



Razón y Palabra

ISSN: 1605-4806

octavio.islas@uhemisferios.edu.ec

Universidad de los Hemisferios

Ecuador

Villarreal, Héctor

SIMULACRO, CATARSIS Y ESPECTÁCULO MEDIÁTICO EN LA LUCHA LIBRE

Razón y Palabra, núm. 69, julio-agosto, 2009, pp. 1-11

Universidad de los Hemisferios

Quito, Ecuador

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520330046>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

## **SIMULACRO, CATARSIS Y ESPECTÁCULO MEDIÁTICO EN LA LUCHA LIBRE**

Héctor Villarreal<sup>1</sup>

**RESUMEN:** en este ensayo se ofrece una aproximación histórica a lo que es e implica el espectáculo de la Lucha Libre en el marco de la cultura popular y la cultura masivo-mediática mexicana.

**PALABRAS CLAVE (KEY WORDS):** Deporte-espectáculo, Lucha Libre, Cultura popular, México, Televisión.

### **¿QUÉ ES LA LUCHA LIBRE?**

Sus publicistas suelen anunciarla como un “deporte-espectáculo”. Los antropólogos pueden hablar de ella como una representación mítica en la que están en disputa los símbolos del bien y del mal, en la que se ponen en escena los valores de la sociedad personificados como héroes o villanos que hacen las veces de ídolos. Los politólogos casi seguramente recordarán aquello de *al pueblo pan o circo* y dirán que es una forma de alienación prefabricada que forma parte del *aparato ideológico de dominación* como el fútbol, las telenovelas o la música pop. Tal vez para el sociólogo el público que paga boleto de entrada a la arena o lugar donde se lleva a cabo, mayoritariamente de clase baja, acude a liberar el stress y la angustia causada por sus condiciones económicas y problemas relativos. Los estudios de los mercadólogos han de encontrar que es un entretenimiento tanto fuera como dentro de casa (vía TV) que tiene como meta a consumidores de bajo ingreso, pero que garantiza ganancias multimillonarias. El clasemediero ilustrado muy posiblemente piensa que es una farsa para chusmas iletradas, un *show* de mal gusto (*naco*). Más o menos todos tienen razón, porque la lucha libre es esto y más.

La lucha libre es una pelea sobre un espacio delimitado en forma de cuadrilátero o *ring* como el del box. Es un deporte de contacto, en el cual, aunque son válidas las patadas y golpes con manos y cabeza, lo característico son las *llaves* y *contrallaves* que tienen su base en la lucha grecorromana y el judo, a lo cual se ha añadido un conjunto de acciones que

aprovechan las cuerdas y los postes del *ring* para impulsarse a sí mismos o a los rivales. Se gana al colocar la espalda del oponente sobre la lona durante tres segundos o cuando se rinde, según determine el *referee* (dos de tres veces en México y una sola vez en Estados Unidos). Pueden confrontarse individuos, parejas, tercias o cuartetos de distintos pesos, y las categorías son hombres y mujeres, aunque en México hay una más, la de *minis* (enanos o gente de baja estatura).

### **¿QUÉ CARACTERIZA A LA LUCHA LIBRE MEXICANA?**

La primera empresa mexicana de este entretenimiento popular, llamada Consejo Mundial de Lucha Libre (CMLL), fue fundada el 21 de septiembre de 1933 por Salvador Lutteroth, quién también compró el escenario donde habría de presentarse regularmente la lucha, al cual le dio el nombre de Arena México. Sin embargo, la lucha libre provino de Europa, según consigna el CMLL en su sitio en Internet ([www.cml.com](http://www.cml.com)), pues refiere que sus antecedentes en el país pueden datar de 1863 cuando el ejército francés incursionó en territorio nacional, y con certeza se sabe que en 1910 estuvieron en México las compañías del campeón italiano Giovanni Relesevitch y la de Antonio Fournier “trayendo entre sus estrellas al famoso Conde Koma y a Nabutaka. El choque de ambas empresas constituyó un espléndido negocio”. Asimismo, en 1921 arribó a México Constand le Marin, “quien dentro de su compañía presentó al León Navarro que había sido campeón medio de Europa en épocas pasadas. Vino también el rumano Sond y otros”. Dos años después Marin trajo al japonés Kawamula y a Hércules Sampson.

