

8 miliardi all'anno In parte, vanno a Cuba

La foto di Che Guevara che vedete in questa pagina è una delle immagini più famose del mondo. La si vede dovunque, dai poster alle magliette alle curve degli stadi. In questi giorni è finita anche sulla copertina di «Max» (sovrapposta a una lingua in stile Rolling Stones) e sulla canottiera del calciatore Lucarelli, che l'ha mostrata ai tifosi livornesi dopo aver segnato un gol in Italia-Moldova, under 21. Il Che va fortissimo, anche e soprattutto in libreria. Il libro «Senza perdere la tenerezza», la biografia scritta da Paco Ignacio Taibo II che intervistiamo qui sotto, è da poco uscito per il Saggiatore ed è già in ristampa (costa 29.000 lire). Ma il giro di affari editoriali intorno alla figura di Guevara sfiora, in Italia, gli 8 miliardi, che presumibilmente raddoppiano con i gadget e le magliette. Gli editori che maggiormente beneficiano del boom sono Feltrinelli («Diario in Bolivia» ha venduto 300.000 copie in trent'anni ed è alla 28esima ristampa) e, di recente, Baldini & Castoldi, il cui direttore Alessandro Dalai ha acquisito a Cuba i diritti delle opere di Guevara: otto agili volumetti che alla data del dicembre '96 avevano già venduto una media di 15-16.000 copie ciascuno. È verosimile che il '97, grazie al libro di Taibo, sia l'anno di un nuovo boom. E se sarà così, anche Cristiano Lucarelli, centravanti della under 21 che giura di essere «apolitico», avrà dato il suo contributo.

Ci sono fotografie che escono dalla cronaca ed entrano nell'Immaginario. E creano affari miliardari. Paco Taibo II ci racconta quella di Guevara

Traffico di Icone



MILANO. Chi è quel tipo nel poster? La domanda è sempre quella, gliela fanno alla Virgin di Milano come a *Quelli che il calcio*, e poi a Torino, Firenze, Padova, Pavia, Parma, in un *tourbillon* di teatri, caffè, librerie. Non è un cantante, non è una rock-star, è l'adrenalinico, scatenatissimo, instancabile, scrittore messicano che risponde al nome di Paco Ignacio Taibo II, tranguigliatore di Coca Cola (una media di tre litri al giorno) e trascinatore di folle di lettori dal Leoncavallo alle aule universitarie.

Quel volto del Che negli stadi e sulle magliette

Nato a Gijón nelle Asturie spagnole (dove ritorna ogni anno per la «Semana negra», il festival del giallo e del nero che raccoglie tutti gli scrittori mondiali del genere), per la presentazione del suo ultimo libro, la biografia-racconto di Che Guevara *Senza perdere la tenerezza* (Saggiatore), Paco, 48 anni, ha dato tutto. Ha to-

talizzato finora 152 presentazioni dal primo di ottobre, data di uscita del libro in Messico. Un «tour» lo ha portato per ora, oltre al Messico, in Spagna, Germania, Svizzera, e che continuerà nei prossimi mesi in America Latina, Francia, Brasile.

Il figlio di emigranti albanesi che divenne un divo. Un libro ricorda John Belushi Jake, il fratello Blues che viene da Tirana

Con gli occhiali scuri e il cappello nero è diventato un simbolo. Ma era anche un grande attore.

Icona-souvenir. E naturalmente in divisa da Blues Brother. «Ci sono 150 miglia fino a Chicago. Abbiamo il pieno di benzina, mezzo pacchetto di sigarette e portiamo tutti e due gli occhiali neri». Così Elwood, l'autista, prima di intraprendere il folle inseguimento che porterà lui e suo fratello Jake - dopo aver distrutto mezzo Illinois - negli uffici della contea di Cook, a pagare 5.000 biglietti che salveranno dalla demolizione l'orfano trofo della Pinguina.

