironique en effet que des personnes se réclamant du pacifisme et arborant des vêtements achetés au surplus militaires parce que le kaki est à la mode....

Par Lucie (Lulucia), Mano & Barth