La participación de luchadores extranjeros provenientes de Europa, Estados Unidos y Japón siempre ha sido importante en México —sea que se presenten por única ocasión, durante una temporada o se queden a radicar—, porque la afición gusta ver a sus ídolos vencer en gestas que parecen imposibles y refuerza su identidad nacional en la evidencia empírica de la *superioridad* del mexicano sobre representantes de naciones poderosas, como cuando en 1984 Canek (“el príncipe maya”) derrotó al francés André El Gigante, una mole de 225 k. y 2.23 m. de estatura. El caso es que la afición atribuye victorias así a supuestas cualidades

como “el ingenio del mexicano”, a su *picardía* o a que el mexicano tiene “mucho corazón”. Actualmente luchan entre otros un combinado de *rudos* que se hace llamar la Legión Extranjera y entre los *técnicos* destacan el italiano Marco Corleone y el ruso Alex Koslov.

Para precisar, a diferencia de la lucha en Estados Unidos, lo característico en México es que hay dos bandos muy bien diferenciados: *rudos* (malos) y *técnicos* (buenos), por lo que todo luchador tiene que definir a cuál de ellos pertenece y ser congruente con sus atributos distintivos (que después se explicarán). También es característico que muchos luchadores usan máscara que cubre además de su rostro su identidad: el luchador no se presenta con su nombre propio, como en el caso del box, sino con el de un personaje.

El primer luchador que se presentó con un antifaz se hizo llamar El Enmascarado, en 1934. Desde entonces la máscara en la lucha libre hace las veces de objeto mágico. Es el tesoro más valioso de un luchador, objeto de devoción o admiración por parte del público (entre el que hay quienes gustan ponerse máscaras como la de sus ídolos mientras están en la arena, compradas allí mismo) y un ícono que forma parte del universo simbólico del imaginario colectivo. El uso de la máscara tuvo otra utilidad: los promotores y empresarios pudieron presentar *simultáneamente* a un luchador en dos o más arenas muy distantes entre sí, en un país incomunicado, con población dispersa y de geografía agreste. El *folclor* de la lucha es parte del negocio.

Las rivalidades más acerbadas entre los luchadores conducen a la disputa más importante, aquella en la que apuestan la máscara, en la que el perdedor debe quitársela delante de todo el público y entregarla su vencedor, decir su nombre y nunca más volver a usarla. Las luchas *máscara contra máscara* comúnmente resultan muy sangrientas debido a que los luchadores rasgan la del rival para morderle la frente o hierirla con algún objeto. Cuando un luchador no usa máscara, sea por haberla perdido o por nunca haberla utilizado, entonces apuesta su cabellera. Es decir, si pierde debe ser rapado delante del público, por lo que otros duelos particularmente sangrientos son los de *máscara contra cabellera* y *cabellera contra cabellera*.

La carrera de un luchador como ídolo se construye por mantenerse invicto en luchas de apuesta, hasta que logra retirarse como profesional preservando su identidad y a veces heredando su máscara y nombre a un hijo que habrá de defenderlos. Muy pocos lo han logrado.