La *Blues Brothers*, certo. Film-culto assoluto, forse il numero 1 della categoria, visto da chi scrive almeno 30-40 volte. E dentro il film, l'immagine dominante: i due fratelli con gli occhiali neri, vestiti - parole di Aretha Franklin - «come impresari delle pompe funebri». Dan Aykroyd è quello che ha parcheggiato nel mito per poi uscirne, ingrassato e sprecato in film «normali» (*Ghostbusters*, *A spasso con Daisy*). John Belushi è quello che nel mito è entrato per rimanerci, grazie - si fa per dire - a

una morte precoce e maledetta in stile Jimi Hendrix.

Icona-souvenir, lo definisce Federico Chiacchiarini nell'introduzione all'agile ma ricchissimo libro della Sorbini Editore. E subito dopo: «... da appendere come poster nelle stanze post-adolescenti o da stampare sulle magliette come fosse un compagno di strada di Che Guevara».

Da questa frase nasce l'accostamento bizzarro che vedete in questa pagina. Ma siamo sicuri della bizzarria? In modo forse incongruo, John Belushi è diventato un'icona di sinistra, davvero un «compagno di strada» per gente che con Hollywood ha poco a che fare. In Italia una rivista rock radicale come *Il mucchio selvaggio* l'ha eletto «guida spirituale», citato proprio così, nelle gerenze, come

fosse il direttore. E Jake, con il suo passato da galeotto, la sua origine proletaria e il suo odio per i «nazisti dell'Illinois», è degno di stare accanto al Che nella galleria dei grandi rivoluzionari.

Forse, una volta di più, l'icona ruba spazio all'uomo. Non c'è giusto mezzo, nel ricordare John Belushi: da un lato l'adorazione e il rimpianto (anche nostri), dall'altro la denigrazione (il vergognoso libro biografico che gli ha dedicato Bob Woodward, bruciandosi tutto il credito di simpatia che si poteva avere nei suoi confronti per il Watergate). In mezzo, il silenzio. Un mito sconosciuto, può scrivere ancora Chiacchiarini nel volume citato. Un mito chiuso per sempre nell'immagine di Jake Blues (e del Bluto Blutarski di *Animal House*, certo), quando i suoi ultimi volti

Taibo, lei ha incontrato fino a oggi moltissime persone nel suo giro di presentazioni: esiste una versione planetaria del mito del «Che»?

«Esiste. Ci sono ragazzi messicani e svizzeri e tedeschi che chiedono e pensano le stesse cose su Ernesto Che Guevara. Era un'ipotesi che avevo già, e che si è confermata al cento per cento».

Parliamo dell'icona «Che», della famosissima foto che si trova anche in copertina al suo libro. Che cosa può dirci di quell'immagine?

«È la foto di Kardo. Non si tratta di una foto particolarmente rappresentativa della faccia di Guevara. Le foto più emblematiche, che rispecchiano la sua vera personalità, sono quelle che lo ritraggono con un certo sorriso sardonico: lui era un po' così, aveva un humor molto aspro. Nella foto di Kardo, invece, appare denso, infastidito. Bisogna ricorda-

re che venne scattata durante i funerali dei morti in seguito al sabotaggio di una nave da carico che portava armi a Cuba. Aveva 33 anni».

Che rapporto aveva Che Guevara con la sua immagine?

«Era molto attento alla sua immagine. È stato molto fotografato, ed era lui stesso fanatico delle foto. L'unica volta che spese soldi per qual-

che cosa che non fosse cibo, o libri, fu per comprarsi una macchina fotografica: anzi, ne comprò due, al *duty free* di Tokyo. È stato fotografato sempre in bianco e nero, l'ultimo dei grandi a essere fotografato in bianco e nero».

Ma che significato può avere oggi per un giovane l'icona, il santino del Che?