### **¿ES REAL LA LUCHA LIBRE?**

Hace una veintena de años un importante periodista de la televisión mexicana convocó a una serie de largas sesiones de discusión con la pregunta: “¿Circo, maroma, teatro o deporte?”. Participaron periodistas que delataban a la lucha libre como una farsa y, en contraparte, profesionales de ella que argumentaban sobre su veracidad. Lo que se debatía era si fingían lastimarse y si el resultado estaba previamente pactado. Los luchadores pudieron acreditar que sus heridas y lesiones eran reales, que los golpes que recibían o daban eran dolorosos, aceptaron que hay una *teatralización* de los golpes, las llaves y todo su desenvolvimiento desde que aparecen ante el público hasta que se retiran de su vista, pero difícilmente pudieron replicar que no hay una cooperación entre ellos para no lastimarse demasiado, y para que las *llaves* y *contrallaves* puedan realizarse. De vez en cuando surgen este tipo de polémicas y los argumentos son más o menos los mismos, y destaca un programa de televisión norteamericano, titulado *Exposed! Pro Wrestling's Greatest Secrets* (Don Weiner, NBC: 1998), que se dedica exhaustivamente a descubrir los pequeños detalles al respecto que pasan comúnmente inadvertidos.

Que el resultado a favor de unos u otros luchadores pueda estar previamente pactado, tiene lógica evidencia en que hay *llaves* y *contrallaves* que no podrían realizarse sin la cooperación determinada del oponente; en que algunas de ellas son poco dolorosas aunque se ven aparatosas o en que otras causarían lesiones de gravedad si se efectuaran con toda la fuerza o el peso de quien las aplica.

Algunos o muchos de los asistentes a la arena o que ven la lucha por televisión no ignoran que la lucha pueda ser una coreografía; sólo la disfrutan. Es como en *Matrix*: la realidad es

que vivimos en una pocilga y nos alimentamos de gusanos; la ficción es que podemos estar en un restaurante de lujo y comer filete. Depende de la elección que cada quien haga. Uno puede amargarse la vida y decir: “además de que estoy jodido me quieren engañar con esto de la lucha”, racionalizándola, analizándola para encontrar algún truco, o puede decir: “mi vida no es un asco porque ir a la lucha la hace agradable”. Por eso en México quienes gozan de un nivel de ingresos y de gasto satisfactorio, así como de educación superior, generalmente no están dispuestos a *comprar* la lucha como una confrontación veraz. Siempre habrán de insistir en su carácter como simulacro. Al explicar las diferencias entre las formas de entretenimiento, Andrew Darley (2003: 85) afirma que las populares se basan en “modos de representación visual concebidos para estimular la curiosidad del ojo, para excitar y asombrar al espectador”, mientras que en las modalidades “propias de las clases dirigentes” lo importante es “la coherencia de la historia y la credibilidad de un universo ficcional”.

A fin de cuentas para la mayoría de los mexicanos casi todo aparece como simulación: los políticos no cumplen sus promesas de campaña ni son lo honestos que dice ser, las elecciones son fraudulentas, los jueces están *comprados*, las gasolineras expenden *litros* de 900 mililitros (de acuerdo con la norma oficial), los bancos cobran (comisiones) al ahorrador en vez de pagarle (intereses), en las bandas de delincuentes siempre hay policías, las cárceles están llenas de inocentes (gente que no ha sido sentenciada), en las calles principales hay puestos de venta ilegal de toda clase de mercancía ilícita, el celibato sacerdotal es doctrina, el ex abad de la Basílica de Guadalupe declaró que era falsa la impresión milagrosa de la imagen de la Virgen (después de enriquecerse y retirarse), es el país que más tinte para cabello consume en el mundo (*parecer* rubia es el atajo más fácil hacia la realización del ideal nativo de belleza), si en televisión una mujer luce especialmente atractiva la *vox populi* explica que “está operada”, etcétera, etcétera. Por lo menos la lucha libre, aunque sea un simulacro, deja satisfechos a sus aficionados.

### **¿EN QUÉ RADICA EL ÉXITO DE LA LUCHA LIBRE EN MÉXICO?**

Así como en la mayoría de las películas de Hollywood o las telenovelas, en las que todo el público sabe de antemano el final —en que pierde el malo, gana el bueno y se casa con la muchacha bonita—, y nadie abandona la sala de cine ni apaga la televisión, el público de la lucha libre disfruta una y otra vez la puesta en escena de un relato que ya conoce. Pero a diferencia de cuando presencia un espectáculo mediatizado por la televisión o el cine, el público que asiste a la lucha libre siente que participa activamente y que puede contribuir a decidir el resultado por medio de sus gritos de apoyo a unos y de repudio a otros.

La lucha tiene una estructura narrativa codificada al modo de los productos de las industrias culturales: es simple, pues sus signos son ampliamente reconocidos por la gran mayoría, fácil de comprender en poco tiempo, y su presentación es agradable (Da Távola. 1991: 13). Esto permite al aficionado promedio, de escasa escolaridad y pobre consumo cultural, entender de inmediato una trama ya conocida: no quiere novedades, sino buenas representaciones. Cada lucha es más o menos previsible, el luchador *técnico* —el bueno, el justo, el héroe— sufre y generalmente gana al sobreponerse a la deslealtad combativa del oponente y a otras adversidades; en contraparte, el rudo —el malo, el antihéroe— sólo puede ganar por medio de la trampa o de la traición de un tercero en perjuicio de su antagonista.

La asistencia a la lucha —según explican los sociólogos Elías y Dunning respecto a la búsqueda de la emoción en el ocio (1992: 92-103)— es una ocasión que permite “experimentar el desbordamiento de las emociones fuertes en público” sin perturbar el orden social; y como *acto mimético* permite experimentar emociones de la *vida real* como miedo, compasión u odio, de un modo que se disfruta porque “no entraña social ni personalmente peligro alguno y puede tener un efecto catártico”. Que la arena es un espacio de catarsis es clarísimo, pues es uno de los pocos lugares en el que hay la posibilidad de que la gente pobre pueda insultar hasta el cansancio a alguien más poderoso, más fuerte, más *importante*, sin sufrir ninguna represalia a cambio. Generalmente es ella la que sufre el maltrato o el desprecio. En México, por ejemplo, el automovilista siempre tiene prioridad sobre el peatón para pasar.

## ¿POR QUÉ LA LUCHA ES UN FENÓMENO SOCIAL?

En buena medida la importancia de la lucha libre en el imaginario colectivo popular es el resultado de su reiteración como tema en la producción de las industrias culturales nacionales. Por sus características narrativas la lucha libre fue antaño un tema exitoso en las historietas y en el cine, medios en los cuales se dotó a los personajes de los luchadores de tramas como héroes o villanos en sus vidas ficticias fuera de las arenas de lucha. De modo que Santo, *el enmascarado de plata*, es el máximo ídolo en la historia de la lucha libre mexicana tanto por sus hazañas en los cuadriláteros como por haber protagonizado más de cincuenta películas en los años de 1952 a 1973. Gracias al cine, (el) Santo personificó cualidades tanto de héroe como las de su nombre propio, santo: la castidad, el sacrificio, la modestia, la astucia, la valentía, la fortaleza, la bondad, la honorabilidad y otras. Con ellas y dotado de una modernidad subdesarrollada inspirada en Bond, con relojes intercomunicadores y relucientes cajas de cartón con foquitos parpadeantes, derrotó a toda clase de amenazas a la humanidad, fuesen delictivas, diabólicas o extraterrestres.

Se trata de un tipo de cine no tanto de bajo presupuesto como de bajo intelecto, que se caracteriza por la ignorancia y torpeza de sus productores y directores, quienes pretendieron inscribirse en los géneros de terror, policiaco o fantástico, pero por lo absurdo de sus guiones y su negligente realización acabaron por engendrar algo que solamente se le puede llamar *cine de lucha*, defectos que no obstaron para su éxito en taquilla. En una película, por ejemplo, Santo y Blue Demon, un luchador que lo acompaña, pelean simultáneamente contra “El Hombre Lobo”, “El Cíclope”, Franquestain (*sic*), “La Momia”, “El Vampiro” y los zombis (*sic*), pero el público en vez de reparar en la adscripción a distintas obras literarias de cada monstruo y en la falta de lógica argumentativa para que compartieran el mismo escenario en el México de los años sesenta, simplemente disfrutaba el triunfo de sus ídolos.