«È una foto che segna una demarcazione spirituale. Quando un ragazzo la mette sulla porta della sua camera lo fa per indicare un territorio libero e proibito. Questa riconversione iconografica ha portato a una perdita di contenuti, ma questo è appassionante per chi scrive una biografia che vuole combattere contro la perdita della memoria».

E la foto che lei gli ha scattato? Quali particolari rivela la sua biografia?

«Quello che stava nell'ombra non erano i singoli dettagli, ma l'insieme. Nel mito del Che abbondano gli elementi frammentari. La sua è una vita piena di aneddoti. Questo non toglie che quando mi sono messo al lavoro ho perso tutte le mie capacità di sintesi. Era un personaggio terribilmente complicato».

Ma chi c'è veramente dietro il volto del poster?

«C'è un uomo molto duro, ruvido. Sempre pronto a ridere di se stesso, a autodesacralizzarsi violentemente, con un fondo puritano. Nonostante visse molte avventure, conservò tutta la vita un amore platonico per una ragazza conosciuta quando era adolescente».

Non è infastidito da questo mito-light, il «Che» sulle magliette e sulle bandiere allo stadio?

«La guerra contro l'impoverimento dei contenuti non deve essere contro le t-shirt e i manifesti. I ragazzi devono avere la loro maglietta e il loro poster. Una società senza miti è una società annoiata. I miti sono necessari. Personalmente io possiedo due magliette del Che e una la amo particolarmente, perché lo rappresenta mentre fuma un sigaro di trenta centimetri».

Come spiega questa prevalenza del simbolico nel caso di un personaggio con una caratterizzazione politica così forte?

«La spiego con l'utopia. Dietro c'è l'utopia. Che Guevara rappresenta la purezza, il coraggio, l'individuo che non negozia, che non scende a compromessi. Il guevarista si identifica in questi aspetti».

C'è una corrispondenza tra l'icona e la politica?

«In Messico la presenza del simbolico è fortissima. Gli iscritti al partito comunista sono un milione e quattrocentomila. Il ritorno del Che, il fatto che «il Che vive», è la reazione al discorso possibilista, al compromesso, al travestimento politico. Certamente il Che vero è meno vuoto di un poster del Che. Ma quando il postino suona a casa mia, io apro, e lui vede dietro le mie spalle quel poster, mi identifica immediatamente in un certo modo».

Che reazione ha il postino?

«Si toglie il cappello e saluta il comandante».

Questo perché è di sinistra...

«Certo, o in qualche modo non è disturbato dal fatto che io lo sia. Si tratta di un atto di identificazione tribale. Tu berresti una tazza di cioccolato in casa di un signore che ha un poster di Hitler?»

Lei andrà a presentare il libro negli Stati Uniti. Pensa di trovare anche lì molti guevaristi?

«Andrò a presentare il libro, a New York, davanti a novecento professori esperti del Che, attorno ai quaranta-quarantacinque anni, che si sono prenotati apposta per sentirmi parlare».

Indosserà la maglietta con la foto, quella che porta oggi?

«Io no di certo. Ma loro, sono sicurissimo, sì».

Quattro foto immortali

Foto-icone. Ovvero, non solo Che Guevara. Qui accanto, vedete quattro immagini fra spettacolo e sport che sono diventate immortali e che, come poster o gadget o magliette o francobolli, sono diffuse in tutto il mondo. In alto, Dan Aykroyd e John Belushi, i «Blues Brothers»: senza occhiali sarebbero irriconoscibili. Al centro, Marilyn e la sua gonnina in «Quando la moglie è in vacanza» e Dino Zoff che solleva la coppa del mondo, al Bernabeu di Madrid, nel 1982. Sotto, i Beatles sulla copertina di «Abbey Road»: se guardate attentamente Paul McCartney è scalo, e all'epoca i fans più mistici lo interpretarono come un segno del fatto che Paul era morto. Per fortuna, era una leggenda metropolitana.



Alberto Crespi