Pero en la medida en que la televisión fue adquiriendo importancia, la lucha libre ha tenido en ella un importante escaparate que contribuye a su socialización. Televisión y lucha



hicieron *click*. Fue amor a primera vista. La inauguración de Televisión, la estación de televisión de la empresa Televisa en el centro de la Ciudad de México, se dio en 1952 con una función de lucha libre. De hecho había un estudio que contaba con un *ring* para la realización del programa “Las luchas de Televisión”. Pero las autoridades acabaron con este idilio en 1955 supuestamente por ser un espectáculo violento.

Desde entonces esporádicamente se presentaron algunas funciones, hasta 1992 cuando la lucha libre pasó de lleno a ocupar un espacio importante en la barra de la programación de televisión abierta, y una nueva empresa llamada Triple A firmó un contrato con Televisa, la cadena más importante, para transmitir semanalmente una función completa. Esta empresa revolucionó a la lucha libre mexicana para asemejarla a la World Wrestling Entertainment (WWE) de Estados Unidos.

### **¿CÓMO HA INFLUIDO LA TELEVISIÓN A LA LUCHA LIBRE?**

La televisión es nuestra píldora para entrar a la Matrix de la lucha. Es decir, la televisión hizo de la lucha, dicho en términos de Humberto Eco (1995: 220), de una mitopoyética espontánea una mitopoyética dirigida. De la mano de la televisión los luchadores transformaron su imagen y la lucha se espectacularizó. Aparecieron entonces luchadores-personajes creados y diseñados profesionalmente por la empresa Triple A tanto en su imagen como identidad, con uniformes y máscaras hechos de materiales modernos y vistosos, perfectamente estampados o confeccionados, que los cubren como si fuesen trajes de una pieza de la cabeza a los pies, al modo de los superhéroes del cómic estadounidense. Y muchos que ya existían fueron rediseñados como si fueran el resultado de una consultoría de imagen. A la vez, las arenas o los auditorios donde se lucha han sido dotados de la parafernalia propia: magnavoz, bailarinas, pantallas gigantes, iluminación, musicalización, un *ring* en forma de hexadrilátero, novedosas modalidades, etcétera. La vieja empresa, el CMLL, aprendió la lección: renovarse o morir, y pronto imitó el nuevo estilo de la producción *luchística* para ser también aceptada en la programación televisiva.

La lucha libre cobró entonces un renovado aire y el interés de las clases medias en calidad de televidentes o eventuales asistentes. Muchos van a las arenas porque quieren ver a los luchadores como estrellas de la televisión y quieren ver en televisión la lucha a la que asistieron. Es decir, actualmente el gancho más importante para agotar las entradas a una lucha es el anuncio de que la función se grabará para televisión. El estrellato de los luchadores se ha potenciado gracias a que Televisa ha incluido a varios de ellos en el elenco de algunos programas, como conductores y entretenedores, o inventándoles episodios amorosos telenovelescos con *actrices* de moda o peleas con comediantes y otras *celebridades*.

El resultado es que la televisión ha hecho que la lucha en la arena sea un episodio catártico en el que se dirimen los retos que los luchadores hacen en distintos programas, y produce *cortinillas* que recrean la ficción de los personajes en su vida fuera de la arena, como en el caso de Místico, el máximo ídolo actualmente, a quien se muestra rezando y encomendándose a la Virgen de Guadalupe como parte de su preparación para salir adelante en luchas difíciles.

### **¿ESTÁ DE MODA LA LUCHA LIBRE?**

De la lucha libre hay influencias en otros fenómenos culturales, como el rock surf, que imita o interpreta la música de las películas de los años setenta como las de los *soundtracks* de algunas películas de lucha, por lo que varias *bandas* del género y *fans* de ellas visten camisas hawaianas y máscaras. Pero no es una moda, es lo que algunos llaman una *escena*, como existe la del ska o el trash. (Véase <http://myspace.com/lostacapulco>).

La lucha libre no está de moda, sino que tiene sus propias modas. Hoy puede decirse que entre la afición a la lucha libre en México está de moda la estadounidense de la WWE, que se ve en televisión de cable o que se adquiere en copias ilegales de DVD en la vía pública. Están de moda las camisetas negras que dicen “Perros del Mal”, “H B” (Hell Brothers) o “Guapos VIP”, en referencia a distintos grupos de luchadores. La moda es también Místico

y todo lo que sea relativo a él.<sup>2</sup>

De vez en cuando algunos artistas o intelectuales *descubren* en la lucha libre una fuente para sus creaciones, generalmente centradas en las máscaras, que da como resultado pastiches<sup>3</sup> que se vuelven motivos predilectos de moditas del esnobismo travestido en actitud cultural de apertura y cosmopolitismo. Sus autores creen extraer de la cultura popular símbolos cuyo significado no son capaces de conocer plenamente por ser ajenos al contexto de su codificación social, y parecen decir: “Hey, miren que *cool* es todo esto. *Wow*, en la pobreza, el analfabetismo y la mugre hay una gran riqueza cultural con la que se divierte esta gente, pero que yo voy a dar a conocer al mundo de la bienales”.

Ingenuamente el artista de élite, el periodista extranjero y demás *etnólogos* creen que la lucha libre es una creación netamente popular, que *ir a las luchas* es como atestiguar una ceremonia de vudú, o que van a ser como los que llevan las cabezas reducidas de la Amazonia a los museos. Parece que no se dan cuenta de que actualmente la lucha tiene muy poco de espontánea y de creación popular, que es un producto de la televisión como las telenovelas y los *reality show*, programas que posiblemente no ven por ser para el consumo de las masas. Las máscaras son ahora como las corbatas desajustadas de la telenovela Rebelde, los luchadores como los cantantes que hacen *playback* y sus retos como la publicidad de la *guerra* entre los refrescos de cola. ¿Alguien quiere hacer arte con esto?

## REFERENCIAS

Darley, A. (2003). *Cultura visual digital. Espectáculo y nuevos géneros en los medios de comunicación*. Londres: Routledge.

Eco, U. (1995). *Apocalípticos e integrados*. México: Tusquets.

Elías, N. y Dunning, E. (1992). *Deporte y ocio en el proceso de la civilización*. México: Fondo de Cultura Económica.

Távola, A. (1991). *La libertad de ver*. La Habana: Ed. Pablo de la Torriente. Río de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

## NOTAS

<sup>1</sup> **HÉCTOR VILLRREAL**: es escritor y crítico cultural. Es Doctorante en Ciencias Políticas y Sociales en la Universidad Nacional Autónoma de México. Su correo es: [villarreal@comunidad.unam.mx](mailto:villarreal@comunidad.unam.mx) y su página web: [dialogo@hectorvillarreal.info](http://dialogo@hectorvillarreal.info)

<sup>2</sup> Místico es el nombre del luchador más importante en la actualidad; el nuevo ídolo. Sus símbolos y su historia necesariamente tenían que hacerlo así: el dibujo de su máscara es el de la eucaristía, el mismo que está en el cáliz; sus colores oro y plata lo representan como valioso. Su presentación como profesional la hizo Fray Tormenta, un sacerdote que fue luchador profesional para sostener la manutención de su orfanato, historia en la que se basa el personaje de la película Nacho Libre (Pared Hess, 2006), y se supone que Místico es uno de esos niños a quien le enseñó a luchar. Místico es, entonces, un personaje crístico, como lo fueron (el) Santo y Pepe El Toro, interpretado por Pedro Infante en la película Nosotros los Pobres (Ismael Rodríguez, 1947).

<sup>3</sup> Véase <http://myspace.com/lostacapulco> Fecha de consulta: 7 de julio del 2009.